



**KURUMSAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI
ÖZELİNDE TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE
TELEVİZYONCULUĞUNUN MEVCUT
KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE
TELEVİZYONU MODEL ÖNERİSİ**

Sibel AK

**Doktora Tezi
Temel İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU
2022
Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

Sibel AK

**KURUMSAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI ÖZELİNDE
TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE TELEVİZYONCULUĞUNUN
MEVCUT KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE
TELEVİZYONU MODEL ÖNERİSİ**

DOKTORA TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU**

ERZURUM - 2022



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum Kurumsal televizyon yayıncılığı özelinde Türkiye'de üniversite televizyonculuğunun mevcut kurumsal yapısı ve bir üniversite televizyonu model önerisi " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[28.06.2022]

[Sibel AK]

Aslı Islak İmzalıdır.

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İrfan HİDİROĞLU danışmanlığında, Sibel AK tarafından hazırlanan bu çalışma 28/06 /2022 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Temel İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Bahar YALIN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Besim YILDIRIM

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr. Öğretim Üyesi Semra KOTAN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr. Öğretim Üyesi Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU **İmza:** Aslı Islak İmzalıdır.

Aslı ıslak imzalıdır

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
KISALTMALAR DİZİNİ	VII
ŞEKİLLER DİZİNİ	VIII
TABLolar DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BAŞLANGICINDAN GÜNÜMÜZE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

1.1. DÜNYA'DA TELEVİZYONUN KEŞFİ VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ	13
1.1.1. Sosyo-Kültürel ve Siyasal Nedenler	16
1.1.2. Ekonomik Nedenler.....	18
1.1.3. Teknolojik Nedenler	19
1.1.4. Türkiye Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi	20
1.2. TELEVİZYON YAYINCILIĞI UYGULAMALARININ EVRİMİ/ DEĞİŞİMİ VE PROGRAM TÜRLERİ.....	22
1.2.1. Televizyon Yayıncılığının Kamusal İşlevleri	30
1.2.1.1. Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi.....	34
1.2.1.2. Eğlendirme ve Oyalama İşlevi	35
1.2.1.3. Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi.....	35
1.2.1.4. Eğitme İşlevi.....	37
1.3. TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA MESLEKİ KİMLİĞİN OLUŞUMU VE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ TEMEL UNSURLARI	38
1.3.1. Yapım Yönetim Ekibi	40
1.3.2. Program Yapımcısı/ Sorumlu Yapımcı ve Yapım Yardımcısı.....	41
1.3.3. Yapım Yönetmeni- Yönetmen ve Yönetmen Yardımcıları	41
1.3.4. Sanat Yönetmeni	42
1.3.5. Senarist	42
1.3.6. Teknik Personel.....	42

1.3.7. Teknik Yönetmen	43
1.3.8. Kameraman ve Kamera Asistanı	43
1.3.9. Ses Teknisyeni.....	43
1.3.10. Işıkcı	44
1.3.11. Kurgucu	44
1.3.12. Resim Seçici	44
1.3.13. Televizyon Yayıncılığındaki Diğer Teknik Personel	44
1.3.14. Program Sunucusu/ Anlatıcısı	45
1.4. TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA YÖNDEŞME OLGUSU:	
TELEVİZYON PLATFORMLARININ İZLEYİCİYE SUNDUĞU	
SEÇENEKLER	46
1.4.1. Yöndeşme ve Değişen Ortam.....	47
1.4.2. İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı	48
İKİNCİ BÖLÜM	
TÜRKİYE’DE İLETİŞİM FAKÜLTELERİNİN MEVCUT SORUNLARI	
ÜZERİNE TEORİK ÇALIŞMALAR	
2.1. İLETİŞİM EĞİTİMİ	54
2.1.1. Dünya’da İletişim Eğitimi	54
2.1.2. Türkiye’de İletişim Eğitimi	55
2.2. TÜRKİYE’DE İLETİŞİM FAKÜLTELERİ’NİN SORUNLARI.....	56
2.2.1. Uygulamalı Derslerde Donanım Eksikliği	58
2.2.2. Öğretim Kadroları ile ilgili Sorunlar	60
2.2.3. Fakülte Sayısındaki Fazlalık ve Öğrenci Seçmedeki Puan Türüne Yönelik Sorunlar	61
2.2.4. Ders Programlarına İlişkin Sorunlar	62
2.2.5. Kuram Pratik Ayrım Zorluğu	64
2.2.6. Sektör Akademi Gerginliği	65
2.2.7. Yerel Medyanın Mevcut Durumu ve Sorunları.....	67
2.3. TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI EĞİTİMİ	69
2.4. ÇÖZÜME YÖNELİK PROFESYONEL GÖRÜŞLER	76

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KURUMSAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI ÖZELİNDE TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE TELEVİZYONCULUĞUNUN MEVCUT KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE TELEVİZYONU MODEL ÖNERİSİ..... 84

3.1. TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE TELEVİZYONCULUĞUNUN MEVCUT KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE TELEVİZYON MODEL ÖNERİSİ..... 84

3.1.1. Araştırmanın Amacı 84

3.1.2. Araştırmanın Yöntemi 87

3.1.2.1. Araştırmanın Modeli 87

3.1.2.2. Derinlemesine Görüşme Sorularının Oluşturulması..... 88

3.2. BULGULAR 89

3.2.1. Üniversite Televizyonlarının Kurumsal Organizasyon Yapısı/ Varlık
Nedeni..... 94

3.2.2. Üniversite Televizyonlarının Teknik Alt Yapısı 103

3.2.2.1. Teknik- Teknolojik Yeterlilikler 103

3.2.3. Üniversite Televizyonlarının Yasal Yapılanma Biçimleri ve Finansal
Yapıları..... 112

3.2.4. Üniversite Televizyonlarının Program Tür ve İçerikleri..... 116

3.3.5. Üniversite Televizyonlarının İnsan Kaynakları 124

3.3.5.1. Kısmi Zamanlı Öğrenci 128

3.3.6. Yöndeşen Televizyon Yayıncılığının Geleneksel Televizyon Yayıncılığına
Etkileri: Televizyonun Niteliğine Etki Eden Bağımsız Değişkenler 133

3.3.7. Üniversite Televizyonlarının Eğitsel, Akademik Misyonu Yönelik
Çalışmaları 140

3.3.8. Üniversite Televizyonlarının Mevcut Durumu: Sorunlar ve Çözüm Önerileri
Bağlamında Değerlendirilmesi..... 143

3.3.8.1. Personel Eksikliği 143

3.3.8.2. Öğrencilerin İlgisizliği..... 146

3.3.8.3. Üniversite Televizyonlarında Görülen Diğer Sorunlar 148

3.3.8.4. Çözüm Önerileri 151

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	155
KAYNAKÇA	174
EKLER.....	180
EK 1. Kanun Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kabul Tarihi: 15.5.2002).....	180
EK 2. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ...	193
ÖZGEÇMİŞ.....	230



ÖZET**DOKTORA TEZİ****TÜRKİYE'DEKİ ÜNİVERSİTE TELEVİZYONLARININ MEVCUT DURUMU,
TELEVİZYON YAYINCILIĞININ OLANAKLARI VE SORUNLARINA YÖNELİK
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ KAPSAMINDA BİR ÜNİVERSİTE TELEVİZYONU MODEL
ÖNERİSİ****Sibel AK****Tez Danışmanı: Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU****2022, 230 Sayfa****Jüri: Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU (Danışman)****Prof. Dr. Naci İSPİR****Prof. Dr. Besim YILDIRIM****Prof. Dr. Bahar YALIN****Dr. Öğr. Üyesi Şadiye KOTANLI**

Bu tezin amacı, ülkemizde bulunan üniversite televizyonlarının mevcut durumunu ortaya çıkararak, sorunlarına yönelik çözüm önerileri kapsamında bir üniversite televizyonu modeli önerisinde bulunmaktır. Üniversitelerin öğrencilere yönelik eğitim ve uygulama birimi olan üniversite televizyonlarının farklı bakış açıları bünyesinde farklı yapılanmalarına, farklı teknik/teknolojik imkân ve olanaklarına sahip olmasına karşın, genel olarak ortak sorunlarının bulunduğu on üç üniversite televizyonu sorumlusu ile yapılan derinlemesine görüşmeler sonucu ile ortaya çıkmıştır. Ayrıca özellikle İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik kendilerini yetiştirmeleri ve geliştirmeleri için kamuda yirmi ila otuz iki yıldır çalışmakta olan dört medya profesyoneliyle e posta yoluyla bilgi ve deneyimleri kapsamında elde edilen veriler, sonuç ve öneriler bölümüne eklenmiştir.

Üniversite televizyonu uzmanlarıyla yapılan görüşmeler sonucunda, yöndeşen televizyon yayıncılığıyla, karasal yayıncılık çıkmazı (frekans tahsisi, bütçe sorunu, vericilerin uzakta olmasıyla ulaşım sorunlarının yanı sıra hava şartlarıyla ortaya çıkan teknik/ teknolojik sorunlar) sürecinden kurtulan üniversite televizyonları internet üzerinden kolay kullanımı ve herhangi bir maliyetinin olmaması nedeniyle, Web Yayınlığı adı altında en çok YouTube platformunu ve Facebook'u kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Üniversite televizyonlarının teknik ve teknolojik olarak kendileri yeterli gördüğü; ancak başta nitelikte personel ihtiyacının ve öğrencilerin üniversite televizyonlarına karşı ilgisiz tutumlarının temel sorunları olduğu yapılan görüşmeler sonucunda ulaşılmıştır. Üniversite televizyonu sorumlusu İletişim Fakültesi mezunu ve aynı zamanda akademisyen olarak görev yapan ve İletişim Fakültesi mezunu olmayan ve idari personel olarak görev yapan olarak ikiye ayrılmaktadır. Akademisyen olan üniversite televizyonu sorumlularının akademik kaygılarının yanı sıra, üniversite televizyondaki emeklerinin akademik yükselme ya da akademik teşvik gibi bir katkıya dönüşmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra idari personel kadrosundan üniversite televizyonu sorumlusu olarak görev alan ve başka fakülte ve bölümlerden mezun olanların program tür ve içeriklerinden daha çok teknik ve uygulamaya yönelik yönelim gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin televizyon ve radyo bölümlerini demode bularak, isteksiz olmaları da yine yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra çok az sayıda da olsa sürekli araştıran, aktif rol ve sorumluluk almaktan çekinmeyen öğrencilerin, üniversite televizyonuna dinamizm kattığı belirtilmiştir.

Yapılan görüşmelerde özellikle uzaktan eğitim süreciyle, üniversite televizyonlarının birer üniversite tanıtım ajanslarına dönüşmeye başladıkları görülmüştür. Üniversite televizyonlarının bulundukları üniversitelerin mezuniyet töreni gibi çekimlerini yaptıkları programların yanı sıra uzaktan yapılan bilim, kültür, sanat ve spor faaliyetlerin çekimlerinin yapılmasıyla bu sürece girilmiştir. Elde edilen bu veriler doğrultusunda bir üniversite televizyonu modeli önerisi sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Televizyonu, İletişim Fakültesi, Televizyon Yayıncılığı

ABSTRACT**Ph. D. DISSERTATION****THE CURRENT STATUS OF UNIVERSITY TELEVISIONS IN TURKEY, THE
OPPORTUNITIES OF TELEVISION BROADCASTING AND SOLUTION PROPOSALS
FOR THE PROBLEMS OF A UNIVERSITY TELEVISION MODEL PROPOSAL****Sibel AK****Advisor: Assist. Prof. Dr. İrfan HIDIROĞLU****2022, 230 Pages****Jury: Assist. Prof. Dr. İrfan HIDIROĞLU (Advisor)****Prof. Dr. Besim YILDIRIM****Prof. Dr. Bahar YALIN****Assoc. Prof. Dr. Şadiye KOTANLI****Assoc. Prof. Dr. Semra KOTAN**

The aim of this thesis is to reveal the current situation of university televisions in our country and to propose a university television model within the scope of solution proposals for their problems. It has emerged as a result of in-depth interviews with thirteen university television executives, who have common problems in general, although university televisions, which are the education and practice units of universities, have different structures within different perspectives and different technical/technological opportunities and possibilities. In addition, the data obtained within the scope of knowledge and experience with four media professionals who have been working in the public sector for twenty to thirty-two years, especially for the students of the Faculty of Communication, have been added to the results and suggestions section.

As a result of the interviews with university television experts, university televisions, which got rid of the terrestrial broadcasting dilemma (frequency allocation, budget problem, transportation problems due to the distance of transmitters, as well as technical / technological problems due to weather conditions) with convergent television broadcasting, are easy to use over the internet and have no cost. They stated that they mostly use YouTube platform and Facebook under the name of Web Broadcasting.

University televisions see themselves as technically and technologically sufficient; however, it has been reached as a result of the interviews that the need for qualified personnel and the indifferent attitudes of the students towards university television are the main problems. The university television supervisor is divided into two: those who are graduates of the Faculty of Communication and who also work as an academician, and those who are not graduated from the Faculty of Communication and those who work as administrative personnel. In addition to the academic concerns of university television executives who are academics, they stated that their efforts in university television should turn into a contribution such as academic promotion or academic encouragement. In addition, it has been revealed that those who work as university television executives from the administrative staff and graduate from other faculties and departments show more technical and practical orientation than program types and contents. It was also revealed as a result of the interviews that the students found the television and radio departments outdated and were unwilling. In addition to this, it has been stated that the students, who are constantly researching and do not hesitate to take an active role and responsibility, even if they are very few, add dynamism to the university television.

In the interviews, it was seen that university televisions started to turn into university promotion agencies, especially with the distance education process. This process has been started with the shootings of science, culture, art and sports activities done remotely, as well as the programs that university televisions filmed such as graduation ceremonies of the universities they are located in. In line with the obtained data, a university television model proposal was presented.

Key Words: University Television, Faculty of Communication, Television Broadcasting

KISALTMALAR DİZİNİ

Akt.	: Aktaran
BBC	: British Broadcasting Corporation
Çev.	: Çeviri
Der.	: Derleyen
EARGED	: Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı
Ed.	: Editör
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	: Sayfa
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
vb.	: Ve Benzeri
vd.	: Ve Diğerleri
VTR	: Video Tape Recorder (Video Kaset Kaydedici)

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Nipkow'un Döner Diski	14
---	----



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Program Tür ve Tanımları.....	23
Tablo 1.2. Yapım Biçimlerine Göre Yayınlar	29
Tablo 2.1. Televizyon Eğitimi veren Üniversiteler	58
Tablo 2.2. Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde Üniversite Televizyonu Bulunan Birimler.....	72
Tablo 2.3. Sinema ve Televizyon Programı Bulunan ve Televizyon Yayıncılığı Konusunda Eğitim veren Fakülte ve Bölümler	74
Tablo 2.4. Televizyon Yayıncılığı Konusunda Eğitim veren, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bulunan Üniversiteler.....	75
Tablo 2.5. Görüşme Yapılan Medya Profesyonelleri Bilgileri.....	77
Tablo 3.1. Türkiye’deki ve KKTC’deki Üniversite Televizyonları	91
Tablo 3.2. Araştırma Kapsamında İncelenen Üniversite Televizyonları	93
Tablo 3.3. Üniversite Televizyonlarının Teknik- Teknolojik Yeterlilikleri.....	105
Tablo 3.4. Üniversite Televizyonunun Bağlı Olduğu Birim ve Finansal Yapılanma ..	113
Tablo 3.5. Üniversite Televizyonlarının Program Türleri.....	116
Tablo 3.6. Görüşme Sağlan Üniversite Televizyonu Sorumlularının Mezun Oldukları Programlar.....	125

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın konusunu, iletişim/ televizyon yayıncılığı eğitimi veren bölüm ve fakültelerde bulunan üniversite televizyonlarının mevcut durumu, sorunları ve çözüm yollarının sistematik bir şekilde ortaya konulması ve bu doğrultuda bir model önerisi sunulması oluşturmaktadır. 1950'li yılların sonunda bir üniversite televizyonu olarak sosyal hayata giren televizyon yayıncılığı, TRT'nin kurulmasıyla birlikte kamusal yayıncılık kapsamında faaliyetlerini göstermeye başlamıştır. Bilgi verme, eğlendirme, eğitime başta olmak üzere birçok anlamda topluma hizmet veren televizyon yayıncılığı, 1990'lı yıllarca ticari televizyonların yayın hayatına başlamasıyla birlikte, mesleki uzmanlığın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kitlel yayıncıların ulusal ve küresel boyuta ulaşan teknolojiler doğrultusunda gelişmeler göstermesi sonucunda akademik ve bilimsel olarak iletişim disiplini içerisinde, kapsamlı bir alt yapıya sahip eğitim sürecinden geçmesi ihtiyacının doğmasıyla, İletişim Fakülteleri'nin ortaya çıkmıştır. Sosyal bilimler ve iletişim bilimlerinin teorik yansımalarının uygulama mecralarından olan televizyon yayıncılığı, toplumun nelere güleceğini, ne hakkında bilgi sahibi olacağını, neleri satın alıp neleri eleştireceğini, kısacası toplumun kültürel etmenlerini televizyon programları aracılığıyla kitlelere sunmaktadır. Bu çerçevede televizyon yayıncılığı eğitiminin uygulama birimleri olan üniversite televizyonlarının ele alınmasının gerekli olduğu düşünülmüştür. Üniversite televizyonlarının mevcut durumu, olanakları, sorunları ve ürettikleri çözümler bağlamında incelenen bu çalışmada, belirlenen hedef doğrultusunda nitel, durum saptayıcı bir araştırma tasarımı oluşturulmuştur. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın evreninde de birtakım sınırlamalar olması hem kaçınılmaz hem de zaman ve imkânların verimli kullanılabilmesi için gerekli olmuştur. Çalışmanın veri toplamasında literatür taraması ve veri toplama şablonlarıyla birlikte oluşturulan teorik çerçevenin yanı sıra derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak, Türkiye'deki üniversite televizyonlarına yönelik üniversite televizyonu sorumlularına sorular sorulmuştur. Üniversite televizyonu sorumluları, İletişim Fakültesi ve aktif yayın akışı bulunan üniversite televizyonlarından seçilmiştir.

Bu çalışmaya bilgi ve tecrübeleriyle yol göstererek katkılarda bulunan, yüksek lisans ve doktora eğitimim boyunca tecrübeleriyle ve bilgi birikimiyle akademik anlamda gelişimime katkı sağlayan değerli danışman hocam Doç. Dr. Sayın İrfan

HIDIROĞLU'na, yüksek lisans ve doktora eğitimim boyunca akademik anlamda gelişimime katkı sağlayan ve bu tezin ilerlemesi konusunda desteklerini esirgemeyen değerli hocalarım Prof. Dr. Sayın Naci İSPİR ve Prof. Dr. Sayın Besim YILDIRIM'a, değerli görüş ve önerileriyle tez çalışmasının son halini alması hususunda destek veren ve bu anlamda çalışmaya önemli katkılarda bulunan Dr. Öğretim Üyesi Sayın Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU'na, değerli görüş ve öneriyle daha geniş bir perspektiften bakmamı sağlayan Sayın Dr. Öğretim Üyesi Sayın Semra KOTAN'a, tezin her aşamasında manevi desteğini esirgemeyip, akademik anlamda bilgi birikimi edinmeme yardımcı olan Prof. Dr. Sayın Bahar YALIN'a, özellikle tezin son aşamasında bilgi ve deneyimlerine çokça danıştığım Dr. Öğretim Üyesi Sayın Sibel KABA ve Dr. Öğretim Üyesi Sayın Hüseyin GENÇALP'e teşekkürlerimi arz eder ve ismini sayamadığım diğer hocalarıma şükranlarımı sunarım. Ayrıca tezin her aşamasında ve her anımda yanımda olan, sonsuz desteğini gördüğüm kardeşimden öte kız kardeşim Sayın Elif KOÇ'a, yoğun dönemlerde iş yükümü alarak destek olan çalışma arkadaşım Sayın Peyami Safa KARABACAK'a da teşekkürlerimi sunarım. Minik evladımıza en az benim kadar fedakârlık göstererek destek olan eşim Öner AK'a; evladım, biricik kızım, hayat neşem, şükür sebeplerimin en başında varlığıyla en büyük desteği sağlayan kızım Yağmur AK'a ve zorlu tez sürecinde yanımda olan aile bireylerine teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunuyorum...

Erzurum – 2022

Sibel AK

GİRİŞ

İlkçağlardan itibaren bütün medeniyetler sürekli bir değişim ve gelişim içinde olmuştur. Bu değişim ve gelişimin temelinde, insanlık tarihi kadar eski bir kavram olan iletişimin büyük katkısının olduğu görülmektedir. Toplumun gölgesi olarak iletişim, mağara resimlerinden bugüne her anı kapsayarak iletişim tarihi kavramını ortaya çıkarmıştır. Toplumlar üzerindeki sosyal, ekonomik ve kültürel değişimleri de içine alan tarihsel bir serüven olarak devamlılığını sürdüren iletişim tarihinin en büyük etkeni ise, teknoloji tarihiyle birlikte ilerleme gösteriyor olmasıdır.

İletişimin zamanla kitleleşerek farklı bir boyut almasının temel etkenleri, matbaanın bulunması ve Sanayi Devrimi gibi önemli buluşlar olarak kabul edilmektedir. Dünya tarihini değiştirecek bilimsel ve teknolojik gelişmelere öncülük eden bu buluşlar, teknolojinin yalnızca belirli bir zümrelere değil; aksine toplumun geneline yayılarak, çağdaş toplumların karmaşık yapısını da düzene sokmaktadır. Kitle iletişimi temelde toplumsal ilişkilerde aracı rolü olan bir kurumdur ve doğrudan ilişkisi olmayan bireyler, nesneler, kurum ve kuruluşlar arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır. (Kaya, 1985: 62). Ayrıca, o zamana kadar görülmediği ve belki de görülmesi mümkün olmayan dünya hakkında bilgi verme özelliğine sahiptir. En geniş anlamıyla bilginin yeniden üretilip kitlelere dağıtımı noktasında kilit bir öneme sahip olan kitle iletişim araçları, yaşadığı toplumu ve dünyayı anlamlandırma noktasında bilgilerin önemli bir kaynağını oluşturmaktadır.

Köylerden kentlere göçün artışı, ekonomik yapının kapitalist yapıya dönüşümü, kentlerde yaşayan insanların iş saatleri dışındaki serbest zamanlarını değerlendirmek amacıyla çeşitli arayışlar içine girmesi, televizyon kavramının zamanla toplumsal yapı içerisinde yer almasını sağlamıştır. Yaşadıkları toplum ile ilgili bilgi ve haberleri her gün satın alma, okuma gibi emek isteyen ya da radyo gibi yalnızca kulağa hitap eden kitle iletişim araçları yerine hem göze hem kulağa hitap eden ve emek gerektirmeyen televizyondan almayı tercih etmeye başlamıştır. Ayrıca televizyonun yalnızca bilgi ve haber değil, eğlence ve eğitim ihtiyaçları başta olmak üzere, birçok toplumsal ihtiyaçlara da cevap vermeye başlaması, televizyon yayıncılığının hem içerik hem de teknolojik olarak daha da gelişmesine neden olmuştur.

Radyonun uzantısı olarak görülen televizyon, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasına kadar radyonun gölgesi altında gelişmelerini sürdürmeye devam etmiştir. Televizyon teknik açıdan savaşan ülkelerin işine yarayacak kadar gelişme sağlayamadığından, radyo özellikle savaş döneminde propaganda amaçlı kullanılan en etkin kitle iletişim aracı olarak uzun yıllar varlığını sürdürmüştür.

Televizyon kanallarında devlet tekelinin olması haberler üzerindeki etkisinin sorgulanmaya başlanması ve aynı zamanda teknolojinin sürekli gelişmesi sonucu kısa sürede aldıkları televizyonun teknik olarak geride kalacağı düşüncesi, televizyon program içeriklerinin çeşitlenmesini aksatmıştır (Jeanneney, 1998: 260).

Savaş sonrası radyo modeline yakın kalan televizyon, Amerika ve ondan esinlenen bazı ülkelerde ticari kaygı ile kullanırken, Batı Avrupa’da kamusal yönü ağır basan bir politika izlenmesi sonucu televizyon yayıncılığını bu perspektifte şekillendirilmesine neden olmuştur. 1960’lardan bugüne İngiltere’de televizyon yayıncılığı konusunda önemli değişimler yaşanmıştır. Bu değişimlerin ilki çok sayıda radyo ve televizyon istasyonunun kurularak yeni yayın kanallarının devreye girmiş olmasıdır. İkinci olarak da yayıncılık ilkeleriyle birlikte program niteliklerinin gelişmesidir (Kaya, 1985: 132). Bütün bunların uzantısı olarak mevcut televizyon kanallarının birbiri ile rekabet halinde olması, televizyon programcılığının sistematik olarak gelişmesine temel oluşturmuştur.

1970’li yıllardan itibaren tüm dünyada gerçekleşen iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bilgisayar alt yapısına dayanan ve gündelik yaşam içerisinde aktif rol almaya başlayan yeni tür iletişim araçlarının tanımında “enformasyon devrimi”, “küresel köy” ya da “küreselleşme” gibi oldukça sık kullanılan kavramların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Timisi, 2003: 9). Televizyon teknolojisinin gelişmesi istasyon sayısının artmasıyla daha kaliteli görüntülerin fazla alana yayın yapabilmesine imkân sağlamış böylelikle, televizyon yayıncılığının program tür ve çeşitlerinin artmasına neden olmuştur. Toplumsal ve ekonomik ihtiyaçların 20. yüzyılın sonlarına doğru değişerek artması, bu çeşitliliğin artmasında en büyük etken olarak görülmektedir. Hayat standartları artan insanların daha çok bilgi alma ve eğlenme isteği, bunun yanı sıra sadece kendi çevresini değil aynı zamanda dünya toplumlarını da merak etmeye başlaması, televizyon program türlerinin çeşitlenmesine neden olan bir diğer etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum televizyon yayıncılığının bir disiplin olarak ilk adımlarının atılmasını sağlamıştır.

Kitle iletişim çalışmaları akademik anlamda ilk eğitim faaliyetlerini 1908 yılında kurulan gazetecilik okuluyla Amerika’da başlatmıştır (Mutlu, 1994:165; 2005: 245). Televizyon yayıncılığının bir eğitim disiplinine dönüşmesi zaman alan bir süreç içerisinde gerçekleşmiştir. Bu nedenle televizyon yayıncılığının ilkleri yapılan deneme yayınları ve canlı yayınlar ile gerçekleşmiştir. 1884 yılında ilk televizyon yayıncılığı için çalışmalara başlanmış, 1929 yılına gelindiğinde ilk televizyon yayını denemeleri yapılmıştır.

Televizyon, toplumsal yaşamın içine girdiği ilk günden itibaren kitle iletişim araçları içerisinde ilk sıralarda yer almaya başlamıştır. Dolayısıyla televizyon programları hem teknik açıdan hem de içerik olarak kapsamlı bir alt yapıya sahip meslek gruplarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bilgilerin düzenli bir şekilde listelenmesi, hedef kitlelerinin demografik özelliklerine göre program tür ve içeriklerinin sınıflandırılması ve televizyon programlarının düzenli bir yayın akışı oluşturabilmesi için yeni meslek kolları ortaya çıkmıştır. Zamanla kitlesel iletişimin televizyon yayınları sayesinde küresel boyuta ulaşması, meslek kollarının profesyonel iş disiplini haline gelmesine neden olmuştur.

Televizyonun toplumlara ve kültürlere teknolojik olarak ulaşması ve endüstrinin gelişmesiyle orantılı olarak dünyada “Television”, Türkiye’de ise “Radyo, Televizyon ve Sinema, Televizyon Programcılığı, Televizyon” eğitimi veren okulların sayısını sürekli olarak arttırmıştır. Zamanla bu sayıların artarak devam etmesi, her yıl sektörün istihdam kapasitesinden çok daha fazla mezun verilmesi, mezun öğrencilerin istihdamı konusunda birçok sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra gerek eğitimci gerekse sektör profesyonelleri tarafından sıkça gündeme gelmesine rağmen, bu sorunun çözümüne yönelik olarak Türkiye’de şimdiye kadar gözle görülür somut bir adım atılmış olduğu görülmemektedir (Yıldırım, 2009: 1). Toplumun en önemli unsurlarından biri olan eğitim, toplum içerisindeki işleyişlerin bir alt metni olarak toplumu toplumsal değişimlere hazırlamaktadır. Toplumsal yapılar ise nesillere kültürün bir parçası olan eğitim ile aktarılmaktadır. Dolayısıyla hayatımıza girdiği andan itibaren bir kültür aktarım aracı olarak televizyonun eğitimi de bu bağın gereklerine uygun bir eğitim uygulamak durumundadır.

Bu çalışmada özellikle son yıllarda artan İletişim Fakülteleri’ndeki iletişim eğitiminin önemine değinerek, televizyon yayıncılığı özelindeki dönüşümler ve

gelişmeler bağlamında öğrencilere yönelik uygulama birimleri olan üniversite televizyonlarının kilit rol aldığı altı çizilmiştir. Medya ve özellikle televizyon yayıncılığının teknolojik boyutunun yanı sıra kültürel, sosyo- ekonomik bağlamda toplumları yönlendiren temel kitle iletişim araçlarından biri olması televizyon yayıncılığının önemini daha da arttırmaktadır.

Radyo ve televizyon yayın ve yönetim sistemleri incelendiğinde, yazılı basın alanında her ne kadar serbestlik ilkesi uygulansa da radyo ve televizyon ilk günden bu yana ayrı bir düzenlemeye tabi tutulmuştur (Işık, 2002; 1). Ancak televizyonun özellikle ses ve görüntüyü aynı anda aktarma gücü, televizyon yayınlarının üniversite kapasitesinde akademik olarak bir eğitim sürecinden geçilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Çünkü televizyon programcılığı iletişim başta olmak üzere sosyoloji, ekonomi, tarih, kültür ve diğer bütün alanları içeren bir meslek özelliğine sahiptir. Dolayısıyla iletişim/televizyon programcılığı eğitimi veren İletişim Fakülteleri ve vermiş oldukları eğitim bu noktada büyük önem taşımaktadır. Çünkü teknolojik, ekonomik, kültürel olarak değişen ve dönüşen dünyada bütün bu değişim ve dönüşümler çoğunlukla televizyon yayınları aracılığıyla kitlelere aktarılmaktadır. Bu noktada değişmeyi farklılaşma ya da dönüşüm olarak ele alabilmekteyiz. Toplumsal değişme genel itibariyle toplumsal kurumların ve bunlara ilişkin insan ilişkilerinin değişmelerini ifade etmektedir (Tezcan, 1998: 1). Sonuç olarak söz konusu bu değişim ve dönüşüm noktasında iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi veren okulların önemini ortaya koyarak, eğitim politikalarının gözden geçirilmesi gerektiğini göstermektedir.

1948 yılında Türkiye'nin ilk iletişim eğitimi veren okulu Müderris Fehmi Yahya tarafından İstanbul Özel Gazetecilik Okulu adıyla kurulmuştur. 1950 yılına gelindiğinde İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi bünyesinde Gazetecilik Enstitüsü kurularak yükseköğretim düzeyinde iletişim eğitimine başlanmıştır (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017, s.221-222). 1972 yılına gelindiğinde Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi kurularak; Akademik Kapalı Devre Televizyon ile Eğitim Enstitüsü adıyla televizyon yayıncılığı eğitimine başlanmıştır. 1990'lı yıllardan sonra ise, iletişim fakültesi ve programlarında büyük bir artış görülmüştür.

Toplumsal ilişkiler ve gündelik yaşam pratiklerinde önemli bir yere sahip olan televizyon, bütün bu özelliklerinden öte toplumsal ortak yaşamı görselleştirme ve

hikâyeleştirme niteliğiyle birlikte topluma dair tahayyülü ortaya koyan bir değere sahiptir. Öyle ki televizyonun bu niteliği Türkiye'nin televizyon gazetecileri, köşe yazarları, sanat ve edebiyat insanları ve bunun gibi toplumun önde gelen seçkin insanları toplumsal gerçekleri televizyon aracılığıyla topluma aktarmaktadır. Özellikle bu durum Türkiye'de 1990 yılında özel televizyon yayıncılığının başlamasından sonra çok daha yoğunlaşmıştır (Çelenk, 2005: 13). Sosyal bilimlerin bir alt disiplini olarak iletişim eğitimi pratik ve teoriği içinde barındıran disiplinler arası bir alan olarak değerlendirilebilmektedir. Son yıllarda, disiplinler üstü bir duruma dönüşerek birçok farklı alanı bir araya getiren iletişim eğitimi, başta iletişim sektörü olmak üzere her alanda talep görmektedir. Yarım asrı deviren ve lisans- lisansüstü seviyede yeni açılan programlarla tercih edilebilirliğini arttıran iletişim eğitimi, Türkiye'de de tercih edilebilirliğini arttırmaktadır. Bunun sonucu olarak, yapısı gereği sektörle iç içe olması gereken, gereksinim ve hedefleri noktasında yıllardır süren ve güncelliğini koruyan tartışmaların yanı sıra, öğrencilerin beklentileri nedeniyle de tartışma konusu olmaktadır (Can, 2018: 57). Televizyon yayıncılığının gelişen teknolojiyle birlikte yalnızca teknik olarak değil, kuramsal olarak da sosyal bilimlerin alt bilim dallarına ait birçok teorik bilgiyi içinde barındırması, büyük bir sektör haline gelen medyanın rekabete dayalı bir çerçeve çizmesi ve mesleğe yeni adım atmış profesyonellerin çoğunluğunun üniversite bünyesinde yer alan iletişim eğitimi veren okullardan mezun olmasıyla birlikte, iletişim/televizyon yayıncılığı üniversite düzeyinde tercih edilen önemli bir faktör haline getirmiştir (Yıldırım, 2009:2). Bu önemin ortaya çıkmasıyla birlikte, bir yandan fakültelerin sektörün talebine uygun olarak eğitim vermeleri, diğer yandan üniversitelerin niteliklerine uygun bir biçimde akademik bir zemine oturan bir eğitim gerçekleştirme gereği özellikle iletişim fakültelerinde kimlik bunalımına neden olmaktadır. Özellikle son yıllarda iletişim fakültelerine yönelik yapılan çalışmalarda ön plana çıkan iki farklı bakış açısı ortaya çıkmaktadır. İlk olarak, iletişim eğitiminin mesleki yeterlilikten çok, sosyal bilim yetkinliğin hedeflendiği eğitim modeli olarak teorinin pratikten daha öncelikli olduğudur. Dolayısıyla bu modelde piyasanın yönelimleri akademinin öncelikli alanına girmemektedir ve önemli olan belli bir iletişim eğitimiyle donatılmış, mevcut olanın yapı işleyişiyle değil ancak olması gereken konusunda eleştirel bir perspektife sahip iletişimciler yetiştirmektir. İkinci model ise, özellikle medya sektörünün ihtiyaçlarına yönelik bir iletişim eğitim hedefi belirlenmiş “piyasanın istediği iletişimcileri

yetiştirmek” olan model özelliğidir (Arık ve Bayram, 2011: 84- 85). Özellikle son yıllarda iletişim ve medya sektörünün gelişen teknolojiyle birlikte daha çok üzerinde durulan modeller olmasının yanı sıra, daha derine inildiğinde; sektör akademi gerginliği, iletişim/televizyon programcılığı konusunda iletişim fakültelerinin yetersiz kalması ya da diğeri bir ifadeyle uygulamalı derslere yönelik İletişim Fakülteleri’ndeki donanım eksikliği, İletişim Fakülteleri’nin fazlalığı ve kontenjan sayılarının arttırılması, kuram-uygulama ayırımı zorluğu, öğretim kadroları ile ilgili sorunlar, öğrenci seçmedeki puan türüne yönelik sorunlar, ders programlarına yönelik sorunlar, vb. gibi tartışmalar halen daha çözüme ulaşamamış sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada özellikle üniversite bünyesinde bulunan üniversite televizyonlarının önemine değinilerek, televizyon yayıncılığının gereksinimleri yönünde değişimler ve dönüşümler noktasındaki kilit rolünün altı çizilmiştir. Çünkü televizyon yayıncılığı yalnızca teknik birtakım yetkinliklerden öte, toplumsal yaşamın tam da kendisi olmaktadır. Sosyal bilimler ve iletişim bilimlerinin teorik yansımalarının uygulama mecralarından olan televizyon yayıncılığı, toplumun nelere güleceğini, ne hakkında bilgi sahibi olacağını, neleri satın alıp neleri eleştireceğini, kısacası toplumun kültürel etmenlerini televizyon programları aracılığıyla kitlelere sunmaktadır. Bu çerçevede televizyon yayıncılığı eğitiminin uygulama birimleri olan üniversite televizyonlarının ele alınmasının gerekli olduğu düşünülmüştür.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dünyanın da değiştiği gerçeğinden yola çıkarak yeni dünyayla uyumlu yeni bir iletişim/televizyon programcılığı eğitimi ihtiyacı göz önüne alındığında yapısal ve derinlemesine araştırmalarla sistematik bir eğitim dönüşümüne ihtiyaç duyulmaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığının önünü açan yeni medya teknolojileri, toplumun temel kitle iletişim aracı olan televizyon yayıncılığı pratiklerinin çeşitliliğini arttırarak çoklu becerilere sahip üniversite televizyonlarının zorunlu olarak bir dönüşüm geçirmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. İletişimin imkânsız olduğu iletişim çağında, sayısal iletişim teknolojilerinin televizyon programlarının niteliklerini de arttırmasıyla birlikte hem Radyo, TV ve Sinema bölümü öğrencilerinin, hem de iş başındaki profesyonellerin yöndeşen televizyon programcılığı becerilerini kazanması ve iş yapma biçimlerini şekillendirmesi açısından eğitim sürecine girmeleri gerektiği 2007 yılında İletişim Fakülteleri Sonuç Raporu’nda belirtilmiştir (Yıldırım, 2009: 3). Bunun yanı sıra 2003 yılından itibaren her yıl gerçekleşen İletişim Fakültesi

Dekanları Konseyi (İLDEK)'nde özellikle üniversite televizyonları hakkında birçok girişimlerde bulunulmasına karşın, elle tutulur bir sonuca varılamamıştır. Dolayısıyla bu noktada, Türkiye'de üniversite televizyonları konusunda uzun yıllar süren ve aşılamayan sorunlar -başta kuram-pratik ayrımı- olmak üzere bütüncül olarak, derinlemesine ve sonuç odaklı çalışmalar yok denecek kadardır.

Çalışmanın önemli bir noktası da televizyon eğitimi konusunda değişimin ve dönüşümün gerekliliğini anlamlandırmaya çalışarak bu değişim ve dönüşümlerin sistematik bir şekilde kuramsal çerçeve sunmasıdır. Yine bu çerçevede üniversite televizyonlarının yeniden yapılandırılabilme noktasında fikir beyan edebilmek adına yeni ekonomik, siyasi ve teknolojik gelişmelerin nasıl bir değişime yol açtığını anlamlandırmak gerekmektedir. Televizyon yayıncılığı özelinde üniversite televizyonlarının teknolojinin de etkisiyle nasıl bir değişime uğradığına ilişkin gerçekçi bir yaklaşım kurulmasını gerçekçi kılmaktadır.

Üniversite televizyonlarının mevcut durumu, olanakları, sorunları ve ürettikleri çözümler bağlamında incelenen bu çalışmada, belirlenen hedef doğrultusunda nitel, durum saptayıcı bir araştırma tasarımı oluşturulmuştur. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın evreninde de birtakım sınırlamalar olması hem kaçınılmaz hem de zaman ve imkânların verimli kullanılabilmesi için gerekli olmuştur. Çalışmanın veri toplamasında literatür taraması ve veri toplama şablonlarıyla birlikte oluşturulan teorik çerçevenin yanı sıra derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak, Türkiye'deki üniversite televizyonlarına yönelik üniversite televizyonu sorumlularına sorular sorulmuştur. Üniversite televizyonu sorumluları, İletişim Fakültesi ve aktif yayın akışı bulunan üniversite televizyonlarından seçilmiştir. Üniversite televizyonu sorumlularına, sorumlu oldukları üniversite televizyonlarına ilişkin aşağıda sıralanan araştırma soruları yöneltilmiştir:

- Üniversite Televizyonlarının Kurumsal Organizasyon Yapısı/ Varlık Nedeni
- Üniversite Televizyonlarının Teknik Alt Yapısı
- Üniversite Televizyonlarının Yasal Yapılanma Biçimleri ve Finansal Yapıları
- Üniversite Televizyonlarının Program Tür ve İçerikleri
- Üniversite Televizyonlarının İnsan Kaynakları
 - o Kısmı Zamanlı Öğrenci

- Yöndeşen Televizyon Yayıncılığının Geleneksel Televizyon Yayıncılığına Etkileri: Televizyonun Niteliğine Etki Eden Bağımsız Değişkenler
- Üniversite Televizyonlarının Eğitsel, Akademik Misyonu Yönelik Çalışmaları
- Üniversite Televizyonlarının Mevcut Durumu: Sorunlar ve Çözüm Önerileri Bağlamında Değerlendirilmesi

Tezin ilk bölümünün birinci kısmında, televizyon yayıncılığının teknolojik olarak gelişiminden yola çıkarak, aslında sosyal bir olgu olan televizyon teknolojisinin ve televizyon yayıncılığının toplumsal yaşamda yer aldığı tarihsel süreç incelenmiştir. Bu süreç içerisinde toplumların siyasi, sosyal, ekonomik ve kültürel değişmelerin doğrudan etkilediği televizyon yayıncılığının geçirmiş olduğu dönüşümler ve değişimler ele alınmıştır. Bu durum teknolojinin de gelişmesiyle birlikte bir meslek olarak var olmaya başlayan televizyon yayıncılığının mesleki kimliğini, yeni kavramlarını, kendini gösteren yeni iş alanlarını ve tanımlarının neler olduğu konusunda bir değerlendirme yapılmıştır. Birinci bölümün ikinci kısmında ise, artık toplumun etkilediği değil, toplumu yönlendiren ve bu dönüşümün sektör belirleyicilerinin televizyon yayıncılığında profesyonel kimliğinin ve izleyici kimliğinin dönüşümü ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, dünyada ve Türkiye’de televizyon yayıncılığının genel durumu betimleyici bir yaklaşımla açıklanarak Türkiye’deki iletişim fakültelerinin sorunlarına değinilmiştir. Fakültelerin fiziki alt yapısı, kuramsal ve pratik alt yapılarının, sektörün beklenti ve istekleriyle uyumluluğu eğitim stratejileri bağlamında incelenmiştir.

Tezin üçüncü bölümünde ise İletişim Fakültesi ve aktif yayın akışı bulunan üniversite televizyonlarının sorumlularına yönelik, oluşturulan örneklem gruplarına belirlenen sorular derinlemesine görüşme yöntemiyle, ilk iki bölümdeki tartışmalar doğrultusunda yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BAŞLANGICINDAN GÜNÜMÜZE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Televizyon yayıncılığı, her ne kadar teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan bir yapı olarak görülse de aslında toplumun sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapısını dönüştüren ve yönlendiren sosyal bir olgudur. 19. yüzyılın ortalarında yaşamın tam da merkezine uyum sağlamayı başaran televizyon, yalnızca bununla kalmayıp aynı zamanla toplumsal hayatla karşılıklı olarak her dönem canlı bir etkileşim içerisinde olmuştur. Dolayısıyla televizyonun sadece teknolojik bir araç olduğunu söylemek eksik ya da yanlış olacaktır.

Evren var olduğu andan bu yana, iletişim söz konusudur; ancak konu itibariyle insanoğlunun iletişimi söz konusu olduğu için konuyu sınırlandırmak gerekmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın toplum içerisinde yaşamını devam ettirebilmesi ve diğer toplumlarla etkileşimini sağlayabilmesi için iletişim kurmak zorundadır. Dolayısıyla iletişim aslında bir iletiler bütünü olarak kabul edilmektedir aziz. Yine kitle iletişim araçlarına ve özelinde televizyon yayıncılığının keşfi ve tarihsel sürecine geçmeden önce iletişim kavramına etimolojik olarak değinmek ve toplumsal olarak bu kavramdan ne anlaşılması gerektiğini açıklamak faydalı olacaktır.

İletişim, iletmek sözcüğünden türetilmiştir ve insanlığın varlığını sürdürebilmesi için gereklilik arz etmektedir. Bu sebeple denilebilir ki iletişim, insanlık tarihi kadar eski bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İlkel insanların mağara duvarlarına çizdiği resimler, ateşin çıkardığı duman, yerli kabilelerin çıkarmış oldukları çeşitli sesler birer iletişim örnekleridir. Gelişmiş toplumlarda iletişim gereksinimini karşılayan araçlar ise, gelişen teknolojinin ürünleriyle sağlanmaktadır (Aziz, 2016: 27). Latince kökenli olan communication sözcüğünün karşılığı olarak iletişim sözcüğü, toplum içindeki nesneler, olaylar, değişimler, sorunlar, benzer yaşam deneyimleri ve benzer duyguları taşıyıp bunları birbirine ifade eden insan topluluklarının oluşturmuş oldukları tutum, davranış, duygu ve düşünce dinamiklerine iletişim denmektedir. İletişim, belirli bir coğrafya parçasında varlıklarını sürdürmek için çeşitli bilgi, değer ve inanç üreten bir toplumun içindeki bireylerin kaynaşmasını amaçlayan insanların etkinliği olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla iletişim, insanın türsel özelliği olan toplumsallaşmanın bir

yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü diğer tüm canlıların aksine insan doğal ortamdaki değişimlere uyumlanmak için toplumsallaşarak oluşturduğu kültürü aracılığıyla varlığını sürdürmek zorunda kalmıştır (Oskay, 2014: 393). Toplumsal ve biyolojik bir varlık olarak insanın çevresiyle kurmuş olduğu bütün etkileşim biçimi temelde iletişim kavramının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Biyolojik yan insanların fizyolojik olarak varoluşunu temsil ederken, toplumsal yanı ise hem fiziksel varoluşu hem de kendi ve ötekilerin örgütlü varoluşu sürdürmesiyle birlikte açıklanmaktadır. Çünkü toplumsal yan, mikro seviyede insan psikolojisinden makro seviyede toplumsal üretim, dağıtım ve tüketime kadar çeşitlenmektedir. Dolayısıyla iletişim, insanın psikolojik, biyolojik ve toplumsal olarak varlığını sürdürebilmesi ve geliştirebilmesinin zorunlu koşulu olan düşünsel ve ilişkisel faaliyetlerin bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan, 2011: 37). Dolayısıyla iletişimin temel amacı insanlar ve toplumlar arasında bir ortaklık yaratmayı amaçlamaktadır.

Farklı iletişim tanımlamalarının ortak vurgusu duygu, düşünce, bilgi, deneyim ve simgelerde ortaklık, paylaşım, zamansal ya da mekânsal birliktelik olarak ifade edilmektedir. Bu tanım Batı dillerinde de kökeninin Latince communis ortaklık ya da topluluk sözcüğünden geliyor olması bu durumu kanıtlar niteliktedir (Öztekin, 2007: 9). İletişimin diğer bir tanımı da düşüncelerin aktarış biçimi olarak değerlendirilmesidir. İlk defa İngiliz emprizminin kurucusu olan John Locke tarafından ortaya konan mesaj modeline göre, iletişimde bulunmak sadece bir düşüncüyü dinleyicinin şifresinin çözebileceği şekilde kodlamakla ilgili bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. İletişim artık sözcüklerle düşüncelerin ifade edilmesinden çok daha bir şey olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Yazı, konuşma, mimik ve bedensel hareketler yoluyla gerçekleşen ve duyguların aracılık yaptığı normal iletişime ek olarak, zihinler arasında kurulan doğrudan temas anlamında iletişimden de söz edilebilmektedir. İletişimin diğer bir türü olarak da kitle iletişim araçları ve elektronik araçlarla kurulan iletişim şeklidir (Ünlü, 2004: 6). Duvar panoları, gazete, televizyon, sinema gibi bir kitlesel araçla dolayımlanan iletişim biçimi ise kitle iletişim kavramı olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişimi kavramını ise ilk kez 1940'ların başında Harold D. Laswell siyasal erk üstüne yaptığı çalışmalarda kullanmıştır. Toplumsal fenomenlerin çözümlenmesinde iletişimin öneminin tanımlanmasın yanı sıra, bu terimin kullanımının amacı toplumun örgütlenmesini yöneten modern koşulları belirtmek ve bu süreçte teknolojinin rolünü vurgulamak olmuştur.

Mutlu'ya göre kitle iletişimin başlıca özelliklerini şunlar oluşturmaktadır (Mutlu, 2012; 188-189):

- *“Kitle iletişiminin izlerkitle görece geniştir;*
- *İzlerkitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen, değişik ve çeşitli niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden bir topluluktur;*
- *İzlerkitle kimliksiz bir topluluktur, yani izlerkitle üyesi ve iletişimci genellikle birbirlerini kişisel olarak tanımazlar;*
- *Kitle iletişimi kamusaldır, yani içeriği herkese açıktır;*
- *Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir;*
- *Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir;*
- *İletişimciyle izlerkitle arasındaki ilişki izlerkitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur;*
- *İletişim geri döndürülemezcesine tek yönlüdür ve izlerkitlenin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır, böylelikle iletişim sisteminde göndericiyle alıcı arasında keskin bir kutuplaşma söz konusudur;*
- *Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda hem de bireye maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilirdir.”*

Mutlu, teknolojinin gelişmesiyle birlikte yukarıda belirtilen kitle iletişim aracı özelliklerinin bazılarının tartışmalı bir duruma sokulmuş olduğunu belirtmektedir. Tartışmalı bu durumun, diğer iletişim biçimleriyle bugünkü kitle iletişimleri arasındaki sınırın yeni teknolojiler tarafından belirsizleştirilmesinden kaynaklandığını belirtmektedir (Mutlu, 2012; 189). Bir diğer kitle iletişim tanımı ise, kitle iletişim araçlarını kullanmada uzmanlaşmış kurumların kitlelere ulaşma noktasında sahip olunan geniş bir ağı ifade etmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, kitle iletişimin yapısı da değişmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler her dönem büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü toplum çevreyle bütünleşmeyi sağlayan en önemli iletişim türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla kitlesel iletişimin gerçekleşmesini sağlayan kitle iletişim araçları vazgeçilmesi pek mümkün olmayan iletişim kanallarından olmaktadır (Aziz, 2016: 128). Kitlesel iletişimin kitle iletişim araçları kullanılarak

yapıldığı bir iletişim türü olması kitlesel iletişimin işlevlerinin toplumlar için çok önemli bir alan olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Kitle iletişimin toplum üzerindeki etkisinin farkına varılması, yeni teknolojiler üreten ve üretilmiş teknolojileri kullanan ülkeler tarafından bir gelişmişlik göstergesi olmasının yanı sıra, dünya üzerinde gerçek bir hâkimiyet kurmasına neden olmuştur.

Kitle iletişim araçları kavramının İngilizce karşılığı ‘massmedia’dır. Toplum aracı anlamına gelen bu kavramın kısaltması ise medyadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları ve medya birbiri tamamlayan iki kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Ünlü, 2004: 12). Kitle iletişim araçları ya da bugünkü diliyle “medya”, teknoloji odaklı kitlesel iletişimin yapıldığı araçlar topluluğunu kapsamaktadır. Tarihsel açıdan bakıldığında bu kapsamda tiyatro, kitap, dergi gibi yazılı basın ile televizyon, sinema, video-kaset ve internet gibi iletişim teknolojisindeki gelişmelerin ürünü olan araçlar kitle iletişim araçları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kitle İletişim araçlarının ortak özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir (Kaya, 1985: 12–13):

- Kitle iletişim araçları belirli bir düzen ve süreklilik taşımaktadırlar.
- Aktarılan iletiler belge niteliği taşımaktadır.
- Kitle iletişim araçları ve olayları geniş kitlelere aktarabilme ve aynı anda her yerde bulunabilme özelliği taşımaktadırlar.

Kitle iletişim araçları birçok farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Mesaj sunum biçimlerine göre yazılı, sözlü hem yazı hem sözlü araçlar olarak sınıflandırılırken; duyu organları esas alınarak yapılan sınıflandırma göre kitle iletişim araçları görsel, işitsel hem görsel hem işitsel araçlar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bunun yanı sıra mekanik araçlar ve mekanik olmayan araçlar şeklinde teknik açıdan da bir sınıflandırma söz konusu olmaktadır. Görsel kitle iletişim araçları dergi, gazete ve basılı ürünlerden oluşmaktadır. Radyo işitsel kitle iletişim araçlarındandır. Mesajların iletiminde sözlü olarak hedef kitleye ulaşmanın yanı sıra, hedef kitleye ulaşmada kullanılan en hızlı kitle iletişim araçlarındandır. Televizyon ve sinema ise hem görsel hem de işitsel kitle iletişim araçlarındandır. Göze ve kulağa hitap eden bu araçların etkinliği ve güvenilirliği artmaktadır. 1980 sonrası yaygınlık kazanan ve diğer kitle iletişim araçlarını bünyesinde barındıran kitle iletişim aracı ise internettir. Bilgi, belge ve haber yazılı olarak iletilmesi

açısından yazılı bir kitle iletişim aracı olan internet, sesli ve hareketli görüntüleri de sunmasıyla birlikte hem görsel hem de işitsel bir kitle iletişim aracı özelliği taşımaktadır. Gazete ve dergilerin internet yayıncılığı yapmaları, birçok radyo ve televizyonun da internet üzerinden canlı yayın yapabilmesi, internetin çok yönlü bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmesini sağlamıştır (Öztekin, 2007: 12). Kitle iletişim araçları ürettikleri içeriklere göre bir talep yaratmaktadırlar.

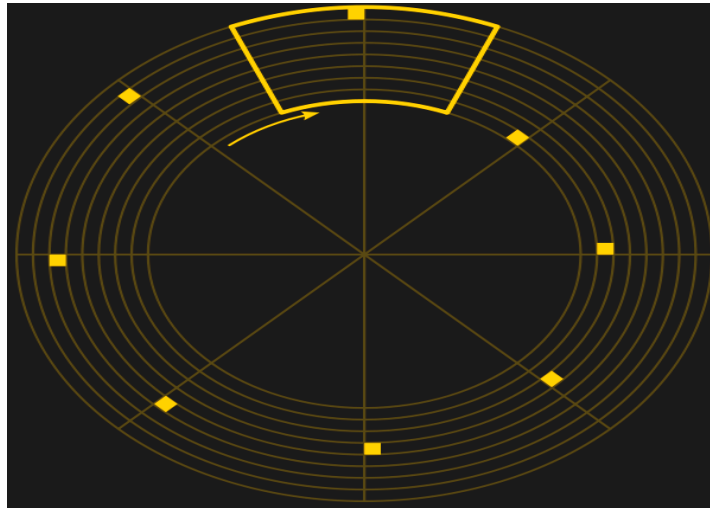
Kitle iletişim araçlarının genel nitelikleri ise şu şekilde ifade edilebilmektedir: Her şeye rağmen modern toplumda medya giderek önemli bir yer edinmektedir. Kitle iletişim araçları toplumsal denetimde etkili olduğu gibi toplumsal değişimde de oldukça etkili bir yere sahiptir. Toplumsal yaşamda gerçekliğin ne olduğuna dair tanımlamalar medya aracılığıyla oluşturulmakta ve topluma aktarılmaktadır. Bu sebeple medya topluma sürekli bir mesajlar sistemi sunar ve böylelikle normalin ne olduğunun başlıca belirleyicisi durumuna gelmektedir. Her toplumsal ilişki gibi kitle iletişimi de toplumsal bir etkileşimden meydana gelmektedir. Dolayısıyla sahip olduğu özgün yapı toplumsal yapıyı etkilemektedir (Ünlü, 2004:14). Bunların yanı sıra kitle iletişim araçları, topluma verdiği her türlü hizmette, toplumun yararını düşünmelidir. Ayrıca toplumu olumsuz etkileyecek mesajların verilmesinde hukuksal düzenlemeleri dikkate alarak o ülkedeki yerleşik gelenek ve görenekler doğrultusunda mesajlar verilmesi konusunda büyük bir titizlik göstermeleri gerekmektedir.

1.1. DÜNYA'DA TELEVİZYONUN KEŞFİ VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Televizyon en basit tanımıyla, sabit ya da hareketli resimlerin elektro manyetik dalgalar aracılığıyla uzaktaki alıcılara naklen iletilmesidir. Fransızca kökenli “televizyon” deyiminin anlamı ise “uzağı görme” dir. Başlangıçta söz konusu olan sabit resimlerin kısa mesajlar ve çizgi resimler göndermek için kullandığı “belinograf” adı verilen ve uzağa fotoğraf gönderebilen cihaz savaştan önceki yıllarda tasarlanmıştır. Dolayısıyla aslında bu cihaz televizyondan çok faks makinesinin atası olarak tasarlanmıştır (Jeanneney, 1998: 261). Haberleşmede kullanılan mors işaretlerinin sesin sinyallerle taşınabilmesiyle birlikte, görüntülerin de benzer biçimde taşınabileceği fikrini ortaya koymuştur. Böylelikle televizyon teknolojisinin de temelleri atılmaya başlamıştır.

Bunun yanı sıra televizyon teknolojisinin radyoya oranla daha karmaşık olması, çalışmaların çok daha yavaş gelişme göstermesine neden olmuştur.

Televizyonla ilgili ilk teknik buluş, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini, selenyum adlı kimyasal maddenin elektriğe karşı dirençli olduğunu ve aynı zamanda bu direncin güneş ışığında daha da azaldığını bulan Andrew May tarafından 1873 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu buluştan yaklaşık on yıl sonra Alman bilim adamı olan Paul Nipkow, sonradan döner disk adını verdiği bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirmiştir. Görüntüyü bulunduğu yerden başka bir alana taşıyabilen ilk araç olarak “döner disk” önemli bir buluş olarak kabul edilmektedir. Sonraları mekanik tarama olarak adlandırılacak olan döner disk, 1923 yılında Amerikalı Jenkins, 1925 yılında ise İngiliz Baird tarafından ilk deneme yayınlarını gerçekleştirmek için kullanılmıştır. Ancak İngiltere’de alınan ilk sonuçlar istenilen şekilde olmamıştır. Baird 1936 yılında ise, saniyede 24 resim ve 240 çizgi ile yaptığı denemelerde daha net bir görüntü elde etmeyi başarmıştır. Bu buluş, İngiliz televizyon yayıncılığının başlangıcında kullanılan mekanik tarama sisteminin temelini oluşturmuştur (Uslu, 2011: 22). Bunun yanı sıra daha net görüntülerin elde edilmesi için çözümlerin ülkeden ülkeye değişiklik göstermesi, bazen televizyonun ilerlemesini geciktiriyordu bilim adamları çalışmalarına devam etmişlerdir.



Şekil 1.1. Nipkow'un Döner Diski

1880’li yılların sonunda başlayan televizyon yayıncılığı, ikinci dünya savaşına kadar farklı ülkelerde teknik ve televizyon yayıncılığı alanında gelişmeler göstermiştir. Televizyon yayıncılığında, bant yayınları keşfedilene kadar canlı yayınlar gerçekleştirilmiştir. İkinci Dünya Savaşı’ndan önce başlayan bu çalışmalar, sınırlı sayıda

da olsa ilk kitlesel yayın demeleri olarak İngiltere’de ve Amerika’da (ABC, NBC, CBS) görülmeye başlamasına karşın, 1940’lı yıllarda gelindiğinde savaş dolayısıyla kesintiye uğramıştır. Hareketli görüntülerin uzağa aktararak televizyon yayıncılığının başlaması ise 1950’li yıllardan itibaren mümkün olmuştur. Bu yıllarda televizyon yayıncılığı konusunda İngiltere ve Amerika’ya dâhil olan ülkeler Almanya ve Fransa’dır. Sinemanın doğuşu ile gerçeklik algısı sürecinde değişim ve dönüşümlere neden durumu televizyon daha karmaşık bir hale getirmiştir. Aslında televizyon sinemadan farklı olarak 1950’li yıllardan itibaren kitlesel olarak aynı anda ulaşabildiği izleyicinin kendisine gelmesini beklemeksizin, özel ve mahrem alan olan evlere girerek ortak bir bilincin oluşmasını sağlamıştır. Dolayısıyla televizyonun ortak bir toplum bilinci oluşturması, onu dönüştürmesi ve yönlendirmesi açısından büyük bir güç olarak ortaya çıkmıştır (Şentürk, 2009: 18).

1945 sonrası ise, televizyon yayıncılığı için gerçek bir başlangıç olmuştur. Amerika savaşı İngiltere’ye oranla daha az zayıflamayla atlattı. Gelişimin daha yavaş olduğu İngiltere’de Amerika’dakine göre daha yavaş; ama Avrupa kıtasına göre oldukça hızlı bir biçimde gelişme gözlenmiştir. Amerika finansmanı yalnızca reklam olmasının yanı sıra, bunun ciddi bir gelir kaynağı olduğunu keşfetmesinin yanı sıra, İngiltere televizyon atılımını sürdürmek için önemli olayları kullanıyordu. 1952 yılında ölen VI. George’un cenaze töreni ve 2 Haziran 1953 yılında kızı II. Elizabeth’in taç giyme töreni İngiliz tarihinde ilk kez televizyon izleyici kitlesinin radyo izleyici kitlesini geçtiği söylenmektedir. Almanya ise savaş sonrası uğradığı yenilgi nedeniyle yavaş ilerlemesine karşın, dengeli ve özgür olması koşuluyla televizyonun gelişimini desteklemiş, bunun sonucu olarak da 1957 yılına gelindiğinde Federal Almanya Cumhuriyeti’nde televizyon alıcı sayısı 1,2 milyon; 1960’ta ise 4,6 milyonu bulmuştur (Jeanneney, 1998: 264).

İkinci dünya savaşından sonra teknolojinin gelişmesiyle birlikte televizyon yayıncılığı da hızlı bir şekilde gelişme göstermeye başlamış, teknik imkânların artmasıyla birlikte ABD’de ve Avrupa’da evlerin çatılarında televizyon antenleri yükselmiştir. Hatta oturma odalarının biçimleri değiştirilerek günlük yaşantı artık televizyona göre ayarlanmıştır. Bunun yanı sıra özellikle göçmen işçi sınıfının oldukça fazla sayıda olduğu ABD’de, sihirli bir kutu olarak görülen televizyon, 1950’li yıllarda yüzden fazla TV kuruluşunun kurulmasına ve ülkenin üçte ikisinde televizyon yayıncılığının başlamasına neden olmuştur. Bu durum televizyon yayıncılığının içeriğinin de gelişmesini zorunlu

kılmıştır. Belgesel, haber programları, müzik revüleri ve yarışmalar gibi radyo program ve türleri televizyon program ve türlerine uyarlanmıştır. 1955 ve 1956 yıllarında her hafta yayınlanmak üzere tüm ülkede büyük bir ilgi ve heyecanla karşılanan drama dizleri, bir tiyatro oyunuymuş gibi canlı olarak yayınlanmaya başlamıştır (Akalin, 2011: 13). Bu yayınların canlı olarak yapılması oyuncuların heyecanlanarak repliklerini unutmaması, yayın esnasında ortaya çıkabilecek aksaklıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Televizyon yeni bir teknik buluş olarak ortaya çıkıp, toplumla buluştuğunda sinemanın yarattığından çok daha büyük ilgi ve hayranlığa neden olmuştur. Çünkü o zamana kadar kısıtlı insanın dâhil olabildiği kültür ve sanat faaliyetlerine, artık televizyon alıcısına sahip olan herkes katılabiliyordu. İlk başlarda televizyonun bu potansiyeli yeterli görüldüğü için kendi özgün program türleri üretilmemiştir. Ancak zamanla televizyonun kendinden önceki kitle iletişim araçlarından farklı maddi ve teknik özelliklere sahip oluşu sebebiyle, televizyonun kendine özgü program türlerinin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Televizyonun kendinden önce yaygın olarak kullanılan kitle iletişim aracı olarak radyo yayıncılığından etkilenmesi ilk dönemlerde kaçınılmaz bir durum olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra televizyonun yalnızca işitsel değil aynı zamanda görsel bir özellik de taşıması da izleyicilerin ilgilerini canlı tutmak adına çalışmalar yapılması gerektiğini ortaya koymuştur.

Özellikle 1951 yılında ABD’de ilk renkli televizyon yayıncılığının başlaması televizyon yayıncılığı açısından önemli teknik bir buluş olarak kabul edilmektedir. Daha önceki süreçte, televizyonların reklam almaya başlaması ve tecimsel yayıncılığa izin verilmesi de televizyon kanalları arasında rekabetin artmasına ve daha çok izlenmek adına yeni program içerik ve türlerin geliştirilmesi gerektiği gerçeğini ortaya çıkarmıştır.

1.1.1. Sosyo-Kültürel ve Siyasal Nedenler

Televizyonun siyasi özgürlüğüne kavuşması, özellikle İkinci Dünya Savaşı Dönemi’nde yapılan çalışmaların aksamaması ve radyonun dönemin en etkili ve en yaygın kitle iletişim aracı olarak medya tahtına oturması sebebiyle zaman almıştır. İnsanlar uzun süreden beri uzağa resim göndermenin hayalini kurmaktaydılar. İlk zamanlar radyonun çelimsiz bir uzantısı olarak görülen televizyon, hızla büyüyerek bütün bu yargıları alt üst ettiği için tarihsel olarak belli bir ilgiyi hak etmektedir (Jeanneney, 1998: 260). Savaş

sonrası teknolojinin modern toplumlardan ayrılamaz bir parçaya dönüşmesiyle birlikte, teknolojinin toplum içindekini anlamının, bizzat toplumu anlamının bir parçası olarak önem taşımaya başlamıştır. Dolayısıyla bu durum özellikle televizyonun yalnızca kitle iletişim araçlarının kamusal işlevleri olan bilgi verme, eğlendirme, eğitme gibi işlevlerinin yanı sıra toplumsal yapının ve kültürün yeniden üretilip topluma aktarılmasında en büyük taşıyıcı etken oluşturmaktadır.

Özellikle devlet kontrolünde olan televizyonlar ülkeden ülkeye farklılık gösteren parametreler doğrultusunda yayınlarını yapıyordu. Başta hükümetin toplum üzerindeki görece ağırlığı, televizyon yayınlarının içeriklerini belirlemede önemli bir etken oluşturmaktaydı. Örneğin, BBC'nin ilk müdürü olan Reith'in "İngiliz Modeli" olarak ortaya attığı "bilgilendirmek, eğitmek, eğlendirmek" sloganları, televizyon yayıncılığının temel içeriklerini açıklıyordu. Bunun yanı sıra işleri bakanlığı kuramsal olarak bütün yayınlar üzerinde mutlak bir reddetme hakkına sahipti. Durum böyle olunca, eski bir demokratik geleneğe sahip ülkelerde bile devlet, televizyon üzerindeki doğrudan etkisini alıkoymaktan istemeye istemeye vazgeçmişti. Çünkü her şeyin merkezinde tüm siyasi kadrolar tarafından paylaşılmakta olan küçük ekranın mutlak gücü konusunda güçlü bir kanı bulunmaktaydı. Bu nedenle televizyonu denetlemek benzersiz bir güç elde etmek anlamına geliyordu. Dolayısıyla artık siyasetçiler bu güçle birlikte seçim meydanlarına gelmeyen, kendi evinde kararsız seçmene ulaşmanın hayalini televizyonla kuruyorlardı. Bu durumun kanıtlarından biri, 1960'ta Amerikan başkanlık seçimleri sırasında yaşanan Kennedy- Nixon tartışmasıdır. Nixon'un dizinin sakat olması ve makyajının kötü yapılması onu Kennedy'nin yanında bir hapisane kaçkını gibi gösteriyordu. Kennedy'nin avantajlı duruma geçtiğini gösteren araştırmalar, Batı Avrupa ülkelerindeki siyasilerin aklına televizyonun ne derece etkili olduğunu gerçeğini göstermiştir (Jeanneney, 1998: 266- 267). Bunun yanı sıra haber alma, eğlenme gereksinimi duyan toplum, işten eve geldiğinde rahat bir şekilde televizyonun karşısına geçip ülkenin gündemini öğrendikten sonra, hoşça vakit geçirme imkânına sahip oluyordu. Sinemaya gidenlerin sayısı azaldıkça, televizyonu takip eden gerçek bir izleyici kitlesi ortaya çıkmaya başlıyordu. 1950'li yılların ortasına gelindiğinde film şirketleri de en büyük düşüşünü sağlayan televizyonlara filmlerini satmaya başlamıştır (Briggs& Burke, 2011: 263). Böylelikle televizyon yalnızca haber ve bilgi verme aracı değil; aynı zamanda bir eğlence aracı

olmaya başlamış, gelişen teknolojinin de katkısıyla herhangi bir zamanda herhangi bir yerden yayın yapmaya başlamıştır.

1.1.2. Ekonomik Nedenler

II. Dünya Savaşı sona erdiğinde televizyona duyulan ilginin, radyo ve sinemaya duyulan ilgiye kıyasla sınırlı olmasına karşın, televizyona yönelik heyecan giderek artıyordu. Televizyonun yaygınlaşması için büyük yatırımlar yapılması zorunluydu, bu nedenle de yöneticiler tarafından ciddi bazı kararlar alınması gerekiyordu; ancak radyoya yatırım yapan güçlü çıkar çevreleri de televizyona yatırım yapılmaması konusunda baskı yapıyordu. Bunun yanı sıra televizyon hakkında yanlış fikirlere sahip çevreler, yalnızca üst gelir düzeyine sahip kısıtlı bir kesimin tarafından televizyona karşı bir ilginin olacağı kanaatindeydi. Bu anlayışın son bulmaya başlamasıyla birlikte az sayıda program yapılmasına karşın özellikle 1947- 1952 yılları arasında televizyon setleri üretiminde ciddi bir artış gözlenmiştir. 1948 yılında savaş sonrası yaşanan televizyon satışlarındaki patlama, “yoksul insanların en son ve en değerli lüksleri” olarak tanımlanan televizyon olarak tanımlanmış, o yıl “Televizyon Yılı” ilan edilmiştir. Çok fazla satılan televizyon cihazlarının borsadaki hisse senetlerinin değer artışı ise yüzde 134 olmuştur (Briggs& Burke, 2011: 262). Televizyon, özellikle savaştan sonra hızlı bir şekilde sanayileşmeye önem verilmesi, köyden kente göçün yoğunlaşması ve toplumun refah seviyesinin artmasıyla birlikte zorunlu ihtiyaçlarını karşılayan bireylerin, boş zamanlarını evde oturup televizyon seyrederek geçirmelerini sağlamış, bu durum televizyonun artık geri dönüşü olmayan yükselişinin başlangıcı olmuştur.

Televizyon kanallarının finansmanları yalnızca reklamdan sağlanıyordu. 1948 yılında televizyon reklamları 10 milyonken, 1960 yılında 1,5 milyar doları geçmişti. Dolayısıyla özellikle televizyonun en çok izlenen zamanları olan prime-time saatlerinde (20.00- 23.00) reklam alma süresi %20’ye ulaşmıştı. Amerika, İngiltere’ye oranla savaştan daha az hasarla çıkmıştı. Bu durum Amerika’nın Hollywood’a rağmen İngiltere’yi i televizyon sektöründe geçmesine neden olmuştu. Serbest piyasa ekonomisi ve kapitalizmin en yoğun olduğu ülke olan Amerika ise çözümü Hollywood filmlerinin televizyonlarda yayınlanması olarak bulmuştu. İngiltere ise, Amerikan televizyon yayıncılığı kadar gelişme gösteremese de Avrupa kıtasına göre en hızlı televizyon yayıncılığına sahip ülke olmuştur.

1.1.3. Teknolojik Nedenler

BBC tarafından televizyon yerine “sesli yayıncılık” denmesi tercih edilen televizyon yayıncılığı, icadından itibaren teknolojik gelişmelere bağlı olarak çeşitli sistemler kullanılarak yayınlar yapmıştır.

Televizyondaki ana mesajı görüntü oluşturmaktadır. Ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığıyla izleyicilere aktarılması ise Televizyon Yayını olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte birçok farklı yolla televizyon yayını yapılmaktadır. Bu yayın sisteminin ilki karasal yayın sistemleridir. Elektromanyetik dalgalar yolu ile izleyicilerin televizyon yayınlarını doğrudan alması amacıyla yapılan televizyon yayınıdır. Televizyon yayın sisteminde video kaynağını stüdyo oluşturmaktadır. Stüdyo ortamında hazırlanan ve video kayıt cihazına kaydedilmiş veya canlı olarak hazırlanmış programların, stüdyodan uzak vericilere aktarılması ya da uydulara iletilmesiyle karasal yayın gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra karasal vericiler ile ulaşamayan yerlere televizyon yayınlarını iletebilmek için de uydulardan yararlanılmaktadır. Bu televizyon sistemine de uydu yayın sistemleri denilmektedir. Başlangıçta pahalı olduğu için çok tercih edilmeyen bir yayın sistemi olsa da tek bir yayınlı bir ülkeye hatta birkaç kıtaya aynı anda yayın yapılabilme özelliği sayesinde en çok tercih edilen yayın sistemlerinden biri olmuştur. Bu yayın sistemi için Doğrudan Yayın Uydusu adı verilen uydular kullanılmaktadır. Uzayda ekvatorun 36000 km yukarıda yer alan ve dünya ile aynı hızda döndüğü için gökte durur gibi görünen bir sisteme sahiptir (Morgül, 2011: 22). Özellikle 20. Yüzyılın sonlarından itibaren teknolojiye hızlı gelişmeler doğrultusunda görüntü ve ses kalitesinin artması, sayısal televizyon yayıncılığının analog yayıncılığa göre avantajlarını ortaya çıkarmıştır. Bu avantajların en önemlisi sayısal televizyon yayıncılığının çok daha kaliteli ses ve görüntü imkânına olanak vermektedir. Tek bir kanaldan dört ila altı program yayınlanabilme imkânı da kanal kapasitesini arttırmıştır. Analog televizyon yayınlarının verileri yüksek yerlere yerleştirilen vericilerden elde edildiği için, hava koşullarına tabii olmak zorundadır; ancak bu durum sayısal televizyon yayıncılığı için geçerli değildir (Kırık, 2010: 33).

Her bir programa ait ses ve görüntü sinyallerinin fiber-optik ve koaksiyal kablolar aracılığıyla abonelere ulaştırılması kablolu televizyon yayıncılığı (cat) olarak kabul edilmektedir. Kablolu televizyon yayıncılığı kablunun evlerdeki ucunun alıcıya bağlanarak programların antenden alınıyormuş gibi sinyal almasıyla oluşmaktadır. Anten

yayın sisteminden çok daha kaliteli yayın sistemine sahip olduğu için oldukça fazla tercih edilmektedir. Özellikle büyük binalarda ve apartmanlarda kullanılan ortak anten sistemleri kablolu yayın sisteminin özel bir hali olarak karşımıza çıkmaktadır. Bütün bu televizyon yayıncılığının yanı sıra daha çok eğitim öğretim amacıyla ya da belirli amaçlar için kullanılan televizyon sistemlerine kapalı devre televizyon sistemi denilmektedir. Belirli yerlere konulmuş kameralar ve kablolar aracılığıyla monitörlere bağlanan ve kayıt altına alınan sistemlerdir. Bunun yanı sıra büyük binalarda, trafik kontrolünde de kullanılan sistemlerdir. Son olarak internet bağlantısı olan her yerde izlenebilen İnternet TV'ler (IPTV), özellikle bilgisayarların hızları ve işlem güçlerine bağlı olarak sabit bir yere bağlı olmayan istenilen zaman izlenebilme özelliğine sahiptir (Morgül, 2011: 25).

1.1.4. Türkiye Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi

Radio yayıncılığı dünyada hemen hemen aynı yıllarda gelişme göstermişken, televizyon teknolojisinin daha pahalı olması sebebiyle Amerika ve Avrupa dışında gelişmekte olan ülkelerde çok daha sonraki yıllarda gelişme göstermiştir. Bu durum Türkiye için de geçerli olmuştur.

Türkiye'de televizyon yayıncılığına ilk olarak 31 Ocak 1968 yılında TRT ile başlanıldığı toplum tarafından bilinen genel bir bilgi olmasına karşın, ilk televizyon yayıncılığına on altı yıl önce 1952 yılında bir üniversite televizyonu tarafından başlanmıştır. Yüksek Frekans Tekniği Kürsüsü Başkanı Prof. Dr. Mustafa SANTUR'un İTÜ Elektrik Fakültesine yazdığı kısa bir mektupla başlayan bu süreç, günümüz televizyon yayıncılığının Türkiye'de ilk adımlarının atılmasına neden olmuştur. 1948 yılında Prof. Dr. Mustafa SANTUR'un televizyon tekniği ve yayınlarındaki gelişmeleri yerinde görmek ve incelemek amacıyla Avrupa'da bir gezi düzenleyerek teknik gelişmeleri yerinde incelemiştir. Üç yıl süren araştırma ve çalışmalar sonucu 16 Temmuz 1951 yılında ilk adımları atmıştır (Tutuk ve Barutçu, 2018: 24).

Birçok imkânsızlıklara rağmen gerçekleştirilen yayınlar özellikle 1968-1969 yılları arası deneme yayınları olarak tarihe geçmiştir. Dördüncü beş yıllık kalkınma planına göre, 1974 yılında Türkiye'de TRT'nin gerçekleştirmiş olduğu televizyon yayınları toplam nüfusun yüzde 55'i iken, bu oran 1977'de yüzde 81,5'e ulaşmıştır (Bay, 2007: 44). Dolayısıyla televizyon yayıncılığı desteklendiği oranda büyük gelişmeler göstermiştir.

Devlet destekli özerk bir kurum olarak TRT, 12 Mart 1971 muhtırasının ardından sonra bu özelliğini kaybetmiştir. Bunun nedeni ise toplumsal gerginliklerin artması ve siyasal gerginliklerin zirveye ulaşmış olmasıdır. Anayasal dayanağını oluşturulan 121. madde değiştirilerek özerklik kaldırılmış, ardından 359 sayılı TRT yasasının değiştirip, ekler getiren 1568 sayılı yasa ile kurum tarafız hale getirilmiştir; ancak kurumun özerklik ilkesinden neden vazgeçildiği değişikliklerde belirtilmemiştir 12 Eylül 1980 askeri müdahalenin devamında 1982 anayasasında televizyon yayıncılığında yeni düzenlemeye gidilmiştir. Özerkliğin kaldırılmasından sonra TRT'nin maruz kaldığı dış baskılar yayın ilke ve politikaların belirlenmesinde ve yayınların yönlendirilmesinde önemli ölçüde etkili olmuştur. 359 sayılı yasada kurumun nasıl bir yayın politikası izleyeceği konusunda herhangi bir hükmün bulunmamasına karşılık, görev başlığı altında yayın içeriklerinin belirlenmesi konusunu aydınlatacak bir hüküm belirlenmiştir ve bu hükme göre TRT; radyo ve televizyon hizmetlerini görmek, eğitici ve öğretici yayınların yanı sıra kültür ve eğitime yardımcı, eğlendirici, yut içi ve yurt dışında tanıtıcı aynı zamanda doğru ve tarafsız yayın yapmak ile görevlendirilmiştir (Ünlüer, 2000: 48).

TRT'nin ilk televizyon yayıncılığı oldukça ciddi ve eğitim amaçlı yapılan yayınlardan oluşmaktadır İlk yıllarda eğitimin tamamlayıcısı olarak görülen televizyon, eşitleyici özelliği ve kalkınma bilincinin oluşturulması konusunda kendisine büyük bir misyon oluşturmıştır.

1990'lı yılların başında yapımına başlanan ve 1994 yılında yapımı tamamlanan TÜRKSAT uydusunun faaliyete başlamasıyla birlikte TRT-INT kanalının yayınları uydudan verilmeye başlanmıştır. Bunun yanı sıra, o dönemin başbakanı olan Turgut Özal'ın Türkiye'de yurt dışı destekli televizyon kanallarının açılabilceğini açıklaması üzerine, özel televizyon yayıncılığının ilk adımlarının atılmaya başlamıştır. İlk özel televizyon kanalı olarak Star 1'i, Magic Box ve Tele-on izlemiş, ardından kısa süre sonra da Show-TV ve diğerleri gelmiştir. Ancak halen daha özel kanallarla ilgili bir yasal düzenlemenin olmaması ve özel televizyon kanallarının artması tartışılan bir konu olmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra aynı zamanda TRT'nin kanal sayısı da artmaya devam etmiştir. 8 Temmuz 1993 tarihine gelindiğinde artık özel kanalların yasa dışı durumu anayasanın 133. maddesiyle yasal hale gelen bu maddede "radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir." İfadesi yer almaktadır. Aynı zamanda bu yasayla birlikte TRT'nin özerkliği de kabul edilmiştir (Tekiner, 2016: 39-40). 2000'li yıllarda gelindiğinde ise,

Türkiye’de bine yakın uydu üzerinden televizyon kanalının yayın yaptığı söylenebilmektedir. Özellikle ulusal kanalların program tür ve içerikleri açısından 2000’li yıllar, televizyon yayıncılığının zirvesi olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin ve kanal istasyonlarının gelişmesiyle birlikte, Türkiye’de en yaygın kullanılan kitle iletişim aracı olarak günlük hayatta yerini almıştır.

1.2. TELEVİZYON YAYINCILIĞI UYGULAMALARININ EVRİMİ/ DEĞİŞİMİ VE PROGRAM TÜRLERİ

Radyonun program türlerinde çeşitliliğin az olmasına karşın; 1950’li yıllara gelindiğinde televizyonda program türlerinde çeşitlilik artmaya başlamıştı. 1960’larda ise, drama evdeki izleyiciler için ilk sırada yer alıyordu. Broadway’den sağlanan tiyatro oyunlarının televizyonda yayınlanması ise, bir kısım tarafından eleştirilse de bir kültür göstergesi olduğunu düşünen diğer kısım tarafından desteklenmekteydi. Bütün bu tartışmalara rağmen Amerika tek biçimci televizyon programını çoktan benimsemeye başlamıştı. Ahlaki olarak birçok tartışmaya yol açsa da bilgi yarışmaları ve pembe diziler, bu tartışmaların başında yer alıyordu. Buna rağmen yalnızca Amerika Birleşik Devletleri’nde değil, tüm dünyada bilinen programlardan biri I Love Lucy, 1957 yılında çok popüler olmuştu. Sinemadan sonra sinemayla bile rekabet edecek bir sektör haline gelen televizyon kanalları, Hollywood’un gönlünü ise, yirmi yıl öncesinde yayınlanan western filmlerini yayınlayarak almıştı (Briggs& Burke, 2011: 263-264). Böylelikle televizyon kanalları kendi program türlerinin çeşitliliğini arttırırken, sinema filmlerinin yayınlamasıyla birlikte sinemanın türlerini de kendine eklemişti.

Televizyon yayıncılığının evrimi, özellikle özel televizyon yayıncılığının hızlı bir şekilde artış göstererek çok kanallı televizyon ortamında gerçekleştiği görülmektedir. Toplumla doğrudan iç içe geçmiş olan televizyon, aslında toplum iktidar ilişkilerinin ve kendini doğallaştırmak niyetinde olan bir anlam mücadelesinin en keskin biçimde gerçekleştiği kültürel yeniden üretme uzamı olarak, uluslararası üretimlerle bir çelişki içine girmiştir. Bu durum özellikle Türkiye’de televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak hayati bir öneme sahip olmasına neden olmuştur. Çünkü çoğu yurttaş eğitim, ekonomik ya da kültürel sermayelerin elverişsizliği nedeniyle bu eksikliklerini televizyon aracılığıyla ikame etmektedirler. 1980 yılı sonrasında bireyciliğin ön plana çıkmasıyla birlikte, televizyon birey kimliğini televizyon aracılığıyla öğrenmeye başlamış, kişisel

olarak deneyimleyemediği pek çok şeyi yine televizyon aracılığıyla ikame etmiştir. Bu ikameci içerik üretimi yeni program tür ve içeriklerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Çelenk, 2005: 16). Bütün bu değişimler iletişim tarihinin temel yapı taşlarından en önemlisi olan televizyon tarihiyle birlikte kendini göstermiştir. Örneğin TRT programcılığında daha çok kamu yararı, kurumsal işleyiş gibi program yayınlarının yanı sıra siyasal taraftarlığı gibi yayınlar sonraki süreçte eleştiri alan program türlerinden olmuş; yurt dışından ithal edilen filmlerden sonra artık ulusal ve bize ait hikâyeler ya da program türleri popüler hale gelmeye başlamıştır.

T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2014 Şubat ayında yayınlamış olduğu Program Türleri Kod Kitapçığında yer alan "Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları Tablosu" aşağıdaki tabloda gibidir (RTÜK, 2014: 11-21):

Tablo 1.1. Program Tür ve Tanımları

KOD NO	Tür Adı	TANIM
1.	Haber	Kamuoyunu bilgilendirme amacıyla ve nesnel bir bakış açısıyla izleyici ve dinleyicilere iletilen güncel, toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmelerin sunulduğu program türü.
1.1	Haber Bülteni	Kamuoyunun bilgi edinme ihtiyacını karşılamak amacıyla, güncel, toplumsal, siyasal, kültürel, ekonomik olay konu ve gelişmelerin, basın ve yayın meslek ilkeleri uyarınca, doğruluk ve çabukluk ilkesine uygun olarak izlenip, derlenerek, izleyici veya dinleyicilere, olağan dışı durumlar hariç düzenli olarak, belirli saatlerde sunulduğu program türü.
1.2	Haber Programları	Kamuoyunun bilgi edinmek ihtiyacını karşılamak amacıyla olay, konu ve gelişmeleri ayrıntıları ile ele alan ve değerlendiren; olağandışı durumlar dışında belirli yayın gün ve saatinde ve genellikle belli bir süre ile sınırlı olarak, düzenli biçimde izleyici ya da dinleyicilere sunulan program türü. Genellikle bültenler içinde değinilen aktüalite, siyaset, ekonomi gibi çeşitli konuların daha geniş ve daha detaylı bir şekilde aktarıldığı programlar, haftanın ekonomik olaylarının tartışıldığı yapımlar, günlük gazetelerin okunup yorumlandığı program türü.

Tablo 1.1. (Devamı)

1.3	Ekonomi Bülteni	Ekonomiye dair bilgilerin aktarıldığı ve para ve sermaye piyasası işlemlerinin ve bu piyasalarda kullanılan enstrümanların değişimlerinin sunulduğu program türü.
1.4	Hava ve Yol Durumu	Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden ve uydudan alınan veriler ışığında genel izleyici kitlesinin bilgilenmesi ve önlem alması amacıyla hava sıcaklık tahminlerinin, rüzgâr hızı ve yönü, denizlerdeki sıcaklık ve nem oranı bilgilerinin verildiği; Karayolları Genel Müdürlüğü'nden alınan çalışma yapılan ve kapatılan yolların bilgilerinin yer aldığı program türü.
1.5	Spor Bülteni	Sporun her türüyle ilgili dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmelerin kısaca aktarıldığı program türü.
2.	Güncel Programlar	Toplum ve insan yaşamında karşılaşılan çarpıcı ve genellikle münferit olayları konu alan program türü.
2.1	Yorum Programları	Siyaset, ekonomi, spor vb. kamuoyunu ilgilendiren güncel konuların bazen tek bir bakış açısıyla, bazen de farklı görüşlerin bir arada dile getirilerek sunulduğu program türü
2.2	Sohbet Programları	Çeşitli konuları ele alan söz ve sohbet program türü
2.3	Dini Tören Yayınları	Dini anlamda önemli zamanlarda yapılan yayınlar
2.4	Kriz Dönemi Canlı Yayınlar	Dinsel, etnik, siyasi çatışmalar, savaşlar, terör amaçlı saldırılar, doğal afetler, salgın hastalıklar ve benzeri olağanüstü durumların ortaya çıkardığı kriz zamanlarında yapılan yayınlar
2.5	Seçim Yayınları	Seçimlerle ilgili olarak; Yüksek Seçim Kurulu tarafından belirlenen seçim dönemlerinde yapılan ve Yüksek Seçim Kurulu tarafından usul ve esasları düzenlenen tüm yayınlar
2.6	Siyasi Parti Faaliyetleri Yayınları	Seçim dönemleri dışındaki siyasi parti faaliyetlerini de kapsayan yayınlar
2.7	Ulusal ve Uluslararası Törenlerin Naklen Yayınları	Resmi ve gayri resmî tören, sempozyum, kongre, cenaze vb. toplantıların yayını
2.8	Sosyal Amaçlı Kampanya Programları	Ulusal ve uluslararası çapta belirli bir toplumsal amaca yönelik olarak belli kriz dönemlerinde yapılan yayınlar
3.	Kültür Programları	Toplumsal düşünce ve hayat şekline konu teşkil eden ve nesilden nesile aktarılan inanç, bilgi ve uygulamaların korunması, geliştirilmesi, yayılması ve zenginleştirilmesi amacıyla hazırlanan program türü

Tablo 1.1. (Devamı)

3.1	Belgesel Programlar	Konusunu ve materyalini gerçek olaylardan ve tabiattan alan, olayı ya kendi tabi çevresi ve akışı içinde ya da buna en yakın biçimde sonradan kurulmuş düzenlemeler içinde seçilmiş yerlerde işlenen, çoğunlukla bilime dayalı belli sınıflandırmalarla tespit edilen durumun izleyiciye sunulduğu program türü
3.2	Bilgi-Kültür Yarışmaları	Katılımcıların çeşitli konularda bilgi ve genel kültür seviyelerini ölçen, aynı zamanda izleyici ve dinleyicilerin de bilgilenmelerini sağlayan yarışma programı
3.3	Kültür ve Sanat Programları	Toplumsal düşünce ve hayat şekline konu teşkil eden ve nesilden nesile aktarılan inanç, bilgi ve uygulamalarının, kültürel ürünlerin ve güzellik, tasarım ile duygu aktarımlarının yansıtıldığı, tanıtıldığı ve sanatın her dalıyla ilgili güncel ya da tarihsel gelişmeleri anlatan program türü
3.4	Yaşam Tarzı ve Eğilimlerle İlgili Yapımlar	Çeşitli yaşam biçimleri ve mekânları ile ilgili güncel eğilim ve gelişmelerin anlatıldığı programlar
3.5	Sektör Tanıtım Programları	Çeşitli sektörlerdeki gelişme ve yeniliklerin anlatıldığı program türü
3.6	Gezi Programları	Çeşitli yemek, mekân ve toplumsal olguların yerinde gezilerek ve görülerek tanıtıldığı program türü
4.	Eğitim Programları	Toplumsal farklı kesimlerine hitap eden ve hayatta gerekebilecek farklı bilgi ve beceri türlerini kapsayan eğitim amaçlı hazırlanmış program türü
4.1	Örgün Eğitime Destek Programları	Doğrudan örgün eğitimi ve her seviyede eğitimi destekleyici veya kişisel anlamda geliştirici program türü
4.2	Yaygın Eğitim Programları	Örgün eğitim imkânlarından hiç yararlanmamış, gittikleri okuldan erken ayrılmış ya da örgün açık eğitim kurumlarına devam etmekte olanlar veya meslek dallarında, toplumsal yaşamda daha yeterli duruma gelmek isteyenler için hazırlanan program türü
4.3	Bilgi-Beceri Programları	Yemek, eliş gibi her türlü bilgi-beceri kazandırmaya yönelik program türü
4.4	Sağlık Programları	İzleyicilere çeşitli sağlık problemleri ile ilgili bilgi veren ve halkı bilinçlendirmeyi amaçlayan program türü
4.5	Dini Eğitim Programları	Dini içerikli bilgiler vermeyi amaçlayan eğitim program türü
5.	Gerçek Yaşamlar	Kişilerin gerçek yaşamlarına dayanan olayların ele alındığı program türü
5.1	Reality Show	Reality-show olarak tanımlanan, genellikle canlı olarak yayınlanan, kişisel felaketleri ve benzeri olayları (cinayet, aile içi kavgalar vb.) konu alan program türü
5.2	Gerçek Hayat Hikâyeleri	Kişilerin hayat hikâyeleri üzerine kurgulanmış program türü

Tablo 1.1. (Devamı)

6.	Drama	Bir sözcüğün, bir kavramın, bir davranışın, bir fikir ya da yaşantının veya bir olaylar dizisinin, tiyatro ve sinema tekniklerinden yararlanarak canlandırıldığı yapım türü
6.1	Dizi Filmler	Birden çok bölüm halinde yayınlanan, tavır, tutum, deyiş yönünden birbirine bağlı olan aynı konunun veya birbirini izleyen konular bütünlüğünün işlendiği drama program türü
6.2	Sinema ve Televizyon Filmleri	Konuların hareketli görüntüler olarak, sinema tekniğine uygun biçimde işlenmesiyle ortaya konduğu, gerçek görüntüler dışında bilgisayar teknolojilerinden de yararlanarak oluşturulan animasyonları da kapsayan program türü
7.	Eğlence Programları	Neşeli ve hoşça vakit geçirilmesi amaçlanan program türü
7.1	Magazin Programları	Eğlence dünyası ile ilgili magazin konularını işleyen haber ve yorum program türü
7.2	Drama Öğeleri İçeren Eğlence Programları	Skeç, tiyatro, video kaydı, şaka gibi içeriklerle sunulan senaryolu ya da doğaçlama görsel eserlerin sunulduğu program türü
7.3	Müzik Ağırlıklı Programlar	Sunucunun bulunduğu ve sohbetle beraber ağırlığın müzik parçalarında ve video kliplerinde olduğu program türü
7.4	Müzik Video Klipleri	Sunucu olmaksızın sadece müzik video kliplerinin yayını
7.5	Konser Yayınları	Müzisyenlerin toplu alanlarda verdikleri konserlerin ekrana yansıtıldığı program türü
7.6	Beceri ve Direnç Yarışmaları	Şans ağırlıklı eğlence-yarışma programları, oyunlar v.b. program türü
7.7	Spor Karşılaşmaları Yayınları	Çeşitli spor dallarına ait karşılaşmaların yayını olan program türü
7.8	Show ve Gösteriler	Bir topluluk önünde gösterilen beceri veya oyun yayını olan program türü
7.9	Talk-Show	Sunucunun ağırlıklı olarak görev üstlendiği, izleyici ve konukları eğlendirme amacı olan sohbetlerin yapıldığı, eğlence ağırlıklı program türü
7.10	Kuşak Programları	Toplulun değişik kesimlerinde izleyiciye yönelik bilgi, açıklama ve ilgi çekici canlı müzik parçaları ile oluşturulan; kısa, uygulanabilir bilgilerin yer aldığı; izleyicileri ilgilendiren şahsi ve sosyal konularla insanların ve toplumun günlük yaşayışından alınmış çeşitli unsurların, belirlenen amaç, hedef ve ilkelere uygun olarak bir veya birden fazla sunuş tekniği ile işlendiği, kendi içinde bir bütünlüğü olan program türü

Tablo 1.1. (Devamı)

8	Çocuk Programları	Çocuklara yönelik hazırlanmış, çocukların zevklerini ve öğrenim alışkanlıklarını oluşturan ve bunlara uygun program türü
8.1	Okul Öncesi Çocuk Programları	Okul çağına girmemiş çocuklara yönelik olarak psiko-motor gelişimleri dikkate alınarak hazırlanmış program türü
8.2	Çizgi ve Animasyon Filmler	Hareket ve çizgi biçimleri kullanılarak, tek kare çekimleri ile varlıklara hareket kazandıran, çoğunlukla çocuk seyircilere mesaj aktarmak için faydalanan program türü
8.3	Çocuk Eğitim Programları	Çocukların ihtiyaç ve zevkleri değerlendirilerek eğitim amaçlı hazırlanan program türü
8.4	Çocuk Aktivite Programları	Çocukların ekran başında durmaktan ziyade tek başlarına veya arkadaşlarıyla birlikte gerçekleştirebilecekleri aktiviteleri öğreten ve bunları yapmaya teşvik eden program türü
8.5	Çocuklara Yönelik Drama	Çocukların anlam dünyası dikkate alınarak bir sözcüğün, bir kavramın, bir davranışın, bir fikir ya da yaşantının veya bir olaylar dizisinin, tiyatro ve sinema tekniklerinden yararlanarak canlandırıldığı yapım türü
8.6	Çocuk Haber	Çocuklara yönelik olarak güncel, toplumsal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmelerin sunulduğu program türü
8.7	Çocuk Yarışma	Çocukların yarışma duygusuyla yetkinlik ve beceri kazanması amaçlanan ya da bilgi ve kültür seviyelerini ölçen program türü
9.	Ticari İletişim ve Tanıtım	Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesi
9.1	Reklam Kuşakları	Bir ya da birden çok reklamın birbiri ardına verildiği reklam yayını
9.2	Tele-Alışveriş	Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere, mal veya hizmetlerin bir ücret karşılığında temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayını
9.3	Bant Reklam	Program yayını esnasında ekrandaki görüntü üzerinde, programın bütünlüğünü bozmamak kaydıyla, tanıtımı yapılan ürün, hizmet veya kuruluşun reklamının görüntüyü çerçevelemek yoluyla ya da alt yazı ile veya logosunu göstermek suretiyle yapılması olan ticari iletişim türü

Tablo 1.1. (Devamı)

9.4	Siyasi Reklam	Yüksek Seçim Kurulu tarafından ilân edilen seçim döneminde yayın yasaklarının başlayacağı saate kadar veya seçim dönemi dışında yayınlanan siyasî parti ve aday reklamları
9.5	Program Desteklemesi	Yayın hizmetinin sağlanmasıyla veya görsel-işitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkıyı içeren ticari iletişim türü
9.6	Ürün Yerleştirme	Bir ürün, hizmet veya ticarî markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde gösterildiği her tür ticarî iletişim
9.7	Program Tanıtımları	Medya hizmet sağlayıcının, izlenmesini veya dinlenmesini teşvik etmek amacıyla, kendi programlarının konusunu ve özelliklerini tanıtmak, yayın günü ve saatini duyurmak veya hatırlatmak üzere yaptığı, bazen müstakil bir program da olabilen yayın türü
10		Diğer
10.1	Logo ve Çağrı İşareti	Medya hizmet sağlayıcılarının Üst Kurul ve ilgili kurumlara tescil ettirmek zorunda oldukları hizmet adının veya bu adın harf veya sözcüklerinin blok hâlinde grafik tasviri veya sesli duyurusu
10.2	Koruyucu Sembol	Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak semboller
10.3	Kamu Spotları	Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantlar

İşte program türleri, üstteki tabloda da belirtildiği üzere, başlıca bu çerçeve doğrultusunda genel hatlarıyla değerlendirilebilmektedir. Yapım biçimlerine göre yayınlar ise Gökçe'ye göre beş başlık altında ele alınmaktadır (Gökçe, 2012: 61- 62):

Tablo 1.2. Yapım Biçimlerine Göre Yayınlar

Düz Programlar	Bir spikerin anlatımının olabileceği gibi, iki kişinin karşılıklı konuşması ya da soru cevap şeklinde olmaktadır. Programın temel amacı doğrudan ve en kısa yoldan izleyiciye ulaşmaktır. Özellikle tek sesli olan ve uzun süren televizyon programlarda ilgi bir süre sonra dağılmaktadır.
Müzik Programları	Müzik programının içinde yalnızca müzik değil, söz unsuru da yer alabilmektedir. Programın temel niteliği müzik olmasına karşın, açıklayıcı ve tanımlayıcı konuşmalar da yer alabilmektedir. Konuşma ve sözlerin olduğu televizyon programlarında da müzik kullanılabilir; ancak bu tarz programlar genel nitelik itibarıyla sözlerden oluştuğu için müzik programı olarak kabul edilmemektedir.
Dramatize Programlar	İletilmek istenen bilginin oyun biçiminde sunularak daha ilgi çekici hale getirilip etki uyandıracağı gerçeğinden yola çıkılarak hazırlanan televizyon programıdır.
Eğlence Programları	Programın içeriği adından da anlaşılacağı üzere eğlence unsurlarını içeren unsurların yer aldığı program türüdür. Müziğin yanı sıra dans, gösteri ve güldürü öğelerini de içerisinde barındırmaktadır.
Çok Kişili Programlar	Açık oturum, yarışma ya da tartışma programlar gibi ikiden fazla kişinin yer aldığı televizyon programlarıdır. Bu programların temel amacı bilgi vermek, heyecanlandırmak ve izleyicileri aydınlatmaktır.
Karma Programlar	Üst tabloda yer alan programların birçok biçimini kapsayan televizyon programıdır. Bu tarz program türleri televizyon yönetimlerinin tutumlarına göre değişiklikler gösterebilmektedir.

Televizyon programları kendinden önce gelen kültür biçimlerinden ve ortamlarından büyük ölçüde etkilenmiştir. Gazete, sinema ve ilan sütunları gibi birçok biçim gelişen teknolojiye uygulanırken, aynı zamanda çeşitliklere de uğrayarak gelişme göstermiştir. Bunun yanı sıra önceden var olan; ancak yeni teknolojiyle birlikte değişerek gelişim gösteren televizyon programları da söz konusudur. Başta haber programları, film, drama programları olmak üzere müzik, eğlence, spor programları, vb. bu tarz televizyon programlarına örnek teşkil etmektedir. Ayrıca, sosyal medyada yayınlanan programlar gibi kendi teknolojisi içinde kendine özgü program türleri içeren biçimler ortaya çıkmaktadır. Televizyon, öznesi ve hedef kitlesi insan olan tüm ilgi alanlarını ve eylemlerini konu edinebilme özelliğine sahiptir. Özetle, insanların sorunları, yaşamsal faaliyetleri program içerik ve niteliklerini belirlemektedir. Programların teknik olarak sınıflandırılması ise bazı ana başlıklar altında incelenmektedir. İlk olarak, haber, eğitim, kültür, müzik, spor ve reklam gibi programın amacına göre yapılan programlardır. İkinci başlık, hedef kitlenin özelliklerine göre yapılan televizyon yayınlarıdır. Bu yayınların özellikleri yaş grupları, meslek grupları, vb. ne yönelik televizyon yayınlarıdır. Üçüncü sınıflandırma, uluslararası, ulusal, yerel ve bölgesel gibi kapsama alanına göre yapılan

sınıflandırmadır (Gökçe, 2012: 61). 2000'li yıllardan sonra özellikle uydu alıcılarıyla yapılan televizyon programları yer almaya başlamıştır. Yerel kanallar uydu alıcıları aracılığıyla dünyanın her yerinden izlenebilmektedir. 2010'lu yıllara gelindiğinde niş olarak nitelendirilen içerisinde özel televizyon programlarının olduğu kablolu kanal yayıncılığı artış göstermiştir.

1.2.1. Televizyon Yayıncılığının Kamusal İşlevleri

Toplumdaki hemen hemen herkesin kitle iletişim kapsamı içine girerek, iletişim teknolojilerinin bireyin günlük yaşamında yoğun bir biçimde yer alması, modern toplumların en önemli özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Modern toplumda yalnızlaşan birey, kitle iletişim araçları sayesinde yaşadığı toplum ve dünyadan haberdar olarak eklemlenmektedir. Modern toplumlarda bireyler, dış dünyayı kitle iletişim araçları sayesinde anlamlandırmaktadırlar. Diğer bir ifadeyle bireyler, ideolojileri ve düşünsel ve sembolik mesajları kitle iletişim araçları sayesinde öğrenmektedirler. Kitle iletişim araçlarının etki ve işlevlikleri konusunda farklı görüşler ortaya çıkarsa da temelde iki eksen etrafında toplanmaktadır. İlk olarak, medyanın fikirlerin özgürce ifade ve temsil edildiği, bağımsız, demokratik ve tarafsız bir ortam olarak gören liberal çoğulcu yaklaşım; diğeri ise medyayı eşitsizlikleri ve egemen ideolojiyi yeniden üreten veya inşa eden bir araç olarak gören eleştirel yaklaşımdır (Öztekin, 2007: 18).

Bilgi, tutum ve davranışların aktarılması olarak tanımlandığında, iletişim verilen mesajın alıcı tarafa bilgi aktarırken, toplumun tutum ve davranışlarını da değiştirmeyi amaçlamaktadır. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse kitle iletişim araçlarıyla birlikte verilen mesajla birlikte mesaja maruz kalan alıcını toplumsallaştırılması amaçlanmaktadır. Bu iletilerin sonunda bireyin toplumla bütünleşerek toplumun bir parçası haline gelmesi amaçlanmaktadır. Çünkü birey, iletişim yoluyla toplumsallaşarak sosyalleşmektedir. Yaşamı boyunca yeni bilgilerle donatılan birey, bu bilgilerin büyük bir bölümünü kitle iletişim araçlarıyla elde ettiği mesajlarla sağlamaktadır (Aziz, 2016: 55).

Televizyonun toplumsal düzene etkisi çok yönlü olmaktadır. Bunlar; aile düzenine etkisi, kültürel yapı ve dil kullanımına etkisi, tüketim alışkanlıklarına etkisi, boş

zamanların değ erlendirilmesine etkisi, ahlaki anlayış ya da tutum ve davranış lar üzerine etkisi, ekonomiye etkisi, eğitim ve  ğ retim alanına etkisi olarak sınıflandırılabilir.

Sanayi Devrimi'nden sonra modernleşmeye başlayan toplum yapısı değ işmeye başlamıştır. Bunun sonucu olarak da cemaat yapı etkinliğini kaybetmeye başlamış, bunun yanı sıra da formel yapı etkinlik kazanmaya başlamıştır. Aynı şekilde geniş aile yapısından, çekirdek aile yapısı bu modern toplumlarda daha fazla gör lmeye başlamıştır. Televizyon da bu aile yapısına girerek, adeta evin ve ailenin bir parçası haline gelmiştir. Televizyonun aile içine girmesiyle birlikte, aile içindeki ilişkiler de değ işimler yaşamaya başlamıştır. Televizyonun, izleyicisini içine alma özelliğ i, tüm dikkatleri üzerine alarak, çoğ u zaman aile  yeleri birbirleri ile konuşmaktansa televizyonu takip etmeyi tercih etmelerine neden olmaktadır. Bu da zaman zaman aile içinde sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır (Şahin, 2011: 243- 277).

Televizyonun aile üzerindeki etkisi, ailenin kültür ve eğitim düzeyine göre değ işme göstermektedir. Aynı eğitim ve kültür düzeyinde bir değ işkenlik göstermezken, yüksek eğitim ve kültür düzeyinde olan aileler arasında bir gerginliğ in mevcut olduğ u tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, televizyonun aslında aileleri bir arada tutan bir işleve sahip olduğ u sonucuna da varılmış tır. Araştırma bulgularına göre: Televizyon izlemek için bir arada bulunanların yüzde 52,6'sı, bu yüzden bireyler arasında bir içtenlik, bir yakınlaş ma olduğ unu belirtmiş lerdir. Yüzde 12 si, bu bir arada oluş un içtenlik değ il, tartışma, gergin, sinirli bir hava yarattığ ını söylemiş lerdir. Geri kalan ise herhangi bir farklı durumun ortaya çıkmadığ ı kanısındadırlar. Burada önemli olan nokta, yukarıda da belirtildiğ i gibi, yüksek eğitim ve kültür düzeyinde olanlar arasında sinirli-tartış malı bir durumun meydana geldiğ inin belirtilmesidir. Cinsiyet yönünden üzerinde durulmaya değ er husus ise, içtenlik ve yakınlaş mayı belirtenlerin kadınlarda daha fazla oluş udur (Aziz, 1981: 91). Televizyonlarla birlikte ailelerin uyku düzeni de değ işme göstermektedir. Özellikle çocuklar akş am olunca televizyon izlemek istedikleri için yatmak istememektedirler. Ayrıca pedagoglar, mümkünse üç yaş na kadar çocuklara çizgi film dâhil, asla televizyon izletilmemesi gerektiğ ini belirtmiş lerdir. Bunun yanı sıra yine aile içi kaynaş ma açısından büyük önem taşıyan yemek yeme düzeni televizyonlardaki programlara göre değ işkenlik göstermektedir.

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte sosyal ve bireysel olarak kitle iletişim araçlarının önemi artmıştır. Çünkü kitle iletişim araçları, bir yandan gelenekseli değiştirip dönüştürürken, diğer yandan da hâkim güçlerin ürettiği yeni kültürü, egemen kültür haline getirmektedir. Bu egemen kültür, popüler kültürdür. Bu kültür kitleler için hazır paket gibidir ve kargo görevini de en yaygın kullanılan iletişim aracı olan televizyon üstlenmektedir. Gerçekten de özellikle gelişmekte olan ülkeler üzerinde, gelişen ülkelerin egemen olması kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Gelişen ülkeler, küresel köy haline gelen dünyamızda, kendi kültürlerini, “popüler” olarak gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelere, gelişmiş teknolojileriyle ve kitle iletişim araçlarıyla dayatmaktadır.

Ahlaki anlayış, toplum içindeki sözlü olmayan, ancak oldukça etkili yaptırım gücüne sahip kültürel önemli bir dinamiktir. Toplumun ahlaki yapısına ters olan tutum ve davranışlar, o toplumdaki düzenin bozulmasına neden olmaktadır. Televizyon ise, toplumdaki geleneksel ya da popüler olan bütün dinamikleri istediği yönde değiştirip, dönüştürme özelliğine sahiptir. Bu da televizyona bağımlı olan bireylerin, ister istemez kendilerine sunulan davranışları benimseyip, davranışa dönüştürmelerine neden olmaktadır. Yine bu durum da aslında teker teker bireylerden başlayıp, toplumun geneline yayılarak toplumsal bir buhrana neden olmaktadır (Şahin, 2011: 251). Televizyonlar her şeyi olduğu gibi, insanların tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. Gözlemlere göre tutum ve davranış değişiklikleri yetişkinlere göre çocuk ve gençlerde daha etkin bir şekilde görülmektedir. Televizyon aracılığıyla, popüler kültürün sunduğu büyümlü bir dünyaya kavuşma hayaliyle birlikte çocuk ve gençler, istenilen davranışa yönelik tutum ve davranışlarını değiştirebilmektedirler.

Televizyon, görsel ve işitsel öğelerden oluşan bir kitle iletişim aracıdır. Dolayısıyla kullanılan dil ile, izleyicilere bilgi nakdi yapılmaktadır. Toplumu oluşturan bireylerin sağlam bir dil kullanımına sahip olabilmesi iyi bir eğitimle sağlanabilmektedir. Bu da dil okullarındaki alınan eğitime sağlanabilmektedir. Ancak sürekli hayatımızın içinde bulunan televizyonun, dilde iyi veya kötü alışkanlıklar oluşturmada, okuldan daha önemli rol oynadığını ileri sürenler de vardır. Kitle iletişim araçlarında kullanılan dilin özentsiz ve gelişmiş güzel kullanılması, dilin yozlaşmasına neden olmaktadır ve aynı zamanda da insanlar arasındaki iletişim bozukluğuna da yol açmaktadır. Televizyonlarda yabancı sözcük kullanımı da yozlaşmaya neden olan büyük etmenlerdendir. Ayrıca, yabancı sözcükler ve kötü kullanılan dilin, çocuklar üzerinde de olumsuz etkileri de oldukça

fazladır. Çünkü erken yaşlarda başlayan yanlış dil kullanımı, çocuklar için ileri yaşlarda da devam etmektedir (T.C. EARGED, 2008: 13-14).

İletişim kavramının sistematik olarak düzenli bir hale dönüşmesiyle birlikte bireyler ve toplumlar arası ilişkiler de aynı şekilde bir düzene girerek, bu süreci tamamlayan yasa ve değerlerinin ve aynı zamanda kültürel normların da değerlendirilmesinin olası hale dönüşmesini sağlamıştır. Bu noktada kitle iletişim araçları bu norm ve değerlerin bireylere, toplumlara ve toplumlar arası aktarımında büyük rol oynamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının diğer önemli işlevlerinden biri de kamuoyu oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Kamuoyu kavramı, halkın kamuoyu ilgilendiren konulara ilişkin kanıların toplamıdır (Mutlu, 2012: 173). Kitle iletişim araçları, günümüzde haber ve iletileri çok kısa süre içerisinde geniş kitlelere ulaştırabilme özelliğiyle kısa süre içerisinde kamuoyu oluşumunda en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kişilerarası ilişkilerinin yavaş yavaş son bulduğu ve bireyin giderek yalnızlaştığı günümüz toplumlarında, insanların yakın çevreleri de dâhil olmak üzere tüm dünya hakkındaki bilgilere kitle iletişim araçlarıyla ulaştıkları gerçeği ve bireyin sosyalleşme sürecinde kitle iletişim araçlarının ne denli önemli yer tuttuğu ortaya çıkmaktadır (Öztekin, 2007: 20). Televizyon son derece yaygın bir kitle iletişim aracı olarak toplum hayatını etkilemeye ve etki alanını geliştirmeye devam etmektedir. İnsanlığın yaşamış olduğu dönemler, geçirmiş oldukları zaman diliminin önemli kavramlarıyla adlandırılmaktadır. Tunç çağı, demir çağı, atom çağı, uzay çağı, bilgi çağı vb. gibi dönemler bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir. Yaşadığımız ve içerisinde bulunduğumuz dönem için sıkça “televizyon çağı”, “bilişim çağı” tanımlamaları yapılmaktadır (Bay, 2007: 40). Bütün bu tanımlamalar, televizyonun günümüzde ne denli bir noktada önem taşıyan bir kitle iletişim aracı olduğunu göstermek açısından önemlidir. Diğer yandan gelişen teknolojinin etkisiyle televizyon biçimsel bazı değişimlere de uğramaktadır. Bu durum iletişim tarzının da farklılaştığını göstermektedir. Televizyonlarda sayısal teknolojinin de kullanılmasıyla birlikte televizyon yayınlarının etkileri daha genişlemiş ve geleneksel televizyonun tek yönlü iletişim biçimi yerini izleyicinin de aktif olarak katılım sağladığı çift yönlü bir iletişime doğru gelişmeye başlamıştır.

1.2.1.1. Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi

Haber verme bilgilendirme işlevi, geniş anlamda toplumsallaştırma işlevi içerisinde bulunsa bile dar anlamı ile kişiye haber niteliğinde bilgi aktarma olarak tanımlanmaktadır. Kişiyi uzak ya da yakın çevresinde olup bitenler hakkında bilgilendirmek bu tür iletişimin temel amacını oluşturmaktadır. Haberin kişide tutum ve davranış değişikliği yapabileceği gibi, bilgi aktarma, kültürleşme kavramı gibi bilgi türleriyle de açıklanabilmektedir. Örneğin, aile içinde sözlü iletişim türü olabildiği gibi, uzaktan iletişim araçlarıyla da mesajlar aktarılabilir. Çevre ilgili bir haber verildiğinde çoğunlukla kitle iletişim araçları kullanılabilmektedir (Aziz, 2016: 57).

Kitle İletişim araçları 19. Yüzyılın başlarından itibaren yaygınlık kazanmaya başlayan liberal- çoğulcu düşünceye göre, bilgilendirme ve farklı görüşleri temsil etme işlevlerine sahip olmaları sebebiyle toplum yararına denetlenecek olan yasama, yürütme ve yargı güçlerini kontrol edecek olarak dördüncü güç olarak kabul görmektedir. Seçim yoluyla belirli bir süre için iş başına toplum tarafından getirilmiş olan kişiler, kitle iletişim araçlarının devreye girmesiyle birlikte, toplum adına bütün bu görevleri yerine getirmek adına, toplumun gözü ve kulağı olmaktadır Kitle iletişim araçlarının bu görevi çağdaş toplumlarda demokrasinin ön bir işlerlik kazanması adına ön koşul olarak kabul edilmektedir. Demokrasinin gereği, oy veren yurttaşların ve kurumların doğru bilgiye ulaşabilmeleri ve bu bilgiler doğrultusunda doğru tercihler yapabilmeleri kitle iletişim araçları sayesinde sağlanabilmektedir.

Kitle iletişim araçları bir düşüncenin bir ürünün, eylemin, kişinin toplumun iknası konusunda bireylerde turum ve davranış değişikliği yaratabilmektedir. Birinci Dünya Savaşı'ndan bu yana tarihsel sürece bakıldığında kitle iletişim araçlarının ikna gücü, hükümetler ve siyasi partiler tarafından kitleleri belli ideolojiler etrafında birleştirmek ve harekete geçirmek için kullanılırken, reklamcılar tarafından da mal ve hizmetlerin tanıtılması ve belli tüketim kalıplarının oluşturulmasında etkili bir şekilde kullanılmıştır (Öztekin, 2007: 20).

1.2.1.2. Eğlendirme ve Oyalama İşlevi

Kitle iletişim araçlarının belki de en yaygın işlevi eğlencedir. Kitle iletişim araçlarından gelen mesajlar her zaman toplumsallaştırma, eğitime ve çevreye uyumu sağlamayı amaçlamamaktadır. Bazen de birey, yoğun geçen günün sonunda kendisini rahatlatmak mesajlara gereksinim duymaktadır. Bu zamanlarda bireyin kullandığı iletişim mesajına bağlı olarak onu eğlendirecek, hoşça zaman geçirecek iletişim gereksinimi olabilmektedir. Bu tür iletiler, bireyin gerginliğin giderilmesine, rahatlamasına yardım edici mesajları içermektedir (Aziz, 2016: 58). Bunun yanı sıra kitle iletişim araçları, bireylerin ve toplumların hayatın zorluklarından uzaklaşmak için kullandıkları ve kullanıldıkları yeni bir boş zaman doldurma faaliyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle hayata ve topluma dair her olay bir eğlence unsuruna dönüşmektedir.

1.2.1.3. Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi

Tüketim kavramını genel anlamda tanımlayacak olursak; insanların istek, talep ve kişisel fayda edecekleri mal ve hizmetlerin karşılanması amacıyla kullanılması, ayrıca zamana ve mekâna bağlı olarak da sosyal ve ekonomik bir ilişki biçimi olarak tanımlanabilmektedir. Tüketim, tüm ekonomik faaliyetlerin hedefindeki son halkayı oluşturan bir amaç taşımaktadır (Şahin, 2011: 252).

Televizyon her evde bulunan, birçok işlevi içinde barındıran (haber alma, eğlendirme, eğitime, vb.) en ekonomik iletişim araçlarından biridir. Bu da insanlar için oldukça cazip bir araç olma özelliği taşımaktadır. Ancak televizyon kanallarının varlıklarını sürdürebilmeleri reklam gelirlerine bağlıdır. Bu yüzden de hedef olan izleyicilere tüketim odaklı sunumlar yapılmaktadır.

Yayın yapan televizyon kanallarına yönelik ekonominin önemi çok önemlidir. Son yılların ekonomik koşullarına baktığımız zaman temel olarak konu üretilen mal ve hizmetlerin tüketimine yönelik olduğunu görebilmekteyiz. Bu mal ve hizmetler ne kadar çok tüketilirse o kadar çok üretimleri yapılacaktır ve tüketilen her ürün ekonomik yapının devamlılığını sağlayacaktır. Bu zincirlemenin halkası olarak da şirketler daha çok kâr edeceklerdir. Tüketicinin artması da için mal ve hizmetlerin tanıtılması gerekmektedir. Mal ve hizmetlerin tanıtımı reklamlar aracılığı ile yapılmaktadır. Reklamlar ürünlerin

tanıtımını ve daha çok tüketilmesini sağlar. Televizyon da reklamların en sık yer aldığı ve en etkili olduğu kitle iletişim aracıdır. Reklamlar, kuşaklar şeklinde yayınlanabildiği gibi program bünyelerinde de yayınlanabilir. Şirketler programlara sponsor olarak da ürünlerini tanıtmaktadır. Bu sayede pazardan daha fazla pay alabilmektedir (T.C. MEB, 2011: 47). Görüldüğü gibi, ekonomi televizyonun işlevlerini yerine getirebilmesi için büyük önem taşımaktadır. Diğer yandan seyircilerine evlerinde haber alma, eğlenme, vb. olanaklar sunarak, seyirciler için olumlu; ancak ikame edilen etkinlikler için olumsuz bir ekonomi ortaya çıkmaktadır. İnsanların para verip, dışarıda sinemaya gitmek yerine, evlerinde televizyon aracılığıyla film izlemek istemesi buna verilebilecek en bariz örneklerden yalnızca biridir. Bu da bizi halkanın yine en başına döndürmektedir. Çünkü televizyon bütün bu talepleri karşılamak için, reklam yayınlamak zorunda ve ekonomi çarkını bu şekilde döndürmek zorundadır.

Kitle iletişim araçları tek yönlü bir iletişim kanalına sahiptir. Ancak reklamı yapılan ürünlerin satış rakamları, ulaşılan kitlenin geri dönüşümü (feedback) olarak kabul edilebilir. Televizyonlardaki reklamlar ikili bir şekilde kendini gösterir: Ürünler ve hizmetler reklam yoluyla tüketiciye "satılırken", kitle iletişim araçları da reklamcılara ve firmalara satılan izleyici toplulukları meydana getirmektedir. Bu nedenle izlenme oranını artırmak ve daha çok reklam almak uğruna televizyonlar asıl misyon ve vizyonlarını arka plana atarak, fert ve toplumu doğrudan ilgilendiren konular ve belgesellere yer vermemektedir. Reyting, sansasyona müsait olmayan ciddi ilim, kültür ve sanat konularına televizyonun kapılarını kapatırken, seyirciyi değer tanımazlığa ve kontrolsüz tüketime yönlendirmektedirler (T.C. EARGED, 2008: 5).

İnsanlar, televizyonu sadece haber alma amacıyla kullanmamaktadırlar. Aynı zamanda eğlenmek ve dinlenmek amacıyla da “serbest zamanlarını” televizyon izleyerek geçirmektedirler. Bu da tiyatro, konser, sinema gibi olan yerlere olan ilgileri azaltmıştır. Hatta televizyonun evlere girmesiyle birlikte birçok eğlence mekânının kapandığı söylenmiştir. Bunun yanı sıra televizyonun kitap okuma etkinliğini de azalttığı savunulmaktadır. Ancak şunu da belirtmeliyiz ki, bu durum ülkeden ülkeye değişkenlikler göstermektedir (Gökçe, 2012: 28). Televizyon, diğer kitle iletişim araçlarına oranla serbest zamana en fazla etkisi olan araç olduğu kabul edilmektedir. Örneğin radyo yalnızca işitsel olduğu için, insanların televizyon kadar zamanlarını

almamaktadır. Ancak televizyon hem işitsel hem de görsel olarak izleyicilerini sarmakta ve bütün serbest zamanlarını ele geçirmektedir

Televizyon tartışmasız bir gerçek olarak önümüzde durmaktadır ki, gelir düzeyi ne olursa olsun televizyon tüm bu kitleye hitap edebilmektedir. Bu özelliği de televizyonu; “eğlendirirken eğitmek” ya da “eğitirken eğlendirmek” söyleminin çıkış noktasını ortaya çıkarmıştır. Aslında çıktığı ilk dönemlerde sadece bir eğlence aracı olarak görülen televizyonun, daha sonraki yıllarda oldukça etkili bir araç olduğu fark edilip, haberleşme ve eğitim aracı olarak kullanılmaya başlanmasına rağmen, yine de eğlence aracı olarak görülmesinde bir sakınca görülmemiştir (Uslu, 2011: 30).

Televizyon yayınları da yine kitlelerin boş zamanlarını ele geçirmesi üzerine programlanmaktadır. Bunda tüketim davranışlarını etkileme ve yönlendirme stratejileri uygulanmaktadır. Popüler kültüre yönelik yayınlar yapılması, dizi ve filmlerin yayınlanması, aslında özünde kitleye istenilen yönlendirme yapılarak onların hayatlarını kontrol altına alma isteği taşımaktadır.

1.2.1.4. Eğitim İşlevi

Kitle iletişim araçları eğitim amacıyla da oldukça etkili bir işleve sahiptir. Özellikle az gelişmiş toplumlarda kitle iletişim araçlarının bu işlevi kamu hizmeti yayıncılığının bir gereği olarak önem kazanmakta ve medyaya, toplumu eğitime, ulusun kültürel zenginliği artırma ve devam ettirme gibi misyonlar yüklenmektedir. Kitle iletişim araçları eğitim işlevinin gerçekleşmesinde önemli katkıya sahip öğelerden biri olması sebebiyle kitle iletişim araçlarının sahip olduğu bu önem bu araçların doğru kullanılması hususunda dikkatli davranılmasını gerektirmektedir (Aydın, 2009: 24).

Kapitalist sisteme hizmet eden ve popüler kültür sunan televizyon yayınlarının, eğitim ve öğretime destek olup olmadığı birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Özellikle çocuklar üzerinde yapılan araştırmalara sonucu hem olumlu hem de olumsuz birçok sonuçlara varılmıştır.

Televizyonun görüntüsel bir niteliğe sahip olduğu için, çocuk eğitiminde de etkili oldukça olmaktadır. Bu etki, gerek televizyon ile yapılan okul yayınları ile gerekse okul programları dışında yapılan eğitim, kültür ve haber programları ile de kendini göstermektedir. Bu konuda yapılan pek çok araştırma, televizyon izlemenin okul öncesi

çocukların bilgi dağarcıklarını genişlettiğini ortaya çıkarmıştır. Bütün bunların yanı sıra ülkelerin kalkınmışlık oranlarına göre stratejik olarak eğitim veren yayınlar yapılmaktadır. Bu yayınlarda okuma- yazma bilmeyen, eğitimi yarıda bırakmış, toplumda henüz verimli yerini alamayanlar, elde ettikleri yeteneklerini geliştirmeyi amaçlayanlar, ilk, orta ya da yükseköğrenimini tamamlamak isteyenler, gelişmemiş bölgelerde yaşayan ve ekonomik ve kültürel eksikliği gidermeye çalışanlar için de televizyon temel eğitim veren etkili bir eğitim aracı olarak kullanılmaktadır (Aziz, 1981: 53). Gelişmiş ülkelerde ise, temel eğitim yerine daha çok tamamlayıcı eğitim sistemi kullanılmaktadır.

Sonuç olarak aslında televizyonlar iki şekilde eğitim vermektedir diyebiliriz. Bu eğitimlerin ilki; yalnızca eğitim amacıyla kurulmuş ve okullardaki eğitime yardımcı yayınlar yapan kuruluşlarıdır. İkincisi ise, programların içerisinde bulunan, dolaylı bir eğitimidir (Gökçe, 2012: 29). TRT’de açık öğretim eğitimi alan öğrencilere yönelik derslerin verilmesi, yalnızca eğitim amacıyla hazırlanıp sunulmuş televizyon programına örnek oluştururken; haberlerde ya da televizyon dizilerinin içine sığdırılmış toplumsal alt metinler dolaylı bir eğitim vermektedir.

1.3. TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA MESLEKİ KİMLİĞİN OLUŞUMU VE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ TEMEL UNSURLARI

Program yapım süreci genellikle beş ana aşamada gerçekleşmektedir. Bir televizyon programının ilk aşaması program projesi bulmak ve bu projeyi geliştirmektir. Dolayısıyla bir televizyon programının olmazsa olmazı isabetli bir program fikri bulmaktır. Bu fikir kanal müşterilerinin fikri olabileceği gibi, kanala sunulan bir fikir de olabilmektedir. Program fikrinin en önemli süreci olan bu süreç, bütün aşamalarını kapsayan bir çalışmayı gerektirmektedir. Program fikrinin bütçesini, ekrana nasıl yansıyacağına fikrini oluşturan bu süreç sonrasındaki adım yapım hazırlığı diğer bir ifadeyle ön yapım olarak karşımıza çıkmaktadır. Kabul edilen ve geliştirilen program fikrinin ikinci aşamasında ise, ilk aşamadan çok daha fazla araştırma yapılmaktadır. Bunun en büyük nedeni, çekim ekibinin oluşturulması, programda görünecek biriler varsa bu görüşmelerin yapılması, program mekânının seçilmesi, program sunucusunun seçilmesi, bir çekim senaryosunun yazılması, storyboardların çizimi, kostüm, müzik, aksesuar, vb. gibi listenin uzayıp gitmesine karşılık, eksiksiz tamamlandığı ölçüde programın yapım

aşamasına geçilebilmektedir. Yapım süreci ise, televizyon programının çekim sürecini oluşturmaktadır. Tüm ekiple birlikte yapılan bütün hazırlıkların sonucunda çekimler gerçekleştirilir. Bir sonraki süreç yapım sonrasında genellikle offline (prova) kurgunun sonlandırılıp, program müşteriye sunulduktan sonra varsa istediği düzeltmelerin yapılıp son halinin kaydedildiği süreci oluşturmaktadır. Yine bu bölümde gerekli ise ses, müzik eklemeleri yapılmaktadır. Program yapım sürecinin son aşaması büro işlerinin tamamlanmasıdır. Bu süreçte, iş programının kırtasiye işlerinden, bütçeye uyulup uyulmadığı, neyin çöpe atılıp neyin kalacağına, program kopyalarının kimlere dağıtılacağına kadar en başından beri süre gelen süreçlerin tamamlanmaktadır. Bu süreçler bazen iç içe geçse de genel itibarıyla bütün program yapımları aynı aşamalardan geçmektedir (Hart, 2007: 18-19). Program fikrinin ön araştırmasının iyice yapılıp, gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceği ortaya çıktıktan sonra, hazırlanan öneri formu ile program içerik ve nitelikleri daha detaylı hale getirilmektedir. Programın adı, programın türü, programın konusu, amacı, hedef kitlesi, yayın dönemi, yayın saati, yayın süresi, yayın periyodu, bölüm sayısı, programın formatı, yapım özellikleri, eğer program birden fazla ise her programda ele alınacak konu dökümünün belirtilmesi ve tahmini bütçenin bir tablo halinde listelenerek hazırlanmasıyla oluşturulan program öneri formuyla birlikte program teklifi yapım şirketleri ya da televizyon kanalı ile görüşülmektedir (T.C. MEB, 2011: 9). Gerekli araştırmalar yapıldıktan sonra, elde edilen veriler ışığında programın yapılabilirliği ortaya çıktığı andan itibaren, programın yapım aşamasına geçilmiş olup, sıra televizyon yapım ekibinin oluşturulmasına gelmiştir.

Program yapım sürecinin teknik aşamalarının yanı sıra, bütün bir sürecinde unutulmaması gereken en önemli etken önceliğin daima izleyicinin olduğudur. İlk televizyonları programları canlı olarak yayınlanmaktaydı. Dolayısıyla program süresinde yapılan bütün hatalar izleyiciler tarafından canlı olarak izlenmekteydi. Bu durum Türkiye için de geçerli olmuştur; ancak o dönemde programların kayıt altına alınabilmesi için herhangi bir kayıt cihazı olmadığından tekrar izlenmesi mümkün olmamıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde ise, artık teknolojinin de sağladığı imkânlarla birlikte kurgulanan görüntüler tekrar ve tekrar kurgulanabilmektedir. Televizyon yayıncılığının teknolojiyle uyumlu olarak bir evrim geçirmesi yalnızca televizyon yayınlarının kaliteli bir biçimde izleyiciye ulaşmasına vesile olmamış, aynı zamanda televizyon program içeriklerinin de

kalitesini arttırmıştır. Dolayısıyla televizyon, bu alandaki mesleki kimliğin oluşumunda da büyük önem arz etmektedir.

1.3.1. Yapım Yönetim Ekibi

Televizyon yapım süreci, televizyon program fikrinin ortaya çıktığı ilk andan izlerkitleye ulaşana kadar geçen çalışmaların bütünüdür. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, televizyon programlarının da gelişme göstermesi, profesyonel televizyon yayıncılığının ortaya çıkmasına ve bu alanda çeşitli meslek gruplarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Yapım yönetim ekibi, program üretim aşamalarının başlangıç noktasıdır. Yapımcı, yapım yardımcısı, yönetmen, yönetmen yardımcısı, metin yazarı ya da senarist gibi programın nitelik ve içeriğinin geliştirilmesine yönelik bütün yaratıcı süreç yapım yönetim ekibi tarafından gerçekleştirilmektedir.

Televizyon kanalının yapım yönetim ekibine program teklifinde bulunabileceği gibi, yapım şirketleri de kendi ürettikleri program tekliflerini televizyon kanallarına sunabilmektedir. Televizyon programının temel amacı yayın kuruluşunun yüklendiği ya da kendisine yüklenilmiş görüşler çerçevesinde yayınlar üretmektir. Yasalar ve yayın kurumunca belirlenen, televizyon programlarının temel işlevlerinden olan haber verme, eğitime, kültür ve eğlendirme gibi unsurların dışına çıkılmadan televizyon programları üretmek olan yapım yönetim ekibi, “halkın zevki” uğruna gerçekleşecek olan televizyon programının niteliğinden ödün vermemelidir. İçine yalnızca birkaç alade iyi özelliklerden kaçınılmalıdır. Bunun yanı sıra televizyon programlarının herkesin anlayacağı biçimde izlerkitleye sunulması program yapım yönetim ekibinin temel görevlerindendir (Gökçe, 2012: 62). İzleyiciyle kurulan ilişki büyük önem arz etmektedir. Aksi takdirde izleyiciye ulaşmayan televizyon programlarının başarılı olması imkânsızdır. Programın soluğu izleyiciyle temas kurabilen, onlara ulaşabilen, yaratıcı ve mesleki olarak gerekli tecrübeye sahip bir ekip tarafından gerçekleştirilmesine bağlıdır. Bütün bu süreçlerde ise, yapım yönetim ekibi hayati bir öneme sahiptir.

1.3.2. Program Yapımcısı/ Sorumlu Yapımcı ve Yapım Yardımcısı

Program yapım sorumlusu, bir televizyon programının bütün idari ve finansal işleyişinden sorumludur. Aktif olarak pek az şey yapıyormuş gibi görülse de bir televizyon programının bütün süreçlerini takip ederek detaylı bir şekilde raporlamakla sorumludur. Program yapımcısı adından da anlaşılacağı üzere, çalıştığı yapım şirketine ve yönetim kuruluna karşı sorumludur (Hart, 2007: 32). Program fikrinin ortaya çıkmasından itibaren, programın her yönüyle gerçekleştirilebilir hale getirilebilir ve uygulanabilir hale gelmesine kadar sorumlu olan uygulayıcı yapımcı ise, çalışma ekibini oluşturarak çekimin gerçekleştirilebilmesi için gerekli teknik imkânları hazırlamakla sorumludur.

Çoğu zaman çekimin gerçekleştirilmesinden sorumlu olan yapım yardımcısı, bütün çekimleri çekim senaryosuna uygun olarak sıralamakta ve çekimin sorunsuz bir şekilde tamamlanması için program yapımcısına yardımcı olur.

1.3.3. Yapım Yönetmeni- Yönetmen ve Yönetmen Yardımcıları

Yönetmen kavramı, adından anlaşılacağı gibi her şeyi organize eden, ayarlayan kişiye verilen addır. Program yapımcısına, program uygulayıcı yapımcısına karşı sorumludur; ancak en çok programın yönetmeniyle yakın bir ilişki içinde çalışmaktadır. Programın teknik imkânları, ekipmanları, çalışanların yeme içme ve gerekiyorsa konaklama, ücret gibi detaylarıyla ilgilenmesinin yanı sıra program yönetmenin kamera önü ve kamera arkasında ihtiyaç duyacağı her şeyin organize edilmesinden de sorumludur. Özetle programın çekimi için gerekli olan her şeyden sorumlu olan yapım yönetmeni, bazı program yapımlarında program sorumlusunun yerini alsa da kapsamlı yapımlarda yapım yönetmenine mutlaka ihtiyaç duyulmaktadır. Yapım yönetmeniyle birlikte çalışan yönetmen, programın ön hazırlıkları yapıldıktan sonra programın her şeyi konumunda olan kişidir. Programın teknik yaratıcılığının yanı sıra, senaryoda yazılan her şeyin en iyi biçimde aktarılacak en iyi şekilde görünmesi ve başarılı olmasından sorumludur (Hart, 2007: 32). Televizyon programlarının başarısı ya da başarısızlığı büyük ölçüde yönetmenden sorulmaktadır.

Yönetmen yardımcısı ya da yardımcıları yönetmenin sağ kolu olarak, sürekli yönetmenle çalışmaktadır. Yönetmenin vermiş olduğu görevler çerçevesinde görevi

çeşitlilik göstermektedir. Stüdyo ya da dış çekimlerde kullanılacak mekânlardan, kostüm aksesuar seçimine kadar yapım yönetmenini asiste etmektedirler.

1.3.4. Sanat Yönetmeni

Stüdyo ve dış çekimlerde kullanılan bütün dekorların tasarlanması, müzik ve tanıtım videolarının seçimi ve organize edilmesinden program için kullanılacak olan kostümlere kadar, görsel olarak ortaya koyulan bütün konseptlerden sorumludur.

1.3.5. Senarist

Her televizyon programı, bir film senaryosu gibi bir senaryoya sahiptir. Çünkü her televizyon programı, önceden belirlenmiş bir akış şeması içerisinde ilerlemektedir. Senaryo programın çekim anına kadar değişiklik gösterebilmektedir. Programın tür ve niteliğine göre, sunucusuna ve varsa konukların programa katılma amacına göre bir senaryo hazırlanmaktadır. Senarist, hazırlamış olduğu program senaryosu ile programın yapısını kurar. Yönetmenle yakın bir şekilde çalışabilir; ama çoğunlukla program yapımcısına sorumludur.

1.3.6. Teknik Personel

Ön araştırma ve program içerikleri gibi hazırlıkların tamamlanması sonrasında, geriye çok iyi bir teknik ekip kurmak kalmaktadır. Alanında uzman birinci derecede araç gerecin işletilmesi teknik ekibin yetki ve sorumlulukları içerisinde yer almaktadır.

Bu aşamada dekorun kurulması, ses ve ışık düzenlerinin hazırlanması, önceden var olan kayıtların kontrol edilmesi ve stüdyo kontrollerinin yapılması teknik hazırlık olarak adlandırılmaktadır. Bunun yanı sıra programın türüne bağlı olarak bir akış provası ve sıcak prova yer almaktadır. Sıcak prova, program senaryosuna uygun olarak, program içerisinde yer alacak kişilerin, teknik araçların da katılımıyla prova edilmektedir. Bu durum yayından önce çıkabilecek bütün sorunların tedbirinin alınmasında büyük önem taşımaktadır. Soğuk prova ise, teknik görevliler dışında, programın sunucuları ve katılımcılarının programı prova etmesidir (Gökçe, 2012: 71). Teknik personelin görev ve sorumlulukları her ne kadar farklılıklar gösterse de diğer görevler konusunda da bilgi sahibi olmalarında büyük yarar görülmektedir.

Televizyon yayıncılığı bir ekip işidir ve bireyselliğe yeri yoktur. Teknik personelin görev ve sorumlulukları her ne kadar farklılık gösterse de bütün ekip dışının birer çarklısı gibidir. Buna en iyi örnek yönetmenin bir yapım elemanı olmasına karşın, oyuncuların yönetimi, kamera açılarının seçimi gibi görevlerin yanı sıra ışık, ses ve kurgu konularında da bilgi sahibi olması gerekmektedir (T.C. MEB, 2011: 21). Çünkü bu bilgilere sahip olamayan bir yönetmen, teknik ekip tarafından çoğu zaman küçümsenerek, teknik ekibin inisiyatifine teslim olmak zorunda kalacaktır. Bu da televizyon programlarının temel taşı olan yönetmenin başarısızlığına ve sorumlu olduğu program üzerindeki otoritesizliğine neden olabilmektedir.

1.3.7. Teknik Yönetmen

Teknik yönetmen, televizyon programlarında programın genel çalışma prensipleri doğrultusunda teknik olarak araç ve ekipmanları etkin bir şekilde kullanmakla sorumlu kişidir. Programın gerçekleştirilebilmesi için teknik altyapı alımından, program yapımının teknik hazırlıklarını gerçekleştirmesine ve teknik koordinasyonun sağlanmasına kadar sorumlu olduğu birçok görevi bulunan teknik yönetmen, televizyon programlarının teknik alanına giren bütün işlerden sorumludur.

1.3.8. Kameraman ve Kamera Asistanı

Kamerayı kullanan ve çekilen görüntülerin teknik kalitesinden sorumlu kişi kameramandır. Çoğu zaman görüntü yönetmeni ve yönetmen yerine de görev yapabilmektedir. Yönetmenin istediği açıdan en kaliteli çekim kaydını almasının yanı sıra, kullanılması gerekli mercekleri de ayarlayan kişidir (Hart, 2007: 34). Kamera asistanı ise, kamerayı taşıyıp kurmakla sorumludur. Aynı zamanda bu kişi setçi ya da set asistanı olarak da bilinmektedir.

1.3.9. Ses Teknisyeni

Ses teknisyeni, seslerin kayıt altına alınmasından sorumludur. El, yaka ya da boom mikrofonunun çekim için hazırlanması ve ses alıcısının kurulmasından sorumlu olarak, ses montaj ve mi masasını yönetmektedir.

1.3.10. Işıkcı

Aydınlatma, teknik açıdan televizyon kameralarının belirli bir nitelikte görüntü vermesini sağlayacak yoğunluktaki ışığın sağlanması anlamına gelmektedir. Televizyon programlarında seyircinin nereye odaklanması gerektiği ışıkla verilmektedir. Bütün bu sistemin sorumlusu ise, ışıkçı adı verilen teknik personel tarafından sağlanmaktadır.

1.3.11. Kurgucu

Kurgucu özellikle bant yayını olarak yayınlanacak programların görüntülerini bir araya getiren, gerekiyorsa programa müzik, video ve diğer görsellerin eklenmesini sağlayan kişidir. Televizyon programının senaryosuna bağlı olarak, yönetmen ve resim seçici ile çalışmaktadır. Kurgucu, kurgu programıyla birlikte banttan yayınlanacak olan programı son haline getirmektedir.

1.3.12. Resim Seçici

Resim seçici adından anlaşılacağı üzere, seyircinin televizyon ekranlarına verilecek olan en son görüntüyü seçen kişidir. Televizyon yayını eğer canlı olarak yayınlanıyorsa görüntü rejiden seçilmekte, eğer bant yayını yapılıyorsa kurgucu ile yayınlanması istenen görüntüleri kurgulanmaktadır.

1.3.13. Televizyon Yayıncılığındaki Diğer Teknik Personel

Televizyon yayıncılığı ciddi bir mesleki deneyim gerektiren iştir. Özellikle aynı anda milyonlarca insana hitap etmek çok daha ciddi bir süreci içine almaktadır. Dolayısıyla teknik gelişme hangi düzeye ulaşırsa ulaşınsın, değişmeyen tek şey televizyon yayıncılığının iyi bir takım çalışması gerektirdiğidir. Çünkü başarılı bir televizyon programı tek tek çalışılmış farklı işlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkar. Aynı kişinin hem program senaryosu hazırlayıp hem çekimi gerçekleştirip hem kurgusunu yaptığı durumlar olsa bile, farklı bakış açıları ve mesleki uzmanlığın bir televizyon programına çok daha fazla katkı sağlayacağı kabul edilen bir gerçektir. Yerel kanallarda eleman yetersizliği ve bütçe gerekçesiyle bir elemanın birden fazla görevde yer aldığı görülmektedir; ancak bu durum izleyiciler tarafından kolaylıkla fark edilebilecek düzeyde

hataların çokça yaşandığı da bilinen bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknik elemanın birden fazla iş yeteneği ve bilgisine sahip olması günümüz televizyon yayıncılığında çok daha kolay iş bulabilmesini sağlamaktadır (T.C. MEB, 2011: 20). Bunun yanı sıra televizyon yayıncılığı karışık ve belli bir düzen içerisinde planlanmadığı ölçüde daha da karmaşık bir hal alan mesleki bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle yapılan her iş kolunun ayrı çalışanlar tarafından yürütülmesi oldukça faydalıdır.

Kamera, ışık, ses, vb. teknik çalışmalar, televizyon yayına başlanmadan önce hazırlanması gereken süreci içermektedir. Yayın esnasında ise, bütün bu süreçlerin tek bir ortamda toplandığı, bu nedenle de televizyon yayınlarının özellikle önem taşıyan büyük bir bölümünü ana kumanda sorumlusu diğer bir ifadeyle ana kumanda sorumlusu (reji) gerçekleştirmektedir. Yayın yönetmeni, görüntü yönetmeni ve hatta program sunucusunun bile talimatlarını yerine getirme işi ana kumanda sorumlusuna aittir. VTR ve KJ sorumlusu da daha önceden hazırlanmış olan görüntü ve metinlerin program çekimi esnasında yayına verilmesini sağlamakta ve ana kumanda sorumlusu ve yayın yönetmeninin talimatlarını yerine getirmektedir. Bunun yanı sıra televizyon yayıncılığıyla doğrudan bağlantılı olmasa da kostümcü, makyaj sanatçısı ve saç tasarımcısı da televizyon programının görünen yüzünü daha da güzelleştirmek adına çalıştığından, teknik personel grubu içine alınmaktadır.

Görüldüğü gibi hem yapım hem de teknik olarak karmaşık bir yapıya sahip olan televizyon yayıncılığı ciddi emek ve özveri isteyen mesleki yaptırımlara sahiptir. Bunun yanı sıra kitlelere hitap eden, onları bilgilendiren, eğiten ve eğlendiren bir yapı içerisinde görev yapmak, özellikle üretmeyi seven yaratıcı insanlar için itici bir güç olmaktadır.

1.3.14. Program Sunucusu/ Anlatıcısı

Türk Dil Kurumu'nda sunucu, *“Radyoda, televizyonda, bir eğlence yerinde programı sunan, açıklayan kimse, takdimci, anonsör”* olarak tanımlanmaktadır. İnsanlık var olduğu andan itibaren iletişim kurmaktadır ve kurdukları bu iletişim hikâye anlatımıyla birlikte devam etmektedir. Televizyon programlarında sunucuların görevi de bir olayı, durumu anlatma ve kitleler olarak izleyiciye en etkili şekilde aktarmaktır. Programın türü ve içeriği belli olduktan sonra programın sunucu belirlenmeli ve program için çalışmalara başlanması gerekmektedir. Çünkü sunucu yalnızca kendisinin değil, bütün

yapım ve teknik ekibin yüzü olarak kitlelerin önüne çıkmaktadır. Özellikle canlı yayında söylenen bir yanlış söz, televizyon programının sonunu getirerek, birçok kişinin işini kaybetmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle sunucunun yalnızca ses ve görüntü olarak değil, programını gerçekleştireceği alanda belirli bir bilgi birimi ve kültür olarak da kendisini yetiştirmesi gerekmektedir.

1.4. TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA YÖNDEŞME OLGUSU: TELEVİZYON PLATFORMLARININ İZLEYİCİYE SUNDUĞU SEÇENEKLER

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte birçok alanda olduğu gibi, özellikle 1980’li yıllardan itibaren medya sektöründe de büyük değişimler meydana gelmiştir. Bu dönemde neoliberal ekonominin de etkisiyle şirketlerin bir araya gelerek devasa yapılara dönüşmesi, iletişim sektörünün toplumsal alanda daha etkin rol almasını sağlamıştır. Toplum içerisinde daha da derinleşen eşitsizliğin yeniden üretiminde yeni işlevler üstlenen medya, aynı zamanda ekonomik ve siyasi alanda da söz sahibi olamaya başlamıştır (Adaklı, 2010: 67). Dolayısıyla, öznesiz bir kavram olarak kaçınılmaz bir şekilde kendi kendine sürecini tamamlayan bu süreç, küreselleşme ile sadece ekonomik değil; aynı zamanda toplumsal ve kültürel çözümler için de temel bir kavrama dönüşmüştür. Dünyayı küresel bir köy haline dönüştüren, enformasyon ve iletişim teknolojileri büyük şirketle için hem üretim hem de tüketimi çok daha kolaylaştıran teknolojik bir temeli mümkün kılarak, özellikle az gelişmiş ülkelerde kapitalist yapıların dünya kapitalist ekonomisiyle olan bütünleşme sürecini hızlandırmıştır. Bu nedenlerin toplamında, küreselleşme ya da diğer bir ifadeyle küresel yeniden yapılanma süreci büyük ölçüde gelişen enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayandırılmaktadır. Son yıllardaki küreselleşme süreci ile, yalnızca iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişen gelişmeler kadar, özelleştirme, kuralsızlaştırma ya da kuralları yeniden belirleme politikaları da bu kavramaların uygulamaya yönelik olarak da değer kazanmasına neden olmuştur (Başaran, 2004: 8).

Yeni iletişim ortamları ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte toplumlar, yalnızca sosyal ve ekonomik olarak köklü değişimler yaşamamışlar, bu değişimlerin belki de en büyük taşıyıcısı olan medya/iletişim sektörünün taşıyıcı ve itici gücüyle kültürel olarak da büyük dönüşümler geçirmişlerdir. Gelişen bilgisayar ve telekomünikasyon teknikleriyle yöndeşen iletişim sektörü, daha da verimli bir şekilde kullanılarak

toplumların her anında ses, görüntü ve metin olarak yer almaya başlamıştır (Yıldırım, 2009: 41). Bütün bu dönüşümler 2000’li yıllara gelindiğinde, özellikle sayısallaşma ve internetin etkili bir şekilde toplum tarafından benimsenip etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, televizyon yayıncılığının üretimi ve sunumu noktasında büyük bir yöndeşme yaşanmasına ve edilgen olan seyircinin aktif hale dönüşmesiyle birlikte televizyon uygulama pratiklerinin de ciddi bir dönüşüme uğramasına neden olmuştur. Artık akıllı telefon ve bir sosyal medya hesabına sahip herkes kendi televizyonunun yapımcısı, kameramanı, ışıkçısı ve hatta sunucusu olabilmektedir. Bu durum bireylerin farklı seçenekler içerisinde seçim yapabilmesinin yanı sıra, kendilerinin de rahatlıkla deneyimleyebilecekleri olağan bir hale dönüşmüştür.

1.4.1. Yöndeşme ve Değişen Ortam

Sayısallaşma ve yöndeşme kavramları, küresel anlamda her alanda olduğu gibi iletişim/ medya alanında da büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm ve gelişim çerçevesinde televizyon yayıncılığı sisteminde de birçok yöndeşme söz konusu olmuştur.

Bilgisayar ve bilgisayar sistemlerinin medya sektörüne girmesiyle birlikte, 1980’li yıllarda başlayan bu süreç, 1990’lı yıllara gelindiğinde iletişim literatüründe sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Medyanın farklı öğelerinin; metnin, sayıların, imgelerin ve sesin birleştirilmesini ifade etmek için kullanılan dijital teknolojinin gelişiminin kökenleri 19. yüzyıl matematiğine kadar uzanan dijitalleşme ya da sayısallaşmanın bilgisayarlarla başlayan ve devam eden sürecini kapsamaktadır (Briggs& Burke, 2011: 297). “Sayısal” teriminin Avrupa’daki karşılığı “digital”tir ve Türkçe yazılarda dijital olarak kullanılmaktadır. Televizyon teknolojisi bir elektronik teknoloji olarak analog ve sayısal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Sayısal sistemlerden önce kullanılan analog sistemlerinde elektrik sinyalleri sürekli olarak değişmektedir ve belirli sınırlar içerisinde her değeri alabilmektedirler. Sayısal sistemlerde ise, elektriksel sinyaller olduğu gibi iletilmemektedir. Başlangıçta bütün elektronik devrelerin neredeyse tamamına yakını analog olarak gerçekleştirilse de zaman içerisinde sayısal devrelerin çoğalmaya başlamıştır. Bu durumun birçok nedeni vardır. Bu nedenlerin başında sayısal devrelerin analog devrelere göre daha güvenilir olmasıdır. Bunun yanı sıra, sayısal elektronik sinyallerde sinyal kalitesinin değişmemesi ve istenildiği kadar iyi yapılabilmesi, gürültü ve dış etkilerden çok daha az etkilenmesi ve analog elektronik sisteme oranla çok daha

ucuz olması oldukça etkili olmuştur. Ayrıca normal şartlar altında sayısal elektronik sinyalleri aracılığıyla kopyalanan verilerin iletimi esnasında herhangi bir bozulma yaşanmaması da televizyon yayıncılığı teknolojisinde büyük bir yarar sağlamıştır. Bütün bu özellikler iletişim teknolojisindeki yöndeşmenin sınıf atlamasını sağlamıştır (Morgül, 2011: 136).

Sayısal televizyon yayıncılığı sayesinde haberleşme ve iletişim alanlarında görülen gelişmeler, yalnızca ses ve görüntü kalitesi olarak değil; aynı zamanda çok daha ekonomik koşullarda kitlelere erişebilme imkânı sağlamıştır. Bu durum 21. yüzyılın yeni yayın sisteminin sayısal elektronik yayın sistemleri olacağının tün dünyaya göstermiştir. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Almanya olmak üzere birçok ülkede sayısal elektronik sistemleriyle ilgili yapılan çalışmalar, sonraki süreçte ITU'nun (International Telecommunications Union) gündemine alınmıştır. 1995 yılına gelindiğinde ise, ilk uluslararası toplantı Almanya'da (Wiesbaden), ikincisi ise İngiltere'de yapılmıştır (Chester- 97) yılında yapılmıştır. Bu toplantılarda alınan kararlarla birlikte, sayısal televizyon yayınları için ülkelere ayrılan frekans ve kanallar belirlenmiş, böylelikle sayısal yayıncılığın temelleri atılmıştır (rtuk.gov.tr.2009).

1.4.2. İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı

Bilgisayar teknolojisi, yalnızca hesap makinesi ya da büro yardımcısı olarak düşünülmesine son vererek sadece iletişim hizmetlerinin değil, her türden hizmetin yeni biçimler almasını olanaklı kılmıştır. Son yıllarda özellikle internetin toplumsal hayatın tam da ortasında yer alması, televizyon yayıncılığının etkin bir şekilde yöndeşmesini sağlamıştır. Geleneksel medyanın birçok medya alanında yöndeştiği gibi televizyon yayıncılığını da birçok yönden değiştirmiştir. Geleneksel televizyon yayıncılığında yayıncı ve izleyici arasında tek yönlü bir ilişkinin bulunması, izleyicilerin tamamen pasif durumda kendisine iletilen mesajlara maruz kalmasına neden olmaktadır.

Yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internet, özellikle DSL teknolojisinin hızlı bir şekilde aşama kaydetmesiyle birlikte toplum içerisinde yaygınlaşması beraberinde internet ücretlerinin de ucuzlamasına neden olmuştur. Böylelikle son dönemlerde sosyal paylaşım ağlarının popüleritesinin de artmasıyla, televizyon yayıncılığının internet tarafından yöndeştiği görülmektedir. Bu durum ilk zamanlar

televizyon yayınlarının yavaş yavaş sanal ortama aktarılmasına başlamıştır. Böylelikle ekran karşısında yıllarca pasif olan izleyiciler, internet ve sosyal medya mecralarıyla birlikte etkileşimli bir televizyon yayıncılığı ilişkisi kurmaya başlamıştır. Etkileşimli televizyon kavramı, kullanıcıların evlerinde, istedikleri günün her saatinde istedikleri televizyon programlarını izlemelerinin yanı sıra, uzaktan kendi kişisel profillerinin ortaya çıktığı ve neler hissettiklerini, neleri sevdiklerini ya da nelere kızdıklarını bilecek yepyeni bir televizyon teknolojisidir. Sanal ortamlar da tabir edilen sosyal mecralarda iyi, kötü, doğru ve yanlış, vb. olabilecek her şey mevcuttur. Bu nedenle bu durum izleyici kitlesinin de çehresinin değişmesine neden olmuştur. İzledikleri her televizyon programında aktif rol almaya başlayan izleyiciler, özellikle son yıllarda teknolojinin yöndeşme noktasında zirveye varması sonucu sayısal yayıncılığın ve internet teknolojisinin birleşiminden meydana gelen IPTV (İnternet Protokolü Televizyon, izleyicilerin kendi yayın akışlarını diledikleri gibi sıralama imkânı dahi sağlayabilmektedir. Sosyal paylaşım ağlarının etkisiyle değişen televizyon yayıncılığı IPTV'nin sosyal televizyon olarak nitelendirilmesini sağlamıştır. Çünkü sosyal TV kavramı bir anlamda IPTV'yi de bünyesinde barındırmıştır (Kırık ve Karakuş, 2013: 62-63).

İzleyicilerin internet sayesinde sosyal medyayı ve sosyal mecraları daha aktif kullanmaya başlamasıyla birlikte, toplumsal yaşam ve dönüşüm bağlamında da büyük yöndeşmeler söz konusu olmuştur. Yaşam boyu öğrenme için umut ve deneyimin gerekli olduğu bir zamanda internetin toplumsal yaşamın içine girişi, onun resmi ve gayri resmi olanaklarını çoğaltmıştır. Geleneksel iletişim araçlarına oranla internetin toplumsal hayata çok daha hızlı bir şekilde girmesinin belki de en büyük sebebi, geleneksel iletişim araçlarına göre çok daha düşük maliyetli olması, küresel boyutta iki yönlü olarak çoklu iletişime imkân tanınmasının yanı sıra, belki de en büyük özelliği geleneksel kitle iletişim araçlarının bütün özelliklerini bünyesinde barındırarak, aynı zamanda onların yerine ikame edilebilir oluşudur. Öyle ki geleneksel medyanın belki de en güçlü kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun, özellikle dijital yerliler tarafından¹ daha az tercih edilmeye başlamasıyla birlikte, zamanla kendisine bu mecra içerisinde yeni bir alan oluşturmuş ve nihayetinde artık televizyon ve sosyal medya birbirinden ayrı düşünülemeyecek duruma erişmiştir.

¹ Son on- on beş yıl içerisinde ortaya çıkan sosyo-teknolojik gelişmeler sonucunda, bu dönemde doğan ya da büyüme çağındaki olan, internet aracılığıyla yeni bir iletişim biçimi kuran nesile verilen addır.

Öncelikle sosyal mecralar, televizyonlarda yayınlanan programların en az maliyetli ve en hızlı reklam kaynağı olmuştur. İkinci olarak, eskiden haftada bir belirli gün ve saatlerde televizyonlarda yayınlanan dizilerin veyahut programların tekrarı verilmediği sürece izleme şansı olmayan izlerkitlenin, internetin olduğu her yerde istenilen zamanda ve istenilen yerde istediği tekrar ve tekrar izleme imkânı olmuştur. Üçüncü olarak, izleyiciler izledikleri televizyon programları hakkında istediği zaman duygu ve düşüncelerini fiziksel olarak zor bir araya gelebilecekleri diğer izleyicilerle oturdukları yerden paylaşabilme imkânına sahip olmuştur. Son olarak, artık herkes birer video ile anında kendi hesapları üzerinden canlı yayınlar yapabilmektedirler. Bir televizyon programı ile sosyal mecralar üzerinden yapılan programlar teknik ve içerik ve nitelik olarak elbette büyük bir farka sahip olmaktadır. Televizyon programları ciddi bütçelerle hazırlıklar yapılan, profesyonel bir teknik ekiple gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya mecralarında gerçekleşen canlı yayınlar ya da daha önce kayıt altına alınıp kurgulandıktan sonra yayınlanan bütün programlar, alt yapı ve hazırlıkların olmadığı yüzeysel programlardan oluşmaktadır.

Bunun yanı sıra, görsel yayıncılığın artık cep telefonlarıyla birlikte gerçekleştiği günümüzde, televizyon yayıncılığının geleceği olacağı görüşünün belki de en büyük avantajı, çok düşük bir maliyetle gerçekleştirilebilmesi ve reklamlar aracılığıyla büyük bütçeler sağlamasının yanı sıra teknik olarak internet üzerinde gerçekleştirilen yayınların hızlı aktarılma ve fiziksel olarak yer problemi olmamasıdır. Çünkü televizyon yayınları karasal olarak kısıtlı bir bölgeye hitap ederken, uydu teknolojisiyle birlikte dünyanın her yerine ulaşabilmesi için yüksek maliyetlere ihtiyaç duymaktadır. Bütün bu gelişmeler, yıllardır uydu ve karasal sistemler vasıtasıyla yayıncılık yapan televizyon programları artık internet üzerinden kitlelere ulaşmaya çalışmaktadır. İnternet üzerinde gerçekleşen televizyon yayıncılığının geleneksel televizyon yayıncılığına oranla zenginleştirilmiş olanaklar sunması (yayını istenilen saatte izleyebilme, gerekirse ileri-geri alma özelliği), VoD adı verilen geleceğin teknolojisine zemin hazırlamaktadır. VoD teknolojisi, bir tuşla istenilen program ya da filmin satın alınarak izlenmesini mümkün kılmaktadır.

Dünyanın her yerinde hızla gelişen bu teknoloji, uluslararası televizyon kanallarının da internet üzerinden izlenme sayısını arttırmıştır. Bu duruma BBC'yi örnek gösterebilmekteyiz. BBC'nin internet sayfasına girip, istenilen haber başlığı tıklanığında ister bir hafta önceki istenirse güncel haberler bir kısmı ücretli olmak

koşuluyla seyredilebilmektedir (Uğur, 2004: 39). Ayrıca ülkemizde son yıllarda internet yayıncılığı konusunda da örnekler var olmaya başlamıştır. Örneğin, son birkaç yıldır önemli bir ivme kazanmaya başlayan Puhu TV, daha önce televizyonlarda yayınlanmış olan dizilerin tekrarlarını ve hatta kendi iç yapımları tarafından çekilen dizileri internet üzerinden yayınlarak interaktif bir yayıncılık sunmaktadır.

Televizyon yayıncılığındaki bütün bu yöndeşmeler, geleneksel televizyon yayıncılığı ile internet üzerinden televizyon yayıncılığı arasında birkaç farkın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu farklılıkları bazı başlıklarla ele almak gerekirse, yayıncı, izleyici ve reklam açısından ele almak gerekmektedir.

Modern çağda medyanın gelişen teknolojiyle birlikte kitlelere ulaşımı yayıncılar açısından daha karmaşık hale gelerek yayıncılık ortamının çehresini değiştirmiştir. İnternet yayıncılığı da bunlardan birisidir.

İnternetin dünya üzerinde hızla yaygınlaşması, ekran karşısındaki televizyon izleyicilerinin sayısının her geçen gün azalmaya başlaması, özellikle televizyon kanalı sahipleri tarafından bir tehdit gibi algılanmasına neden olmuştur. Ancak zamanla her döneme her gelişmeye uyum sağlayan televizyon yayıncılığının, bu duruma da uyum sağlayarak yeni bir sistemin kurulmasına öncülük ettiği görülmektedir. İlk başta televizyon kanallarının resmî web sitelerini kurarak, çeşitli anketler aracılığıyla güncelledikleri etkileşimi web TV yayıncılığı, sosyal mecraların (Twitter, Facebook, Instagram, vb.) kullanıcılarının artmasıyla birlikte yeni bir döneme girmiştir. Ancak dünya genelinde gelişmelerin devam ettiği düşünülürse, istenilen düzeyde henüz bir gelişmenin olmadığı görülmüştür. Çünkü karasal yayıncılığın onlarca televizyon yayınlarıyla mücadele ettiği düşünülürse, internet televizyon yayıncılığıyla birlikte on binlerce hatta daha fazla televizyon yayınlarıyla rekabete girildiği görülmektedir. Bu durum sosyal medya ve sosyal mecraların verdiği imkânlar dâhilinde insanların internetin bulunduğu her ortamda kendi kanallarında kendi yayınlarını yapabilmelerine olanak sağlamıştır. Bu durum teknik imkânların yeterliliği sağlanmasına karşın, gerekli tedbirler alınmadığı takdirde yayıncılık açısından büyük sorunlara yol açmaktadır. Herkesin internet üzerinden yayın yapabilmesi, aynı zamanda içerik açısından yetersiz ve toplumsal açıdan tehlike arz edebilecek yayınların da önünü açan sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle devletler ve uluslararası kuruluşlar gerekli

düzenlemeler hakkında çalışmalar yaparak demokratik bir ortam oluşturmak için çalışmalar yapmaya başlamıştır. Daha fazla izlenme ve daha fazla reklam alabilme uğruna topluma kötü örnek olacak yayınların yapılması, dijital yerliler ve toplumun geleceği olarak gençlerin kolay yoldan para kazanma yönelimlerine neden olmaktadır. Bu noktada, NeilPostman'ın "Televizyon Öldüren Eğlence" adlı kitabında yıllar önce televizyon yayınları için ortaya atmış olduğu iddialar, çok daha ciddi bir biçimde internet yayıncılığı için söylenebilmektedir. Postman, otuz yaşına gelmiş bir bireyin; siyaset, cinsellik, vb. gibi psikolojik, ekonomik ve sosyal anlamda öğrenmesi gereken toplumsal bilgileri on beş yaşına geldiğinde televizyon yayınları sayesinde öğrenmesini, toplumsal kaos olarak nitelendirmekte, bunun sonucu olarak hayatta bir amacı ve öğrenmesi gereken bir şey kalmadığını düşünen gençlerin bunalıma girerek erken yaşta intihar etmektedir. Yıllar öncesinde televizyon yayıncılığı için böyle bir iddiada bulunan Postman'ın, bugün internet yayıncılığı için çok daha fazla tedbir alınması gerektiği gerçeğine ulaşılabilir.

Teknolojinin ve kitle iletişim kaynaklarının giderek hızla yayılması, dünyanın her yerinde internetin de ucuzlamasına neden olmuştur. Bu durum milyonlarca insanın internet üzerinden etkileşime girdiğini göstermektedir. Bu aynı zamanda aktif izleyici anlamına da gelmektedir. Dünyanın neresinde olursa olsun, izleyici çok uzaklardaki gündemden haberdar olabilmektedir. Bu durum internet üzerindeki televizyon yayıncılığı için çok etkili bir dönüşüm olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet üzerinden istenilen televizyon programının paket olarak belli bir ücret karşılığında alınması ve bunu internet bağlantısıyla birlikte evlerindeki televizyondan izleyebilmeleri sonucunda teknolojinin ve televizyon yayıncılığının izleyicilere sağlamış olduğu konfor, daha iyisi bulunana kadar seyircilere muazzam bir teknolojik imkân sunmaktadır.

Sayısallaşmanın getirdiği değişimlerin televizyon yayıncılığını internet yayıncılığına yöndeştirdiği nitelikler özetlenecek olursa, edilgen izleyiciden çift yönlü iletişime geçiş, amatör yayıncılığın yükselişi, aynı anda milyonlarca insana ulaşabilme, aktarılan olayların coğrafi konumuna yönelik haritalandırılması sonucunda içeriklerin zenginleştirilmesi, en çok izlenen yayınların tıklanma sayısına göre tıklanabilme özelliğine sahip olması, mobil uygulamalar ile birlikte fiziksel bir ortama gerek kalmaksızın yayıncılık faaliyetlerinin sürdürülebilir olması, istenilen gün ve saatte yani anında güncellenebilir oluşu, etkileşim, arşivleme, kişiselleştirilme ve ulaşılabilir oluşu

(Yıldırım, 2009: 59) artıları ve eksileriyle teknoloji ve televizyon yayıncılığının y ndeşmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada özellikle televizyon eğitimi veren ve bir  niversite Televizyonu'na sahip fakültelerin, bütün bu yöndeşme olgularına bakış açıları çalışmanın temel maddelerinden birini oluşturmaktadır. Çalışmanın bulgular bölümüne bakıldığında, özellikle son yıllarda yayın hayatına başlayan bazı  niversite yayınlarının web üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla bu durum çalışmanın dijitalleşme ve yöndeşme açısından da ele alınması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.



İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE İLETİŞİM FAKÜLTELERİNİN MEVCUT SORUNLARI ÜZERİNE TEORİK ÇALIŞMALAR

Üniversite eğitimi kariyer planlamada büyük önem taşımaktadır. Aynı şekilde iletişim eğitimi de sosyal bilimlerin bir alt disiplini olarak hem teori hem de pratik eğitimi kapsayan disiplinler arası bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır İlk dönemlerde medyanın kendi istek ve desteğiyle kurulan fakülteler, zamanla aralarında gerçekleşen anlaşmazlık ya da vizyon değişikliği dolayısıyla bir çıkmaza girmiştir. Bu durum, iletişim sektörünün ihtiyaç duyduğu her elemanı yetiştirme çabası noktasında İletişim Fakülteleri ve medya sektörü arasında bir gerginliğin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca son yıllarda artan fakülte sayıları ve öğrenci kontenjanlarının hızlı artış göstermesiyle yeni sorunlar ortaya çıkmıştır.

Bu bölümde İletişim Fakülteleri’nin Dünya’daki ve Türkiye’deki tarihsel gelişiminden kısaca bahsedilerek, Türkiye’deki İletişim Fakülteleri’nin temel sorunları akademik çalışmalardan elde edilen veriler doğrultusunda tartışılmıştır. İkinci bölümün ikinci kısmında kamu televizyonunda çalışmakta olan dört medya profesyoneli ile e posta aracılığıyla yapılan görüşmeler sonucunda İletişim Fakülteleri’ne yönelik çözüm odaklı görüşleri aktarılmıştır. İkinci bölümün son kısmında ise, İletişim Fakülteleri’nin özelinde Türkiye’de televizyon yayıncılığı eğitimi veren bölümler ve uygulama birimleri genel hatlarıyla ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca Çalışmanın üçüncü bölümünde özellikle Türkiye’deki üniversite televizyonlarının mevcut yapısı, sorunları ve çözümlerine yönelik önerilerin temellendirilmesinde, İletişim Eğitimi ve İletişim Fakülteleri’nin sorunlarının sınıflandırılması noktasında bu tartışmalar önem taşımaktadır.

2.1. İLETİŞİM EĞİTİMİ

2.1.1. Dünya’da İletişim Eğitimi

19. yüzyıldan itibaren sosyal bilimler farklı anabilim dallarına ayrılarak kendi başına birer bilim dalı olmaya başlamıştır. Kapitalist yapının oluşmasıyla birlikte kamuoyu ve basının öneminin artmaya başlaması, medyanın bir sektör olarak ortaya

çıkmasına ve hızlı bir şekilde gelişim göstermesine neden olmuştur. Bu hızlı büyüme aynı zamanda teori- uygulama sorunu gibi iletişim eğitimi kaygısını ortaya çıkarmış, böylelikle iletişim bilimi doğmuş ve ilk olarak gazetecilik okullarının kurulması noktasına öncülük etmiştir (Alver, 2007: 12-13). 1908 yılında modern anlamda ilk iletişim eğitimi Amerika Birleşik Devletleri'nde Missouri Üniversitesi'nde başlamıştır (Mutlu, 2005: 245). Sektörde nitelikli elemanların yetişmesi ve medya kuruluşlarının saygınlığının artması iletişim eğitimi veren fakülteler tarafından gerçekleştirilmiştir. Özellikle siyasal aktörler tarafından en başından beri desteklenen kitle iletişim araçları, bu bağlamda medya kuruluşlarının toplumsal bilgilendirme ve yönlendirme konusunda sorumluluk üstlenmesine neden olmuştur. Bütün bu gelişmeler toplumu etkileyen böyle bir alanın bilimsel olarak incelenmesi gerektiği gerçeğini ortaya koymuştur. İlk çalışmaların farklı disiplinlerden oluşması iletişim alanının disiplinler arası bir alan olarak karşımıza çıkmasına neden olmuştur (Koçak, 2009: 69, 84-85). İletişim eğitimi amaçları ve hedefleri noktasında, ülkelere ve hatta üniversitelere göre farklılıklar göstermektedir. Ancak her ne olursa olsun iletişim eğitimi hem eğitim veren akademisyenleri hem de eğitim alan öğrencileri tatmin etmek zorundadır.

Üniversite eğitimine lisans alanında ilk olarak iki yıllık politeknik okullarında başlanmış ve verilen eğitimler çoğunlukla kuramsal ağırlıklı olmuştur (Gürkan ve İrvan, 2000: 358). Sonraki süreçte ise medya kuruluşlarının kendi vermiş oldukları kursları bitiren öğrencileri seçmeleri nedeniyle, 1980'den sonra lisans düzeyinde eğitim vermeye başlanmıştır (French ve Richards, 1994: 26-27; Dağtaş, 2003: 148). Bu durum Avrupa'da özel sektör tarafından da desteklenen iletişim eğitimi veren sertifikalı programlara verilmekte ya da ikinci bir lisans programı olarak görülmektedir (Medsger, 1998: 56; Yıldırım, 2006: 131). Amerika'daki son yıllarda yapılan bir toplantıda ise, medya sektörüne iletişim eğitimi verilen fakültelerden çok sosyal bilimlerin diğer alanlarındaki fakültelerden mezun olan öğrencilerin tercih edildiği belirtilmiştir (Koçak, 2009: 83). Bu durum dünya genelinde iletişim eğitimi konusunda bir düzensizliğin olduğunu göstermektedir.

2.1.2. Türkiye'de İletişim Eğitimi

Dünya'da çağdaş anlamda iletişim eğitimi 1908 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Missouri Üniversitesi'nde kurulan gazetecilik okulunda başlamıştır.

Bunun yanı sıra, Türkiye’de İletişim Fakülteleri’nde üniversite düzeyinde verilen iletişim eğitimi elli yılı aşkın süredir devam etmektedir. Bu eğitimin temelini atıldığı İstanbul ve Ankara Üniversiteleri’nin iletişim eğitiminde önemli bir rolü bulunmaktadır. İstanbul ve Ankara’da başlayan iletişim eğitimi, 1970’li yıllarda beşe çıkarken (İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi), 1975 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi’nin kurulmasına ön ayak olmuştur (Tokgöz, 2006: 1). Türkiye’de ilk iletişim eğitimi gazetecilik alanında olmuştur. Basın yayın alanının gelişmesiyle birlikte, bu alanda çalışan personelin nitelikli hale getirilmesi isteği Müderris Fehmi Yahya’nın 1948 yılında Türkiye’nin ilk gazetecilik okulunun açılmasını sağlamış; ancak bu okul 1963 yılında eğitimine ara vermek durumunda kalmıştır. Bu durum iletişim eğitim ekolarının gelişmesini olumsuz yönde etkilemiştir (İnuğur, 1988:155-157). 1950’li yıllara gelindiğinde ise, yükseköğretime bağlı olarak önlisans eğitimine başlanmış, iki yıl fiilen gazetecilik yapan ve lise mezunu öğrenciler arasından ilk öğrenciler seçilmiştir.

1982 yılında söz konusu kurumlar, Yükseköğretim Yasası kapsamında Basın Yayın Yüksek Okullarına dönüştürülmüş, 1992 yılından sonra ise İletişim Fakülteleri olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Türkiye’de iletişim eğitimin ilk verildiği üniversiteler olan İstanbul ve Ankara Üniversitesi ekol olarak kuruldukları andan itibaren karşılaştırılmış olmalarına rağmen, iletişim eğitimi biçimlendiren fakülteler olarak, sonraki yıllarda açılan fakülteleri etkilemişlerdir (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017: 222). 1990’lı yıllarda vakıf üniversitelerinin de iletişim eğitimine önem vermeye başlaması ve bölümler açmasıyla birlikte, son yıllarda iletişim fakültelerinin sayısında büyük bir artış görülmeye başlamıştır.

2.2. TÜRKİYE’DE İLETİŞİM FAKÜLTELERİ’NİN SORUNLARI

İletişim eğitimi, sıklıkla gündeme gelen ve çoğunlukla yaşanan olumsuzlukların dile getirildiği ve daima güncel bir tartışma konusu olmakla beraber çözüm konusunda ciddi bir çözümden bahsetmek söz konusu olmamıştır. Bunun yanı sıra sorunun içinde bulunan bütün muhataplar bu durumdan birbirlerini sorumlu tutmaktadırlar. Eğitim her ne kadar fakültelerin meslek öğretmeyeceği, öğretmemesi gerektiği yargısıyla tanımlansa da öğrencilerin mezun oldukları fakültelerden aldıkları eğitim ve diplomalardan istihdam edilecekleri gerçeği görmezden gelinmemelidir. Bu nedenle içinde yaşanan rasyonalite

gerçeğinden yola çıkarak üniversite öğrencilerinin iletişim eğitimine iş olanağı olarak baktığı ve bu eğitimden yarar beklediği yadsınamaz bir durumdur. Dolayısıyla mezun öğrencilere gerekli istihdamın sağlanamadığı, pek çok mezunların farklı sektörlerde kendilerini konumlandırmak zorunda kaldıkları bilinmektedir (Arık ve Bayram, 2011: 82). Bu nedenle özellikle bilinçli ve istekli tercih eden öğrenciler için bu durum büyük bir hayal kırıklığı yaşamalarına neden olmaktadır. Ayrıca yine düşük puanlarla rastgele bu bölümlere yerleştirilen, teoriye karşı olumsuz tutumların bulunduğu medya sektörünün suçlayıcı tavırları, iletişim eğitimi veren fakültelerin ya da kurumların temel sorunlarından olmaktadır.

Türkiye’de iletişim eğitimi üzerinde yorumlar yapılan, tartışılan ve eleştirilen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle teori uygulama dengesi tartışması, aslında “mesleğe düşman” mezunlar konusuyla yakından ilgilidir. Bu nedenle iletişim fakültelerinin, sektöre gerçekliğine ve piyasa işleyişine uymayan bir yapılanmaya sahip olduğu eleştirilmektedir. Gereğinden fazla teorik alana önem verildiği için mezunların yeterli niteliklerde mezun edilmedikleri ileri sürülmektedir. Bu nedenle iletişim fakültelerinden beklenen ya da diğer bir ifadeyle iletişim fakültelerinin esas işlevi olarak ifade edilen teknik beceriyle onatılmış mezunlar yetiştirme işlevini yerine getirmesidir. Bütün bu tartışmalar aslında iletişim eğitimin temel tartışmaları olarak kabul edilmektedir. Teori mi yoksa uygulamalı eğitimin mi en etkili iletişim yöntemi olduğu uzun yıllar tartışılan bir konudur.

2021 yılı Yükseköğretim Program Atlasına bakıldığında, televizyon eğitimi veren üç programın olduğu ve bu programların yalnızca İletişim Fakülteleri değil farklı fakülteler bünyesinde yer aldığı görülmektedir.

İletişim Fakülteleri bağlı oldukları üniversitelerin dışarıya açılan pencereleri olarak popüler özellikler taşımaktadır. Ayrıca 1992 yılında çıkarılan bir kanunla, 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından verilen yetkiye dayalı olarak, bünyelerinde İletişim Fakültesi bulunduran her üniversite yerel/bölgesel çapta radyo ve televizyon yayın yapma imkânına sahip olmuştur. Buna ek olarak yeni üniversitelerin açılması ve İletişim Fakülteleri’nin sayısının artması sebebiyle mevcut öğrenci sayıları arttırılmak zorunda kalmıştır. Aşağıdaki tabloda 2020 yılı televizyon eğitimi veren bölümler ve fakülte sayıları gösterilmektedir (<https://yokatlas.yok.gov.tr/>).

Tablo 2.1. Televizyon Eğitimi veren Üniversiteler

BÖLÜM	YER ALDIĞI FAKÜLTE SAYISI
Radyo, Televizyon ve Sinema	67
Sinema ve Televizyon	10
Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	3

İletişim Fakültesi Dekanları Yürütme Kurulu (İLDEK)’nin 2016 yılında İstanbul’da gerçekleştirmiş olduğu toplantıda, İletişim Fakülteleri’nin bünyesinde bulunan bölümlerin karmaşık bir yapıya sahip olduğu aynı zamanda aynı müfredata sahip olunmasına karşın bölüm isimlerinin değişik isimlerle kurulduğu belirtilmiş ve bu durum bir rapor hazırlanarak YÖK’e sunulması gerektiği kararlaştırılmıştır (İLDEK, 2016).

İletişim Fakülteleri’nde genel olarak karşılaşılan sorunlardan biri de sektörün beklentilerini karşılayabilecek nitelikte mezunlar verilmemesidir. Bu durumun altında ise birden fazla sorun ortaya çıkmaktadır. Öğretim elemanı eksikliği, gelişen ve yenilenen teknolojinin takip edilememesinin yanı sıra öğrencilerin nitelikleri de bu sonucunu etkilemektedir. İletişim eğitimi almaya elverişli olmayan öğrencilerin, İletişim Fakülteleri sayının artması sonucunda bu fakülteye yerleştirilmesi hem iletişim eğitiminin hem de bu fakültelerden mezun olan öğrencilerin niteliklerinin düşmesine neden olmuştur. Dolayısıyla bunun bir sonucu olarak ulusal medyanın bu kadar mezunu istihdam etmesi imkânsız görülmektedir. Bu durumda yerel medya yeni bir alternatif olarak görülse de istihdam konusunda son derece sınırlı katkı sağlayabilmedir. Sonuç olarak, iletişim eğitimine yaklaşımlar konusunda bir fikir varlığına varılamaması, fakülte sayısı ve öğrenci kontenjanlarının sınırlandırılmaması ve bu durumun istihdam üretememesi gibi açmazlar, iletişim eğitiminin iyi öğrenciler tarafından tercih edilmeyen ve sektörü ihtiyacını karşılayamayan, yalnızca dört yıllık fakülte diploması veren kurumlar haline dönüşmesine neden olmaktadır (Şeker ve Şeker, 2011: 116-117).

2.2.1. Uygulamalı Derslerde Donanım Eksikliği

İletişim Fakülteleri eğitiminde en başından beri süregelen ve çözümü noktasında henüz sonuca varılamamış belli başlı sorunlar söz konusudur. Bu sorunlar şu şekilde belirtilmektedir (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017: 225);

- İletişim Fakülteleri'nde nitelikli öğretim elemanı istihdamı yoktur.
- Standart bir iletişim eğitimi yoktur.
- Diğer meslek dallarında olan akreditasyon sistemi uygulanmamaktadır.
- Özellikle medya sektörü tarafından İletişim Fakültesi mezunlarına yönelik eleştirilerin olması ve fakülte bünyesinde verilen eğitim kalitesine yönelik eleştiriler, akademi- sektör gerginliğine neden olmaktadır. Bu durum da akademi ve sektör arasındaki iş birliğinin zayıf olmasına neden olmuştur.
- Fakülte mezunlarının dil konusunda yetersiz oldukları; aynı zamanda yine fakültelerin teorik ve uygulamalı eğitim dengesini sağlayamadığı konusundaki eleştiriler iletişim eğitimindeki önemli sorunlardandır.
- Sonuç olarak bu eleştirilerin nitelikli işgücü talebini yeterince karşılamadığı görüşü, iletişim eğitiminin en önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya sektöründe İletişim Fakülteleri'nin kapatılması gerektiğini düşünen acımasız eleştiriler de söz konusu olmaktadır. Son yıllarda İletişim Fakülteleri'ndeki artış, dolayısıyla öğrenci kontenjan sayılarındaki artışla birlikte, çözülemeyen sorunların katlanarak daha da büyümesine neden olmuştur.

Türkiye'de iletişim eğitimi konusunda iki farklı modelin benimsendiği söylenebilmektedir. Bu modellerden ilki mesleki yeterlilik ve uygulama eğitiminden daha çok iletişim eğitiminin bir sosyal bilim yetkinliği olarak görülmesinin hedeflendiği modeldir. Bu modelde teori uygulamadan ayrılamaz; ancak bir seçim yapmak gerekirse teori pratikten önde gelir. Çünkü bu model, eğer kuramsal zemin oluşturulamazsa, mesleki pratiklerin öğrenilmesi konusunda yetersiz kalınacağını düşünmektedir (Arık ve Bayram, 2011: 85) İyi bir iletişimci, içinde yaşadığı dünyayı ve toplumu bilen ve bildiklerini nasıl yorumlayacağı konusunda vizyon sahibi olmak zorundadır. Bu durum kamusal sorumluluklardan biridir ve kamusal iletişim sürecinde yeterli nitelik, bilgi ve becerilerle donanmış, belli bir iletişim etiğine sahip olarak yetiştirilmiş; aynı zamanda eleştirel bir perspektif edinmesinin mümkün kılınacağı bir iletişim eğitimi ortamı ve programı gerektiren kurumlarda gerçekleştirilebilmektedir (Özbek, 1993: 325).

Geliştirilen ikinci modelde ise, teori bilgilerinden çok, sektörün beklentileri ve mezunların piyasada iş bulabilme imkânlarının öncelik olarak belirlendiği modeldir.

Piyasanın istediği iletişimcileri yetiştirmek, bu modelin öncelikli hedefi olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında İletişim Fakülteleri'nin pek çoğunun misyonu da sektöre eleman yetiştirmek ve öğrencilerinin kendilerine mesleki deneyim kazandırmak olarak tanımlamaktadır. Vakıf üniversitelerinin ilgili bölümlerine bakıldığında yine bütün yönelimlerinin sektör odaklı olduğu görülmektedir. Özellikle yeni açılan üniversitelerin, sektörden çok kişinin derslerden alması ve sektörle içi içe oldukları görülmektedir. Bu durum birinci modele nazaran, ikinci model İletişim Fakülteleri'nin sayısının gün geçtikçe arttığını göstermektedir (Arık ve Bayram, 2011: 85).

İkinci modelin gerçekleştirilebilmesi için yalnızca sektör ile iş birliğinde olmak yeterli görülmemektedir. Özellikle İletişim Fakülteleri'nin Radyo, TV ve Sinema ya da farklı isimlerde olmasına karşın aynı müfredata sahip olan bölümlerin yeterli uygulama alanlarına ve gelişen teknolojiye sahip olmamaları, iletişim öğrencileri için reel anlamda yeterli eğitim almalarına olanak sağlamamaktadır.

Özetle, iletişim eğitimi pek çok problemi içinde barındırmaktadır. Ancak atılacak doğru adımların, problemin özüne inerek gerçekçi ve cesaretli bir şekilde çözüme ulaştırılmaya çalışılması kaçınılmaz bir gerçeklik olarak kabul edilmesi gereken bir durumdur.

2.2.2. Öğretim Kadroları ile ilgili Sorunlar

İletişim eğitimi veren her kurum özel becerilerin bir arada toplanmasını gerektiren, belli bir kentsel ve global anlamda birikim gerektiren, dinamik sektörüyle her daim gelişme gösteren ve aslında zorlayan bir doğaya sahiptir. Bu nedenle bu iletişim eğitimi sağlam ve alanında yetkin bir alt yapıya sahip duymaktadır. Son derece disiplinler bir alan olması, akademisyenlerin akademik birikimlerinin yanı sıra, televizyon, sinema, gazetecilik, halkla ilişkiler, fotoğrafçılık, vb. alanlarında da uzmanlaşmış olmaları gerekmektedir. Bu yetkin iletişim bilgi ve becerisine sahip olma durumu, büyük şehirlerdeki İletişim Fakülteleri'nde bile henüz aşılamayan bir sorun olmuşken, özellikle taşralardaki fakültelerin bu durumu nasıl aşacakları ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu duruma iletişim eğitimi veren fakültelerin henüz çok daha yeni bir disiplin olarak kabul edilmesi de görülmektedir. Çoğu zaman bölümün açılıp, öğrenci alımının gerçekleştirilebilmesi için üç doktoralı öğretim üyesi bulmakta dahi büyük

zorluklar yaşanmaktadır. Bu durum büyük üniversiteler de bile, öğretim üyelerinin vakıf üniversiteleri tarafından yüksek ücretlerle birlikte transfer edilmesine neden olmaktadır. Bu durum alan dışından birçok öğretim görevlisinin İletişim Fakülteleri'nde yer alması sonucunu doğurmuştur. İletişim eğitiminin disiplinler arası bir alan olarak görülmesi sürecinde olumlu olarak algılanırken, iletişim uzmanlarının kısıtlı olarak İletişim Fakülteleri'nde yer almasına neden olmaktadır (Bilal ve Bayram, 2011: 85-86).

2.2.3. Fakülte Sayısındaki Fazlalık ve Öğrenci Seçmedeki Puan Türüne Yönelik Sorunlar

İletişim eğitime yönelik temel sorunlardan biri de fakülte sayılarının ve öğrenci kontenjanlarının özellikle son yıllarda hızla artmasıdır. 1990'li yıllardan sonra İzmir, İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerden sonra taşralarda da açılmaya başlanan İletişim Fakülteleri, zamanla her şehirde açılarak iletişim eğitimi alan öğrenci sayısında büyük bir artış yaşanmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, sektörün ihtiyacından çok daha fazla İletişim Fakültesi öğrencisi mezun olmaktadır. Bu durum da temelde iki sorunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İlk olarak öğrenci kontenjanlarının artması, istihdam sorunu olan sektörde bu sorunun daha artmasına neden olmuştur. Diğer bir sorun da aslında bu fakültelere giremeyecek düzeydeki öğrencilerin iletişim eğitimi almasına imkân tanınmasıyla birlikte, iletişim eğitim kalitesi bakımından sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Sözel puan türünde ilk yüzdeler diliminden alınan öğrencilerin puan durumları geline nokta 50000'lere kadar gerilemiştir (Şeker ve Şeker, 2011: 110). Özellikle üniversitelere 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından verilen yetkiye dayalı olarak, bünyelerinde İletişim Fakültesi bulunduran her üniversite yerel/bölgesel çapta radyo ve televizyon yayın yapma imkânına sahip olma durumu, üniversitelerin hakla ilişkiler ve tanıtım aracı olarak bu durumdan faydalanma istekleri de İletişim Fakültesi'nin birçok üniversitede açılmasına neden olmuştur. Ancak bu yüksek kontenjanlar yeterli teknik ve uygulamaya yönelik uygun alt yapıya sahip olmayan fakültelerin yanı sıra, iletişim eğitiminin de niteliğinin ve kalitesinin düşmesine neden olmuştur.

Bu sorunun en bariz örneği radyo, televizyon ve sinema bölümlerinde ya da aynı müfredata sahip diğer bölümlerde görülmektedir. Çünkü radyo ve televizyon yayınlarında haberleşme teknolojisinden yararlanılmaktadır. Ayrıca son yıllarda internet teknolojisinin

de yaygın olarak görüldüğü ve uygun yazılımlar kullanılarak bilgisayarlar üzerinde video montaj ya da kurgularının basitçe yapıldığı bir dönemde olduğu düşünülürse, medya sektörünün bu vasıflara sahip her türlü görüntü ve ses efektlerini kullanabilen iletişim mezunlarına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Sektör bu tür teknoloji kullanabilen vasıflı elemanlar ararken, Sosyal Bilimler ağırlıklı öğrenciler bu tarz teknik ağırlıklı derslerde büyük sıkıntılar çekmekte ve yaşadıkları uyumsuzluk nedeniyle yeterli bilgiye sahip olamadan mezun olmak durumunda kalmaktadırlar. Oysa bu bölümlere EA-2 puan türü ile öğrenci alınabilirse, daha kaliteli, kuramsal alt yapının yanı sıra teknik alanda yeterli uygulama becerisine sahip öğrencilerin yetiştirilebileceği düşünülmektedir. Bugünkü şartlara göre, özellikle Radyo, TV ve Sinema ya da farklı isimlendirilen aynı müfredata sahip bölümlere EA-2 puanı ile öğrenci alımı zorunlu ihtiyaç olarak görülmektedir (Varol ve Alemdar, 2007: 9).

2.2.4. Ders Programlarına İlişkin Sorunlar

Dünya'daki ve Türkiye'deki iletişim eğitimin başlangıç nedenine baktığımız zaman, verilen iletişim eğitiminin medya endüstrisi ve medya sektörüyle yakından ilişkisi olduğu görülmektedir. İletişim Fakülteleri'nde yer alan Radyo, Televizyon ve Sinema bölümlerinin ders içerikleri ve ağırlıklı olarak sinema derslerine verilen önemle birlikte, öğrencilerin iş hayatlarına donanımlı bir şekilde hazırlanmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Fakültelerde medya sektörüne yönelik teori ve uygulama derslerine ağırlık verilmesi, iş hayatına başlayacak öğrencilerin bu alanda deneyim kazanmasını desteklemektedir. Özellikle RTS bölümlerinde ya da farklı isimlerde kullanılan aynı müfredata sahip bölümlerde film atölyeleri, bölüm bünyesinde kurulmuş olan radyo ve televizyonların kurulmasına rağmen yine de medya sektörünün tekelleşmesi, eğitim gören iletişimcilerin istihdamı konusunda engeller oluşturmaktadır. Dolayısıyla gerekli niteliklere sahip eğitim ortamı sağlanmış olsa da çoğu mezun kendi alanlarında çalışabilme şanslarını kaybetmektedir. İletişim mezunlarının yaşamış olduğu bu tarz birtakım sorunlar, bilimsel çalışmalarda da gözlenmiştir. Bu nedenle medya sektörü ve eğitim kurumları arasında birlikteliğin oluşturulması öğrenciler açısından gerekli bir ihtiyaç olarak görülmektedir.

Teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte, filmlerin neredeyse dijital ortamda çekildiği düşünülürse, sinema öğrencilerinin aldıkları iletişim eğitiminin önemi daha da

ortaya çıkmaktadır. Teknoloji durmaksızın gelişen bir özelliğe sahiptir. Özellikle kitle iletişim araçlarının bu alanda etkili bir şekilde kullanıldığı düşünülürse, sinema ve televizyonla ilgili verilen derslerin sayısal oranını ortaya koymak, derslerin anlaşılma noktasında önemli bir verinin elde edileceğine inanılmaktadır (Yetkiner, 2018: 85).

Bunun yanı sıra, iletişim eğitimiyle ilgili farklı ders önerileri de bulunmaktadır. Genel olarak tamamen alan temelli derslerinin yapılmasının yanı sıra alan dışı derslerin sayısının azaltılması ve Türk Dili Edebiyatı derslerinin artırılması yönünde öneriler bulunmaktadır (Gürkan ve İrvan, 2000: 354). Ayrıca yabancı dil temelli eğitim konusunda komisyon kurulması (Dağtaş, 2003: 189-190) ve ilk iki yıl genel dersler ve son iki yılda alan derslerine yönelik derslerin verilmesi istenmektedir (Güz, vd., 2017: 1551).

İletişim eğitimiyle ilgili diğer öneriler ise; kanun bilgisi ve yayın kuruluşları ile ilgili kanun ve politikalar, iletişim tarihi, farklılıkları anlamaya yönelik bilgileri içermesi gerektiği yönündedir. Bunun yanı sıra üretim, bilgi ve imajların sunum ve kullanımında başvurulacak teori ve kavramlara ilişkin bilgileri, üretim sürecinde ahlaki uygunluk ve profesyonel etiğe ilişkin bilgileri, yaratıcı ve eleştirel düşüncüyü geliştirecek özellikleri kapsamı gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca profesyonel iletişimci için bilginin toplanılması ve değerlendirilmesi sürecinde medyanın hizmet ettiği kesimlere uygun biçimde, açıklayıcı ve doğru yazım tekniklerinin öğretimi gerekli görülmektedir. Bu nedenle istatistiki yani temel matematiksel ve ölçmeye ilişkin yeteneklerin geliştirilmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır (Güz, vd., 2017: 1551; Chirst, 2006: 11; Ergeç, 2014: 8). Yine başka bir iletişim eğitimi önerisinde üç basamaklı bir model öngörülmektedir.

- Modelin ilk basamağında temel bilgi birikiminin sağlanması gerekmektedir.
- İkinci basamakta iletişim kurma ve kavramlar yer alarak, iletişim eğitiminin sağlam temele oturtulması gerekmektedir.
- Modelin son basamağında ise, alana özgü bilgilerin verileceği bir yapı kurulması gerekmektedir (Güz, vd., 2017: 1551; Kayador, 1995; Dağtaş ve Kaymas, 1998:106).

Bütün bu öneriler göz önüne alındığında görülmektedir ki, iletişim eğitiminin önemi teori ve pratik arasındaki bağlantının asla kopmaması gerektiğidir. Bunun yanı sıra

iletişim eğitiminde esas alınması gereken tedbirler, teknoloji odaklı ve gelişmelere açık bir eğitim programının yapılması gerektiğidir.

2.2.5. Kuram Pratik Ayrım Zorluğu

Basın yayın yüksekokullarının İletişim Fakülteleri'ne dönüştürüldüğü 1992 yılından bu yana iletişim eğitiminde tartışılan temel konulardan biri de kuram ve pratik ayrım zorluğu olmaktadır. İletişim eğitimi veren kuruluşlarda akademisyenlerin bir bölümü fakültelerin meslek kazandırmaya yönelik içeriğine karşı çıkmakta; ayrıca mesleki bilgi ve beceri kazandırmaktan öte hedeflere sahip olması gerektiğini savunarak uygulamalı eğitim ağırlığından yakınarak bu durumun sektörel yapılanmalara göre sınıflandırılmasını da yanlış bulmaktadır (zbek, 1993: 309). Bunun yanı sıra sektörün istek ve taleplerine uygun nitelikte uzmanlaşmaya yönelik bir iletişim eğitimi müfredatına da karşı çıkararak, bu durumun iletişim eğitiminden gerekli beklentileri karşılamayacağını ve eğitimin sığlığa ve kısırlığa düşme tehlikesiyle karşı kaşıya kalınacağını savunmaktadırlar (Mutlu, 2000: 258). Hatta teknik formasyonla kazanılmış olan uzmanlığın, iletişim alanında mesafeli ve eleştirel bir bakışı ortadan kaldıracaağını savunmaktadır.

Türkiye'nin iletişim ekollerinden biri olan Ankara niversitesi'nde görev yapmakta olan akademisyenlerin kuramsal eğitimi savundukları ve uygulamalı eğitimin fazlalığından yakındıkları bilinmektedir. Eleştirel medya çerçevesinde iletişim eğitiminin eleştirel bir bakış açısı çerçevesinde gelişmesi gerektiğini savunan akademisyenler, aslında eğitim verdikleri fakültelerinin Siyasal Bilgiler Fakültesine bağlı olarak hareket ettikleri görülmektedir (şeker ve şeker, 2011: 102). Dolayısıyla Mutlu'nun iletişim eğitimi hakkındaki bu görüşünün sebebi bu ekolden geliyor olmasıdır. Bu görüşe destek olarak zbek (1993: 317) Erol Mutlu'nun iletişim eğitimi konusunda felsefi alt metinlerin benimsenerek, eleştirel bir bakış açısıyla hazırlanan formasyonun önemine katılarak, bu eğitimin iki yıla indirgenmesini eleştirmektedir. Çünkü iyi bir iletişimci olabilmek için, toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilerek yorumlama konusu iletişim eğitimin temel görevi olmalıdır. Bu nedenle iletişim eğitiminin teknolojik iletişim araçlarına indirgenmesini eleştirmektedir. Dolayısıyla iletişim eğitiminde kuramsal perspektifle şekillenen iletişim ğrencilerinin uygulama dersleri alması gerektiği düşünülmektedir (şeker ve şeker, 2011: 102). Özellikle Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

mezunları mesleklere yönelik yapmış oldukları bir çalışma da bu durumu destekler niteliktedir. 1981-1998 yılları arasında mezun olan öğrencilere yapılan ankette, yüzde 7,4' ü kuramsal iletişim boyutu olarak akademisyen olarak çalışmakta, yüzdenin kalan diğer bölümü ise medya sektörünün diğer alanlarında görev yapmaktadırlar (Atabek, vd. 2000: 14). Bu sonuçla birlikte, yine de üniversitede öğretilecek her türlü pratiğin, kuramsal boyuttan geçmesi gerektiği genel kabul gören görüş olarak karşımıza çıkmaktadır.

İletişim sosyal bilimlerin her alanıyla bağlantılı bir alan olması sebebiyle disiplinler arası bir alan olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle Türkiye’de ve dünyada genel kabul gören bir iletişim eğitimi söz konusu olamamasının sebebi; alanın sürekli olarak dinamik olması, toplumsal ihtiyaçların farklılaşması, iletişim teknolojisinin değişmesi ve çoğu zaman fakülteler arasındaki iletişimsizlikten kaynaklanmaktadır. İletişim eğitimi veren kurumların salt kuramsal formasyon vermesinin mezun öğrencilerin sektöre uyumunda büyük sorunlar oluşturacağı gibi, tamamen uygulamaya yönelik bir eğitim programının da doğru olmayacağı kabul edilmesi gereken bir durumdur. Bunun yanı sıra sosyal bilimler alanında ve iletişim formasyonunda yeterli derecede bilgi ve donanımına sahip olmalarına karşın, uygulama alanları konusunda sorunlar yaşandığı hep dile getirilen bir sorun olmuştur (Güz, vd., 2017: 1552).

2.2.6. Sektör Akademi Gerginliği

İletişim Fakülteleri’nin nihayetinde ortaya çıkan sorunların temelinde iletişim sektörü ve fakülteler arasında iş birliği eksikliği olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllardaki vakıf üniversiteleri başta olmak üzere bazı fakültelerin sektördeki kurumlarla iş birliği protokolleri mevcut olsa da iş birliği oldukça zayıftır. Özellikle son yıllarda çok fazla mezun öğrencinin bulunması, sektör tarafından istihdam edilme noktasında sorun yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum yerel medyanın istihdam meselesi konusunda yeni bir alternatif olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ancak yerel medyanın istihdamı için çalışmalar yapılsa da henüz net sonuçlar alınamamıştır. Sektörle akademi gerginliğinin diğer önemli sorunu ise, staj problemidir. Öğrenciler, fakültede öğrendikleri bilgileri pratiğe dökme noktasında staj eğitimine ihtiyaç duymaktadırlar. Bazı medya kurumları stajyer kabul ederken, bazıları ise kabul etmemektedir. Bu nedenle bu konuda

da bu zaman kadar maalesef net bir çizgi çizilememiştir (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017: 227).

İletişim Fakülteleri tarafından öğretim elemanı problemi tam olarak çözülmemesi de uygulama noktasında çoğu öğrenci sektördeki iletişim pratiklerinden uzak olarak mezun olmaktadır. Dolayısıyla iletişim eğitimi, sektör tarafından sıklıkla eleştirilmektedir. Bu durum sektör ve akademi arasındaki ikinci tartışma konusu olarak görülmektedir. Sektör İletişim Fakülteleri'ni yalnızca uygulamaya yönelik derslerini yetersiz bulmamakta, kurumsal eğitimin de sorgulanması gerektiğini ifade etmektedir. “Diğer fakülte öğrencileri kadar, neden iletişim mezunu öğrenciler değer bulamıyor?” sorusunun altında pek çok problemin yer aldığını ortaya sermektedir. Bu durumda iletişim öğrencilerinin fakültelerine hazır bir bilinçle gelmedikleri ve belirli bir noktaya kadar gelişme gösterebilecekleri kabul edilebilir bir durumken, yine de sektördeki birçok uzman, fakültelerde verilen eğitimin kuramsal boyutunu ve uygulamalarını yetersiz bulmaktadır (Arık ve Bayram, 2011: 85). Elli yılı aşkın süredir iletişim eğitimi veren okulları bitiren mezunlar sektörde iyi yerlere gelme şansı elde etmişlerdir. Ancak yeni mezunların yeterli olmadığı konusunda süregelen bir sektör yakınması söz konusudur. Bu yakınmanın ilki bu bölümü bitiren yeni mezunların, sektörde sorumluluk alacak düzeyde yetişmediği yönündedir. Diğer bir ifadeyle mezun öğrencilerin meslek hayatına hazır olarak mezun edilmediği belirtilmektedir. Uygulama derslerinin sayıca az olması ve güncelliği yakalayamayan bir içerikle yürütülmesi, teknik alt yapı eksikliği, çeşitli eleştiriler mevcuttur. Fakülteler ya da iletişim eğitimi veren kurumlar, bazı dersleri sektördeki isimlere verdirerek ve zorunlu ya da isteğe bağlı staj uygulamaları yaptırarak eleştirileri azaltmak adına çalışmalar yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra sektörde önemli yerlere gelmiş kişileri fakültelere ya da bölümlere çağırarak, öğrencilere yönelik seminer, konferans gibi etkinlikler gerçekleştirmektedirler; fakat bu durumun Türkiye'deki bütün İletişim Fakülteleri tarafından yoğun olarak başvurulduğu söylenemez. Ayrıca özellikle uygulamalı iletişim eğitime önem veren kurum ve kuruluşların mezunlarına öncelik vererek, tavırlarını açıkça göstermektedirler. Hatta bazı medya kuruluşları, kendi amaçları doğrultusunda kurslar vererek, kendilerine yönelik istihdam bile sağlayabilmektedirler. Bu tür alternatifler, zaten çok yoğun iletişim mezunu bulunan alanda, istihdam sorununun daha da büyümesine yol açmaktadır (Şeker ve Şeker, 2011:

105). Bütün bu problemler çözümü zor görünen ve sektör- akademi gerginliğini daha da derinleştiren konular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya sektörü her ne kadar geniş bir alan olarak görülse de her medya kuruluşunun kendisine ait bir ideolojisi olduğu bilinen bir gerçektir. Sektördeki işleyişe yönelik tepkilerin yoğunlaşmasına yol açan eleştirel yaklaşım, sektörde önemli yerlere gelmiş iletişim kökenli uzmanlar ile iletişim eğitimi konusunda ekol kabul edilecek olan fakülteler arasında bile gerginliğe yol açmaktadır. Bu tartışmalara Hürriyet Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök ile mezun olduğu Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi arasındaki tartışma örnek gösterilebilir. Ertuğrul Özkök'ün 2001 yılında yazmış olduğu bir makalede, uygulamalı eğitim için Bahçeşehir Üniversitesi ile Plato Film şirketinin iş birliğini takdirle karşılaması ve öğretim üyesi olarak çalıştığı Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi dâhil ederek, iletişim eğitimi veren fakültelerin iletişim sektörünün ekonomik bir iş alanı olduğunun göz ardı edildiğini ve hatta akademinin medya piyasasına düşmanca bakan bir zihniyete hâkim olduğunu dile getirerek bir eleştiride bulunmuştur. Bu zihniyetin de ister istemez bu okullardaki eğitime de yansıdığını belirtmiştir. Bu nedenle mezun olan öğrencilerin de piyasaya düşman olan iletişim anlayışıyla birlikte, kısır bir döngüye dönüştüğünü göstermektedir. Özkök, piyasaya düşman insan yerine, piyasayı iyi yönde değiştirme ve dönüştürme arzusunda olan insanların yetiştirilmesi önerisinde bulunmuştur. Bu uzun tartışmalar, İletişim Fakülteleri'nin Özkök'ü Basın Konseyi'ne şikâyet etmesine kadar uzamıştır (Şeker ve Şeker, 2011: 105). Yine 2004 yılında Ali Atıf Bir'in Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığına getirilmesinin mesleki açıdan yararlı olduğunu belirten Özkök'ün, iletişim eğitiminin gerçekçi ve çağdaş zemine oturtularak, gerekirse köklü değişikliklere gidilmesi gerektiği konusunda ısrarcı davranmıştır. Bu durum İletişim fakülteleri ve iletişim eğitimi kökenli olmalarına rağmen sektör arasındaki gerginliğin daha da artmasına neden olmaktadır.

2.2.7. Yerel Medyanın Mevcut Durumu ve Sorunları

Medya deyimi genel olarak geleneksel ve çağdaş medya araçları olarak kabul edilen gazete, dergi, radyo, televizyon, sosyal medya, vb. kitle iletişim araçlarını kapsamaktadır. Ülkede faaliyet gösteren medya kuruluşları ulaşabildikleri ve faaliyet gösterebildikleri alana göre ulusal, bölgesel ve yerel medya olarak üçe ayrılmaktadırlar. Bu sınıflamayla bağlantı olarak medya kuruluşları şöyle tanımlanabilmektedir:

Ulusal Medya: Bir basım- yayın kuruluşu tarafından basılan ya da yayılan ve ülkenin en az %70'inde dağıtılan ya da izlenen gazete, dergi ya da radyo ve televizyon yayını yapan kuruluşları kapsamaktadır.

Bölgesel Medya: Tek bir basın yayın kuruluşunun basılan ya da yayınlanan en az bir coğrafi bölge ya da üç komşu ile yayılan kuruluşları kapsamaktadır.

Yerel Medya: yalnızca bulunduğu yerleşim biriminde dağıtılan ya da izlenen yayın kuruluşlarını kapsamaktadır (Altun, 2005: 79).

Medya kuruluşlarının ana finansman kaynakları reklamlardır. Dolayısıyla yerel medya kaynaklarının çoğu işletme gücü açısından zayıf kalmıştır. Bunun yanı sıra yerel medyanın üretim teknolojisi ve girdiler bakımından istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Hatta Girgin ifadesine göre, 1997 yılında gazeteler üzerine yapılan tespitte, söz konusu olan yerel gazetelerin bir ya da iki tarafından çıkartıldığını ortaya koymuştur (Girgin, 1997: 57). Bu nedenle ulusal medyaya alternatif olarak yerel medyanın istihdam sağlaması açısından yeterli olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla İletişim Fakülteleri'nin nitelikli eleman yetiştirmeleri de tek başına bir çözüm olmamakta, aynı zamanda istihdam sağlanacak olan sektörün yeterli derecede iş üretmesi gerekmektedir. Ekonomik nedenler ve ulusal medyanın tekelleşmesiyle birlikte, beklenen nitelikte bir istihdamın oluşmadığı, medyanın kendi kurumsal yapısı içinde bulunan ortak havuzda bulunan çalışanlarını diğer mecralarda da çalıştırması sonucunda medya alanında istihdam sorununun meydana geldiği görülmektedir. Bu durum zaten sektör tarafından tavırla yaklaşılan iletişim eğitimi almış yeni mezun öğrenciler için ulusal medyada çalışmaları konusunda daha da sıkıntılı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İstihdam yokluğunun yanı sıra, işten çıkarılma problemi de medya sektörünün temel sorunlarından. Yıllardır ulusal medyada çalışan iletişim uzmanlarının bile işlerini kaybederek farklı sektörlere yönelmesi bu durumun en bariz sonuçlarından. Bu nedenle medyanın yalnızca ulusal medyadan ibaret olmayıp, Osmanlı'dan günümüze kadar uzanan yerel medyanın, 1990'lı yıllardan sonra televizyon ve radyonun da eklenmesiyle birlikte köklü bir geçmişi olduğu söylenebilir. Ancak özellikle son yıllarda yerel gazete ve televizyonlarda çalışanların nicelik ve nitelik açısından önemli bir sorun teşkil ettiği görülmektedir. Bu noktada yerel medya sektörünün iletişim eğitimi almış mezun öğrencilere yeni istihdam olanakları sağlaması ve bu alanda çalışmalara ağırlık

vermesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu alanda eğitim almış çalışanlar şüphesiz ki tiraj ve izlenme oranı olarak sektöre yansarak, birçok yerel medya sorunu olarak görülen ekonomik problemin aşılması konusunda bir çözüm oluşturacaktır. Henüz istenilen bir sonuca ulaşılmasa da Basın İlan Kurumu ve Basın Yayın Enformasyon Kurumu'nda bu yönde bir eğilim olduğu görülmektedir. (Şeker ve Şeker, 2011: 113 -114). Aslında sorun her ne kadar aşılması zor gibi görünen bir problem olsa da yapılan özendirici çalışmalarla birlikte istenilen amaca yönelik çalışmalar sonucunda hem yerel medya açısından hem de mezun öğrenciler açısından çift taraflı bir gelişme ve değişimin öncüsü olarak kabul edilebilir bir girişim olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3. TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI EĞİTİMİ

Üniversite eğitimi, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de bireylerin sosyal, kültürel ve hayatı daha da anlamlandırmak adına entelektüel gelişmelerine katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra üniversite eğitimlerinin temel amaçlarından bir diğeri de bireyleri mesleki olarak hayatlarının bir sonraki aşamalarına hazırlamaktır. Çünkü mesleki hayatlarının ön hazırlıklarını, üniversitede öğrendikleri teorik bilgiler ve uygulama pratikleri doğrultusunda aldıkları eğitimler belirlemektedir. Doktor, avukat, öğretmen gibi mezun olunan bazı programlarda meslek istihdamı çok daha net bir yapıya sahipken, iletişim/televizyon yayıncılığı mesleğinin istidam imkanları çok daha esnek koşullar taşımaktadır.

İletişim ve özelinde televizyon yayıncılığı gelişen teknolojiyle birlikte sektörel bir yöndeşmenin sonucunda ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra 1994 yılından itibaren hızla artan İletişim Fakülteleri'nin sadece bir bölgede sınırlı kalmayıp, Türkiye'nin her yerine yayılması, zaten esnek bir mesleki istihdama sahip olan bu alanın özellikle televizyon yayıncılığı eğitimi veren fakültelerde uygulanacak ders müfredatlarının teorik mi, yoksa uygulamaya yönelik mi olması gerektiği sorunsalının çözüme ulaştırılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Medya sektörünün iletişim eğitimiyle birlikte evrim geçirmesi, alaylı ve mektepli kavramında kabul gören görüşün her ne kadar mektepli olmasının sevindirici olsa da bir insan kaynakları politikasının mevcut olmaması, bu fakültelerden mezun olan istidamı konusunun sorun olmaya devam etmesine neden olmaktadır (Tokgöz, 2003: 29). Bunun yanı sıra medya sektöründe mektepli olarak çok iyi yerlere gelen kişilerin olması, eğitim politikalarının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Çünkü toplumu istenilen

amaca yönlendirerek bir kamuoyu oluşturmada, radyo sinema ve televizyon üzerine çalışacak bireylerin mesleki yeterliliklerinin yanı sıra kültürel alt yapılarının da iyi olması gerekmektedir. Kuram ve uygulamanın taban tabana zıt olduğu algısından ziyade, kuramsal derslerin sosyal pratiğin açıklaması olduğu ve teorik bilgilerin uygulamada yapılan neden ve sonuçlarının sistemli, güvenilir ve geçerli sunumu göz önünde tutulursa, medya sektörünün iletişimin eleştirel niteliğinden rahatsızlık duyduğu sonucu ortaya çıkabilir (Uzun, 2007: 118). Bireylerin istenilen amaca yönlendirilmesi kısaca kamuoyu oluşturulması veya kamuoyunun herhangi bir konu üzerindeki yargısının değiştirilmesindeki etkisinden ötürü de radyo, televizyon ve sinema üzerine çalışacak olan bireylerin mesleki yeterlilikleri kadar kültürel altyapılarının da iyi hazırlanması gerekmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda kurulan, eğitim veren fakültelerin akademik kadrolarının, yürütülen derslere ilişkin müfredatların hatta uygulama birimlerinin de yeterli altyapıya sahip olmaları gerekmektedir (Karakoç ve Taydaş, 2014: 203). Daha önce birçok çalışmada fakülteler, bölümler, kontenjanlar, puan türü gibi niceliksel veriler üzerine çalışmalar yapıldığından, tezin kapsamına uygun olması nedeniyle Türkiye’de televizyon eğitimi veren bölümler ve uygulama birimleri araştırılmış ve bunun yanı sıra son yıllarda televizyon eğitimi veren bölümlerin ders müfredatları hakkında yapılan çalışmalar taranarak teze katkı sağlanması amaçlanmıştır. Yapılan literatür taramasında ortalama 2000’li yılların başından 2021 yılına kadar, ders müfredatlarının yeterli olabilmesi için fakültelerin pratik derslerini yürütebilecek alt yapılarının yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

2021 yılında yenilenen Radyo, TV ve Sinema Anabilim Dalı ders müfredatlarında zorunlu derslerin %60 ve üzeri olmasına karşın, bazı bölümlerde seçmeli derslerin hiç olmadığı ortaya çıkmıştır. İletişim Fakülteleri’nin alan derslerini yeterince uygulayamamalarında ortaya konan temel etkenin fakültelerin yeterli donanımına sahip olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Devlet Üniversiteleri bünyesinde kurulan İletişim Fakülteleri’nin Radyo, TV ve Sinema bölümlerinin incelenen ders müfredatlarında seçmeli-zorunlu-pratik-teorik ders saatlerinin analiz edildiği çalışmada, bazı bölümlerin ders müfredatlarında uygulamalı derslerin olmadığı ya da çok az olduğu saptanmıştır (Altay ve Kavuran, 2021: 163). 2021 yılında yapılan araştırmada ‘Kamera ve Işık, Haber Toplama Yazma, Fotoğrafçılık’ derslerinin içeriğinin saat olarak yeterli; ancak bu içeriğin uygulanabilme oranının düşük olduğu saptanmıştır. İletişim/ televizyon

yayıncılığı eğitiminde doğrultusunda eğitim veren fakülteleri akademik kadroları ve yürütülen derslere ilişkin müfredatlarına ve uygulama birimlerinin yeterli alt yapıya sahip olmaları gerekmektedir.

Bunun yanı sıra öğrenciler için önemli bir uygulama pratiği alanı olan üniversite televizyonlarının, öğrendikleri teori dersleri kapsamında üniversite televizyonlarından faydalanma oranı her üniversite de farklılık gösterse de genel olarak az olduğu görülmektedir. Öğrencilerin özellikle istihdam konusunda, üniversite televizyonlarını uygulama alanı olarak görmedikleri ortaya çıkmıştır (Nizam ve Bağcı, 2016: 123). İletişim/televizyon yayıncılığı veren fakülte ve bölümlerinin uygulama birimlerinin öğrencileri sektöre daha donanımlı hazırlamak ve uygulama birimlerinin sektöre hazırlanmaları konusunda öneminin kavranması için çok daha teşvik edici girişimlerde bulunulması gerekmektedir.

Bu kapsamda iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi veren fakülteler ve bölümler kapsamında üniversite televizyonları ve uygulama birimleri araştırılarak tablolar halinde çalışmaya eklenerek, çalışmanın temel araştırma konusuna ön katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Türkiye’de televizyon eğitimi veren ve üniversite televizyonuna sahip yalnızca İletişim Fakülteleri olmadığı gibi, program adı olarak da yalnızca Radyo, TV ve Sinema Bölümü bulunmamaktadır. Yüksek Öğretim Kurumu’nun ‘Program Atlası’ sekmesinde “Televizyon” sözcüğü aratıldığında Türkiye’de fakülte kapsamında televizyon eğitimi veren üç program bulunmaktadır: Radyo, TV ve Sinema, Sinema ve Televizyon, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı olarak yer almaktadır. Bütün bu programlar aşağıdaki tablolarda sınıflandırılarak verilmiştir.

Televizyon eğitimi (fakülteler ve bölümler) veren ve üniversite televizyonları bulunan birimler, aşağıdaki tabloda belirtildiği gibidir: (YÖK, Erişim Tarihi: 05.05.2021, Erişim Linki: <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=10171>)

Tablo 2.2. Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünde Üniversite Televizyonu Bulunan Birimler

Sayı No	Üniversite Adı	Fakülte Adı	Bölüm Adı	Üniversite Türü	Üniversite Televizyonu
	AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	akün TV
	ANKARA ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Ankara Üniversitesi Web TV
	ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Uygulama Televizyonu
	ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	ÇOMÜ TV
	EGE ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	EÜ TV- Ege Üniversitesi Televizyonu
	ERCİYES ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	ERÜ TV
	FIRAT ÜNİVERSİTESİ (ELAZIĞ)	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	FIRAT ÜNİVERSİTESİ TELEVİZYON MÜDÜRLÜĞÜ
	GİRESUN ÜNİVERSİTESİ	Tirebolu İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	TİF-TV
	GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	GÜN TV (web.tv)
	HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	MKU TV
	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	İÜWEBTV
	SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Bilim TV
	BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Vakıf	KANAL B

Tablo 2.2. (Devamı)

	BEYKENT ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Vakıf	Beykent TV
	YAŞAR ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Vakıf	YAŞAR TV
	DOĞU AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	KKTC	DAÜ TV
	LEFKE AVRUPA ÜNİVERSİTESİ	İletişim Bilimleri Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	KKTC	LAÜ TV

Tabloda belirtildiği üzere Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü çoğunlukla İletişim Fakültesi bünyesinde yer almaktadır. Bunun yanı sıra Güzel Sanatlar Fakültesi ve İletişim Bilimleri Fakültesi içerisinde de yer alan televizyon eğitimi veren bölümler de mevcuttur. Fakülte ve bölümlerin on bir tanesi devlet, altı tanesi de vakıf üniversitesinde yer almaktadır.

Türkiye’de Mart 2020 tarihinden itibaren görülen ve tüm dünyayı saran pandemi süreci uzaktan eğitimin başlamasına neden olmuş ve bu durum, yalnızca eğitim sürecini değil, üniversite televizyonlarının yayın süreçlerini de etkilemiştir. Öğrencilerin uzaktan eğitim süreciyle birlikte televizyonlarda aktif görev alamaması, bazı üniversite televizyonlarının yayın hayatlarının durmasına, bazı üniversite televizyonlarının ise program tür ve içeriklerinin değişerek web televizyon yayıncılığına dönüşümünün hızlanmasına neden olmuştur.

Sinema ve Televizyon programı bulunan, televizyon yayıncılığı konusunda eğitim veren fakülte ve bölümler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir (YÖK, Erişim Tarihi: 20.05.2021, Erişim Linki: <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=100710136>):

Tablo 2.3. Sinema ve Televizyon Programı Bulunan ve Televizyon Yayıncılığı Konusunda Eğitim veren Fakülte ve Bölümler

Sayı No	Üniversite Adı	Fakülte Adı	Bölüm Adı	Üniversite Türü	Üniversite Televizyonu
	AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Devlet	Kocatepe Radyo-TV Uygulama ve Araştırma Merkezi ^{2*}
	AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Devlet	AKÜN TV*
	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ	İletişim Bilimleri Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Devlet	-E TV -TV ile Eğitim Öğretim ve Araştırma Merkezi ³
	BATMAN ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Devlet	-
	ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi ⁴	Sinema ve Televizyon	Devlet	ÇAKÜ Film ve Fotoğraf Atölyesi
	MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Devlet	Prof.Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi
	BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Vakıf	-Televizyon Stüdyosu -Kurgu Odaları
	IŞIK ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Vakıf	-
	İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Vakıf	Arel TV (YouTube)
	İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ	Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Vakıf	Ömer Lütfi Akad TV-Sinema Stüdyosu

Tabloda görüldüğü üzere, Sinema ve Televizyon bölümleri, çoğunlukla Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde televizyon eğitim vermektedir. Bu durum televizyon

² “*” ile gösterilen üniversite televizyonları Güzel Sanatlar Fakültesi’ne bağlı olmaksızın, Rektörlüğe bağlı üniversite televizyonlarıdır.

³ Üniversite web sitesinden herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır.

⁴ Sinema ve Televizyon Programı, YÖK Atlas Arama veri tabanında Güzel Sanatlar Fakültesi olarak yer almasına rağmen, üniversite web sitesinde Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi bünyesinde yer almaktadır.

eğitimin sosyal bilimler alanının yanı sıra, görsel sanatlar alanında da etkili olmaya başladığını, televizyon yayıncılığının teknik, bilimsel ve sanatsal olmak üzere birçok farklı mesleki disiplinlerden bir araya geldiğini göstermektedir.

Tabloda belirtilen diğer bir husus, üniversite televizyonu olarak aktif yayın yapmasa da fakültelerin öğrencileri sektöre hazırlamak için televizyon stüdyoları, televizyon laboratuvarları, sinema- televizyon ve araştırma merkezleri aracılığıyla televizyon yayıncılığı eğitimi veriyor olmalarıdır.

Televizyon yayıncılığı konusunda eğitim veren Televizyon Haberciliği ve Programcılığı bulunan üniversiteler aşağıdaki tablodaki gibidir:

Tablo 2.4. Televizyon Yayıncılığı Konusunda Eğitim veren, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bulunan Üniversiteler

Sayı No	Üniversite Adı	Fakülte Adı	Bölüm Adı	Üniversite Türü	Üniversite Televizyonu
	BEYKENT ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	Vakıf	beykentTV
	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	Vakıf	Aydın TV
	İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	Vakıf	-

Tabloda görüldüğü gibi Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, İletişim Fakültesi bünyesinde yalnızca Vakıf Üniversiteleri'nde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra televizyon eğitimi veren bu programlarda sektöre yönelik eleman yetiştirildiği ve diğer programlardan ayrılmak adına farklı isimde bölüm açıldığı görülmektedir. Önceki tabloda belirtildiği üzere, beykentTV dışında, İstanbul Bilgi Üniversitesi'ne ait bir üniversite televizyonu ya da televizyon eğitimine dair bir stüdyo ya da laboratuvar bilgisine ulaşılamamıştır. Aydın Üniversitesi'ne ait Aydın TV'de ise en son 2019 yılına ait bir içerik paylaşılmıştır.

2.4. ÇÖZÜME YÖNELİK PROFESYONEL GÖRÜŞLER

Teknoloji sürekli değişmekte ve dönüşümler geçirmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinin bu gelişmelere ayak uydurabilmesi için belirli bir bütçeye sahip olması gerekmektedir. Televizyon eğitimi verilen fakültelerde bu durum çok daha büyük önem arz etmektedir. Çoğu İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü öğrencisi, okudukları fakültenin yeterli uygulamalı derslere yönelik yeterli donanımına sahip olmadığı için, televizyon yayıncılığı hakkında gerekli bilgi ve deneyim sahibi olmadan mezun olmaktadır. Bunun yanı sıra öğrenci sayısındaki fazlalık dolayısıyla öğretim kadrolarının yetersiz olması, fakültelerin fazlalığı ve buna rağmen öğrenci kontenjan sayısının da fazla olması birbirini destekleyen sorunlar zincirini ortaya çıkarmaktadır. İletişim Fakülteleri'ndeki kontenjan sayısının fazla olması, öğretim elemanları başına düşen öğrenci sayısının fazla olmasına, bunun da akademik sürecin veriminin düşmesine neden olduğu görülmektedir. Öğretim elemanlarının olması gerekenden fazla ders vermesi, ders programına ilişkin sorunlar, İletişim Fakülteleri'nde verilen eğitimin kalitesini düşürmektedir. Ayrıca kuram ve pratik ayrımının zorluğu, bazı İletişim Fakülteleri'nin uygulamadan uzak kuramsal eğitime önem vermesi, bazı İletişim Fakülteleri'nin ise uygulamaya öncelik vermesi, ders programına ilişkin verilen eğitimde bir standardizasyonun olmadığını göstermektedir.

Uygulama ve kuramsal bilgilerin televizyon yayıncılığının iki saçı ayağı olduğu düşünülürse, kuramsal bilgilerin pratiğe dökülmesi, etkili bir eğitim yöntemi olarak kabul edilmektedir. Kuramsal bilgiye önem veren İletişim Fakülteleri'nin sektörden uzak durması, mezun öğrencilerinin staj imkanlarının azalmasına ve sektörden uzak durmasına neden olmaktadır. Bu yüzden özellikle sektörde yıllarını geçirmiş medya profesyonellerinin İletişim Fakülteleri'nde ders vermesi, öğrenciler için hem deneyimlerinden faydalanılması açısından hem de yetenekli ve istekli öğrencilerin sektöre kazandırılması amacıyla kamu televizyonunda görev yapmakta olan profesyoneller tarafından hem öğrencilere hem de İletişim Fakülteleri'ne yönelik önerilen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teze katkı sağlamak amacıyla, özellikle kamu televizyonlarında yirmi ila otuz iki yılların arasında mesleki deneyime sahip ve dört uzmana e posta yöntemiyle sorulan ve alınan cevaplar kapsamında televizyon yayıncılığı konusunda İletişim Fakültesi

öğrencilerine yönelik talep ve öneriler elde edilmiştir. Görüşme yapılan medya profesyonellerinin bilgileri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

Tablo 2.5. Görüşme Yapılan Medya Profesyonelleri Bilgileri

Mesleki Deneyim (Yıl)	Uzmanlık Alanı	Cinsiyet	Mezun Olunan Üniversite Fakülte ve Bölüm
32	Baş kameraman	Erkek	Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Matematik Bölümü
26	Stüdyo ve Film Yapım Elemanı	Kadın	Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Sinema ve TV Bölümü
21	Yapım ve Yayın Elemanı (Program Yapımcısı)	Kadın	Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü
20	Yönetmen	Kadın	Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü

Televizyon yayıncılığı eğitimi hakkında yapılan görüşmelerde;

- Sizce Televizyon yayıncılığı mesleğini yapabilmek için Radyo, TV ve Sinema lisans eğitimi almak gerekli midir; yoksa bu mesleği yapabilmek için herhangi bir ön lisans, lisans ya da sertifika yeterli midir?
- Sizce, merkezi yeterlilik sınavının yanı sıra mesleki yeterliliğe sahip bir yetenek sınavı olmalı mıdır?
- Radyo, TV ve Sinema eğitiminde temel hedef mesleki bilgi kazanmak mı; yoksa kuramsal alt yapı mı olmalıdır? Yoksa her ikisinin harmanlandığı bir eğitim formasyonu mu belirlenmelidir?
- Size göre televizyon yayıncılığı eğitimindeki en önemli sorun nedir?
- Sizce gelecek on yıl içerisinde sürekli gelişen teknoloji ve internet aracılığıyla evrilmeye başlayan Televizyon Yayıncılığı nasıl bir değişim ve dönüşüm geçirecek?
- Sizce televizyon yayıncılığı eğitiminin okuldan gündelik yaşama transferini kolaylaştıran temel faktörler nelerdir?
- Sizce televizyon yayıncılığı eğitimi; sektör beklentilerini karşılıyor mu?

- Size göre gelecekte Televizyon yayıncılığı mesleğini devam ettirebilmenin koşulları nelerdir?
- Son olarak bu sektörde çalışmak isteyen adaylara ve fakültelere yönelik ne tür önerilere bulunursunuz? Soruları sorularak verdikleri cevaplar doğrultusunda İletişim Fakülteleri'ne ve televizyon yayıncılığı eğitimine yönelik cevaplar alınmıştır.

Medya profesyonellerine sorulan ilk soruda, görüşülen iki uzmanın net bir şekilde bu mesleği yapabilmek için televizyon yayıncılığına dair eğitim almaları gerektiği vurgulanmaktadır.

“Mesleki lisans eğitimi alınması gerektiğini düşünüyorum. Nasıl alaylı veteriner, eczacı, inşaat mühendisi vb. olunamıyorsa yayıncı da olunamamalı. İlerleyen yıllarda kişinin yeteneği, gözlem ve hayal gücü mesleki başarısını artırır.”

Televizyon yayıncılığı eğitiminin kesinlikle bu mesleği yapmak için gerekli olduğunu düşünen diğer medya profesyoneli de her meslekte olduğu gibi bu alanda da eğitim almanın çok önemli olduğunu, bazı kısımların meslek hayatının içinde pekişse de temelini üniversitede atıldığını düşünenlerden olduğunu ifade etmiştir.

Televizyon yayıncılığı eğitimi almanın gerekli olmadığını düşünen iki medya profesyonellerinden biri ise bu konu hakkındaki düşüncesini şu şekilde açıklamaktadır:

“Bu soruyu üniversiteden yeni mezun olduğum dönemde sorsaydınız, kesinlikle gerekli derdim. Fakat çalıştığım Kurum'daki bazı çok değerli belgeselcileri, piyasa tabir ettiğimiz özel sektördeki bazı meslektaşlarımızı gördükçe, çok gerekli olmadığı kanaatine vardım. Kişi kendini geliştirebilme, tamamlayabilme, var edebilme ve üretebilme potansiyeline sahipse, formasyon kısmını gerek okuyarak gerek araştırarak gerek usta-çırak ilişkisiyle öğrenebilir.”

Sizce, merkezi yeterlilik sınavının yanı sıra mesleki yeterliliğe sahip bir yetenek sınavı olmalı mıdır? sorusuna verilen cevaplarda bütün uzmanların olumlu bakmasının yanı sıra bir medya uzmanı hem evet hem de yanıt vererek bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Evet ve hayır. Merkezi yeterlilik sınavının yanı sıra mesleki yeterliliğe sahip bir yetenek sınavı olmalıdır. İletişim Fakültesi okumuşsanız oradaki 4 yıl süresince aldığınız eğitimler, yaptığınız projeler ve okulda ders veren hocaların referanslarına bakılmalı sonrasında TV alanında hangi meslek için düşünülürse onun için gerekli olan yetenek sınavları İngilizce olarak yapılmalıdır.”

Diğer medya profesyoneli ise, mesleki yeterlilik sınavının başlarken değil, yıllar içinde belli periyodlarla yapılması gerektiğini, çünkü mesleğin sahada pişerek öğrenilecek ve öğrendikçe kuralları kendine, çevresine, üretilen işe yansıtılan bir meslek olduğunu belirtmiştir. Kitabı olarak mesleki yeterlilik bilgileri ezberleyip anlatmakla, yaşayarak anlatmak arasında ‘tecrübe’ dediğimiz o müthiş kelime kadar farkın bu şekilde ortaya çıkabileceğini söylemiştir.

Son olarak diğer medya profesyoneli bu sınavı değerlendirecek normların objektif olmasının çok önemli olduğunu vurgulamıştır.

Radyo, TV ve Sinema eğitiminde temel hedef mesleki bilgi kazanmak mı; yoksa kuramsal alt yapı mı olmalıdır? Yoksa her ikisinin harmanlandığı bir eğitim formasyonu mu belirlenmelidir? sorusuna verilen cevaplar ise kuramsal alt yapının mutlaka gerekli olduğu; günümüz piyasa koşullarında ya da kurumsal alanda bile bildiklerimizi uygulamak maalesef mümkün olmadığı ifade ederek devamında bu görüşünü şu sözlerle desteklemiştir:

“Günümüz gerçeklerini dikkate alarak gençleri mesleğe hazırlamak, olanı bildirmek ama olması gerekeni uygulamayı da öğretmek gerekiyor. Yoksa gençler meslek hayatlarının özellikle başında (bende olduğu gibi) ‘Ne yapıyorum ben?’ açmazına düşüp, bir noktadan sonra mesleki körlük yaşayabilir.”

Diğer üç medya profesyoneli de kuram ve pratiğin ayrılmaz olduğunu; ancak özellikle sahada çalışacak öğrenciler için kuramsal alt yapının temel düzeyde olması ve detaylı kuramsal bilginin akademi alanında ilerleyecek öğrencilere verilmesi gerektiği, bunun dışında teknik bilginin ağırlıkta olmasını çünkü uygulamada kuramın maalesef çoğu zaman geçerli olmadığını ifade etmişlerdir.

Televizyon yayıncılığı eğitimindeki en önemli sorun nedir? sorusuna medya profesyonellerinin verdiği yanıtlar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Okullara özel yetenek sınavlarıyla değil, genel sınavla öğrenci alıp yayıncılığı herkesin yapabileceği bir alan olarak sunmak, etik, ilkeli ve özerk bir yapısı olduğunu göz ardı etmek. Pratiğin yanı sıra teoride de yüzeysel eğitimle yetinmek,
- Kitabı bilgidan çıkılamaması, uygulamanın zayıf kalması, bazı şehirlerin sektöre olan uzaklığı, stajların zorunlu olmaması,
- Pratik yapamamak.

- Uygulama ve proje dersleri için farklı deneyimleri olan ancak saha deneyimi olmayan akademisyenlerin ders anlatması ve gerçek meslek profesyonellerinden faydalanılmaması,
- Televizyon yayıncılığı eğitimi veren akademik personelin ders içeriklerine gereken özeni göstermemesi ve öğrencilere temel bilgilerin aktarılamaması,
- Televizyon yayıncılığı eğitiminin ekonomik-teknik yetersizlikten dolayı sahadan çok dersliklerde kuramsal dersler üzerinden yürütülmesi.

Ayrıca bir medya uzmanı öğrencilerin de akademisyenlerin teşvik ve desteği ile sürekli alanın içinde olmaları gerektiğini belirterek İletişim Fakülteleri'nin büyük şehirlerde olması gerektiğini görüşünü şu sözlerle açıklamıştır:

“İyi model bir akıllı telefonla ya da Mark3 gibi görece ekonomik DSLR makinalarla film bile çekilebiliyor artık. Gençler ilk yıllarından itibaren aktif proje üretmeli, festivallere katılmalı, süren projelerde asistanlık yapmalı, eğitimcilerinin teşvik ve desteğiyle sürekli alanın içinde olmalı. Bu nedenle bence sektöre yakın durabilecek şehirlerde İletişim Fakülteleri olmalı. Giresun Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ödüllü gençleri varken, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin son yıllarda sektöre eleman yetiştirme ya da festivale proje hazırlamakta yetersiz kalması fakülte olarak hantallaştığını, taze kana ihtiyaç duyduğunu gösteriyor. İletişim fakültelerinin büyük şehirlerde olması gerektiği gerçeğini değiştirmez bu durum bana göre.”

Gelişen teknolojiyle birlikte, özellikle internetin iletişim alanıyla doğrudan bağlantısının olması, İletişim Fakültelerini ve televizyon yayıncılığı teknik ve içerik yöntemlerini değiştirmiştir. Sürekli gelişen teknoloji ve internet aracılığıyla evrilmeye başlayan televizyon yayıncılığının önümüzdeki on yıl içerisinde nasıl bir değişim ve dönüşüm geçireceği sorusuna verilen cevaplarda bir medya profesyoneli televizyon yayıncılığının yapım aşamasında çok fazla değişimler olmayacağı, sadece teknolojinin imkanlarının daha çok kullanılacağını, izleyicinin de yapılan programlara yer ve zaman problemi olmadan istediği zaman ulaşabileceğini belirtmiştir. Bir diğer medya profesyoneli de özellikle kamu yayıncılığının bu dönüşümden nasibini alacağını ifade ederek, dijital yayıncılığın ve paralı aboneliklerin yaygın bir televizyon anlayışına dönüşeceğinin muhtemel olduğunu söylemiştir. Sosyal medya platformlarındaki yayın ortamlarında daha özgür ve var olan televizyon yayıncılığı kalıplarını zorlayan, büyük kamera ve ses ekipmanları yerine daha küçük; ancak çok daha profesyonel yayın ekipmanları ile yayınların yapılabileceği formatların ortaya çıkacağı söylenmiştir. Bu söylemlerden farklı olarak bir medya profesyoneli ise, çekim aşamalarının görece

kolaylaşacağını ya da görüntünün daha da kaliteli bir hal alacağını söylemek mümkün olduğunu söylese de senaryo ve metin yazımındaki zaaflar ve kısırlığın, yardımcı oyuncu, figüran, set işçisi gibi aslında profesyonellik gereken elemanlara yeterince önem verilmeyi, bu işin zaman alan, düşünsel ve pahalı bir iş olduğu gerçeğini özümsemeden yapılan işlerin devam edeceğini aktarmıştır. Senede iki üç parlak iş dışında diğer işlerin sıradan işler olmaya mahkûm olacağını belirtmiştir.

Sizce televizyon yayıncılığı eğitiminin okuldan gündelik yaşama transferini kolaylaştıran temel faktörler nelerdir? sorusuna ise şu cevaplar verilmiştir:

- Eğitim alırken bir yandan da yayıncı kuruluşlarda görev alıp ikisini paralel yürütmek.
- Televizyon yayıncılarının okullarda deneyimlerini paylaşacağı paneller ve seminerlere katılmak.
- Kişinin atak ve aktif olması, bilginin kitapta okunulan haliyle bırakılmaması, uygulamaya dönük noktalarının ağırlıkta olması.
- Çok fazla uygulama alanlarında yer almak ve usta çırak ilişkisi içinde deneyim kazanmak.

İletilen soruya son olarak bir medya profesyoneli şu şekilde cevap vermiştir:

“Öğrenmek isteyen, fakültelerdeki akademik bilgi dışında günümüz imkanlarıyla her alanda bilgi elde edebilir. İletişim fakültelerinin çokluğu ve yetişmiş akademisyen azlığı, fakültelerin sektörel bağının zayıflığı, zaten mezun olan öğrencinin ayağını bağlıyor. Belki de en çok öğretilmesi gereken sürekli yeniyi takip etmek, eskinin iyi yönlerini benimsemek ve fakültenin birinci sınıfından itibaren fakülte içinde ve piyasada aktif projelerde yer almak.”

Medya profesyonellerine yöneltilen: Sizce televizyon yayıncılığı eğitimi; sektör beklentilerini karşılıyor mu? sorusuna ise, bütün uzmanlar hayır cevabı vermiştir. Okuldan mezun olduktan sonra öğrencilerim neredeyse sıfırdan başladıklarını, okuldaki bilgilerle sette yaşanılanların çok farklılık göstermesinden dolayı bu sonuca varıldığı ifade edilmiştir. Ayrıca çok fazla İletişim Fakültesi'nin açılması sonucu donanımsız ve yetersiz imkanlarla mezun olan öğrencilerin beklentileri karşılamayacağı söylenmiştir. Üniversite televizyonu olan fakültelerin bile olanaklarının çok sınırlı olduğu, teknik ekipman yetersizliğine rağmen üniversite televizyonun olduğunu aktarmıştır.

Televizyon yayıncılığı mesleğini devam ettirebilmenin koşulu olarak ise Medya profesyonelleri tarafından şu şekilde sıralanmıştır:

- Özgür ve cesur çalışma ortamında yenilikleri takip edip çalışma hayatına bunları uyarlayabilmek,
- Az kişiyle, düşük bütçe koşullarında nitelikli iş çıkarabilmek,
- Sosyal medya yayın platformlarının dinamiklerinden uzak kalmamak ve genç kuşak için televizyon izlenebilme ortamlarını artırmak olabilir.
- İyi bir teknolojik altyapı (kurgu programları, kamera kullanımı),
- İyi düzeyde en az bir dil
- Kendini çok iyi ifade edebilme ve metin yazabilme bilgisi
- Yüksek düzeyde sorumluluk alabilme potansiyeli.

Ayrıca ileriki yıllarda kendi metnini yazdığı programı çekip, kurgulayıp yayına teslim eden kişiler üzerinden projelerin yürüyeceği ve televizyon kanallarının belki 50 kişiyle kendi yayınlarının döndürüleceği ön görülmektedir.

Son olarak bu sektörde çalışmak isteyen adaylara ve fakültelere yönelik ne tür önerilere bulunursunuz? sorusuna verilen cevaplar ise, çok fazla İletişim Fakültesi olduğu için, en iyi eğitimi veren İletişim Fakültesi'nde okumaları, ilgili, başarılı ve yeniliklere açık çalışkan birer öğrenci olmaları, ayrıca çok okuyarak, sinema ve belgeselleri çok izlemeleri tavsiye edilmiştir. İngilizceyi hatta mümkünse başka bir dili daha öğrenmelerinin kendilerine avantaj sağlayacağı belirtilmiştir. Ayrıca mesleki yenilikleri takip ederek, mutlaka her alanda meraklı olmaları, çok yönlü, pratik ve çözüm odaklı olmalarının yanı sıra değişikliğe açık ve uyumlu olmaları gerektiği söylenmiştir. Özel olarak kısa filmler, tanıtım filmleri, reklam filmleri, belgeseller çekebilecekleri atölyeler kurmak ve bunları aktif olarak da çalıştırmak ve projeler üretmek ve teknik yatkınlıklarının olması ya da bunun için çaba gösterip bu doğrultuda kendilerini geliştirmelerinin de kendilerine artı kazandıracağını ifade etmişlerdir.

İletişim Fakültelerine ise şu önerilerde bulunulmuştur:

“Sektöre eleman yetiştirirken fakülte hocalarının ve yöneticilerinin nerede ne kadar ne alanda eleman ihtiyacı olduğu, bu ihtiyacın ne tür eğitimlerle giderileceği ile ilgili çalışmalar yapmaları gerekir. TRT ya da radyo ve televizyonu olan diğer kamu kurumlarıyla; özel sektördeki film, prodüksiyon, reklam stüdyolarıyla sürekli irtibatla olmaları ve öğrencileri bu konularda bilgilendirmeleri gereklidir. Fakültelerin bünyelerindeki radyo ve TV stüdyolarına bütçe aktarmaları, sponsor

aramaları; öğrencilerini sürekli aktif proje üretebilecekleri, yaratıcı dünyayı algılayıp, anlamlandırıp yeniden kurgulayabilecekleri mekanlarla ve kişilerle buluşturmaları gerekir. Yoksa fakülteler sektörde giderek azalan prestijleriyle birer etkisiz eleman olma riskiyle baş başa kalırlar.”

İletişim Fakültelerinin sorunları, üniversite televizyonlarının sorunlarıyla paralellik göstermektedir. Televizyon yayıncılığı konusunda öğrencilerin yeterli donanımına sahip olması, üniversite televizyonları için büyük önem taşımaktadır. Üniversite televizyonlarının mevcut yapısı, her üniversitenin mevcut yapısına göre şekil almaktadır. Öğrenci, üniversite ve üniversite televizyonları çarkının birer dışlisi gibidirler. Çünkü üniversite televizyonları hem televizyon yayıncılığı eğitiminde hem de üniversitelerin dışarıya dönük kendini ifade etme sürecinde değer arz etmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KURUMSAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI ÖZELİNDE TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE TELEVİZYONCULUĞUNUN MEVCUT KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE TELEVİZYONU MODEL ÖNERİSİ

3.1. TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE TELEVİZYONCULUĞUNUN MEVCUT KURUMSAL YAPISI VE BİR ÜNİVERSİTE TELEVİZYON MODEL ÖNERİSİ

Araştırmanın ilk bölümünde Dünya'daki ve Türkiye'deki televizyon yayıncılığı tarihine yakından bakılmış ve kitle iletişim sistemlerinin gelişme süreci ele alınmıştır. Televizyonun sosyal hayatta daha fazla yer alması, bu alanın hem teorik hem de uygulama yöntemlerinin araştırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu durum İletişim Fakülteleri'nin özellikle son yıllarda önemini arttırmıştır. İletişim Fakülteleri'nin mevcut durumları, olanakları ve ihtiyaçları incelenerek, araştırmanın uygulama alanı olan üniversite televizyonlarının mevcut durumunun ortaya koyulması ve araştırmanın uygulama sorularının hazırlanması noktasında ikinci bölümden faydalanılmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Radyo yayıncılığının görüntülü bir uzantısı konumundaki televizyon yayıncılığı, 1950'li yıllarda ilk olarak bir üniversite televizyonu olarak başlayıp, 1960'lı yılların sonlarına doğru önemli bir kitle iletişim aracı olarak Türkiye'de toplumsal yaşama dâhil olmuştur. Yayın istasyonlarının İstanbul, İzmir, Ankara gibi yalnızca büyük şehirlerde bulunması, uzun yıllar ülke genelinde yayın yapılmasını engellemiştir. Zamanla teknik açıdan ortaya çıkan sorunların aşılması ve tek kanal yayınlarının yetersiz gelmeye başlaması, televizyon yayıncılığının içerik olarak çeşitlendirilerek sürekli gelişme gösteren bir sürece girmesini sağlamıştır.

Özel televizyon yayınlarının sayısının artmasıyla televizyon yayıncılığı hem nicel hem de nitelik olarak büyük prodüksiyonlara sahip bir endüstri haline dönüşmüştür. Bu durum televizyon yayıncılığı konusunda uzmanların teorik ve uygulama yöntemleri için yetiştirilme gerekliliği ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Böylelikle televizyon yayıncılığı alanında teknik ve sunum olarak çeşitli meslek dalları doğmuştur. Bu durum yalnızca

iletişim alanında değil, disiplinler üstü bir yaklaşımla araştırma ihtiyaını ortaya çıkarmıştır.

Türkiye’de birçok iletişim Fakóltesi ve Güzel Sanatlar Fakóltesine bağlı olarak çeşitli bölüm isimleri başlığı altında Televizyon Yayıncılığı konusunda eğitimler verilmektedir. Bu bölümlerden mezun olan öğrenciler, kamu ve özel sektörde çeşitli alanlarda meslek edinmektedirler. Dolayısıyla televizyon yayıncılığı özellikle gelişen ve değişen teknolojiyle birlikte, sanki kuramsal bilgilerden çok uygulamaya yönelik bir alanmış gibi görölmeye başlamıştır.

Televizyon yayıncılığı eğitimi veren fakólterin bir bölümü özellikle kuramsal bilgilere ağırlık verirken, sektöre yönelik öğrenci yetiştirmeyi planlayan fakólter ise uygulamaya yönelik eğitimler vermektedir. Ancak teorik bilgiler ve uygulama pratikleri bir arklının dişlisi gibidirler. Teorik bilgilere sahip olmadan mezun olan öğrenciler dünyayı, toplumu, ekonomiyi, kültürel ve siyasi argümanları anlamakta güçlük çektikleri gibi, yalnızca kuramsal bilgilere sahip mezunlar da iletişim alanında birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bunun yanı sıra geleneksel televizyon yayıncılığının ağırlıklı olarak varlığını sürdürmesine karşın web yayıncılığının artış göstermeye başlaması ve televizyon yayıncılığın dinamiklerini değiştirmesi yeni çalışma alanlarını ortaya çıkarmıştır.

Üniversitelerde bulunan televizyonlar, öğrenciler için uygulama alanı olarak büyük önem taşımaktadır. Fakólterden ve eğitim aldıkları programlardan edindikleri teorik bilgilerin uygulama alanı olarak üniversite televizyonları öğrencilerin mesleki hayata atılmadan öğrenebilecekleri bilimsel atölyeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üniversite televizyonları, bulundukları üniversitelerin prensipleri doğrultusunda rektörlüğe, fakólterle ya da uygulama ve araştırma birimleri bünyesinde varlık göstermektedir. Bu durum televizyon yayıncılığı konusunda eğitimlerin Türkiye’deki üniversite televizyonlarının mevcut uygulamalarının bilinmesi ve gerekli değerlendirmeler ışığında ortak bir potada ele alınması ihtiyaını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca farklı uygulama teknik ve teknolojinin kullanılması üniversite televizyonları arasında bir uyumazlık olduğunu göstermektedir.

Bütün bu uyuşmazlıkların sonucu çalışmanın amacını ortaya çıkarmıştır. Araştırmanın amacı, Türkiye’de bulunan üniversite televizyonlarının mevcut durumunu ortaya çıkaran bir tablo oluşturarak,

- a) Türkiye’deki üniversite televizyonlarının benzerliklerini ve farklılıklarını ortaya koyabilme,
- b) Üniversite Televizyonlarının genel yayın politikalarını ve yayın amaçlarının yayıncılık faaliyetlerine yönelik durumunu ortaya koyarak, program tür ve içerikleri yoluyla yayınlanan programların analizini yapıp, üniversite televizyonlarının yayıncılık faaliyetlerine yönelik amaçları ve hedefleri doğrultusunda yayınlarını inceleme,
- c) Yayın saatlerini, karasal ya da dijital yayın biçimlerini, üniversite televizyonlarının hukuki bir dayanaklarının olup olmadığını, personel ve çalışan öğrenci sayılarının yanı sıra teknik imkân ve olanakları doğrultusunda televizyon yayıncılığı eğitimine katkı durumunu, yerel ya da ulusal televizyon kanalları ile iletişim biçimlerini ve sektördeki ihtiyaca yönelik faaliyetlerini gösterme ve bu verilerin ışığında ortaya çıkan sorunlar ve olanaklar üzerinden Türkiye için ideal bir üniversite televizyon modeli ortaya koyma öncelikli olarak önem taşımaktadır.
- d) Üniversite televizyonlarının finansal kaynaklarının nereden sağlandığı, sağlanan kaynaklarını program içeriklerini ve yayıncılık pratiklerini ne oranda etkilediğinin saptanması, araştırmanın diğer bir amacıdır.
- e) 2000’li yıllardan sonra bazı İletişim Fakülteleri’nde televizyon eğitimi veren bölümler olmasına rağmen uygulama birimi olarak bir üniversite televizyonu bulunmamaktadır. Bununla birlikte teknik alt yapı (stüdyo, kamera, kurgu ekipmanları, vb.) olmasına karşın televizyon yayıncılığına dair herhangi bir girişimde bulunmamış bölüm ve fakültelerin olduğu araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu çalışma, Üniversite Televizyonu kurmak isteyen fakültelere de bir kaynak oluşturma amacı taşımaktadır.

Bu kapsamda araştırmada somut olarak başlıca hedefler şunlardır:

- Türkiye’deki üniversite televizyonlarının kuruluş hikayeleri, vizyon ve misyonları doğrultusunda nasıl bir strateji izlediklerini ve yasal durumlarını da ortaya koyarak, teknik- teknolojik açıdan yaşanan sorunlara çözümler sunmak,
- Üniversite televizyonlarının program içerikleri incelenerek, mevcut yayınların daha işlevsel hale getirilip geliştirilmesi konusunda önerilerde bulunmak,
- Televizyon eğitimi alan öğrencilerin teorik bilgilerini üniversite televizyonlarında uygulamaya dökme potansiyelleri,
- Üniversite televizyonu ya da yerel ölçekli kurumsal televizyon kurma aşamasında olan kurumlara yönelik örnek bir kurumsal televizyon modeli önerisi sunmak.

Araştırmanın evrenini, araştırmanın amacına yönelik olması açısından, televizyon eğitimi veren ve aktif yayın akışına sahip üniversite televizyonları oluşturmaktadır. Dolayısıyla televizyon eğitimi veren fakülte ve bölümlerin olmadığı üniversitesi televizyonları ve televizyon eğitimi veren; ancak üniversite televizyonu olmayan fakülte ve bölümler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

3.1.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın modeli, araştırmanın konu ve amacına uygun, zaman, maliyet ve araştırma kapsamındaki sınırların hesaplanması gibi temel unsurları barındırmalıdır.

3.1.2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın konusu ve amacına yönelik literatür taraması doğrultusunda yapılan derinlemesine görüşmelerin yer aldığı, nitelik analiz yöntemi araştırmanın yöntemini oluşturmaktadır.

Literatür taraması, elde edilen bulgularla bilgilerin ilişkilendirilerek, araştırmanın temeli olan problemin tanımlanmasına ve sınıflandırılmasına yardımcı olur. Bu durum aynı zamanda karşılaştırmalı tarihsel bir birikime katkı sağlamaktadır. Yapılan literatür taramasıyla birlikte, araştırmanın bir sonraki boyutu olan uygun metot ve ölçülerin seçilmesine de katkı sağlamaktadır (Balcı, 2018: 76). Çalışmanın gerekli olan veri analizlerinin hata payı en düşük şekilde elde edilebilmesi ve araştırmaya uygun olması

açısından derinlemesine görüşme yöntemi (mülakat) kullanılmıştır. Yönteme ilişkin gerekli verileri elde edebilmek adına, araştırma evrenine dâhil olan kişilerin eğilim ve görüşleri hedeflenmektedir. Bu çalışma metodunun seçilmesinin nedenlerinden biri, iletişim alanına yönelik niteliksel veri toplama ve çözümleme yöntemi olarak dilin özel bir öneme sahip olmasıdır. Çünkü dil, toplumsal bir eylem olarak iletişimin tam da doğasından oluşmaktadır. İkinci olarak, her ne kadar son yıllarda niceliksel çalışmalara daha fazla yönelim olduğu görülse de özellikle iletişim araştırmalarında derinlemesine görüşme yöntemi yoğun olarak kullanılmaktadır. Tekniğin çıkış noktası ise, “insanların ne düşündüğünü öğrenmek istiyorsan onlara sor” ilkesinin olmasıdır (Geray, 2011: 167).

Araştırmanın modeli belirlenirken, uygulama metoduna yönelik araştırmanın evreni sınırlandırılmıştır. Araştırmanın konusu ve alanı noktasında problem sorularının yanıtı aranmıştır. Konu olarak seçilen araştırma problemi araştırmacının ilgisini çekebilmeli ve meslektaşlarının destek bilgi ve tecrübelerine açık olmalıdır. Bunun yanı sıra konu genel olarak tanımlandıktan sonra yapılacak olan spesifik araştırma problemi ya da soruları doğru bir şekilde formüle etmek gerekmektedir (Balcı, 2018: 69). Çünkü soruların temellendirilip araştırma probleminin mantığı hakkında karar vermek çalışmanın en önemli yapı taşıdır.

Derinlemesine görüşmelerin temelinde, görüşmek için seçilmiş olan belli bir grubun ya da hedef kitlenin konuya ilişkin bilgileri elde edilmektedir. Mevcut kurumsal yapısı içerisinde, alanında bilgi sahibi olan uzmanlar, koordinatörler, vb. sorumlu kişiler tarafından alınan bilgiler doğrultusunda betimsel nitelik çözümleme yöntemi kullanılarak çalışmanın bulguları elde edilmiştir.

3.1.2.2. Derinlemesine Görüşme Sorularının Oluşturulması

Araştırma sorularının temeli yapılan literatür çalışmasından elde edilen veriler ışığında hazırlanmıştır. Derinlemesine görüşme oluşturulması noktasında tezin birinci ve ikinci bölümlerinde yer alan teorik bilgilerden yararlanılmıştır.

Birinci bölümde Dünya'daki ve Türkiye'deki televizyon yayıncılığı tarihine bakarak, geçirmiş olduğu sosyolojik, ekonomik ve teknolojik süreçlerden, dijital televizyon yayıncılığının yöndeşen ve bu bağlamda değişen ortamına yönelik yapılan literatür taramasıyla elde edilen bilgiler doğrultusunda, üniversite televizyonlarındaki

televizyon yayıncılığı uygulamaları ve yayın türleri hakkında sorular sorulmuştur. Ayrıca bu bilgilere ek olarak bir televizyon yayınının ortaya çıkış süreci ve bu süreçte rol alan meslek grupları tanımlanmıştır.

İkinci bölümde ise, İletişim Fakülteleri'ndeki sorunlar ele alınmış, televizyon eğitimi veren bölümler ve fakültelerin çerçevesi ortaya koyulmuş ve tezin derinlemesine görüşme sorularının oluşturulmasında bu bölümden yararlanılmıştır. Üniversite televizyonlarıyla paralellik gösteren sorular çalışmanın temel sorularını oluşturmuştur.

Üniversite Televizyonlarına yönelik istenen veriler ise aşağıdaki sorular sorularak elde edilmiştir:

1. Genel yayın politikası nedir?
2. Program türleri nelerdir?
3. Kurumsal organizasyon yapısı nedir?
4. Teknik- teknolojik yeterlilikleri nelerdir?
5. İnsan kaynakları kimlerdir? Öğrenci, uzman vs.
6. Yasal yapılanma biçimleri ve finansal yapıları nelerdir? Reklam alabilmekte midir?
7. Televizyonun niteliğine etki eden bağımsız değişkenler var mıdır? Varsa nelerdir?
8. WEB yayıncılığı televizyon yayıncılığını nasıl etkilemiştir?

3.2. BULGULAR

Türkiye'deki üniversite televizyonlarının bulguları nitel araştırma yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Türkiye'deki Radyo, TV ve Sinema Bölümleri 'ne Yüksek Öğretim Kurumu'nun sayfasından ulaşılarak özellikle televizyon yayıncılığı eğitimi veren üniversitelerin, web siteleri aracılığıyla bünyelerinde bulunan üniversite televizyonları tespit edilmiştir.

YÖK'e bağlı devlet ve vakıf üniversiteleri içerisinde; aktif yayın yapan, çeşitli program tür ve içeriklere sahip, düzenli bir yayın akışı olan üniversite televizyonları seçilmiştir. Bunun yanı sıra televizyon eğitiminin yalnızca uygulamaya yönelik bir alan değil; aynı zamanda teorik bilginin de önem taşıdığı çalışmada göz önüne alınmıştır. Bu nedenle en az dört yıl teorik ve uygulamalı televizyon eğitimi veren fakülteler

incelenmiştir. Yapılan ön değerlendirme sonucunda ortaya çıkan bazı genel başlıklar aşağıda belirtildiği gibidir:

1. Türkiye’de televizyon eğitimi yalnızca İletişim Fakülteleri’nde değil, birçok farklı fakülte tarafından da verilmektedir.
2. Özellikle Vakıf Üniversiteleri iletişim alanında eğitim vermeyen farklı fakültelerde (İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi) Televizyon, Radyo ve Sinema bölümleri bulunmaktadır.
3. Birçok televizyon eğitimi veren üniversite televizyonlarında televizyon stüdyosu olmasına karşın, aktif televizyon yayıncılığı bulunmamaktadır.
4. Bazı üniversite televizyonlarına, üniversitelerin ve fakültelerin web sitelerinde kolaylıkla ulaşılabilmiştir, bazı üniversite televizyonlarına ulaşabilmek için ise özel arama yapılması gerekmiştir. Diğer bir ifadeyle web sitelerinde üniversite televizyonlarına yönlendirilebilecek herhangi bir ibareye yer verilmemiştir.
5. Karasal Yayın yapma imkânına sahip olsun ya da olmasın, üniversite televizyonlarının hepsinin yayınlarına web üzerinden erişim sağlanabilmektedir. Bu durum üniversite televizyonlarının yöndeşme olgusu üzerinden de ele alınması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Çalışmada yapılan ön araştırmalar sonucunda Türkiye’deki üniversite televizyonları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:⁵

⁵ Bu veriler üniversitelerin ve üniversite televizyonlarının web sayfalarından alınmıştır. Çalışmanın uygulama aşamasında tabloda belirtilen üniversite televizyonlarının ya da yayın hayatına atölye olarak devam eden birimlerin birçoğu pandemi nedeniyle yayın hayatını sürdürmemiş ya da tamamen kapatılmıştır. Bir bölümünde ise bazı üniversitelerin web sitelerinde üniversite televizyonu olduğu belirtilse de sorumlu kişilerle iletişime geçildiğinde aktif yayın yapan bir üniversite televizyonunun olmadığı belirtildiği için araştırma dışında tutulmak zorunda kalmıştır.

Tablo 3.1. Türkiye’deki ve KKTC’deki Üniversite Televizyonları

Sayı No	Üniversite Adı	Fakülte Adı	Bölüm Adı	Üniversite Türü	Üniversite Televizyonu
	AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	akün TV
	ANKARA ÜNİVERSİTESİ	Güzel Sanatlar Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Ankara Üniversitesi Web TV ⁶
	BEYKENT ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	Vakıf	beykentTV ⁷
	ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	ÇOMÜ TV
	EGE ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	EÜ TV- Ege Üniversitesi Televizyonu
	ERCİYES ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	ERÜ TV
	FIRAT ÜNİVERSİTESİ (ELAZIĞ)	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Fırat Üniversitesi Televizyon Müdürlüğü
	GİRESUN ÜNİVERSİTESİ	Tirebolu İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	TİF-TV
	GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	GÜN TV (web.tv)
	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	İÜWEBTV
	İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	Vakıf	Aydın TV ⁸

⁶ Ankara Üniversitesi aktif yayın sürecini sonlandırmıştır.

⁷ Görüşme için ulaşılan yayın sorumlusuna pandemi sebebiyle iletişim sağlanamamıştır.

⁸ Aydın TV’nin web sitesine erişildiğinde aktif yayın akışının olmadığı görülmüştür.

Tablo 3.1. (Devamı)

	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Ün TV Selçuk Üniversitesi Radyo Televizyon Yapım ve Yayıncılık Araştırma ve Uygulama Merkezi
	SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Devlet	Bilim TV
	BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Vakıf	KANAL B ⁹
	YAŞAR ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Vakıf	YAŞAR TV
	DOĞU AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	KKTC	DAÜ TV
	LEFKE AVRUPA ÜNİVERSİTESİ	İletişim Bilimleri Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	KKTC	LAÜ TV LAÜ TV ¹⁰
	İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ	İletişim Fakültesi	Sinema ve Televizyon	Vakıf	Arel TV ¹¹ (YouTube)

Araştırmada yapılan incelemeler sonucunda ilk olarak Türkiye’de on sekiz adet üniversite televizyonunun aktif olarak yayın yaptığı verisine web siteleri üzerinden ulaşılmıştır. Üniversite televizyonlarıyla iletişime geçildiğinde ise, on dört adet üniversite televizyonunun aktif yayın hayatına devam ettiği ya da kurulma aşamasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bütün üniversite televizyonlarının temel amacı öğrencilerin televizyon yayıncılığı eğitimine katkı sağlamak olsa da birçok üniversitesi televizyonu uygulama ve araştırma merkezine bünyesinde yayınlar yapmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen üniversite televizyonları aşağı tabloda gösterilmektedir.

⁹ Başkent Ünitesi televizyonu KANAL B’ye pandemi nedeniyle ulaşım sağlanamamıştır.

¹⁰ Lefke Avrupa Üniversitesi televizyonu LAÜ TV’ye iletişim kanalları kullanılarak görüşme talebinde bulunulmuş; ancak geri dönüş sağlanamamıştır.

¹¹ Arel TV’nin web sitesine erişildiğinde, YouTube üzerinden yayın yapıldığı bilgisine ulaşılmış; ancak aktif yayın akışının olmadığı görülmüştür.

Tablo 3.2. Araştırma Kapsamında İncelenen Üniversite Televizyonları

Araştırma Kapsamında İncelenen Üniversite Televizyonları	
Akdeniz Üniversitesi	Giresun Üniversitesi
Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi	Gümüşhane Üniversitesi
Doğu Akdeniz Üniversitesi	İstanbul Üniversitesi
Ege Üniversitesi	Selçuk Üniversitesi
Erciyes Üniversitesi	Süleyman Demirel Üniversitesi
Fırat Üniversitesi	Yaşar Üniversitesi

Araştırma kapsamında, Türkiye’de bulunan on iki farklı şehir, onu devlet ve ikisi özel olmak üzere toplamda on iki üniversite televizyonu ile görüntü görüşmeler ve e-posta yoluyla görüşmeler yapılmıştır. Görüşme soruları yarı yapılandırılmış soru formlarından oluşturulmuştur. Özellikle örneklem grubunun büyük çoğunluğuna Zoom uygulaması üzerinden yüz yüze ulaşılması hedeflenmiştir. Böylelikle elde edilecek yanıtların daha kapsamlı ve amaca yönelik verilere ulaşılması sağlanmıştır. Görüşmelerin her biri ortalama en az kırk beş ila yüz otuz dakika arasında gerçekleşmiştir. Görüşme sağlanan bütün üniversite televizyonlarında İletişim Eğitimi verilmektedir. Bunun yanı sıra üniversite televizyonları, bağlı oldukları üniversitelerin yapılanmalarına göre fakülte, birim, araştırma ve uygulama merkezi gibi farklı idari birimlerde bulunmaktadır. Kurulma aşamasında olduğu için görüşme talebine rağmen kabul edilmeyen ve dolayısıyla araştırma kapsamına alınmayan üniversite televizyonundan sorumlu kişiler olduğu gibi, bu konuda uzmanlık görüş ve düşüncelerine danışılan kişilerle de görüşmeler sağlanmıştır.

Görüşmelerin üçü e-posta yolu ile sorumlu kişilere ulaştırılan sorular aracılığıyla, dokuz tanesi ise Zoom üzerinden ses ve görüntü kaydı alınarak yapılmıştır.

Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden “Derinlemesine Görüşme” metodu kullanılmıştır. Görüşme, bir araştırmanın tasarımıyla belirlenen sistematik bir şekilde veri toplama yöntemidir. Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı ana soruları hazırlar ve mülakat sırasında yeni sorular sorma gereği ortaya çıkarsa o soruları da sorarak kayıt altına alır (Erdoğan, 2012: 220-221). Görüşme ve gözlem gibi nitel araştırma veri toplama teknikleri olayları

ve olguları doğal ortamda gerçekçi biçimde ele alma imkânı sağlamaktadır. Ayrıca bu tekniğin esnek yapıya sahip olması araştırmanın daha kapsamlı bir şekilde araştırılarak güvenilirliğini yükseltmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 39, 256).

Çalışma kapsamında bir üniversite televizyonunun, bağlı oldukları birimler, genel yayın politikası, yayın türleri, program tür ve içerikleri, personel ve öğrenci sayısı, teknik ve teknolojik imkân ve yeterlilikleri, finansal ve yasal yapılanma biçimleri, radyonun niteliğine etki eden bağımsız değişkenlerin olup olmadığı sorularına cevap aranmıştır.

Yapılan ön çalışma sonucunda daralmış örneklem sonucu on iki üniversite televizyonunun genel olarak temel yapımlarını tespit etmek amacıyla görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca TRT’de görev yapan dört kişi ve televizyon eğitimi veren iki öğretim görevlisiyle de e-posta yoluyla görüşmeler yapılarak, çalışmanın kapsamının geliştirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan tabloların yanı sıra bu görüşmelerde yazılı, sözlü ve görsel elde edilen verilerdeki kişilerin görüşleri üniversite televizyonları bakımından kodlanmıştır. Devlet üniversite televizyonları DÜ1, DÜ2, DÜ3, DÜ4, DÜ5, DÜ6, DÜ7, DÜ8, DÜ9, DÜ10; vakıf üniversite televizyonları ise VÜ1, VÜ2 olarak adlandırılmıştır.

3.2.1.Üniversite Televizyonlarının Kurumsal Organizasyon Yapısı/ Varlık Nedeni

Üniversite televizyonlarıyla yapılan derinlemesine görüşmede, ilk olarak üniversite televizyonlarının kuruluş motivasyonları sorulmuştur. On iki üniversite televizyonunun sekiz tanesi Rektörlüğe bağlı kurumsal organizasyon yapısına sahiptir. Dört üniversite televizyonu ise, İletişim Fakültesi bünyesine bağlı olarak faaliyet göstermektedir.

DÜ2, DÜ3, DÜ4, DÜ7 ve VÜ2’nin doğrudan bulundukları üniversitenin Rektörlük Örgütü tarafından kurulmuştur. DÜ1, DÜ6, DÜ8, DÜ9, DÜ10 ise İletişim Fakültesi’ne bağlı olarak varlık göstermektedir. Bunun yanı sıra DÜ5 ve VÜ1 kodlu üniversite televizyonları kurulduklarında İletişim Fakültesi’ne bağlı olup, daha sonra bir araştırma ve uygulama merkezi ya da doğrudan rektörlük örgütüne bağlandıklarını belirtmişlerdir.

Koordinatörlük, Araştırma ve Uygulama Merkezi, Medya Merkezi, TV Uygulama Birimi, İletişim Fakültesine bağlı olarak uygulama atölyesi, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü olmak üzere farklı birimlerde faaliyet gösteren üniversite televizyonlarının temelde üniversite öğrencilerine uygulama eğitimi verme amacıyla kurulması üniversite televizyonlarının ortak varlık nedenlerinin başında gelmektedir.

Ayrıca, aynı anda yerel, ulusal ve uluslararası erişim imkanına sahip olan üniversite televizyonlarının üniversitenin ve bağlı oldukları Rektörlük Örgütü'nün de etkinliklerini yayınlama sorumlulukları da bulunmaktadır.

İletişim Fakültesi'ne bağlı olan üniversite televizyonlarının program tür ve içeriklerinin daha çok uygulamaya yönelik olduğu görülmektedir. Kuruluş misyonuna uygun olarak, öncelikle öğrencilerin televizyon yayıncılığı deneyimi kazanmalarına önem veren kurumsal organizasyon yapısına sahip, bir uygulama atölyesi olarak faaliyet göstermektedirler. Rektörlüğün talep ettiği çekimlerin yanı sıra ağırlıklı olarak öğrencilerin gerçekleştirdiği yayınlar, üniversite televizyonunun genel akışını oluşturmaktadır.

Bunun yanı sıra İletişim Fakülteleri'nin kendi kurumsal yapılarına göre üniversite televizyonlarının organizasyon yapısı değişmektedir. İletişim Fakültesi'nde ders veren akademik personel tarafından yönetilen üniversite televizyonları, kuramsal bilgilerin uygulamaya aktarılması noktasında çok daha etkili olmaktadır. Bunun yanı sıra İletişim Fakültesi bünyesinde, İletişim/televizyon yayıncılığının kuramsal bilgileri olmayan üniversite televizyonu sorumluları, daha çok uygulama pratikleri ya da uzmanlaşmış oldukları alanlarda daha aktif; kuramsal bilgiler noktasında yetersiz kalmaktadır.

DÜ1 kodlu üniversite televizyonunda iki sorumlu ile görüşme yapılmıştır. Kurumsal yapılarına ve uzmanlık alanlarına göre başta haber üretimi ve teknik olmak üzere, İletişim Fakültesi'ne bağlı bir uygulama atölyesi olarak varlık göstermektedirler. DÜ1, bağlı olduğu üniversite televizyonunun varlık nedenini, öğrencilerin İletişim Fakülteleri'nden öğrendikleri bilgileri uygulayabilecekleri bir atölye olarak açıklamıştır. Radyo, film, reklamcılık, halkla ilişkiler ve televizyon atölyesi olarak ayrılan uygulama birimlerinin her biriyle bir bölüm başkan yardımcısının ilgilendiği belirtilmiştir. İletişim Fakültesine bağlı olan atölyelerden biri olarak DÜ1 üniversite televizyonunun temel amacı, öğrencilere bir televizyon kanalının simülasyonunu yaşatmaktır. Dolayısıyla İletişim Fakültesi öğrencilerine deneyim kazandırarak, mezun olduktan sonra iş hayatında mesleki pratiklere sahip olması hedeflenmektedir.

Medya Merkezi ya da Uygulama Birimlerinde çoğu üniversite televizyonunun rektörlüğe bağlı olmasının yanı sıra DÜ6 üniversite televizyonu gibi İletişim Fakültesi

içerisinde yer alan Medya Merkezi'ne bağlı bir birim olarak faaliyet göstermektedir. Üniversite televizyonu varlık sebebi olarak hem öğrenciler için uygulama alanı hem de de hem de diğer üniversite televizyonları gibi bulundukları üniversitenin önemli etkinliklerinin çekimlerini üstlenmektedirler.

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler doğrultusunda eskiye oranla program tür ve içeriklerinin azalmasının sebebi olarak, rektörlük çekimlerinin yoğunluk kazanması olarak görülmektedir.

DÜ8 üniversite televizyonunun potansiyel izleyici kitlesini öğrenciler, akademisyenler ve halkı olması nedeniyle yayın politikalarını öğrencilerin projelerinin yayınlanmasını sağlamak ve gerçekleştirilen projelerden bölge halkının haberdar olması noktasında toplumsal katkıda bulunmak üzerine olduğunu aktarılmıştır. Genel olarak toplumu bilgilendirmenin yanı sıra öğrencilerine mesleki anlamda edindikleri bilgi ve becerileri uygulama yaparak pekiştirme imkânı sağlamak amaçlanmaktadır. Kurumsal organizasyon yapısının hukuksal ve mali boyutu dekanlık, yönetsel boyutu akademisyenler, içerik üretimi öğrenciler tarafından oluşturulmaktadır. Her yıl değişen gönüllü öğrenciler bu sürecin işletilmesine yardımcı olmaktadır.

Kurumsal organizasyon yapıları içerisinde hem dekanlık hem de rektörlüğe bağlı olarak faaliyet gösteren üniversite televizyonları da söz konusudur. Televizyon Koordinatörlüğü bünyesindeki DÜ9, bu organizasyon yapısına örnek gösterilmektedir. Yine DÜ10 üniversite televizyonu temelde rektörlük ve dekanlığa bağlı olmasının yanı sıra uzun ve karmaşık bir yapılanma içerisinde yer almaktadır. DÜ10 üniversite televizyonun kurumsal organizasyon yapısını; üniversite rektörü, iletişim fakültesi dekanı, genel yayın koordinatörü, haber müdürü, haber editörü, kurgu-montaj, teknik birim, kameramanlar, sunucular oluşturmaktadır. DÜ10 üniversite televizyonunun temel varlık sebebi, fakültelerinde öğrenim görmek için gelen öğrencilerin temelde teorik olarak aldıkları bilgileri pratik yapmak suretiyle daha iyi öğrenmeleri ve mesleki açıdan pratik ön bilgiye sahip olmalarıdır. İletişim Fakültesi öğrencilerinin laboratuvar durumundadır. Özellikle yayıncılık alanında yetiştirilen ve gelecekte bu alanda faaliyet göstermek amacıyla olan öğrencilerin teknolojik gelişime, araçları kullanım bilgisi açısından yabancı olmamaları gerekmektedir. Bu nedenle İletişim Fakültesi öğrencilerine teorik bilgilerin yanında pratik yapma imkânları sağlamak; böylece teorik bilgilerini

perçinlemek amacındadır. Ticari kaygılardan ziyade, fakülte öğrencilerinin gerçek anlamda bir iletişim eğitimi almaları, ayrıca; benzer yayın kurumlarının olumlu yönde etkilenmesi için etik ve mesleki çalışmalar yapmak temel yayın ilkelerini oluşturmaktadır.

İletişim Fakültesine bağlı olmaksızın rektörlük bünyesine bağlı Radyo ve Televizyon Uygulama ve Araştırma bünyesi kapsamında faaliyet gösteren üniversite televizyonlarının da bulundukları yönetim yapısına göre değişiklik gösterdiği görülmektedir.

Dönemsel olarak genel yayın politikalarının değiştiğini belirten DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, genel hatlarıyla ilk kurulduğu andan itibaren internetin yaygınlığı ve televizyonun bilime yeterinde yaklaşmamasından dolayı üniversite televizyonunun kurulma misyonunun ortaya çıktığı ifade edilmiştir. İlk zamanlar özellikle nadir görülen bir hastalık ya da tıp bilimine katkı sağlama amacıyla canlı yayınlar yapılmasına karşın, teknolojinin gelişip yaygınlaşmasıyla daha çok televizyon yayıncılığına yakın bir yayın politikasına evirildiği görülmüştür. Şu anda ise, üniversitenin önemli etkinlikleri ve bilimsel ağırlığı olan yayınların yapıldığı belirtilmiştir. Ayrıca üniversitenin kendisine ait olan YouTube kanalında da üniversiteye ait etkinliklerin ve üniversite televizyonunun hazırlamış olduğu programlar yayımlanmaktadır. Bunun yanı sıra yeni yayıncılık platformu doğrultusunda yeni yayın politikaları üzerinde çalışmalar yapılmaktadır.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, ayrıca öğrencilerin sektöre hazırlanmaları noktasında da bir misyona sahip olduklarını belirtmiştir. Öğrencilerin sektörde görecekleri cihazları üniversite televizyonunda görmelerini ve öğrencilerin televizyon yayıncılığı konusunda eğitmek istedikleri, bu nedenle şartlarını zorladıklarını ifade edilmiştir.

Rektörlüğe bağlı olan üniversite televizyonlarının aynı zamanda üniversitelerin birer tanıtım ajansı haline dönüştüğü noktasında en belirgin örnek DÜ3 üniversite televizyonudur. 2014 yılında rektörlük bünyesinde kurulan Basın Halkla İlişkiler Birimi ile kurulmuş olup, sonrasında Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne dönüşen birime bağlı olarak faaliyet göstermektedir. DÜ3 üniversite televizyonu, yalnızca rektörlüğün değil, üniversitenin talep edilen bütün çekimlerini gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Bu doğrultuda üniversite televizyonunun temel varlık nedeni olarak üniversitenin öğrenci ve

mensuplarının ürünlerini, çalışmalarını sergilemek, önemli kültür sanat olaylarını, bilimsel ve akademik etkinliklerini duyurmak, etkinlikler ve bilimsel gelişmeler ile ilgili haber yapmak ve öğrenciler tarafından hazırlanan programları yayınlamak amacını taşımasının gösterilmesidir.

1993 yılında fakülte içerisinde kapalı devre yayınlarla başlayarak, 2014 yılında internet üzerinden yayın yapılmaya başlanmıştır. Kapalı devre yayınlar devam etmektedir ve her katta öğrencilerin görebileceği şekilde web için hazırlanan içerikler ve internette paylaşılmayan öğrencilerin anlık sunumları burada yayınlanmaktadır. 2014 yılından itibaren web yayıncılığıyla gündem takip etmeye çalışılmış; frekans karışıklığı olma ihtimaline karşı karasal yayın yapmamışlardır.

DÜ4 üniversite televizyonu Medya Merkezi haline dönüşerek ve koordinatörlük olarak üniversite televizyonu olarak işleri yürütmeye başladıklarını söylemiştir. Temel var oluş sebebi olarak, öğrencilerin meslek anlamının değiştirilmeye çalışıldığı belirtilen üniversite televizyonu sorumlusu ders içeriğinin kendi uzmanlık alanı olmadığını; ancak öğrencilerin üniversite televizyonunda çok daha kolay öğrendiklerini şu sözlerle açıklamıştır:

“Burada öğrenci meslek anlamını değiştirmeye çalışıyoruz. Ders içeriği tabi ki bizim uzmanlığımız değil. Orada hocalarımızın işine karışmak gibi bir niyetimiz yok ama burası alan yeri olduğu için burada çocuklar çok rahat ve çabuk kapıyorlar. Aynı bir koordinatörlüğüz.”

Organizasyon yapısı olarak genel Sekreterliğe bağlı olursa da bazen rektör ya da rektör yardımcısıyla doğrudan iletişime geçildiği belirtilmiştir. Medya Merkezi olmadan önce yalnızca üniversitenin etkinliklerinin çekimleri gerçekleştirilirken, sonraki süreçte üniversite televizyonu ile birlikte radyo ve sosyal medya birimlerinin sorumlulukları da merkez kapsamına alınmıştır. Yayın politikaları genel olarak rektörlüğün takibi, üniversite etkinliklerin çekimlerinin gerçekleştirilmesiyken DÜ4 üniversite televizyonunun sorumlusu yeni program türleri ortaya çıkarmak için projeler yazdığını; ancak radyo programından ziyade televizyon yayıncılığının çok daha kapsamlı bir emek gerektirdiği için üç programla sınırlı kaldığını söylemiştir. Üniversitenin işleyişi ve üniversitenin logosunu temsil etmek adına daha çok canlı yayınlar ve rektörlükle ilgili çekimler yapıp yayınlanmaktadır.

Rektörlük bünyesinde faaliyet göstermesine karşın, tarihsel geçmişine bakıldığında İletişim Fakültesi'nden bağımsız bir fakültede kurulan üniversite televizyonu olan tek uygulama birimi DÜ7'dir. Bu bakış açısıyla DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının durumunu o üniversitedeki baskın fakültelerin belirlediğini belirtmiştir. Örneğin kendi üniversitelerindeki televizyon yayıncılığının başlamasında Tıp Fakültesi'nin etkisi olmuştur. 1984 yılında kapalı devre yayınların yapılmasında temel amacın telemedicine olduğu, yani ameliyatlara çekmek ve yayınlamak için bir merkezin kurulduğu ve İletişim Fakültesi'nden de destek istenilerek böylelikle yayın hayatına başlanıldığı ifade edilmiştir. Eskiden Bilgi ve İletişim adı altında faaliyet gösterdiklerini belirten DÜ7 sorumlusu, rektörlüğün katkısı ile, kurumsal işleyişin Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi bünyesinde radyo, haber ajansı ve televizyon olarak faaliyet gösterdiğini ifade etmiştir. Üniversiteler bünyesinde kurulan ilk haber ajansı, radyo ve üniversite televizyonu olarak 1987'den beri faaliyet gösterdikleri aktarılmıştır.

Uygulama merkezinde ilk olarak radyo yayınlarına başlanmış olup, radyodan sonra kurulan üniversite televizyonu ile birlikte hem radyo hem de televizyon yayınlarıyla asıl amaçları üniversite ve kenti birleştirmek olmuştur. Kampüs üniversitesi olarak önce radyonun kente ve öğrencilere ulaşma noktasında çok daha kolay bir yöntem olduğu için tercih edildiğini, sonrasında üniversite televizyonu kurularak yeni bir sürece girdiklerini açıklamıştır. Karasal yayıncılıkla başlayan radyo yayıncılığından sonra, yerel televizyon mantığıyla yine kente ve öğrencilere ulaşma amaç varlık sebebi olarak aktarılmıştır.

Üniversite televizyonlarının kurumsal organizasyon yapısının her kuruma göre değişiklik gösterdiğini ifade eden DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının uygulama merkezlerine mi, yoksa İletişim Fakülteleri'ne mi bağlı olması gerektiği konusunun çok tartışıldığını söylemiştir. Önemli olanın maddi olanaklar olduğu, dolayısıyla rektörlüğe bağlı olarak desteklenen uygulama ve araştırma merkezlerinin Türkiye şartlarında en uygun yapı olduğunu belirtmiştir.

Rektörlük bünyesine bağlı olan üniversite televizyonlarında iletişim/ televizyon yayıncılığı konusunda uzman kişilerin öğrencilerin deneyim kazanması ve mesleki pratikler elde etme kaygısını daha çok yaşadıkları görülmektedir. Bu nedenle, kurumsal yapıları ve varoluş nedenleri doğrultusunda, daha fazla yenilik, değişim ve gelişim eğilimi göstererek, güncel televizyon yayıncılığını takip etmektedirler. DÜ7 üniversite

televizyonu özellikle yayın politikalarını bu yönde belirlediklerini ifade etmiştir. Varlık sebebi olarak şehirle bütünleşmek olduğu ifade edilmiştir. Üniversitede sportif, bilimsel, kültürel çok fazla aktivitenin olduğu belirtilmiştir. Üniversite televizyonu olarak gerçekleşen bu faaliyetler radyo ve televizyon üzerinden yayınlanmaktadır. Böylelikle, içerisinde hem information (bilgi) hem de Infotainment (eğlence) içeren kelimelerin birleşimi olan *Infotainment (bilgi- eğlence)* kanalı olarak yayın politikalarını belirlemişlerdir. Çünkü temel amaçları, ciddi bir bilgi üretimi olduğu ve bunu halka yaymak için çalıştıkları belirtilmiştir. Bu minvalde hem radyo hem de televizyon yayınlarının tür ve içerikleri belirlenip, programlar üretilmeye başlanmıştır.

VÜ2 üniversite televizyonunun bir yayın akışının olmadığını, video on- demand şeklinde videolarını yüklediklerini, bunu yaparken üniversite televizyonu oldukları için öncelikle öğrencileri hedef aldıklarını böylelikle hem kendi öğrencilerine hem de aday öğrencilere yönelik içerikler yayınladıkları aktarılmıştır. Öğrencilerden sonraki hedef kitlelerinin halk olduğu için, üniversite içinde yapılan etkinliklerin (konferans, söyleşi, panel, tiyatro, konser, vb.) kaydını yayınlıyoruz. Bir üniversite televizyonu olarak kâr amacı gütmeyen, öğrencilerimize ve halkımıza bilgilendirici, öğretici, eğlendirici içerikleri sunmaya çalıştıkları ifade edilmiştir. Üniversite televizyonunda yine diğer üniversite televizyonlarında olduğu gibi farklı bir organizasyon yapılanması görülmektedir. Bu yapılanma, rektörlük– genel sekreterlik – kurumsal iletişimden sorumlu genel sekreter yardımcılığı- medya merkezi müdürlüğü hiyerarşik yapılanma şekliyle aktarılmaktadır.

Üniversite televizyonlarının hepsi eğitim amaçlı kurulmuş olsa, sadece İletişim Fakültesi ya da televizyon eğitimi verilen öğrenciler için kurulmamıştır. DÜ7 üniversite televizyonu, Tıp Fakültesi'nin ameliyat çekimlerinin kayıt alınması amacıyla kurulmuş, sonraki süreçte ekipmanlarını İletişim Fakültesi'ne bağışlayarak, üniversite televizyonunun ilk adımları atılmıştır.

Görüldüğü üzere, İletişim Fakülteleri'ne bağlı olarak faaliyet gösteren üniversite televizyonlarının temel misyonlarına diğer üniversite televizyonlarından daha fazla tutarlılık gösterdiği yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Üniversite televizyonlarının kurumsal yapısının son saçı ayağı ise, önceden İletişim Fakültesine bağlı olup, sonradan rektörlük bünyesine geçen üniversite televizyonlarıdır.

Bu üniversite televizyonlarının da diğer üniversite televizyonları gibi öncelikleri öğrencilere mesleki olarak uygulama pratiklerinin öğretilmesi olmaktadır.

DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, radyo televizyon eğitim alan öğrencilere uygulama birimi olarak, uygulama yaptırma amacıyla kurulmuş ve misyonuna uygun şekilde çalıştıklarını belirtmiştir. Yayın hayatına önce klip yayınlarıyla başladıklarını, sonra her gün ana haber yayınlayarak başladıklarını, daha sonra program tür ve içerik sayısını arttırarak haftada bir gün spor programı, müzik programı, ekonomi programı gibi programlar ürettiklerini söylemiştir. Yirmi yıl kadar öncesinde 08.00-24.00' e kadar düzenli yayın akışına sahip olduklarını ve yine 24.00-08.00 arası da radyo yayını yapıldığını aktarmıştır. Kuruldukları andan itibaren yerel bir televizyon gibi hareket ettiklerini ve karasal yayın yapılmaktadır. 2007 yılından önce İletişim Fakültesi'ne bağlı bir atölye olarak faaliyet göstermiş, sonra İletişim Fakültesi'nden ayrılarak ayrı yönetmeliği olan bir Araştırma Merkezi haline dönüşmüştür. Bürokratik olarak birim haline dönüşmeleri üniversite televizyonunun işleyişini hızlandırmıştır.

VÜ1 üniversite televizyonunun kurumsal yapısının ve varoluş nedeninin özellikle İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik profesyonel hayatta gerekecek yayıncılık deneyimlerinin daha öğrenciyken yaşamalarını sağlayarak uzmanlaşmalarına katkıda bulunmak olduğunu belirtilmiştir. Rektörlüğe bağlı olmanın teknik-teçhizat imkanlarına ulaşma noktasında üniversite televizyonlarına öncelik kazandırdığını belirterek, İletişim Fakültesi ile hiçbir zaman bağlarının kopmadığını, çünkü üniversite televizyonlarının temel amacının eğitim olduğunu, dolayısıyla istekli öğrencilerin zaten televizyona geldiğini söylemiştir. Eğitim amacı olarak İletişim Fakültesi'yle hareket etmelerinin yanı sıra, teknik/ teknolojik ekipman ve bütçe olarak kurumsal yapılarının rektörlüğe bağlı olmasının daha avantajlı olacağı şu şekilde açıklanmaktadır:

“İletişim Fakültesine bağlı olunca oradan doğru İletişim Fakültesinin Dekanlığı altında çalışıyor. Dolayısıyla orada süreç biraz farklı. İletişim Fakültesine bağlı olduğu zaman İletişim Fakültesinin bütçesini kullanabiliyorsun. İletişim Fakültesine bütçesi alınacak teknik ekipman ya da teçhizat İletişim Fakültesinin talep edilmesi gerekiyor. Alınacak personel İletişim Fakültesine alınması gerekiyor. Alınacak Araştırma Görevlisi İletişim Fakültesine alınması gerekiyor. Belli kotalar var... Rektöre bağlamasındaki amaç birazcık televizyonu aktif hale getirebilmek için bunları kullanmak. Üniversite televizyonları aslında bir laboratuvar. Yani öğrencilerin kendilerini geliştirebilecekleri kullanabilecekleri... İletişim Fakültesi her zaman onlara bağlı hala bu şeyler devam ediyor. Televizyon İletişim Fakültesine bağlı olması gerekiyor ki öğrenciler daha rahat kullanabilsin.”

İletişim Fakültesi'ne bağlı olmamalarının öğrencilerin üniversite televizyonuna gelmesine engel teşkil etmediğini ifade eden VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, İletişim Fakültesi binasının içerisinde oldukları süreçte zorla üniversite televizyonuna gelen öğrencinin yeterli verimi sağlayamadığını ifade etmiştir. Bu nedenle bulunduğu üniversite televizyonunun rektörlüğe bağlı olmasının her zaman avantaj sağlayacağını belirtmiştir.

İletişim Fakültesi'nde görev yapan uzman üniversite televizyonu sorumlularının, rektörlük bünyesinde olsa bile İletişim Fakülteleri'nden bağıni koparmadıkları, yalnızca koşullar sebebiyle rektörlük bünyesinde yer almanın kendilerine personel, teknik teçhizat ve stüdyo imkanlarına ulaşma noktasında kolaylıklar sağlamaktadır. Ayrıca Uygulama ve Araştırma Merkezi olmaları sebebiyle projelerle birlikte hem üniversitelere hem üniversite televizyonlarına hem de öğrencilerine katkı sağladığı belirtilmiştir. Fakülte ile bağlarını koparmadığı için akademisyenlerle üniversitenin misyonu doğrultusunda programlar yaparak, kent ve kampüs arasında bir köprü oluşturmayı amaç edindiklerini belirtilmiştir. Dolayısıyla VÜ1 ikinci varoluş nedeni olarak bulunduğu coğrafyaya yol gösterici bir misyon taşıdıklarını ifade etmiştir.

Üniversite televizyonlarının tümünde farklı kurumsal organizasyon yapılarının olduğu görülmektedir. Her üniversitenin ve her fakültenin kendi varlık sebebi doğrultusunda ortaya çıkan bu yapılanmalar, üniversite televizyonlarının geneline bakıldığında karmaşık bir tablo olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ortaya çıkan bu karmaşık tablonun sonuçları şu maddelerle ifade edilebilir:

- Üniversite televizyonu olmaları dolayısıyla aslında bütün üniversite televizyonları temelde rektörlüğe bağlı olmaktadır.
- Üniversite televizyonlarının doğrudan İletişim Fakülteleri'ne bağlı olması, daha çok iletişim/televizyon yayıncılığı alanında eğitim almış akademik personelin kuramsal bilgileri doğrultusunda iletişim pratiklerine dönüştüğünden, öğrenciler için çok daha verimli bir eğitim süreci yaşadıkları sonucunu ortaya çıkarmıştır.
- Üniversite televizyonlarının, İletişim Fakültesi ya da iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi verilen fakülte ve bölümlerin kuramsal ders ve içeriklerinden bağımsız olarak hareket etmesi, üniversite televizyonlarının temel misyonlarından uzaklaştığını göstermektedir.

- Rektörlük bünyesinde kurulan ve iletişim/televizyon yayıncılığında uzman olan üniversite televizyonu sorumlularının, eğitim misyonuna daha yatkın bir eğilim gösterdiği görülmektedir.
- Rektörlük bünyesinde kurulan ve uzmanlık alanı iletişim/televizyon eğitimi olmayan üniversite televizyonu görev sorumlularının, öncelikleri rektörlük etkinliklerinin çekimlerini gerçekleştirmektir. Çekimlerde görev alan öğrenciler yalnızca uygulama pratikleri noktasında deneyim kazanmaktadır. Bu doğrultuda üniversite televizyonlarının yalnızca mesleki pratiklerinin ön plana çıkarılması, temel misyonları olan eğitim algısına ters düşmektedir.
- Rektörlük işlerinin gerçekleştirilmesi noktasında üniversite televizyonlarının imkân ve olanakları yeterli görülmektedir. Ancak öğrencilerin eğitimi söz konusu olduğunda üniversite televizyonlarının teknolojik olarak gelişen teknolojiyi takip etmesi mümkün olmamaktadır.

3.2.2. Üniversite Televizyonlarının Teknik Alt Yapısı

3.2.2.1. Teknik- Teknolojik Yeterlilikler

Üniversite televizyonları uygulama birimleri içerisinde başta İletişim Fakülteleri olmak üzere, üniversitelerin can damarı gibidir. Üniversite televizyonlarının teknik/teknolojik imkanları bulundukları üniversitelerin ayırdıkları bütçeye göre değişmektedir. Dolayısıyla her üniversite televizyonu aynı teknik- teknolojik yeterliliklere sahip olmamaktadır.

Türkiye’deki ilk televizyon üniversitesi örnekleri, karasal yayıncılık alt yapısında ve yerel televizyon yayıncılığı mantığında başlamıştır. Üniversite televizyonlarının temel misyonu, başta üniversite öğrencilerine uygulama yapabilecekleri bir atölye mantığında kurulmuş olsa da diğer temel misyonları bilimsel çalışmaları halk ile bütünleştirmek olmuştur. İstanbul Teknik Üniversitesi’nin ilk üniversite televizyonu olmasının yanı sıra, basın- yayın meslek yüksekokullarından sonra fakülte haline gelen İletişim Fakülteleri’ne yönelik üniversitelere karasal yayıncılık frekans tahsisi imkânı getiren ve EK 1’de yer alan 3984 sayılı ‘Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Kanun’un 24. maddesine sonradan (15.5.2002) eklenen “*Radyo- Televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekanslar ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilir.*” ibaresi

kapsamında, 2000’li yıllara gelindiğinde birçok üniversite İletişim Fakülteleri açmaya başlamıştır. 2011 yılında güncellenen ve EK 2’de belirtilen 6112 sayılı yasanın 26. maddesinin 3. bendinde ‘Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’la birlikte ise, süreç yeniden karışık bir hal almıştır. Bu maddeye göre;

“Kamu kurum ve kuruluşlarının ikaz, duyuru ve eğitim maksadıyla karasal radyo veya televizyon yayını yapma talebinde bulunmaları halinde; bu talepler yapılacak protokol çerçevesinde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan hizmet alınarak karşılanır. Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte kanunlarında radyo ve televizyon yayını yapabileceklerine ilişkin hüküm bulunan kamu kurum ve kuruluşlarından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından herhangi bir ücret alınmaz. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu haricindeki kamu kurum ve kuruluşlarına kanal, frekans veya multipleks kapasitesi tahsisi yapılmaz.” ifadesine göre üniversite televizyonların TRT ile yapacakları protokol kapsamında frekans tahsisi alabilecekleri, tahsisin ise TRT’ye bağlı olarak gerçekleştirilebileceği sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum üniversite televizyonlarının kısıtlı bütçelerinin yanı sıra, televizyon yayıncılığının önünde bir bürokrasi engelinin oluşmasına neden olmuştur.

Görüşme yapılan on iki televizyonunun yarısında hem karasal hem de internet üzerinden yayınlar yapılmaktadır.

Üniversite televizyonlarının teknik ve teknolojik alt yapıları ve imkanları, yayın biçimleri aşağıdaki tabloda¹² belirtilmiştir.

¹² Tablonun oluşturulmasında 2020 yılında gerçekleştirilen “Tüm Yönleriyle Türkiye’de Üniversite Radyo Yayıncılığı: Olanaklar ve Sorunlar Üzerine Durum Analizi” çalışmasından yararlanılmıştır.

Tablo 3.3. Üniversite Televizyonlarının Teknik- Teknolojik Yeterlilikleri

Teknik- Teknolojik Yeterlilikler					
Üniversite Televizyonları	Yayın Biçimi Karasal/ İnternet	Web Sitesi	Hosting Hizmet Sağlayıcı	Sosyal Medya Hesapları	Mobil Uygulama
DÜ1	İnternet	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ2	İnternet/Karasal ¹³	Var	Üniversite	Aktif kullanılmıyor	Yok
DÜ3	İnternet	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ4	İnternet/ Karasal	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ5	İnternet/Karasal	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ6	İnternet	Yok	Üniversite	Yok	Yok
DÜ7	İnternet/ Karasal	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ8	İnternet	Var	Üniversite	Yok	Yok
DÜ9	Karasal/ İnternet ¹⁴	Var	Üniversite	Var	Yok
DÜ10	Karasal/ İnternet	Var	Üniversite	Aktif kullanılmıyor	Yok
VÜ1	Karasal/ İnternet	Var	Üniversite	Var	Yok
VÜ2	İnternet	Var	Üniversite	Aktif kullanılmıyor	Yok

Bu üniversite televizyonlarından DÜ9, DÜ10 ve VÜ1 internet yayıncılığının yanı sıra aktif olarak karasal yayınlar yapmaktadırlar.

Yaşadıkları ilin ileri gelenlerinin üniversite televizyonuna sponsor olması sonucunda karasal yayın yapma teknik ve imkanlarına sahip olan DÜ9 üniversite televizyonu, öncelik olarak öğrencilerin programlar yapıp, deneyim kazanmasının önemini vurgulamaktadır. Sonrasında bulundukları ilin tamamına karasal yayın yapabildikleri için kent nüfusuna hitap ederek, üniversitenin ön plana çıkarılmasını hedeflemektedir. Karasal yayıncılığın azalmasına karşın yine de devam etmesi gerektiğini vurgulayan DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, makine parkı yani ekipman olarak

¹³ İnternet/ Karasal” yazan üniversite televizyonlarının öncesinde karasal yayın yaptıkları, sonraki süreçte internet yayıncılığına geçildiği için bu ifade kullanılmıştır.

¹⁴ “Karasal/ İnternet” yazan üniversite televizyonlarında karasal yayıncılığın aktif bir şekilde devam ettiği; ancak internet yayıncılığı da yaptıkları için bu ifade kullanılmıştır.

gayet iyi durumda olduklarını belirtmiştir. Yaklaşık on-on bir kurgu ünitelerinin bulunduğunu, on beşin üzerinde kameraya sahip olduklarını, go pro, mac missing ve DSLR makineleri, stüdyo kameraları, jimmy jip ve aktüel ışıklara, taşınabilir arka fon perdelerine, iki adet drone, üç adet gimballarına, telsiz mikrofonlara ve birçok açıdan çok rahat ulusal yayın yapabilecek cihazlara sahip olduklarını belirtmiştir. Kurumsal yapının değişmesiyle birlikte ciddi bir makine alımının gerçekleştiği aktarılmıştır.

DÜ10 üniversite televizyonu İletişim Fakültesi bünyesinde yerel alanda karasal televizyon yayın yapmaktadır. Bulunduğu alanda 100 km’lik çaptaki bir alana televizyon yayınlarını kesintisiz ulaştırmaktadır. Her gün yirmi dört saat yayınlarını kırk ayrı özgün program ve yapımla sürdürmektedir. Ayrıca son dönemlerde gerçekleşen teknolojik yeniliklere paralel olarak HD kalitesinde yayınlarını internet üzerinden de yürütmektedir.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, teknik yeterliliğin hiçbir zaman zaman bitmeyeceğini, dünyanın en büyük yatırımının yapılsa da yarın tekrar yeni ihtiyaçların çıkacağını belirtmiştir.

Bunun yanı sıra en az maliyetli programların stüdyolarda çekilen programlar olduğu şu sözlerle açıklanmaktadır:

İyi bir program üretmen için en reytingli programlara bakarsan 100 kişi çalışıyor 1 program için. Dolayısıyla üretmek zor. Stüdyoda program çekmek hem kontrollü ortam hem maliyetsiz ortam. Çekimlerimizi rejiyle yapıyoruz. Ben yatırım yaptım ona sanal stüdyo demeyeyim onun biraz daha üstü bir program aldık. Hem canlı yayın aracı hem stüdyomuz var. Stüdyomuzda zaten 4 kamera var. Rejili çekiyoruz. Yani doğrudan hazır. Biz winx üzerinden bağlanıyoruz.”

Üniversite yönetiminin üniversite televizyonuna bakış açılarının çok büyük önem taşımaktadır. Üniversitenin tanıtımı noktasında üniversite televizyonları büyük önem taşımaktadır. Üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle teknik ekipman edinme konusunda ajanslara yaptırılacak olan tanıtım filmi ve diğer üniversite çekimlerinin sorumluluklarını alarak, dışarıya aktarılabilecek olan parayı ellerinde tutarak maliyet hesaplarıyla dengelediklerini belirtmiştir. Teknik teçhizat olarak; haber kameraları, yaka telsiz mikrofonları, dronelar, profesyonel tanıtım filmi çekmek için kameralar, promter, yeşil perde, canlı yayın aracı, ses kayıt cihazı ve kendilerine ait stüdyoları mevcuttur.

Daha önce karasal yayın yapan VÜ1 ile yayın biçimi hakkında yapılan görüşmede bu durum şu şekilde açıklanmıştır:

“...Televizyon yayıncılığı açısından baktığın zaman genelde Facebook üzerinden yayın yapıyoruz. Şu anda yayınlar normalde karasal yayın yapıyorduk biz... Ama karasal yayınların artık antenle televizyon izleyen kimse kalmadı. Dolayısıyla onun da ... yıllık bir ücreti lisans ücreti var. Lisans ücretini teknik teçhizata yatırmayı tercih ettiğimiz için karasal yayından çıktık. Genelde Facebook ve YouTube üzerinden yayın yapıyoruz.”

Üniversite televizyonlarının çalışmanın diğer unsurlarında olduğu gibi yine bir standardizasyona sahip olmadığı yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte karasal yayın yapan üniversite televizyonları bile, internet üzerinden yayınlar yapmaya başlamışlardır. Karasal yayın yapma imkanına sahip olan DÜ2, DÜ4, DÜ5, DÜ7 kodlu üniversite televizyonları, teknik olarak internet yayıncılığının sağladığı kolaylıklar ve imkanlar nedeniyle artık karasal yayıncılığı bırakarak artık internet üzerinden yayınlar yaptıklarını belirtmişlerdir.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, Türkiye’de ilk internet yayıncılığına başlayan üniversite televizyonlarından biri olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca yine karasal yayıncılık aşamasında Türkiye’nin ilk frekans başvurusunda bulunan ve frekans tahsisine sahip olmalarına karşın, yerelde artık kimsenin karasal yayını doğru düzgün izlemediğini ve frekans tahsisinin maliyet olarak üniversiteye yük olacağını düşündükleri için, frekans tahsisini iptal ettirdiklerini aktarmıştır.

İletişim Fakültesiyle ortak bir TV stüdyosunun alt yapısının bitmek üzere olduğunu aktarmıştır. Bunun yanı sıra belgesel ve ünlü kişilerin ses kayıtlarının alındığı büyük bir ses kayıt stüdyosu, profesyonel bir radyo stüdyosu, bir kayıt mixleme alanına sahip oldukları belirtilmiştir. Teknolojik yeterlilik olarak öncelikle personel bazındaki teknik yeterliliklerinin oldukça yeterli olduğu düşünülmektedir. Radyonun çok büyük bir yatırımla kurulduğunu ve televizyonun zaten 1992 yılında Radyo Televizyon Uygulama ve Araştırma Merkezi Olarak Faaliyete geçildiği söylenmiştir. Mümkün olduğunca en iyi cihazı almaya çalıştıklarını belirterek, rektörlüğün üniversite televizyonunu üniversitenin bir vitrini olarak gördüğü için teknik anlamda sürekli destek verdiğini ifade etmiştir. Televizyon yayıncılığının Tıp Fakültesi kadar masraflı bir alan olduğu, dışarıdan talep edilen işlerle güncel kalmak için çok çaba sarf ettiklerini şu sözlerle açıklamıştır:

“Şu anda sinema kamerası seviyesinde bir teknik olarak açıklamak gerekirse 4K bir sinema kamerası var. Aynı zamanda fotoğraf makinelerimizde var. Daha çok TV yayınları için kullandığımız yarı profesyonel profesyonel kameralarımız var. Yaklaşık

6 tane protest kameramız var. 1 fotoğraf makinemiz var. 1 tane prodüksiyon kameramız var.”

İletişim Fakültesi’yle koordineli çalıştıkları için ekipman konusunda sıkıştıkları konularda kamera desteği aldıklarını şu sözlerle açıklamıştır:

“Ayrıca İletişim Fakültesiyle koordineli gittiğimiz için sıkıştığımız durumlarda İletişim Fakültesindeki (bende oranın hocasıyım) bölüm başkanımızla ve hocalarda sıkışılan durumlarda kamera desteği sağlıyorlar. Orada blackmagic kameralarımız var, sinema kameralarımız var. Teknik ekipman anlamıyla herhangi bir sorununuz yok. Dediğim gibi mümkün olduğunca güncel takip ediyoruz. Hareketli bilgisayar kontrollü hareketli kamera sistemleri apple drone un sistemleri gibi sistemlerde bünyemizde var. Canlı yayınlarda kamera hareketlerini mümkün olduğunca işin içine katmaya çalışıyoruz. Yine ses sistemlerinde mümkün olduğunca en iyi ses sistemlerini kullanmaya çalışıyoruz. Tabi bütçeler elverdiğince sinema kameralarını en üst düzeyini alamasak da ulaşılabilir olan üniversite açısından devletin kaynaklarını doğru kullanmak adına da en makul cihazları da bulunduruyoruz. Bu konuda kendimize güveniyoruz. Teknik açıdan yeterli olduğumuzu düşünüyorum.”

Pandemi sürecinde uzaktan eğitimin öneminin vurgulandığı belirtilmektedir. Bu nedenle üniversite televizyonu haricinde üniversitenin iki biriminde daha stüdyo kurma süreçlerine girildikleri ifade edilmiştir. Ciddi yatırımlar olmalarına karşın üniversite yöneticilerinin açık bir görüşlülükle baktıkları için kameraların ve sistem eklenmelerini sürekli güncelleme imkanına sahip oldukları belirtilmiştir.

DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, dört kameramanla başladıkları sürece şu an iki kameramanla devam ettiklerini, bunun yanı sıra canlı yayın bilgisayarlarının ve mix cihazlarının ve rejilerinin iyi olduğunu, zaruri olarak yalnızca gelişen teknolojiye uyumlu kamera alamadıklarını ifade etmiştir. Drone ya da jimmy jip kameralarının bulunmadığını ancak zaruri olarak buna ihtiyaç duymadıklarını söylemiştir. Onun dışında gayet iyi bir durumda olduklarını aktarmıştır.

DÜ5 televizyonu ilk kurulduğunda HD yayın yapabilecek kamera ve cihazlara sahip olmadıkları, yönetimin karasal yayına devam etmek istediği için teknik olarak karasal yayında kaldıkları ifade edilmiştir. Karasal yayının aylık olarak çok fazla giderisi olduğu için YouTube üzerinden 4-5 dakikalık yayınlar yapılmasının teklif edildiği; ancak kabul görmediği için karasal yayıncılığa devam edilmektedir. Son olarak üniversite televizyonuna ayrılan bütçenin uzaktan eğitime aktarıldığı için uydu yayınlarına geçilememiştir. Karasal yayıncılığın aylık frekans ödemeleri başta olmak üzere, birçok masrafının olması teknik olarak imkanların zorlanmasına neden olmaktadır.

DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, karasal yayın yapma sürecindeki yaşadıkları maddi ve manevi zorlukları şu sözlerle açıklamıştır:

“...Üniversitesi’nin radyo istasyonunu kapatmasındaki en önemli neden verici operasyonlarında yaşanan sıkıntı idi. Televizyon vericileri de (yer adı) tarafa konuşlandırılmıştır. İki ayrı yerde olmak zorunda. Böyle bir kuralı var. Dolayısıyla iki ayrı verici demek. İki ayrı anten demek. İki ayrı güç sağlaması demek. Kira vermek demek. Herhangi bir arıza olduğunda 7/24 oraya gidip arızaya müdahale etmek gerekiyor. Dolayısıyla bu kamu kurumunun TRT dışında kolay kolay altından kalkacağı bir şey değil. Ya da meteoroloji, polis, jandarma gibi kurumlar dışında zor. Dolayısıyla onlar bu işi yürütemediler. Biz yayına başlamadan kısa bir süre önce frekanslarını devrettiler.”

İnternet üzerinden en çok YouTube platformu ve Facebook kullanıldığı üniversite televizyonu sorumluları tarafından ifade edilmiştir. Youtube üzerinden canlı olarak çekimi gerçekleştirilen programlar, yine kendi web siteleriyle bağlantılı olarak yayınlanmakta ya da doğrudan Youtube’a yönlendirilmektedir. Bunun yanı sıra hem Youtube hem de sosyal mecralar üzerinden de yayınlar yapılmaktadır. Özellikle pandemi sonrası internet üzerinden çok daha fazla yayınların yapıldığı sonucuna varılmıştır. Bulundukları bölgede karasal yayın yapılabilen ve herhangi bir ek gelire sahip olmayan, kamusal yayın anlayışına sahip olunduğu için reklam alamayan üniversite televizyonlarının maddi olarak da internet yayıncılığına yöneldiği görülmektedir. İnternetin olduğu her yerde ve büyük teçhizatlara ihtiyaç duyulmadan yapılan çekimlerin özellikle rektörlüğün talep ettiği çekimlere yeterli olduğu görülmektedir. Karasal yayıncılığın uydu üzerinden yayın yapamayarak kısıtlı alana hitap etmesi, yapılan programların ulusal ve uluslararası izlenmemesine neden olmaktadır. İnternet üzerinden yapılan yayınlar ise, televizyon ihtiyacı olmaksızın telefon ve internetle aracılığıyla bütün dünyaya yayın yapabilme imkânı sağlaması, üniversite televizyonları tarafından tercih edilmesi noktasında öncelik tanımıştır.

DÜ1, DÜ3, DÜ6, DÜ8, VÜ2 kodlu üniversite televizyonları internet üzerinden yayınlar yapmaktadırlar.

DÜ1 ü televizyon yayınlarını YouTube ve sosyal medya üzerinden yürüttüklerini belirtmiştir. DÜ1, sürekli olarak canlı yayın yapılmasa bile özellikle haberler ve bültenler başta olmak üzere 24 saat yayın yapmaktadır. Haftalık ya da iki haftalık olmak üzere hazırlanan yayın akışı hem üniversite bültenine hem de sosyal medya üzerinden herkese paylaşılmaktadır. Özellikle sosyal medyayı çok aktif kullandıklarını belirten DÜ1

sorumlusu, televizyonda bulunan sosyal medya birimlerinden programları duyurusu noktasında çok destek aldıklarını söylemiştir. Asıl amaçlarının öğrencilerin televizyon yayıncılığına dair bunu biliyorum diyebilecekleri aşamaya gelmelerini sağlamak istedikleri, bu nedenle gönüllü öğrencilere sorumluluklar verildiği dile getirilmiştir.

“Bir birimimiz daha var. O da sosyal medya birimi. Çünkü yaptığımız işin gözükmesi için sosyal medya da olması gerekiyor. Sosyal medya ekibi hem yaptığımız haberleri paylaşıyor. Hem de güncel dair konularla ilgili ufak ufak videolar hazırlıyor. Poster hazırlıyorlar. Sadece görsel olarak değil afiş gibi. Telefonda da çabucak olarak yapılabilecek olan şeyler. İşin bir ayağı da bu oluyor aslında. Bunu hep birlikte öğreniyoruz. Bir de böyle bir sosyal medya ekibimiz var. Bunun dışında gönüllü öğrenciler var.”

Teknik destek olarak üniversitenin Basın Halkla İlişkiler Birimi'ne de destek verdikleri aktarılmıştır. Çoğunlukla canlı yayın ve kamera desteği sağlanmaktadır. Basın Halkla İlişkiler Birimi'nin kameraman ve muhabirleri olduğu için rektörlükten fazla talep gelmediği üniversiteni yerel ve ulusal medyada yeteri kadar yer aldığı söylenmiştir. Bu nedenle DÜ1 uygulama atölyesi olarak daha çok kendi içerisinde faaliyet gösterme imkanına sahip olmuştur. Özellikle pandemi sürecinde programların kurgusu konusunda çok sorun yaşadıkları belirtilmiştir. Kullandıkları programı kaldırarak bilgisayarların uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerde bulunmaması teknik olarak yaşadıkları eksikliklerin başında gelmektedir.

DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının dışında, kapalı devre yayınlarının üniversite içerisinde devam ettiğini belirtmiştir. Sanal stüdyo kurulduktan sonra stüdyolardaki dekoru kaldırdıklarını ve anında kaldırılıp kurulabilecek yazılın ve donanımlarla çekimler yaptıklarını söylemiştir. Yeşil ekran kullandıklarını, post-prodüksiyon sürecinde kurgu yapabilecekleri profesyonel dört artı bir set ve sinemaya uyumlu yazılım ve lisanslı programların bulunduğu dört bilgisayar üzerinden çalışmaktadırlar. Bunun yanı sıra seslendirme stüdyoları da bulunmaktadır.

DÜ6 üniversite televizyonunda, diğer üniversite televizyonlarına oranla uygulama ekipmanlarından ziyade stüdyoda daha çok teknik ve teknolojik eksikliklerin olduğu görülmektedir. Fakülte içerisinde bir stüdyonun olduğu; ancak teknik anlamda büyük yetersizliklerin olduğu aktarılmıştır. Stüdyoda dramatik bir aydınlatma yapılması istendiğinde, çok fazla aydınlatmanın bulunmaması, stüdyonun yalıtımı için duvar ve yerlerin kaplanması açısından eksik olduğu belirtilmiştir. Duvarların yeteri kadar yalıtım olmasa da kaplanmasına karşın, zeminin kalebodur olması, ışığın yerden yansımaya ve

sesin de yankı yapmasına sebep olmaktadır. Daha önce kurulan Web TV üzerinden özellikle akademisyenlerin öğrencilerle birlikte çekmiş oldukları belgesel ve tanıtım filmlerin yayınlanması, stüdyonun aktif olarak kullanılmamasına ve bu konuda bir atılım yapılmasına engel teşkil etmiştir. DÜ6 üniversite televizyonu sorumlusu, Medya Merkezi sorumlusu ile bu sorunları aşmak adına yapmış oldukları atılımları şu şekilde ifade etmiştir:

“İki sene önce stüdyoyu daha işlevsel bir hale getirmek için adım attık. Biz burayı daha nasıl işlevsel hale getirebiliriz diye. Çünkü yeterince faydalanamıyoruz. Teknik imkanlarımız çok kısıtlı olduğu için öğrencileri de televizyona ısındıramıyorduk. Öğrenciye şu programı yapman gerekiyor, tamam hocam ben bir şeyler yapayım diye bize geri döndüğünde onun o kafasındaki şeyleri, fikirleri o teknik yetersizliklerden dolayı gerçekleştiremiyorduk.”

Üniversite televizyonu sorumlusu, hazırladıkları dekorları kullandıklarını ve yeşil perde ile önünde bir şeyler çekip, Adobe Prömiyer programı ile değiştirip oraya istedikleri görüntüyü arka plana koyarak programlar yaptıklarını aktarmıştır. On metrelik bir genişliğe sahipti olan stüdyolarının yalnızca iki- üç metresini kullanabildiklerini, geri kalan yerlerin atıl olduğunu ifade eden DÜ6 üniversite televizyonu sorumlusu, stüdyo için bir şirketle görüştiklerini; ancak maliyetinin üniversite yönetimi tarafından fazla görüldüğü için kabul görmediğini söylemiştir.

Üniversite rektörünün kapalı mekanlarda bir çekimi olduğu zaman o mekanlarda kullanılmak üzere iki set halinde portatif led ışıklarının olduğu, kamera olarak Canon 3d Mark ve Sony marka birkaç kameralarının bulunduğu ve öğrencilerin pratik yapması için yeterli ekipmanlarının bulunduğu belirtilmiştir.

DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu mevcut ekipmanları olarak, bir adet kontrol masası, iki dev monitör, 3 kamera, 3 sabit tripot, 3 adet 2000’lik ışık, bir kurgu bilgisayarı, 1 dijital ses masası ve 1 adet sürekli kayıt bulut depolama sistemlerinin bulunduğunu aktarmıştır.

VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, çekimler için kullandıkları ekipmanların genel anlamda son teknoloji ürünlerden oluşan geniş bir yelpazeye sahip olduğunu, öğrencilerin kullanımına sunulan ekipman haricinde, Medya Merkezi Müdürlüğü’ne ait ekipman bulunduğunu söylemiştir. Bunun haricinde iki televizyon stüdyosu, bir kurgu stüdyosu, bir fotoğraf stüdyosu, bir ses kayıt ve bir radyo stüdyosu bulunmaktadır. Üniversitenin, televizyona yüklediği videolar için tahsis edilmiş olan bir sunucusu

(server) ve dijital arşivleme yapabilmesi için bir arşiv sunucusunun bulunduğu belirtilmiştir.

Üniversite televizyonlarının hemen hepsinin yayın yapabilecek teknik ekipmana sahip oldukları görülmektedir. Ancak rektörlüğün talepleri için yapılan çekimlerle, öğrencilerin eğitimleri için kullanılan ekipmanlar aynı özellikle teknik- teknolojik imkân ve olanaklara sahip olamamaktadır. DÜ6 üniversite televizyonu hariç, diğer bütün üniversite televizyonları sahip oldukları teknik, teknolojik ekipmandan genel olarak memnun olduklarını ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra özellikle öğrencilerin eğitimleri için sürekli yenilenme ihtiyacı duyan üniversite televizyonu sorumluları bu konuda çeşitli girişimler yaparak ekipmanlarını yenilediklerini belirtmiştir.

3.2.3. Üniversite Televizyonlarının Yasal Yapılanma Biçimleri ve Finansal Yapıları

Üniversite televizyonlarının hiçbirisi kamusal yayıncılık ve eğitim misyonu gereği reklam almamaktadır. Üniversite televizyonlarının hepsi bağlı oldukları üniversitelerin ayırdıkları bütçeler doğrultusunda finansal yapılanmaya sahip olmaktadır. Bu nedenle her üniversitenin sahip olduğu bakış açısına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa, özellikle rektörlüğe bağlı olan üniversite televizyonlarının fakültelere bağlı olan üniversite televizyonlarına oranla çok daha geniş imkanlara sahip olduğu gözlenmiştir. Çünkü fakültelere bağlı olan üniversite televizyonları daha çok fakülte uygulama atölyesi olarak görülmekte ve fakültenin kendisine ayrılan bütçesi kadar imkana sahip olabilmektedir. Ayrıca teknik imkân ve olanaklar, personel ihtiyacı için rektörlüğe oranla daha uzun bir bürokratik süreç gerekmektedir.

Üniversite televizyonlarının Bağlı Olduğu Birim ve Finansal Yapılanmalarını tablo halinde belirtecek olursak;

Tablo 3.4. Üniversite Televizyonunun Bağlı Olduğu Birim ve Finansal Yapılanma

Üniversite Televizyonunun Kodu	Üniversite Televizyonunun Bağlı Olduğu Birim	Finansal Yapılanma
DÜ1	İletişim Fakültesi/ Rektörlük	Yok/Sponsor
DÜ2	Rektörlük/Radyo ve TV Uygulama ve Araştırma	Yok
DÜ3	Rektörlük/ Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü	Yok
DÜ4	Rektörlük / Medya Merkezi	Yok
DÜ5	Rektörlük/Araştırma Merkezi	Yok
DÜ6	İletişim Fakültesi/ Medya Merkezi	Yok
DÜ7	Rektörlük/ Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi	Yok/Hibe edilmiş ekipman ve stüdyo
DÜ8	İletişim Fakültesi	Yok
DÜ9	Rektörlük/ İletişim Fakültesi	Yok- Ekipman Sponsorları var
DÜ10	Rektörlük/ İletişim Fakültesi	Yok
VÜ1	Rektörlük	Yok
VÜ2	Rektörlük	Yok

Üniversite televizyonlarının bir bölümü üniversitelerin ve İletişim Fakülteleri'nin ön görüleri doğrultusunda kurulmuşken, bazı üniversite televizyonları hayırseverlerin bağışları sayesinde kurulmuştur. Buna rağmen gelişen teknolojiye ayak uydurmak adına üniversite televizyonları farklı çözümler bularak ekipman sağlamışlardır. DÜ1, DÜ7 ve DÜ9 ekipman ya da maddi destekle sağlanan bağış ile kurulan üniversite televizyonlarındandır. DÜ1 ve DÜ9 üniversite televizyonu sorumluları kentlerinde yaşayan iş insanlarının stüdyo kurulmasında ve ekipman sağlanmasında üniversite televizyonlarına bağış yaptıklarını, DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu ise, üniversite içerisinde kendisinden önce kapalı devre yayınlar yapan fakültenin ekipmanları üniversite televizyonuna hibe ettiklerini ifade etmişlerdir. DÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının maliyetli bir yatırım gerektirdiği ve İletişim Fakültesi'ne bağlı bir uygulama atölyesi olduğu için, mevcut ekipmanlarına çok iyi bakmak durumunda olduklarını belirtmiştir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonları sorumlularının yaptıkları genel hatalardan bir tanesinin yöneticilere yalnızca taleplerini iletme olduğu belirtmiştir. Doğrusunun ellerindeki imkanlarla en iyisini yapmaya çalışmaları gerektiğini, sonrasında ise bunu yöneticilere sunarak, gerekli

desteği isteyebileceklerini söylemiştir. İnsanların daha bir şey yapmadan talep etmenin ve üst yönetime niye bu yatırımı yaptıklarını sorgulatmanın yanlış olduğunu söylemiştir.

Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler bağlamında girişimler şu şekilde özetlenmektedir:

DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu Akademik misyona katkı sağlarken projelere destek vererek ekipman elde ettiklerini belirterek, gerekli özeni gösterip insanlara güven verildiğinde başarılı olunduğunun altını çizerek kendi üniversite televizyonları kapsamında şu örneği vermiştir:

“Ders içeriği hazırlamak istiyorlar. Mesela Kimya Mühendisliği geldi. Eczacılık Fakültesi geldi. Hayatımızda kullanılan kimyasallarla ilgili, bulaşık deterjanı, çamaşır deterjanı, sıvı sabun bunlarla ilgili bir proje hazırlamışlar. Bunlarla ilgili bir şeyler çekmek istiyorlar. Tamam çekelim dedik. Projeye ortak olduk. Her biz ön plana çıktık. Hem merkezin ismi ön plana çıktı. Hem puan kazanmış olduk. Sonra yine uzaktan eğitim projesine katılmış olduk AB ile ilgili. Bizim girdiğimiz her noktada bir yerden bir şeyler öğrendik de şey yaptık. 2004 yılında Uzaktan Eğitim diye bir projeye katıldık. Avrupa Uzaktan Eğitim Platformu oluşturmak için İtalyan merkezli bir şeydi bu. Bu bize İtalya’dan reji gönderdiler. İki tane kamera, bir tane reji masası. İntercom sistemleri, kayıt, şunlar bunlar. Bunlara hiç para vermedik bir tek şeye para verdik. Gümrükten alamadık. Devlete para vermek zorunda kaldık.”

Bunun yanı üniversite televizyonlarının, finansal yapılanmaları hakkında bütün hizmetlerin bir maddi karşılığı olduğunu; ancak içerik üretme veya medya mecrasının gereken maddi desteği alamadıkları için uzun uğraşlar sonucunda üniversite televizyonuna bütçe kazandırmak için verdikleri mücadele sonucunda bir döner sermaye sistemi kurduklarını ifade etmiştir.

DÜ9, RTÜK’e bağlı olarak yaklaşık yirmi yıldır karasal yayın yapmaktadır. Marka ve logolarını tescil ettirmişlerdir. Bu süreçte üçüncü üniversite televizyonunun isminde değişiklik yapılmıştır. Yayıncılık anlamında konulan yasal mevduatların tamamına sahip olup, bağlılık göstermektedirler. Reklam almamaktadırlar. Üniversite televizyonu olarak kamu spotu yayınlamaktadırlar. RTÜK’ten gelen ve TRT’den alınan kamu spotları yayınlanmaktadır.

DÜ2 ne radyo ne de televizyon yayıncılığı konusunda hiçbir zaman frekans alma fikrine sahip olmadıklarını, çünkü işin içine reklam veya başka şeyler girince yasal zorunlulukların ortaya çıktığını belirtmiştir. Zaten internet televizyon yayınlarını YouTube üzerinden yaptıkları için ve belgesel, tanıtım filmlerinin içeriklerini kendileri oluşturdukları için yasal herhangi bir engelle karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Kullandıkları müzik içeriklerinin ise telif haklarını alarak kullandıklarını ve rektörlüğün

tamamen öz kaynaklarıyla karşılandığını, herhangi bir bütçeye sahip olmadıklarını ve ihtiyaçların idari ve mali işler aracılığıyla işleyen bir süreçte sahip olduğu ifade edilmiştir.

DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, reklam alamadıklarını, para ya da maddi durumun söz konusu olmadığını söylemiştir. Kamera ya da ekipman almak için sürekli eğitim merkezi üzerinden proje yapmak zorunda olduklarını belirtmiştir. DÜ8, herhangi bir kaynaklarının bulunmadığının yanı sıra, döner sermayeye bağlı olarak bir yapı kurulması halinde reklam geliri sağlanabileceğini ifade etmiştir.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının bir geçiş sürecine girdiğini, artık program üretmelerinin yanı sıra, aynı zamanda üniversitelerin tanıtımlarının yapıldığı, sosyal medyalarının birer ajansa dönüşmeye başladıklarını ifade etmiştir. Pandeminin de bu süreci etkilediğini belirtmiştir. Uzaktan eğitim sürecine geçilmesiyle programların üretimini gerçekleştiren kısmi zamanlı öğrencilerin gelememesi, webcam ile yayınlar yapılmasının bu durumu hızlandırdığını söylemiştir. Bütün bu süreçlerin sonucunda üniversite televizyonu tanımının değişmeye başladığını belirten VÜ1 üniversite televizyonu, bulundukları bölgede bulunan televizyonlarla yapmış oldukları protokoller sayesinde, üniversitelerinin ve üniversite televizyonlarının adını hiçbir para vermeden uyduda duyurma imkânı elde ettiklerini belirtmiştir. Talep edilen sağlık, mimarlık gibi programları ürettikten sonra arada hiçbir şekilde bütçenin dönmediğini belirten sorumlu, bu durumu kendi sözleriyle şu şekilde ifade etmiştir:

Üniversitesinin hocalarının yapmış olduğu ve kendi üniversitemizin tanıtımını da yaptığımız programımız oluyor. Dolayısıyla ben uyduda program yapmış oluyorum. Pandemiden önce haftalık benim buradaki kanallarla dokuz tane programım vardı. Uyduya çıkmış bir kanalda ücretsiz tanıtımımızı yaptırmış oluyoruz. Onlarda ücretsiz program almış oluyor ya da ücretsiz bir şekilde hem öğrenci çalışmış oluyor. Hem aslında çok da çalışan diye bakmayalım. Öğrenci doğal bir haber sunucusu haline gelmiş oluyor. Bir kanalda çalışan kameraman haline gelmiş oluyor. Basın toplantısını çekmeye gönderiyorlar. Teknik yardımda protokol gereği mesela kamerayı, mikrofonu biz veriyoruz. Bütün kanallarla böyle anlaşmalarımız var burada.”

VÜ2, rektörlüğe bağlı bir birim olarak rektörlüğün bütçesini kullanmaktadırlar. Yasalar gereği reklam almak, film yayınlamak yasak olduğu için sürekli üretim yapılması gerekmektedir. Bu nedenle doğrudan sürekli yayın yapılamamaktadır. Önceden sürekli yayınlar yapmalarına karşın, aynı şeylerin sürekli yayınlanması sonucu üretilen programların bir kısır döngü haline dönüşmesi sonucu, artık üniversite televizyonlarının çoğu üniversitelerinin etkinliklerini sosyal medya üzerinden yayınlamaktadır.

Üniversite televizyonlarının finansal yapılanmalarına bakıldığında hiçbir üniversite televizyonunun bir bütçeye sahip olmadığı, bulundukları üniversitelerin vizyonu ve inisiyatifine bağlı olarak ekipman ihtiyacını karşılayabildiklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra özellikle öğrencilerin eğitime önem veren üniversite televizyonları özel çabalarla kendilerine ekipman için bütçe girişimlerinde bulunduklarını ifade etmişlerdir.

3.2.4. Üniversite Televizyonlarının Program Tür ve İçerikleri

Üniversite televizyonlarının program tür ve içeriklerini pandemi öncesi ve pandemi sonrası olmak üzere ikiye ayırmak gerekmektedir. Çünkü, üniversite televizyonları bu süreçte program tür ve içerikleri bağlamında birçok değişikliğe gitmek zorunda kalmıştır. Bu değişikliğin temel nedeni öğrencilerin uzaktan eğitim görmesi, mezuniyet töreni gibi önemli etkinliklerin bile her üniversitede online bağlantılarla yapılması olarak gösterilebilir.

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmeler sonucunda üniversite televizyonlarındaki program tür ve içerikleri aşağıdaki tabloda belirtilmektedir:

Tablo 3.5. Üniversite Televizyonlarının Program Türleri

Üniversite Televizyonunun Kodu	Program Türleri
DÜ1	Eğitim, Kültür ve Sanat, Sağlık, Spor, Sinema- Belgesel, Müzik- Eğlence
DÜ2	Belgesel, Üniversitenin etkinlikleri, Kültür ve Sanat
DÜ3	Üniversitenin Etkinlikleri, Spor, Kültür- Sanat, Müzik- Eğlence
DÜ4	Üniversitenin etkinlikleri, Eğitim, Sağlık, Spor, Kültür- Sanat, Bilim ve Teknoloji, İş Dünyası
DÜ5	Bilim, Kültür-Sanat ve Spor
DÜ6	Belgesel, Kültür- Sanat, Müzik- Eğlence
DÜ7	Eğitim, Haber, Sağlık, Kültür- Sanat, Bilim ve Teknoloji, Edebiyat
DÜ8	Kültür-Sanat, Bilim ve Teknoloji, Müzik, Söyleşi, Ders Kapsamında Oluşturulan Temasal Programlar
DÜ9	Haber, Yarışma, Sohbet Programları, Müzik- Eğlence
DÜ10	Eğitim, Kültür, Sanat, Yarışma, Haber, Sabah Kuşağı Basın Turu, Öğrenci Çalışmalarından Oluşan Programlar, Üniversite Tanıtım Jenerikleri, Halkı Bilgilendirici Kamu Spotları
VÜ1	Eğitim, Sağlık, Güncel Sosyal Yaşam, Turizm, Siyaset (Doğrudan siyaset paylaşımı değil)
VÜ2	Kültür-Sanat, Belgesel, Haber ve Eğlence

Üniversite televizyonlarında yapılan görüşmeler sonucunda program tür ve içeriklerinin eğitim misyonuna sahip olduğu görülmektedir. Öğrenciler ürettikleri programlarla hem eğitim amacına yönelik üretimler yapmakta, hem de bütün süreçlerinde yer aldıkları için televizyon yayıncılığı hakkında deneyim kazanmaktadır.

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmeler sonucunda öğrencilerin ürettikleri programların büyük önem taşıdığı görülmektedir. DÜ1, DÜ2, DÜ5, DÜ7, DÜ8, DÜ10, VÜ1, VÜ2 üniversite televizyonlarıyla yapılan görüşmelerde program tür ve içerikleri konusunda daha hassas oldukları ortaya çıkmıştır. Bütün üniversite televizyonlarında rektörlüğün ve üniversite etkinlikleri takibi olmasına karşın, DÜ3, DÜ4, DÜ9 üniversite televizyonlarının program tür ve içeriklerini belirleme noktasında daha fazla tanıtım ajansı mantığıyla bu çekimlere yöneldikleri görülmektedir. DÜ6 üniversite televizyonu sorumlusu ise, televizyon işinin bütün ekibi kontrol ederek bir yayın çıkarmak amacıyla yapıldığı ve gerçekten zor bir iş olduğu için program tür ve içerik olarak düşünüldüğü zaman henüz istenilen adımın atılmadığı şu sözlerle belirtmiştir:

“Diğer üniversitelerde eğer sinema ile ilgili program yapılıyorsa oradaki fakülte hocalarını daimî konuk olarak çağırıp filmleri konuştukları programlar oluyor. Bizde böyle bir şey yok. Böyle bir program olabilir. Kendimize yönelik şöyle bir eleştiri yapayım. Biz böyle şeyleri öğrencilerimize söylediğimiz zaman mesela bir program çekiyor. Sağlık programı. Siz sağlıklı beslenme ile ilgili bir program yapıyorsanız, sunucu iseniz, programı moderatörü siz iseniz ve bir konuğunuz varsa, o da alanında uzman bir kişi ise siz de en azından uzman kişinin edindiği bilgi kadar 3-5 kelime bir şeyler bilmeniz gerekiyor ki programı sürdürebilesiniz. Öğrenci bu hazırlığa girmek istemiyor. 2017 yılında böyle birtakım programlar yapılyordu.”

Üniversite televizyonu sorumlularının uzmanlık alanları kapsamında üniversite televizyonlarının program tür ve şekillerinin yönlendiği görülmektedir. Örneğin, görüşme yapılan DÜ1 üniversite televizyonu sorumlusunun daha önce bir kamu kuruluşunda haber muhabiri olarak yer alması, haber bültenlerinin bu üniversite televizyonunda ağır bastığı ve program tür ve içeriğinin bu doğrultuda etkilendiği görülmektedir.

DÜ1 üniversite televizyonu, İletişim Fakültesi'ne bağlı bir uygulama atölyesinde yer almaktadır. Üniversite televizyonu kendi içerisinde de birimlere ayrılmaktadır. Düzenli olarak haber bülteninin yayınlandığı üniversite televizyonunda, haber merkezi, muhabir ve spikerlerden oluşan bir birim bulunmaktadır ve konular bu birim tarafından bulunup yazılmaktadır. Bunun yanı sıra üniversite televizyonunda, kamera, kurgu ve rejî

birimleri bulunmaktadır. Üniversitenin içinde rutin olarak gerçekleşen etkinliklere kameraman ve muhabir biriminden ekipler göndererek haberin yazılıp, seslendirildiği ve kurgulandıktan sonra biriken haberler ile bir haber bülteni oluşturduklarını belirtmiştir. DÜ1'deki diğer program türleri ise, öğrencilerin getirdikleri haber ve program önerilerinden oluşmaktadır. Dönem başında üniversite televizyonundaki uzmanlar tarafından verilen birtakım temel eğitim ve derslerden edindikleri bilgiler doğrultusunda istekli öğrenciler ilk televizyon deneyimlerini kazanmaktadır. Üniversite televizyonlarının öğrenciler için stajda öğrenemedikleri ya da elde edemedikleri birçok imkana sahip oldukları belirtilmiştir. Üniversite televizyonunun öğrencilere kamera ve mikrofon temin etmede ve bir programın bütün süreçlerinde öğrencilere destek olduğunu, hata yapan öğrencileri düzeltme noktasında bir kontrol sağlandığını belirtilmiştir. Kampüs içerisinde yeteri kadar konu olduğunu vurgulayan uzman, öğrencilerin konu bulma noktasında sıkıntı yaşadıklarında yine kendilerinin yardımcı olduklarını söylemiştir. Ayrıca öğrenciler, programlarının konuklarını da kendileri araştırıp bulmaktadır. Bütün bu süreçler öğrencilerin uzmanlara hazırlayıp sundukları taslaklar üzerinden işlemektedir.

Pandemi nedeniyle öğrencilerin uzaktan eğitim sürecinde yeteri kadar program yapılmadığı ve daha çok haberlere yer verildiği görülmektedir. Bu durumda programların tür ve içeriklerinin üretilme süreci DÜ1 Uzmanı tarafından şu şekilde açıklanmaktadır:

“Program önerileri oluyor öğrencilerin. Uzaktan Eğitim sürecinde program yapamadık tabii. Bol bol haber yaptık. Programlarda da ekipleri daha çok kendileri oluşturuyorlar. Çünkü program uzun bir süreç. O yüzden ekip çalışması çok önemli. O yüzden uyumlu olmaları için biraz daha kendi ekiplerini kuruyorlar. Önerilerini getiriyorlar, gözden geçiriyoruz, bakıyoruz. Nasıl yapılabilir. Dışarda mı çekilecek, içerde stüdyoda mı çekilecek bunları konuşup çekimleri yapıyoruz. Uzaktan eğitim sürecinde ne yazık ki çok fazla program yapamadık.”

Üniversitenin rutin birtakım etkinliklerinin olduğu çekimlere bir muhabir bir de kameramandan oluşan bir ekip gönderdiklerini ifade eden sorumlu aynı zamanda öğrenmeye istekli birinci sınıf öğrencileri de yanlarında göndererek onların da bu süreci öğrenmeye deneyim kazanmalarına teşvik ettiklerini belirtmiştir.

Araştırma ve uygulama merkezine bünyesinde faaliyet gösteren DÜ2 üniversite televizyonunda daha çok belgesel türünde programlar yapıldığı ve bu belgesellerin TRT belgesel, TRT Avaz kanallarında birçok kez yayınlandığı ifade edilmiştir. En temel amaçlarının yondeşen televizyon yayıncılığı kapsamında öğrencilerin dikkatini çekecek

ve onların da mutlu olabilecekleri tarzda programlar üretmeye çalıştıklarını söylemiştir. Bu konuda öğrencilerle birlikte sürekli istişarelerde bulunduklarını ve öğrencilerini yeni medya yayıncılığına hazırlamaya çalıştıklarını şu sözlerle belirtmiştir:

“Bir televizyon yayıncılığı için çok ciddi maliyetin altına girilmesi gerekiyor. 7/24 yayın için radyo gibi değil sürekli bir personel bulunması lazım. İçerik ciddi üretilmesi lazım. O yüzden de düzgün yapalım az olsun ama öz olsun şeklinde 7/24 yapacağız diye saçma sapan bir şeyler çıkarmak istemiyoruz. Bu sayede öğrenci profesyonel bir içerik beklenti ve kendi iç seviyesi de yüksek olsun ki sektöre atıldığı zaman daha donanımlı olsun diye istiyoruz açıkçası.”

Bu açıklamalar doğrultusunda YouTube ya da Netflix yapısı mantığında paket yayınlar yapmaya çalıştıklarını, belirli dönem aralıklarla öğrenci serilerinden oluşan programlar yaptıkları söylenmiştir. Öğrencilerin kendi içlerinde oluşturdukları bu program içeriklerinin yanı sıra, özellikle pandemi sürecinde sağlıklı yaşam ve aşı ile ilgili tanıtım programlarının da yapıldığı belirtilmiştir. Flash mood tarzı programların yapılıp yayımlandığı, YouTube üzerinden büyük kitleye ulaşan yayınlarının olduğu, bu durumun hem personel hem de öğrencileri motive edici programların başında geldiği belirtilmiştir. DÜ2, Türkiye’de internet üzerinden ilk yayın yapan üniversite televizyonlarından biri olduklarını, doğrudan kendi serverları üzerinden internet tabanlı yayınlarını YouTube’a çevirdikleri belirtmiştir. Üniversite televizyonculuğunda son geldikleri aşama da ise 7/24 YouTube üzerinden yayın yapmadıklarını söylemiştir.

Öğrencilerin eğitime önem veren üniversite televizyonları aynı zamanda diğer üniversite televizyonlarına oranla program tür ve içeriklerine daha çok önem verdikleri yapılan görüşmeler sonucu ortaya çıkmıştır. DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, karasal yayın yapmalarına karşın, artık karasal yayınların izlenmediği için internet yayıncılığına döndüklerini söylemiştir. Content is king (içerik kraldır) mantığıyla hareket ettikleri için, televizyon yayınlarında içeriğine çok önem verdiklerini aktaran üniversite televizyonu sorumlusu, bunun yanı sıra program taslağı kabul edilen bir öğrencinin programının yalnızca iki bölüm sürdüğü belirtilmiştir. Sürekli devam eden sağlık, ekonomi programının yanı sıra, asıl önemli olanın ulaşılan kitle olduğu, karasal yayınlarının kesildiğinde kimsenin bu durumu fark etmediği ifade edilmiştir. Eskiden otuz program tür ve içeriklerinin olduğu, şu anda ise öğrencilere yönelik daha az programların olmasını istediklerini, üniversite içerisinde gerçekleşen bilim, kültür-sanat ve spor etkinliklerinin haber değeri taşıdığı için öğrencilere aktarılması gerekliliği ifade

edilmiştir. Pandemi nedeniyle dış çekim maliyetleri karşılanmadığı için yeni programlar üretmediklerini, bunun yanı sıra üniversitenin başarılı bir öğrencisini işleyen, böylelikle üniversitenin başarısını göstererek tanıtımının yapıldığı yaratıcı programların yapıldığını aktaran DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, yönetimin karasal yayıncılık konusunda ısrarlı olsa da üniversitenin mezuniyet törenlerini canlı olarak Youtube üzerinden verdiklerini belirtmiştir. Çünkü uzaktan eğitim sürecinde, panel ve etkinliklerde yapılan canlı yayınlarda izleyicisi sayısı düşerken, mezuniyet töreni yayınlarında izleyici sayısının yüksek oranda arttığı görülmüştür. DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, öğrencilerle ilgili programlar yapıldığında ise, hedef kitleye bu programlarla daha çok ulaştıklarını söylemiştir.

YouTube üzerinden aktif yayın yapan DÜ7 üniversitesi televizyonunda, öncesinde TRT tarafından hibe edilen frekanslar ve eski TRT vericileri ile epey yayın yaptıklarını; ancak sonraki süreçte maliyetinin artması nedeniyle yayınlarını yeni nesil televizyon yayıncılığı üzerinden götürmeye karar verdiklerini ifade etmiştir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, şu an sadece radyolarında FM bandından radyo vericisi ile karasal yayın yaptıklarını, geri kalan bütün yayınları web üzerinden yürüttüklerini söylemiştir. Ayrıca hiç kullanmadıkları 5 kilovatlık vericilerinin olduğunu; ancak kurmadıklarını belirtmiştir.

DÜ5 üniversite televizyonunda olduğu gibi, DÜ7 üniversite televizyonunda da program içeriklerinin çok önemli olduğunu, tamamen üniversite odaklı bir yapılanma olduklarını ve üniversitedeki şeyi dışarı anlatmak istediklerini ve böylelikle içeriklerin güçlü bir şekilde yapılmaya başlayınca istedikleri verimli programların gerçekleştiğini belirtmesine karşın televizyon sorumlusu program tür ve içerikleri sıralarken ilk olarak rektörlüğün faaliyetleri, ikinci olarak tanıtım faaliyetleri ve son olarak öğrencilerin, fakültelerin kendilerini ifade etmek istedikleri programlar olarak nitelendirmiştir. Rektörü devamlı takip eden iki kameraman, bir kurgucu ve bir fotoğrafçıdan oluşan bir ekibin olduğunu ve bu ekibin ürettikleri haberi olduğu gibi basına geçtiklerini aktaran DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, Akademik yükselme ya da akademik teşvik için yapılan programların puan getirdiğini belirterek, aynı zamanda üniversitedeki akademisyenlerin istikrarlı bir şekilde devam ettikleri programların kendilerine bir PR kazandırdığını, farklı fakülte ve bölümlerden gelen akademisyenlerin konuklarıyla birlikte yapmış oldukları programların üniversite televizyonuna bir dinamizm

kazandırdığını belirtmiştir. İletişim Fakültesi'ndeki akademisyenlerin sinema, Edebiyat Fakültesi'ndeki akademisyenlerin edebiyat, Arkeoloji Bölümü'ndeki öğretim üyeleri ve asistanların tarihi kazılarla ilgili çok güzel programlar yaptıkları örnek olarak verilmiştir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, Web TV'nin ise tamamen prestij odaklı bir yayın olduğu belirterek, yedi gün yirmi dört saat yayınlarının akmalarını istediklerini, hatta şu an yine yedi gün yirmi dört saat YouTube üzerinden yayın yapmaya başladıklarını söylemiştir. Yayınladıkları kliplerin YouTube'da telifle takıldığı için, kendi çektikleri programları ve canlı yayınlarını buradan yayınladıklarını aktarmıştır. YouTube'da on dört bin abonesi olduğu ve canlı yayına girildiğinde bir an anda on üç bin kişiye erişim sağlandığı, ortalama yüz- iki yüz kişinin bu yayınlara dönüş yaptığı aktarılmıştır.

İletişim Fakültesi'nde ders verdiği için, program tür ve içeriklerinin ağırlıklı olarak belgesel, kısa film, okul etkinliklerinden oluştuğunu ifade eden DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu, aynı zamanda ders kapsamında oluşturulan kültür-sanat, bilim ve teknoloji, müzik, söyleşi programlarının yanı sıra temasal programların da üretilerek yayınlandığını belirtmiştir.

DÜ10 kırka yayın özgün program tür ve içeriklerine sahip olduklarını ve bu programların ağırlıklı olarak eğitim, kültür, sanat, yarışma ve haber programlarından oluştuğunu aktaran sorumlu, siyasi herhangi bir haber yapılmayan ve reklam almayan program tür ve içerikleri ürettiklerini belirtmiştir. Bu programlara ek olarak sabah kuşağı basın turu, öğrenci çalışmalarından oluşan programlar, üniversite tanıtım jenerikleri, halkı bilgilendirici kamu spotları (emniyet, orman tarım, DSİ, Valilik, vb.) ile özellikle üniversitemizi tanıtıcı programlar, ana haber bülteni, müzik programları, tiyatro görüntüleri gibi programlar eklenmektedir.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu da yine İletişim Fakültesi'nde ders verdiği için, iletişimle alakalı ve öğrencilerin ürettiği programlar başta olmak üzere, eğitim, sağlık, güncel sosyal yaşam, turizm, doğrudan siyaset paylaşımı olmasa da siyaset programları yaptıklarını aktarmıştır. Ayrıca yabancı öğrencilere yönelik staj yapmalarına olanak sağlandığı ve akademisyenlerin alanlarına göre programlar yapabilme imkanına sahip programlar ürettiklerini ifade etmiştir. VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarındaki süreçleri şu şekilde açıklamaktadır:

“Program üretmek öğrenciler olmadığı zaman akademik uzman ya da yönetsel uzman personelin kendi uzmanlık konularında her hafta bir konuk alıp onlarla

program şeklinde oluyor. Öğrenci olduğu zaman daha değişik böyle müzik programı falanda oluyordu. Müzik programı, Otomotiv programı arabayla ilgili programlar ya da uluslararası öğrencilerle gezip o haftadaki gündem soru soran yani aktüel programlar oluyor.”

Haber programları VÜ1 üniversite televizyonunun sürekliliği olan program türlerinin başında gelmektedir. Günde üç kez yayınlanan haber programının sabahki kuşağını güncel gazetelerin manşetlerinin okunması oluşturmaktadır. Öğlen 13.00 ve akşam saatlerindeki haber programlarının da canlı olarak yayınlamakta olduğu; pandemi sürecinde uzaktan eğitimle birlikte artık Facebook üzerinden canlı haber yayınlarının devam ettiği belirtilmiştir. Dolayısıyla artık geleneksel yayıncılık temasından çıkıldığı görülmektedir. Doğrudan televizyon yayıncılığının artık kendilerine çok şey kazandırmadığını, bu nedenle artık daha çok tanıtım ve üretim odaklı programlara odaklandıklarını ifade etmektedir.

Program türleri olarak bir ayırım yapılmadığını belirten VÜ2 üniversite televizyonunun sorumlusu; ancak genel olarak kültür-sanat, belgesel, haber ve eğlence programları yayımlandığı belirtilmiştir. VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu program tür ve içeriklerini oluştururken güncel televizyon yayıncılığını takip ettiklerini ve gençlere yönelik program tür ve içerikleriyle programlar üretmelerinin öncelikle hedefleri olduğunu belirterek, bu konudaki düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“Günümüz yayıncılığını takip ediyoruz. Gençlere yönelik içerikler hazırlamak öncelikli hedefimiz. Bu anlamda kullanılan müzikten, çekim açısına, yazı tipinden kurgusuna kadar her şey sürekli değişim içerisinde olan yayıncılık anlayışına göre şekilleniyor. Değişen yayın anlayışına istinaden de içerikler, artık daha açık, çabuk anlaşılır ve izleyenin ilgisini dağıtmayacak şekilde oluşturuluyor.”

Bulundukları üniversitelerin etkinliklerini takip ederek, bu etkinlerin çekimleri kapsamında birer tanıtım ajansı mantığında hareket eden DÜ3, DÜ4, DÜ9 üniversite televizyonları

Bulunduğu üniversitenin rektörlük bünyesinde Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren DÜ3 üniversite televizyonu, eskiden sorumlusu, eskiden kapalı birkaç saat süren kapalı devre yayınlar yaptıklarını, haftalık olarak bilim, sanat, kültür ve üniversiteyle ilgili haberler yaparak yayınladıklarını, yeni süreçte ise Televizyon Stüdyosu şeklinde çalışarak bir program işleyişi belirlediklerini böylelikle hem üniversitenin etkinlerinin çekimlerinin

gerçekleştirdiklerini hem de Web TV üzerinden içerikler üreterek yayınlar gerçekleştirdiklerini söylemiştir. Yayınları gerçekleştirmek için post prodüksiyon ve kamera ekibinden oluşan iyi ayrı birimleri bulunmaktadır. Öğrencileri stüdyo ve program çekimlerine yönlendirmektedirler. Öğrenciler, belirli bir disiplin içerisinde hem nöbet tutarak hem de belirli programları kanalize edilmektedir. Program içerik koordinatörlüğü tarafından geliştirilen programların yanı sıra, öğrenciler tarafından da geliştirilen program tür ve içerikleri olduğu belirtilmiştir. Bu açıklamalardan yola çıkarak, her ne kadar öğrencilere yönelik program tür ve içeriklerinden oluşsa da kurumsal yapısı göz önüne alındığında aslında rektörlüğün etkinlerinin takibinin daha ön plana çıktığı görüldüğü için DÜ3 üniversite televizyonu bu kapsamda ele alınarak sınıflandırılmıştır.

DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu uzman personel eksikliğinden dolayı, yalnızca üniversitenin etkinliklerinin çekimlerini yapabildiklerini ve bu yayınları YouTube üzerinden yayınladıklarını açık bir şekilde belirtmiştir.

DÜ9 üniversite televizyonu, Mezuniyet törenleri, bilimsel faaliyetlerin açılışları, üniversitedeki açılışlar gibi etkinlikleri YouTube, Facebook ve üniversitenin kendi televizyon hesabından canlı yayın olarak yayınladıklarını ifade etmiştir. Yapılan yayınların onlar için de avantajlı olduğunu söyleyen DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, temel hedeflerinin daha çok öğrencilerin yaptıkları içerikleri yayınlamak olduğunu söylemiştir. Bunun haricinde dış yapım programların yayınlanması (belgeseller, klasik sinema filmleri ve buna benzer tanıtım, kamu spotu) üzerine bir yayın politikaları olduğu aktarılmıştır.

Temelde öğrencilerin ortaya çıkardıkları programlar stüdyo ya da aktüel yani dış çekim program türleridir. Buradaki temel amaç öğrencilerin deneyim kazanmasını sağlamaktır. Stüdyoda gerçekleşen programlara bakıldığında, herhangi bir konuda uzman kişilerin konuk olduğu sağlık, sivil toplum kuruluşları ve sosyal sorumluk projeleri ile alakalı programların yapıldığı görülmektedir. Akşam kuşağında ise spor bülteni programları yapılmaktadır. Öğrenciler tarafından yapılıp yönetilen ve sunulan programda, amatör kulüplerin veya Türkiye Süper ligindeki kulüp maçlarının durumları değerlendirilmektedir. Son olarak genel hatlarıyla daha çok eğitim, kültür sanat, sağlık ve spor alanında programlar öne çıkmaktadır.

3.3.5. Üniversite Televizyonlarının İnsan Kaynakları

Üniversite televizyonlarının temel sorunlarının başında insan kaynakları gelmektedir. Televizyon yayıncılığına bakıldığında kapsamlı bir televizyon programında ortalama yüz kişinin çalıştığı göz önüne alınırsa, üniversite televizyonlarında görev alan sorumluların fedakârlık göstererek üretim yaptıkları söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra yapılan görüşmeler sonucunda beklenilenin aksine üniversite televizyonu sorumlularının neredeyse yarısının farklı fakültelerden mezun oldukları ortaya çıkmıştır. Çalışmanın kapsamı gereği üniversite televizyonlarının ve televizyon yayıncılığının öneminin belirlenmesi amacıyla, iletişim/televizyon yayıncılığı alanında herhangi bir fakülteden mezun olmadıkları için görüşme yapılan kişiler ve farklılık olmaması adına iletişim/televizyon yayıncılığı mezunu olanlar da uzman olarak değil; ‘üniversite televizyonu sorumlusu’ olarak ifade edilmiştir.

İletişim Fakültesi dışındaki televizyon çalışanlarının, öğrencilik dönemlerindeki deneyimlerinden yola çıkarak üniversite televizyonlarında yer aldıkları ya da mezun olduktan sonra kamu ve özel sektörde edinmiş oldukları deneyimler doğrultusunda üniversite televizyonlarında görev aldıkları yapılan görüşmelerde ortaya çıkmıştır. Televizyon Yayıncılığının hem teknik hem de içerik olarak bir bütün olduğu gerçeğinden yola çıkılarak, özellikle farklı ön lisans ve lisans mezunu olanların idari personel olarak görev aldıkları, İletişim Fakültesi mezunu olan uzmanların ise, üniversite televizyonunun yanı sıra akademik personel olarak da hizmet verdikleri görülmektedir. İletişim Fakültesi’nden mezun olan uzmanların çoğu doktorasını bitirmiş ya da bitirmek üzere ve aynı zamanda İletişim Fakültesi’nde de ders vermekte ya da uzman olarak görev yapmaktadır. İnsan kaynakları akademik, idari ve işçi kadro olmak üzere üniversite televizyonlarında görev yapmaktadır. Her bir üniversite televizyonunun mevcut insan kaynakları, üniversite televizyonunun bağlı olduğu üniversiteye ve birime, sorumlu kişilerine, personel yapısına göre farklılıklar göstermektedir. İnsan kaynaklarının farklı eğitim, farklı misyon ve farklı vizyona sahip olması ise, üniversite televizyonunun başta program tür ve içerikleri olmak üzere, diğer bütün elementlerinin nasıl bir yön izleyeceğini belirlemektedir. İletişim Fakültesi’ne bağlı olan üniversite televizyonları çoğunlukla, İletişim Fakültesi akademik kadrosundan oluşmakta ve öncelikleri İletişim Fakültesi öğrencilerine atölye mantığında eğitimler vermek olurken, rektörlüğe bağlı

üniversite televizyonları üniversite öğrencilerine yönelik, başta üniversitenin tanıtımı ve rektörlüğe hizmet etmek amacıyla hizmet etmeye yönelik bir faaliyet gösterme eğiliminde olmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle mühendislik ya da teknik alanda mezun olan kişilerin teknolojik yatkınlıklarından dolayı daha çok üniversite televizyonunu teknik olarak takip etme eğiliminde oldukları, iletişim ya da sosyal bilimlerden mezun olan kişilerin ise programların içerikleri ile daha çok ilgilenme eğiliminde oldukları görülmektedir.

Görüşme sağlan üniversite televizyonu sorumlularının mezun oldukları programlar aşağıdaki tabloda belirtilmektedir:

Tablo 3.6. Görüşme Sağlan Üniversite Televizyonu Sorumlularının Mezun Oldukları Programlar

Görüşme Sağlan Üniversite Televizyonu Sorumlularının Mezun Oldukları Programlar	Sayısı ¹⁵
İletişim Fakültesi	7
Fen- Edebiyat Fakültesi Dekanlığı Arkeoloji Bölümü	1
Fransız Dili ve Edebiyatı Bölümü	1
Elektronik Meslek Yüksek Okulu	1
Makine Mühendisi	1
Su Ürünleri ve İşletme Fakülteleri	1
Kamu Yönetimi	1
Toplam	13

Bu bölümde insan kaynakları iletişim/ televizyon yayıncılığı alanında mezun olmuş ve farklı fakültelerden mezun olmuş üniversite televizyonlarına göre bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur.

DÜ1 üniversite televizyonunda iki sorumlu kişiyle görüşülmüş olup, ikisinin de farklı fakülte ve bölümlerden mezun oldukları yapılan görüşmelerde ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, İletişim Fakültesi bünyesinde bir uygulama atölyesi olarak faaliyet gösterdikleri için yönetimin İletişim Fakültesi yönetimi tarafından yürütüldüğü belirtilmiştir. DÜ1 üniversite televizyonu sorumlularının belirttiği üzere, dekan ve dekan

¹⁵ Görüşme sağlanan on iki üniversite televizyonlarından birinde iki kişi ile görüşme yapılmıştır.

yardımcılarının, her bir uygulama atölyelerinden birisinden sorumlu olduklarını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra bölüm başkan yardımcıları tarafından koordine edildiklerini belirtmiştir. Bu hiyerarşik yapı içerisinde sahadan ve işin mutfağından geldiklerini belirten iki idari personel tarafından televizyonun hem teknik hem de yayın ayağı yürütülmektedir.

DÜ3, DÜ6, DÜ7, DÜ8, DÜ9, VÜ1 ve VÜ2 üniversite televizyonu sorumluları iletişim/ televizyon yayıncılığı alanında eğitim almışlardır.

İletişim/televizyon yayıncılığı alanında eğitim alan üniversite televizyonu sorumlularının, akademik personel olmaları dolayısıyla, zaman ve emek isteyen televizyon yayıncılığı için yeterli insan kaynağına sahip olmadıkları yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. DÜ3 üniversite sorumlusu, üniversite televizyonunun rektörlük birimine bağlı olmasından dolayı, yeterli uzman kadrosuna sahip olmadıkları bu noktada asistan ve öğretim üyelerine büyük sorumluluklar düştüğünü belirtmiştir. Akademisyenlerin kurgu dersi verdiklerini ve uygulama yaptırdıklarını, asistan ve teknik açıdan sorumlu personelinde programların içerik kısmına kanalize olduklarını aktarmıştır. Bunun yanı sıra çekimlerin öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği, çünkü teknik açıdan uzman personel eksikliği yaşadıkları ifade edilmiştir. DÜ6 üniversite televizyonunda yine kısıtlı imkanlar ve oldukça kısıtlı personellerin yanı sıra, gönüllü öğrencilerin kendi aralarında kurmuş oldukları ekip insan kaynaklarını oluşturmaktadır.

DÜ7 üniversite televizyonunun sorumlusuyla yapılan görüşme sonucunda üniversite televizyonları içerisinde, oturmuş kemik bir kadroya sahip olduğu belirtilen üniversite televizyonlarındadır. Fiziksel olarak İletişim Fakültesi ile aynı binayı paylaştıkları için, insan kaynağı açısından İletişim Fakültesi öğrencilerinden çok rahat faydalandıkları belirtilmiştir. Bunun yanı sıra alanında uzman deneyimli ekibe sahip oldukları belirtilmiştir. DÜ7 Sorumlusu, bağlı olduğu uygulama ve araştırma merkezinde otuz kişiyi bulan personel sayılarının olduğunu ve bu personeli radyo, televizyon ve ajans olarak dengeli bir şekilde dağıttıklarını ve işlemlerini bu şekilde götürebildiklerini söylemiştir. Bunun yanı sıra üniversite televizyonlarındaki sorunları sorulduğunda yine de personel sayılarının yetersiz olduğu ifade edilmiştir.

İletişim Fakültesi'ne bağlı üniversite televizyonlarının insan kaynaklarını o fakültenin olduğundan öğretim üyeleri, uzmanlar ve öğrencileri oluşturmaktadır. DÜ8

üniversite televizyonu da bu özelliğe sahiptir. Üniversite televizyonunun bütün işleyişi ve uygulama pratikleri İletişim Fakültesi kapsamında gerçekleştirilmektedir.

DÜ9'da ise koordinatörlüğün altında çalışan dört personeli bulunmaktadır. Personelin bir tanesi rejî, bir tanesi post prodüksiyonda görev almaktadır. Bunun yanı sıra bir personel ölçü, bakım ve teknik gibi hizmetlerde görev almakta, diğer personel de genel idari işlerde (şoförlük, temizlik) hizmet vermektedir.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, önceden İletişim Fakültesine bağlı olduklarını organizasyon yapısının değişmesiyle insan kaynakları yapısının da değiştiğini iletmiştir. Rektörlüğe bağlı birim olarak, Rektör Yardımcısı sorumluluğunda müdür, teknik müdür, teknik müdürümün paralelinde yönetsel personel ve haber sorumlusu, beş tane uzman personelleri vardır. Bunlar kurgu sorumlusu, yönetmen, rejî sorumlusu ve iki tane kameraman ve üç tanede araştırma görevlisinden oluşmaktadır. Araştırma görevlileri bütün kurgu ve yapım işlerinde çalışmaktadır. Kurumsal yapının en altında ise, yirmiye yakın öğrenci asistanı üniversitedeki aktiviteleri bize talep edilen konferans, seminer, etkinlik onların çekimlerini gerçekleştirmektedirler.

VÜ2, personel yapılarını şu şekilde ifade etmiştir:

“Medya Merkezi Müdürlüğü’nde bir müdür, bir Medya Merkezi Uzmanı, bir Radyo Program Yapımcısı, bir Medya Tasarımcısı, bir Medya Teknisyeni var... Bünyemizde İletişim Fakültesi’nden çalışan bir personel yoktur ancak akademisyenlerimiz farklı zamanlarda radyo veya televizyon programı yapılabiliyorlar.”

Farklı fakültelerden ve farklı bölümlerden mezun olup, üniversite televizyonlarının sorumluluklarını üstlenen DÜ2, DÜ4, DÜ5, DÜ10 üniversite televizyonunda çoğu insan kaynağı üniversite yıllarında özel ilgi ve yetenekleri doğrultusunda göstermiş oldukları çabalarla meydana geldiğini DÜ2 ve DÜ3 üniversite televizyonu sorumluları yapılan görüşmelerde ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, DÜ2 üniversite televizyonunun uygulama ve araştırma merkezine bağlı olduğu için, personellerinin akademik kadrodan ziyade uygulamaya yönelik, sektörde çalışmış insanlardan oluştuğunu belirtilmiştir. Bu konuda liyakatli ve işinde belli tecrübesi olan, yerel ya da ulusal televizyon yayıncılığı konusunda geçmişe sahip insanlarla çalışmaya özen gösterdiklerini söylemiştir. Böylelikle televizyon yayıncılığında günceli takip ettiklerini aktaran DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonunun Uygulama ve Araştırma Merkezine

bağlı olduğu için akademik, memur ve şirket üzerinden personel alındığını, sektörde geçmiş olan üç personelin şirket üzerinden memur kadrosuna geçtiğini, bunun yanı sıra kendisiyle birlikte dört adet öğretim görevlisinin bulunduğunu ve yine şirket üzerinden beş adet çalışanlarının bulunduğunu belirtmiştir.

Öğrencilik yıllarında radyo ile başlayan ve üniversite televizyonu ile devam eden deneyimlerine bağlı olarak mezun olduktan sonra üniversite televizyonunun sorumluluğunu aldığını belirten DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, Medya Merkezi ve koordinatörlüğe bağlı kendisiyle birlikte toplamda on iki personelin bulunduğunu; ancak aktif olarak üç kişinin görev yaptığını belirtmiştir.

DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle karasal yayıncılığın vermiş olduğu program yapma zorluklarından yola çıkarak, personel eksikliğinden dolayı eskiden haftada bir yaptıkları programı şu anda yılda bir yapamadıklarını söylemiştir. Program birimleri içerisinde kamera önü çalışan ve kurgucuları bulunmaktadır. Teknik birim, yayın grubu ve kamera biriminin önceden ayrı birimler olduklarını sonrasında ise bir birim haline dönüştükleri, bunun yanı sıra akademik personel kadrosuna sahip oldukları belirtilmiştir. Bunun yanı sıra eskiden sadece kurgu ekibinin on iki kişiden oluştuğunu şimdi ise tüm ekibin on iki kişiden oluştuğu ifade edilmiştir.

DÜ10 üniversite televizyonunun kemik kadrosunun üniversite televizyonları için yeterli olduğunu belirterek; genel yayın yönetmeni, haber editörü, teknik servis, kurgu-montaj ekibi, sunucu, muhabir ve kameramanlar ile İletişim Fakültesi öğrencileri ve bunun yanı sıra öğretim elemanları oluşturmaktadır.

Görüldüğü üzere, DÜ7 ve DÜ10 üniversite televizyonları dışında, özellikle teknik personel ihtiyacı duyulmaktadır. Özellikle akademik personellerin yoğunlaşan akademik süreçlerinde, yalnızca içerik değil, aynı zamanda teknik anlamda görevler üstlenmesi, üniversite televizyonu sorumlularını zor durumda bırakmıştır. Harcanan mesainin herhangi bir akademik getirisi olmadığı için, asistanların bile uygulama birimlerinde görev ve sorumluluk almaktan kaçınmaları bilinen bir gerçekliktir.

3.3.5.1. Kısmi Zamanlı Öğrenci

Üniversite televizyonlarının temel varlık sebeplerinin başında öğrencilerin televizyon yayıncılığı konusunda deneyim kazanmasıdır. Özellikle İletişim Fakültesi

öğrencilerinin, mezun olmadan önce herhangi bir iş kaygısı olmaksızın, sektöre hazırlanmaları noktasında büyük önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra öğrenciler, üniversite televizyonlarına dinamizm katarak birçok üniversite televizyonunda görülen insan kaynağı problemine de çözüm oluşturmaktadır.

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmeler sonucunda, öğrencilerin bütün üniversite televizyonlarının can damarı olduğu ortaya çıkmıştır. Çünkü öğrenciler hem teknik anlamda talep edilen çekimleri gerçekleştirmekte hem de yaratıcılıkları doğrultusunda üniversite televizyonlarına çeşitli program tür ve içerikleri üretmektedirler. Bu doğrultuda televizyonlarında İletişim Fakültesi öğrencilerine mi öncelik verilmiştir ya da verilmeli midir? Üniversite televizyonları genellikle İletişim Fakültesi'nden öğrenci aldıklarını; ancak bütün üniversite öğrencilerine açık olduklarını ifade etmişlerdir. Sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır. Üniversite televizyonu sorumlularının cevapları bu bölümle herhangi bir sınıflandırma olmaksızın sırasıyla çalışmaya aktarılmıştır.

DÜ2, kendilerinin ve kendinden önce gelenlerin kısmi zamanlı öğrenci kültüründen geldikleri için kendileri için öğrencilere çok önem verdiklerini, aynı zamanda öğrencilerin üniversite televizyonunu ve personeli canlı tutmada büyük bir etkene sahip olduklarını belirtmiştir. Pandemi öncesinde on yedi adet kısmi zamanlı öğrencinin bulunduğu, yaklaşık olarak yirminin üstünde de gönüllü öğrencisinin bulunduğunu belirtmiştir. Gönüllü öğrenci sayısının kırka çıktığını belirten DÜ2 sorumlusu, pandemi döneminin iyileşme sürecine girmesiyle çok istekli olan altı öğrenciyle üniversite televizyonun sürdürmeye başladıklarını söylemiştir. Dönem başladıktan sonra ise, bu sayıyı tekrar arttıracaklarını, çünkü öğrencilerin hem üniversite radyosunda hem de üniversite televizyonunda aktif rol oynadıklarını ifade etmiştir.

DÜ2 üniversitesi sorumlusu, yalnızca İletişim Fakültesi öğrencilerine değil, üniversitenin istekli bütün öğrencilerine açık bir üniversite televizyonu olduklarını söylemiştir. Üniversitenin ana sayfasından duyuru yaptıklarını, çünkü her bölüme önem verdiklerini ifade eden DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, öğrencilerin lisede meslek seçimi noktasında doğru yönlendirilmediği ihtimalinden yola çıkarak, üniversite yıllarında yeteneklerinin farkına varan öğrencileri desteklemek istediklerini belirtmiştir. Ayrıca sayısal öğrencilerin kamera çekimi, kurgu, görsel efekt gibi teknik bilgi gerektiren

alanlara yatkın olmaları, öğrenmeye istekli bütün öğrencilerin üniversite televizyonuna alınması noktasında düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“Üniversitemiz sayfamızdan duyuru ile tüm fakültelere duyuruluyor. Açıkçası radyo televizyon öğrencisine sadece bu ayrıcalığı tanımıyoruz. Evet pozitif bakıyoruz ama kesinlikle her bölüme de önem veriyoruz. Sonuçta lise zamanında ne kadar çok doğru yönlendirme yapıldığı soru işareti öğrenci meslek seçimi konusunda bizde meslek seçiminin doğru çizildiğini düşünmüyorum. Öğrenciler okul hayatındayken böyle yeteneklerinin ilgilerinin farkına varabiliyorlar. Ya da şöyle bir sıkıntı var çözümlediniz mi? Teknik konulara özellikle sayısal öğrenciler daha yatkın oluyorlar. Kurgudur, görsel efekttir, kamera çekimidir dolayısıyla da biliyorsunuz Nuri Bilge CEYLAN gibi birçok insan mühendis o alanlardan bu işte önemli olan zaten okul zaten bir araç olduğu için önemli olan zaten amaç ayrılmış bir belli kitle oluşturmak değil. Bir mesleği yapacak adam yetiştirmek. Hangi bölümden olursa olsun. İlgi belki yanlış yere yönelmiş olabilir. Bunları kaçırmamak için isteklerini destekte bulunmak adına her bölümden öğrenci alıyoruz.

DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, ama birimlerine toplamda otuz kısmi zamanlı öğrenci olduğunu ve bunun on iki tanesinin üniversite televizyonunda çalıştığını aktarmış; pandemi döneminin başlarında kısmi zamanlı öğrencilerin sayısının altı kişiye düştüğünü söylemiştir. Normal süreçte yaz aylarında ise üç öğrencinin üniversite televizyonunda kalmaktadır. DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, gönüllü öğrenci sayılarının sürekli arttığını belirterek, aslında üniversite öğrencilerinin tümüne açık olduklarını ve sınav sistemiyle kısmi zamanlı öğrenci alım ve işleyiş sürecini şu şekilde açıklamaktadır:

“30’a yakın gönüllü öğrencimiz var. Diğer fakültelerden gelen öğrenciler var. Kısmi zamanlıların genelinde 10 -15 kişi ekipman kullanımı için sınav yapıyoruz. Genellikle İletişim Fakültemizden alıyoruz. Program ve içerik üretmek isteyen herkese açığız.”

DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, uzaktan eğitime geçildiğinden beri kısmi zamanlı öğrencilerinin olmadığını; ama önceki süreçlerde hazırlanan sorular doğrultusunda yapılan mülakatlarla birlikte belirlenen kontenjan doğrultunda öğrenci alımının gerçekleştirildiğini söylemiştir. Sadece İletişim Fakültesi öğrencilerine değil, bütün üniversite öğrencilerine açık olduklarını, çünkü kendisinin de başka bir bölümden mezun olup televizyon sorumlusu olarak çalıştığını belirtmiş ve şu şekilde açıklık getirmiştir:

“Mülakat döneminden önce bir duyuruya çıkıyoruz. Sağlık Kültür bize yazı gönderdiği zaman kontenjanımız belli oluyor. Şu an en son aldığımız 25’i kontenjan. Biz ilana çıkıyoruz. Sadece iletişim öğrencilerini alacağız demiyoruz.

Burada gönüllü olan hiçbir öğrenciye kapıyı kapatamayız. Çünkü üniversitede herkes istediği bölüme gidemeyebiliyor.”

DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, on iki tane kısmi zamanlı öğrencinin çalıştığını söylemiştir. Çoğunluğu İletişim Fakültesi’nden olmak üzere, diğer fakültelerden gelen öğrencilerinde olduğunu söylemiştir. On iki öğrenciye ait günde bir öğün kartının verilmektedir. Bu öğrencilere “kadrolu” demektedirler. Stajyer olarak çalışan öğrenciler ise gönüllü olarak çalışmaktadırlar. Yirmi dört saat yayın yapıldığı dönemde sabah ve akşam nöbetleşe on öğrencinin üniversite televizyonunda görev yapmakta olduğu ifade edilmiştir. Otuz tane programa sahip olduklarında bu sayının seksen tane kısmi zamanlı öğrenciye çıktığını; ancak Youtube’da zamansız haftada birkaç rektörlüğün etkinliklerini paylaşacak şekilde devam ettikleri için sayının düştüğünü ifade etmiştir. Çalışan öğrencilerin bir kısmının radyoda, bir kısmının ise kamera önü ve kurguda görev aldıklarını belirtmiştir. Uygulama ve araştırma merkezi ve üniversite televizyonu olmalarından dolayı beklentinin büyük olsa da aslında bir uygulama birimi şeklinde hareket ettiklerini ve kurumsal iletişimin görüntü kanalı haline dönüştükleri için, üniversite içerisinde gerçekleşen etkinlikleri ajans ve medya ile paylaşmaya başladıklarını aktarmıştır.

DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, farklı bölümlerden öğrenciler gelmesine karşı olmadığını, isteyen her öğrenciye kapılarının açık olduğunu söylemiştir. Bu durum hem üniversite radyosu ve televizyonu için de geçerli olmaktadır. Özellikle radyo programlarında başka fakültelerden gelen öğrencilerin çok iyi müzik arşivlerine sahip olduğu ve çok iyi programlar ortaya çıkardığını ifade etmiştir. Üniversite televizyonunda ise, İletişim Fakültesi öğrencilerinin televizyonu daha sahiplenici yaklaştığını; ancak farklı bölümlerden çok enteresan yayınların ortaya çıktığını belirtmiştir. Televizyon yayıncılığının multidisipliner bir alan olması sonucu özellikle öğretim üyelerinin çok daha düzenli, daha tutarlı, daha stabil olmalarının yanı sıra öğrenciler bu kadar istekli olmamaktadırlar.

DÜ9 kodlu üniversite televizyonunda, ikinci sınıfta verilen Radyo, Televizyon ve Sinema bölümündeki derslerde Yapım Süreçleri adı altında bir proje ödevi yazmak zorunda olduklarını, yine üçüncü sınıfta verilen Televizyon Programcılığı dersi kapsamında stüdyo programı yaparak uygulama yapmak zorunda oldukları dersler mevcuttur. Mezuniyet projesi olarak da televizyon programı yapmaktadırlar. Bunun yanı

sıra diğer bölümlerden gelen öğrenciler de televizyon yayıncılığı hakkında hem teknik hem de program yapımında bir şeyler öğrenmek istediklerinde üniversite televizyonunda çalışabilmektedirler. Öğrencilerin sekiz tanesinin pandemi öncesi kısmi zamanlı olarak görev aldığını belirterek öğrencilerin üniversite televizyonlarına dinamizm kattığını ve içerik konusunda rahatlama sağladığı DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu ifade etmiştir.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, en büyük avantajlarının öğrenci asistanları olduğunu söylemiştir. Her fakülteden öğrencilerinin olduğu belirterek bu konudaki düşüncelerini şu şekilde açıklamaktadır:

“Bu aktüelde çalışan Eğitim Fakültesi’nden, kurgu- montaj kurgu yapan öğrencimiz Mühendislik Fakültesi’ndendi. Röportaj yapan ve haberleri sunan öğrencimiz Eğitim Fakültesi’ndendi. Her fakülteden öğrencim var. İletişim Fakültesine bağlı olunca sadece İletişim Fakültesi öğrencisi... İnsanın içinde varsa evinde bile kamera stüdyosu kursanız içinde yoksa gelmez ve bir şey üretmez. İçinde varsa bir öğrencinin talep eder arz eder ve kendisi zaten talep eder gelir yapar ve eder. Çok öğrenci sayımız olduğu zaman 30 küsur öğrenci asistanımız vardı. İletişim fakültesinden 10 tane vardı. Geri kalan 20 tanesi hep farklı farklı fakültelerdendi.”

Üniversite radyosunda da aynı şekilde farklı fakültelerden gelen öğrencilerin programlar yaptığı ve bunun yayıncılık açısından bir zenginlik kattığı ifade edilmiştir. Günümüzde medya işini sadece İletişim Fakültesi mezunlarının yapmadığını, hobi olarak görmekten ziyade zor bir iş süreci olan medya sektörünü meslek olarak sevemedikten sonra yapılamayacağı ve üretken olunamayacağı belirtilmiştir.

VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültesi öğrencileri öncelikli olmak üzere ilgisi olan her öğrencinin öncelikli olarak akademik yıl içerisinde kısmi zamanlı öğrenci olarak görev alabildiğini, pandemi öncesi öğrenci sayılarının her akademik yarı yıl için 4 öğrenciyken, pandemi sürecinde ve sonrasında henüz bir öğrenci alımı olmadığını belirtmiştir.

Görüldüğü üzere, bütün üniversite televizyonlarında öncelik olarak İletişim Fakültesi öğrencilerine yer verildiği; ancak farklı bölümlerden gelen istekli ve yetenekli öğrencilerin de üniversite televizyonlarında aktif rol aldığı, iletişim/ televizyon yayıncılığı eğitimi alan ya da almayan üniversite televizyonu sorumlularının ortak kararı olarak karşımıza çıkmaktadır. Hepsi farklı fakültelerden gelen öğrencilerin hem teknik hem de program tür ve içerikleri bağlamında üniversite televizyonlarına değer kattığı ifade edilmiştir.

3.3.6. Yöndeşen Televizyon Yayıncılığının Geleneksel Televizyon Yayıncılığına Etkileri: Televizyonun Niteliğine Etki Eden Bağımsız Değişkenler

İnternet ve teknolojin getirmiş olduğu yenilikler, kamu televizyon kanalları olan üniversite televizyonlarına başta karasal yayıncılık için gerekli olan frekans tahsisi, bunun yanı sıra özellikle olumsuz hava koşullarında ortaya çıkan vericilere ulaşma noktasında yaşana problemlere çözüm olarak web üzerinden yayıncılık imkânı sağlamıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda DÜ2, DÜ4, DÜ5, DÜ7, DÜ8, VÜ1 ve VÜ2 üniversite televizyonu sorumlularının bu değişimin, kullanım kolaylığı ve maliyetsiz yayın yapılabilme imkanının yanı sıra kolay ulaşım gibi avantajları olduğu için olumlu bakış açısına sahip olduğu, televizyon yayınlarının içeriği noktasında ise, DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusunun olumsuz bir bakış açısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

DÜ2 üniversite sorumlusu, web yayıncılığının geleneksel televizyon yayıncılığı dışında insanlara bir seçenek sunduğunu ve bu sayede izleyicilerin neyi izleyecekleri konusundaki kısıtlamanın ve televizyon yayıncılığındaki kısır döngünün ortadan kalktığını dile getirmiştir. Geleneksel televizyon yayıncılığı, belli yayın türlerini örneğin yemek programları, yarışma programları gibi seçenekler sunarken, web yayıncılığı tamamen beğenilene ve hedef kitlesindeki kişilere doğrudan ulaşmayı sağlamaktadır. DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu bunu şu şekilde açıklamıştır:

“Mesela en basiti YouTube’den tekne ile ilgili bir şeyler paylaşıyorsunuz. Tekneyle ilgili insanlar geliyor. İlgili ilgisiz herkese izletmek yerine tamda ilgisi olan tamda ulaşmak istediğiniz kitleye uygun içerik üretmenizi sağlıyor. Bu da sizi genel geçer zorunluluklardan kurtarıyor. Daha yaratıcı işler çıkarmanızı da sağlıyor. Çünkü neden? Çok izlensin duygusu sizi belirli insanların dikkat çekeceği sadece eğleneceği içerikler üretmek yerine onu merak eden insanların bilgi içerikleri almasın yönünde de yönlendiriyor. Televizyon manasında bakacak olursam. Daha kaliteli içeriklerin çıkmasını sağlıyor. Tabi üniversite genelinde yaklaşıyoruz. Üniversite genelinde yaklaşmayacak olursak para ve reklam mevzularını ortadan kaldırmak adı altında daha kaliteli ve doğru içeriğe ulaşmamızı sağladı.”

Geleneksel televizyon yayıncılığına oranla üniversite televizyonculuğunun herhangi bir ekonomik etki altında kalmadan tek bir amaca yönelerek yayınlar yapabildiklerini belirtmiştir. Tek amaçlarının daha çok akademisyen ve alanlarında uzman kişilerle doğru bilgiyi aktarmak olduğunu ifade eden DÜ4 televizyon sorumlusu; bir kişi bile örneğin balıkçılıkla ilgili bir programı izleyip bir şey öğreniyorsa onun için büyük önem arz

ettiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra geleneksel televizyon yayıncılığında reyting kaygısı başta olmak üzere birçok etmen bulunduğu birçok emekle hazırlanan programların üçüncü bölümde bile kaldırılması mümkün olduğu için herhangi bir kâr zarar amacının güdülmediğini söylemiştir. Bunun yanı sıra web yayıncılığının, geleneksel televizyon yayıncılığının etkisini büyük ölçüde azalttığını, insanların yavaş yavaş televizyondan koptuğunu çünkü web yayıncılığında çok daha fazla içeriğinin olduğunu ifade etmiştir. DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının geleneksel televizyon yayıncılığını sona erdireceği düşünmektedir. Haber kanallarının kalacağı, haber dışındaki yayınların gidişatının web yayıncılığı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca karasal yayının zaten bittiğini söyleyerek, bu durum hakkında düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

“Karasal zaten bitti, uydu yayıncılığının da komple biteceğini düşünmüyorum ama radyoyu ayrı tutuyorum. İyi içerik üreten internet üzerinden kendi içeriğini satabiliyor, satabilecek.”

Yöndeşen televizyon yayıncılığında kafa karışıklığının olduğunu belirten DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının televizyon yayıncılığını bilimsel bir şekilde etkilediğini belirtmiştir. İnternette yapılan yayınların, herhangi bir televizyon kanalının web üzerinden sunucular kullanarak o yayını yapmış olması olarak ifade eden DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu yavaş yavaş IP TV ya da O.D.D. TV gibi platformlara üniversite televizyonlarının girmesinin iyi bir avantaj teşkil ettiğini belirtmiştir. Özellikle NETFLIX gibi platformların örnek alınarak içerikler üretilmesinin şu anki süreçte akademik kaygıları olduğu için zaman alacağını belirten DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, zamanla daha kolaylaşırsa bir sonraki aşamalarda üniversite televizyonlarında bu tarz programların üretilebileceğini, içeriği sağlam olan programların istenirse, IP TV’de herhangi bir kapasite kiralayarak, istersek O.D.D gibi herhangi bir pakete girerek yapılabilmesini belirtmiştir. Ayrıca, yayıncılığın artık ortadan kalkmaya başladığını, hatta artık ders içeriklerinde bile dijital platformlar ve televizyon yayıncılığı adında ders vermeye başladıklarını aktarmıştır. Dersin içeriğinde; “hem televizyon yayıncılığı nereye gidiyor, ileride ne olacak hem de bu dijital platformlar ve IP TV nedir? O.D.D. nedir? HBO TV, Connect TV, Web TV. Bunlar arasındaki farklar nelerdir? Bunlara içerik üretimi, teknik olarak bunların alt yapısı nasıl çalışır? Dili nasıl olmalı?” sorularına yanıt arandığı ifade edilmektedir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, televizyonculukta, ileriye dönük televizyonculuk nereye gidecek diye bakıldığında televizyonda spor müsabakaları F1 yarışları, haber programları, talk showlar, konser, vb.

programların canlı yayınlamaya devam edeceğini söylemiştir. Bunun yanı sıra IP TV denilen, örneğin Turkcell TV Plus gibi bir kutunun içerisinden canlı yayınlar satın alınabilmekte ve aynı zamanda video on demand programlar ve filmlerin de istenildiği gibi izlenebilmektedir. Ancak NETFLIX gibi O.D.D. alt yapısına ait yayınlarda farklı bir durum söz konusudur. Çünkü bu alt yapı televizyon programlarının izlenmesine imkân vermediği gibi, mevcut internet altyapısını kullanmaktadır. Dolayısıyla O.D.D. alt yapısıyla bir televizyon yayını kurmaya kalktığında, yayın kaliteni internet belirlemektedir. IP yayıncılıkta ise verilen hat sayesinde, kalite kaybı olmadan QoS (Quality of service), servis sıkıntısı ve yayınlarda takılma olmadan programları izleyebiliyorsun. Bütün bunlar yöndeşen yayıncılığın geçirmiş olduğu değişimler ve dönüşümler olarak karşımıza çıkmaktadır.

DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının alternatif yaratması noktasında çoksesliliğe ve amatör uygulamalara imkân sağladığı ve web yayıncılığının interaktif bir izleme imkânı sunduğu için izleyicilere istedikleri programı/yayını istedikleri zaman izleme imkânı sunduğundan TV yayıncılığını etkilediğini söylemiştir. Bunun yanı sıra yönetim olarak olmasa da üniversite televizyonunda görev yapan personelin akademik yoğun süreçlerinin olması ve dönemsel olarak öğrenci istihdam süreçleri televizyonun niteliğine etki eden bağımsız değişkenler olarak belirtilmiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte haberleşmenin giderek kolaylaştığını ve internetin yaygınlaşmasıyla yeni bir iletişim ortamının meydana geldiğini belirten DÜ10 üniversite televizyonu sorumlusu, sosyal ağlarla birlikte kişilerin kendilerini ifade etme noktasında belirli bir kitleye kolay ve daha kolay ulaşılabilir olduklarını söylemiştir. İnsanları artık yerleşik bir konuma ev ya da ofislerine gitmeden de cep telefonları veya tablet ile istedikleri yerde ve zamanda istedikleri yayına ulaşabilme imkanına sahip oldukları için olumlu yönde etkilendiklerini ifade etmiştir. Bununla birlikte yaptıkları yayınlarda herhangi bir yaptırımla karşılaşmadıkları, siyasete girmeden eğitim, kültür, sanat ağırlıklı yayınlarımızı sürdürdükleri aktarılmıştır.

İnternet yayıncılığının sağladığı kolaylıklar neticesinde, yalnızca yapılan yayınların alt yapısının değiştiğini ifade eden DÜ10 üniversite televizyonu sorumlusu, karasal yayını yaptıklarını, internet üzerinden YouTube ve Facebook'u sadece açılışlar ve törenler için kullandıklarını; ancak Radyo, Sinema ve Televizyon bölümlerinin ve

üniversite televizyonlarının kurum olarak devam edeceğini belirtmiştir. Televizyon yayınlarının, öğrencileri hazırlamak ve onlara bir şeyler anlatmak adı altında devam ettiğini belirterek, internet yayıncılığına hemen geçilebilecek bir şey olduğunu, en basit haliyle bir bilgisayar ve üç kamera ile YouTube üzerinden yayınlar yapılabileceğini; ancak internet yayıncılığının da telif hakkı ve belli başlı birtakım sıkıntıları barındırdığı için, şimdilik yalnızca karasal yayın yapmanın üniversite televizyonu için makul olduğunu aktarmıştır. İlerleyen süreçte yasal sınırlar içerisinde internet yayıncılığına geçme konusuna kapalı olmadıkları, içerik üretme noktasının önem arz ettiği ifade edilmiştir.

İnternetin özellikle sosyal medya platformu üzerinden televizyon yayıncılığını olumlu yönde etkilendiğini, karasal yayıncılığın maliyetine oranla web yayıncılığının maliyeti düşük programlar yayınlama imkânı sunduğu üniversite televizyonları için bilinen bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Televizyon yayıncılığının her aşamasının maliyet gerektiren bir alan olduğu düşünülürse internet yayıncılığının, özellikle hiçbir reklam ve bütçesi olmayan üniversite televizyonları için önemli bir yapı olduğu, ayrıca ulaşmak istenen hedef kitlenin genç olduğu düşünülürse, web yayıncılığı sayesinde erişim alanının genişlediği ve üniversite televizyonlarının karasal yayıncılıktaki yerel sınırlarının web yayıncılığıyla aşıldığı görülmektedir. Karasal televizyon yayıncılığına devam eden üniversite televizyonlarının da bir yandan internet üzerinde televizyon programlarını eş zamanlı olarak paylaştığı yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Web yayıncılığının sağladığı bu avantajları VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu şu sözlerle desteklemiştir:

“Web televizyonunda bir bilgisayar ve iyi bir internet bağlantısıyla istediğiniz yerden yayın yapabiliyorsunuz. Sanal stüdyosu oluşturabiliyorsunuz. Stüdyo ekip malzemeleri düşüyor. Kamera maliyeti düşüyor. Web olduğu için ultra maliyetli kameralarla çalışmanıza gerek yok. Kameranızın kalitesini internetiniz belirliyor. Daha zengin bir yayıncılık web televizyonunun bir yandan da şöyle şeyleri var. Kontrolü konusunda birazcık daha yasalar web televizyonu kurmanın şeylerini belirliyor ama içeriği takip etme konusunda yasalar ne kadar içi çalışıyor ben onu bilemem. Gelecekte belki bütün televizyon platformlarının ücretli olacağı web üzerinden özellikle hayatın gençlerin web televizyonlarını devam ettireceği görüştüm.”

Ayrıca VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, öğrencilerinin televizyon izlemediğini, daha doğrusu televizyon programlarını artık televizyondan izlemediklerini, cep telefonlarından takip ettiklerini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra Netflix ve diğer

programların televizyon yayıncılığına başka boyutlar getirdiğini artık z kuşağına geleneksel televizyon programlarının hitap etmediği söylenmiştir. Dolayısıyla internet yayıncılığının kesinlikle olumsuz bir etki yaratmadığını, üniversite televizyonlarının karasal TV yayıncılığında görüldüğü gibi temel politikalardan biraz uzak, biraz özgür olabilmesi ve buna bağlı olarak ana akım medyanın yer vermediği veya uzak durduğu toplumsal olay, konu veya sorunlara odaklanabilmesinin mümkün olduğunu belirterek, bunun en önemli getirisinin de çok seslilik, çok seçenek, tercih yapabilme, istenildiği zaman, istenilen yerde ve ortamda izlenebilmesi olduğunun altını çizmiştir.

Web yayıncılığının, televizyon yayıncılığını her bakımdan bitirdiğini iddia eden DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu bu konudaki iddiasını daha çok geleneksel televizyon yayıncılığı bağlamında ele alarak şu sözlerle açıklamıştır:

Ben elimdeki telefonla canlı televizyon izliyorum. Televizyon dediğimiz cihaz genel geleneksel anlamıyla insanları etrafına toplayan aynı odanın içinde olmalarını gerektiren ve onları tek bir ekrana maruz bırakan bir cihazdı. Artık öyle değil herkesin kendi telefonu kendi cihazı var mobil halde istediği yerde izleyebiliyor. O zamanda televizyon yayıncılığının bununla birlikte dönüşmesi kaçınılmaz zaten buna yapacak bir şey yok. Bir yere bakma eğilimi hiçbir bitmeyecek. İlk insan mağara da gölgelere bakıyordu. Şimdi bizde dört tane ekranlara bakıyoruz. O durum hiç değişmiyor. Bir şeyi izleme etkinliği hiç değişmiyor. Ama geleneksel televizyon yayıncılığı dediğimiz şey belirli bir yere belirli bir zamana bağlı bir çeşittir. Kaçırdığı programı üç gün üç ay sonra da internet üzerinden izleyebilir. Ben telefonumdan izleyebilirim veya tabletimden veya evde oturur izlerim. Bu anlamda bunu bitirdi.”

Geleneksel televizyon yayıncılığının yanı sıra, üniversite televizyonlarının yayınları bağlamında, öğrencilerin hibrit çalışmalarını istediğini belirten DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, günümüzün en ünlü Video paylaşım platformu YouTube’a kendi içeriklerini üreterek paylaşmalarını çünkü televizyon yayıncılığının geleceğinin bu şekilde ilerleyeceğini belirtmiştir. Bütün bu değişimlerim televizyon yayıncılığının meslek dallarının bitireceğini ve artık içerikleri kendileri tarafından üretilip dijital platformlarda yayınlanacağını ifade ederek televizyon yayıncılığı ve geleneksel yayıncılığın arasındaki farkı şu şekilde açıklamıştır:

“Bende kameramanlık yapayım, muhabirlik yapayım o iş bitiyor. Kendi içeriğinizi kendiniz üreteceksiniz kendiniz yayınlayacaksınız. Nerde yapacaksınız YouTube da ya da yeni dijital platformlarda. İşte Netflix, Blutr, Puhutr. Bu nedenle de bir şeyi değil birçok şeyi yapmanız gerekiyor. Hem çekeceksin hem anlatacaksın hem kurgulayacaksın hem bunun promosyonunu yapacaksın. Televizyonda öyle bir şey gerek yok sen kaseti teslim edersin. Tanıtımları döner hafta boyunca insanlar izler bir sonraki haftayı hazırlarsın. Burada böyle değil. Sürekli YouTube da uygulamaya

reklam vermen, paylaşman, like alman, yorum yapman birçok şey gerekiyor. Bu anlamda aslında daha komplike bir iş.

Çalışmanın bu bölümünde yer alan diğer bir soru ise, üniversite televizyonlarına yönelik bağımsız bir değişkenin etkisinin olup olmadığıdır. DÜ2, DÜ4, DÜ7 üniversite televizyonlarında herhangi bir etkiye maruz kalmadıkları belirtilmiştir.

DÜ2, üniversite yöneticileri açısından çok şanslı olduklarını, herhangi bir müdahale ile karşılaşmadıkları için yaratıcı işler yapabildiklerini söylemiştir. Örneğin yapmış oldukları tanıtım filmi tamamlandıktan sonra rektörlerinin tanıtım filmini izlediklerini belirtmiştir. DÜ2 üniversite televizyonu personelinin de aynı şekilde öğrencilerin programlarını tasarlarken çoğu zaman yönlendirme yapmadıklarını, hatta bazı öğrencilerin kendi YouTube kanalları için yaptıkları videoları destekledikleri, sadece bazen yeni programlar için fikir verdiklerini ifade etmiştir. Üniversite televizyonu olarak, mümkün olduğunca öğrencilerin fikirlerini serbest bırakmalarına karşın, ahlaki ve genel geçer etik kuralların dışına çıkmamaya özen göstermektedirler. Böylelikle güncel televizyon yayıncılığından kopmamayı hedeflemektedirler.

DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, rektörün üniversite televizyonunun içeriğine etki etmediğini, sadece personel eksikliği nedeniyle yeni programlar yapamadıklarını dolayısıyla herhangi bir yönlendirme yaşamadıklarını söylemiştir.

“Rektörün içeriğe etki eden bir talebi yok. Benim yapmak istediğim nitelikli program netice itibarıyla şehrin tek üniversitesi bizim uzmanlar bizde hocalar bizde ben oraya bir bilgi deryası yapmak istiyorum. Aynı zamanda öğrencilerle bir bilgi yarışması çekmek istiyorum. Kanalı ne kadar dolu hale getirebilirsek ben o kadar dolu hale istiyorum. İki personelle bu mümkün değil. Fikirlerimi hocalarla paylaşıyorum onlarda çoğu zaman olur diyorlar. Hiçbir fikrimin daha bir hocadan döndüğüne denk gelmedim dönmedi yani. Ama dediğim gibi imkânlarımız biraz kısıtlı sadece personel olarak. Hocaların bir yönlendirmesi olmuyor yani bu bana güvendiklerinden mi onların yönetim anlayışı mı bu bilemem ben göreve geldiğimden beri bana hiç kimse yönlendirme yapmadı.”

DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, her türlü bilginin toplumla paylaşılması için bir yapılanma içerisinde olduğunu söyleyerek, İletişim Fakültesi’nin kendi alanıyla ilgili şeylerde müdahale edilmediğini aktarmıştır. Ayrıca, YÖKAK tarafından tam akredite edilen ilk üniversite olduklarını, tanıtım filmlerinin hazırlandığı ve törenin canlı yayına yayınlandığı belirtilmiştir. Araştırma Üniversitesi olmak adına, büyük bir seferlik başlatıldığı, bu nedenle projeler yapıldığı ve bununla ilgili kurumları ve fakülteleri bilgilendirmek adına ciddi emekleri olduğunu ifade etmiştir. Basın bültenleri, tanıtım ve

eğitim videoları hazırlanmasında gerektiğinde bunların haberleştirilmesinde, basına geçirilmesinde görev aldıklarını belirtmiştir. Rektörlüğün görevlerini zaten tam olarak yaptıkları için yönetim tarafından fazla müdahaleye uğramadıklarını söylemiştir.

Kâr amacı güden televizyonların toplum bilinçlendirme gibi bir misyonu olmadığını belirten VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, bazı özel kanalların ise sanayiciler ve işletmeciler tarafından kurulduğunu ya da kendi propagandalarını için bu kanalları kullandıklarını söylemiştir. Devlet kanallarının gelir elde etmek gibi bir kaygıları olmamasına rağmen yine de bir propaganda aracı olarak hizmet ettiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla üniversite televizyonlarının temel misyonlarında yine kendi üniversitelerini tanıtmaya amacı güdülmektedir. Bu durum şu şekilde açıklanmaktadır:

“Halkı bilinçlendirmek amaçlı diyoruz ama halkı bilgilendirmenin altında yatan neden kendi üniversitenin öğretim üyelerinin sayesinde aralarda tanıtım filmlerini göstererek. Kendi stüdyonu göstererek tanıtım yapmak. Birisi tanıtım yapmak. Diğeri ise kâr elde etmek amaçlı.”

DÜ9 üniversite televizyonu, politikalarını baştan oturttuğu için sorun çıkacak içeriklerin karşısına çıkmadığını belirtmiştir. Sağlık, spor, kültür sanat, eğitim, sinema tür ve içeriklerinin yayınlandığını belirterek, en başından önlemlerini aldıklarını bu nedenle herhangi bir müdahale olmadığını; ama bazen öğrencilerin haftalık spor programı olduğunda rektörün programıyla çakıştığında önceliğin bu programlara verildiğini ifade etmiştir. Bunun dışında herhangi bir müdahale ile karşılaşmadıklarını söylemiştir. Bunun yanı sıra, DÜ9 üniversite televizyonunda da herhangi bir müdahalelerinin olmamasına karşın, rektörlüğün talepleriyle öğrencilerin programları çakıştığı zaman, önceliğin rektörlüğün taleplerine göre yönlendirildiği ifade edilmiştir.

VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusunun, bağımsız olarak televizyonun niteliğine etki eden değişkenin, üniversite televizyonun ya da bulunduğu üniversitenin yönetimi dışında farklı bir bakış açısıyla değerlendirildiği görülmektedir. Televizyonun niteliğine etki eden en önemli bağımsız değişkenlerin teknoloji ve internet olduğunu, artık her şeyin çok hızlı bir şekilde yüklendiği, izlendiği ve tüketildiğini ve bu durumun televizyon için hazırlanan başlı başına bir program söz konusu olduğunda bu unsurların hepsini gözeterek, içeriği en uygun biçimde hazırlayıp sunulması gerektiğini belirtmiştir.

DÜ5 üniversite sorumlusu hem rektörlüğün hem de yönetimin talebi doğrultusunda istenilen ne ise o şekilde hareket ettiklerini belirtmiştir. Dışarıya yönelik talep edilen

çekimlerde ise yine istenilen şekilde çekimlerin gerçekleştirildiği açık bir şekilde belirtilmiştir.

Üniversite televizyonlarının geleceğinin idareciye bağlı olduğunu, çünkü çoğu üniversite yönetimi üniversite televizyonlarını bir sonraki basamak için kullandıkları için, genel olarak üniversite televizyonlarının bağımsız olmadıkları düşünülmektedir. Özellikle karasal yayınlar olmak üzere, teknik ekipman noktasında bütçesel olarak bağımsız olmadıkları için, üniversitelerin yönetimlerinin bakış açılarına sahip olunduğu ifade edilmiştir. Farklılık noktasında ise, farklı düşünen öğrenciler sayesinde farklı programlar yapılabileceğini belirtmiştir.

Yapılan görüşmeler neticesinde her ne kadar etki eden unsurlara maruz kalmadıkları ifade edilse de üniversite televizyonlarının birer kamu organları olmaları sebebiyle, bulundukları üniversite yönetiminin ya üniversite televizyonu idarecilerinin etkisi altında oldukları kabul edilmesi gereken bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bütün üniversite televizyonları başta eğitim misyonu olmak üzere, bütçe, yapı ve diğer bütün nitelikler anlamında bulundukları üniversitelere bağlı hareket etme durumundadır.

3.3.7. Üniversite Televizyonlarının Eğitsel, Akademik Misyonu Yönelik Çalışmaları

Üniversite televizyonları kuruluşları itibarıyla temelde akademik misyonu hizmet amacı ile kurulmuşlardır. Bunun yanı sıra bazı üniversite televizyonları akademik misyonu katkı sağlamak için özel girişimlerde bulunarak, eğitim misyonuna daha fazla katkı sağlama eğiliminde oldukları yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. DÜ2, DÜ4, DÜ7, DÜ9, DÜ10, VÜ1 üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmeler sonucunda üniversite televizyonlarının akademik misyonu katkıları;

- Projeler üretmek ya da üretilen projelere katılım sağlamak,
- Üniversitede gerçekleşen bilimsel etkinliklerin çekimlerinin yapılması ve dışarıya aktarılması,
- Akademik personelin talepleri doğrultusunda üniversite televizyonlarında üretilen içerikler,
- Üniversite televizyonlarındaki program tür ve içeriklerin öğrencilere ve izleyicilere katkıları,

- Uygulama birimleri olarak öğrencilere eğitimler verilmesi olarak sınıflandırılmaktadır.

DÜ2 ve DÜ9 üniversite televizyonları, özellikle bulundukları üniversitelerde geçen bilimsel etkinliklerin çekilmesi noktasında akademik misyona katkıda bulunduklarını ifade etmişlerdir.

Uygulama ve Araştırma Merkezi bünyesinde faaliyet gösteren üniversite televizyonları kuruluş amaçları itibarıyla araştırma ve uygulamalar yapmak amacıyla projeler üretmek zorundadır. DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, akademik misyona yönelik uygulama ve araştırma merkezine bağlı oldukları için mümkün olduğunca süreç içerisinde projeler üretmeye çalıştıklarını, bir proje kapsamında üniversite radyosunun alt yapısını genişlettiklerini ve o projeden de bir akademik çalışma çıkarttıklarını aktarmıştır. Yapılan çalışmanın sonucuna göre, uygulama ve araştırma merkezinde çalışan öğrencilerin ve aynı sınıfta olup çalışmayan öğrencilerin iş hayatına bakış açılarını araştırılmış ve çalışan öğrencilerin, çalışmayan öğrencilere oranla daha umutlu olduklarının olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, üniversite içerisinde yapılan projelere de desteklerde bulunulduğu belirtilmiştir. Üniversitedeki akademik personelin teknik ve bilimsel görüntüleme ile ilgili ihtiyaçlarına karşılık verilmeye çalışıldığı; ancak doğrudan televizyonla ve televizyon yayıncılığıyla ilgili konusunda henüz bir çalışma yapmadıkları ifade edilmiştir. Bu durum DÜ2 sorumlusu tarafından şu sözlerle anlatılmıştır:

“Genelde çıkarılan çalışmalar hep kuramsal yönde oluyor. Ben uygulama ağırlıklı akademik çalışmalar yürütmek istiyorum açıkçası. Akademik çalışmaların insanlara duyurulması yönünde televizyon yayınlarımız oldu. Üniversitemizin hocaların yaptıkları önemli olan akademik çalışmaları program serisi şeklin de ekranlara taşımaya çalışıyoruz. Hem bu konuyla ilgili inşaları duyurabilmek için hem de üniversite de ilgili başka üniversitelerde bu konuyla çalışan inşalara ve öğrencilere de neler yaptığımızı aktarmak amacıyla bunları yayınlamaya çalışıyoruz. Televizyon ve üniversitenin resmi YouTube içeriklerini %99 biz üretiyoruz. Nadir olarak dışarıdan iş gelip paylaştığımız oluyor.”

DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu da özellikle içerik üretme noktasında üniversite televizyonlarının akademik misyona katkılarının olduğunu söylemiştir. Üniversite televizyonlarının birer eğitim kurumu olduğu için, üniversitedeki akademisyenlerin konuk olduğu onların alanlarına uygun programların onların ortaya

konması ve bunlarla ilgili akademik bilgilerin sunulması ve o anlamda uyumlu gittiğini söylemiştir.

İnsan kaynağı sorunlarıyla mücadele eden ve aynı zamanda program tür ve içerikleri anlamında rektörlüğün bilimsel etkinliklerinin çekimlerini gerçekleştiren DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, diğer üniversite televizyonlarından yer yer fikir aldığını; ama personel ve teknik imkanlar dahilinde üniversitelerindeki akademik personelin talepleri ve bilimsel etkinliklerin çekimleri doğrultusunda akademik misyona katkıda bulunduklarını belirtmiştir.

Tıp Fakültesi bünyesinde kurulan ve sonrasında rektörlük bünyesine geçen DÜ7 üniversite televizyonu, üniversite içerisinde Medya Merkezi'ne, rektörlüğe bağlı Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü'ne, Sağlık, Spor Daire Başkanlığı'na bağlı bir medya birimine ve UZEM'e destek olmaktadır. Eskiden eğitim ile ilgili programların çekimlerini kendilerinin gerçekleştirdiğini, sonrasında bir dönem kendilerine bağlı bir birim olan UZEM'in zamanla bu görevi üstlendiğini ve artık kendi stüdyolarında üretimler yaptıklarını aktarmıştır. Ayrıca *telemedicine* denilen tıp bilimine yönelik uzaktan eğitim ve konferans çekimleri yaparak akademik misyona katkı sağlamaya çalıştıkları görülmektedir. Üniversite televizyonuna yönelik bir talep olduğunda, iletişimci perspektifiyle çok daha kaliteli ve tatminkâr içerik üretimleri noktasında destek verdiklerini ifade etmiştir.

Program tür ve içeriklerinin özellikle akademik misyona bir katkı unsuru olduğunu belirten DÜ10 üniversite televizyonu sorumlusu, eğitim kültür ağırlıklı yayınların topluma olan yansımalarının önemli olduğunu ve üniversite televizyonlarında yıllardır sürdürülen sağlık, hukuk ve teknolojik tanıtımı kapsamında içerikleri üretilen ve yayınlanan programların hem fikir hem de faydalanma noktasında bu amaca hizmet ettiğini ifade etmiştir.

Aynı şekilde üretilen program tür ve içeriklerin yanı sıra, özellikle İletişim Fakültesi öğrencileri için bir uygulama atölyesi olduğundan, teorik bilgilerin uygulamaya yönelik sağladığı katkıların akademik misyona fayda sağladığı VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu tarafından ifade edilmiştir. Bu düşünceye ek olarak, üniversite kavramının artık çok değiştiğini, kampüs kavramının artık neredeyse yok olduğunu, kampüs olsa bile pandemi sürecinin etkisiyle online eğitimle birlikte üniversite hayatı

kavramının kaybolmaya başladığını söylemiştir. Bunun yanı sıra üniversitelerde Halkla İlişkiler Müdürlüğü ya da koordinatörlük gibi birimlere bağlı olan belli medya kuruluşlarının olması gerektiği vurgulanmıştır. Çünkü üniversiteler sürekli kendilerini dışarı aktaracak, sürekli gündemde tutacak şekilde devam etmek zorundadırlar. Bu nedenle üniversite televizyonlarının bir haber olmasa bile haber ya da programlar üretebilecek potansiyelleri olması sebebiyle üniversiteler için büyük önem taşıdığı VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu tarafından aktarılmıştır.

3.3.8. Üniversite Televizyonlarının Mevcut Durumu: Sorunlar ve Çözüm Önerileri Bağlamında Değerlendirilmesi

Üniversite televizyonlarının sorumlularıyla yapılan görüşmelerde, üniversite televizyonlarının olmanın izlenme kaygısı, ekonomik kaygıları olmaması bir avantaj olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra yine yapılan görüşmeler doğrultusunda, üniversite televizyonlarının sorunları genel olarak, İletişim Fakülteleri'nin sorunlarıyla paralellik gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Teknik imkanların yetersizliği ya da sürekli gelişen teknolojiye uyum sağlayamama, personel eksikliği, kuram-pratik ayrımı zorluğu, öğrenci seçmedeki puan türüne yönelik sorunlar, sektör- akademi gerginliği gibi sorunlar sorunların başında yer almaktadır.

3.3.8.1. Personel Eksikliği

Üniversite televizyonlarına genel olarak bakıldığında, bütün üniversite televizyonlarında nitelikli personel ihtiyacının olduğu görülmektedir. Bu ihtiyaçların her üniversite televizyonunda farklı amaçlarla ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Üniversite televizyonlarının uygulamaya yönelik birimler olması, özellikle sektörde çalışan, nitelikli personelin transferi noktasında sorunlar yaşanmasına neden olmuştur. DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, nitelikli elemanları üniversite televizyonlarında çalıştırma konusundaki zorluklara şu sözlerle değinmiştir.

“Çünkü biliyorsunuz akademik kadroya ALES ve Dille alınıyor. ALES ya da Dil teknik manada sizin yeterliliğinizi hiçbir şekilde test etmiyor. Bu şekilde almak bazen sıkıntılı olabiliyor. Alıyorsunuz hiçbir iş yapmıyor. Bu devlete boşa maaş ödetirmiş oluyorsunuz. Bizim için en güzel sistem şirket üzerinden olandı. Bunda da kalifiyeli elemanı burada tutmak sıkıntılıydı. Çünkü İstanbul'da daha yüksek maaşa çalışabiliyorlar. En büyük problem personel ihtiyacını karşılamak

geliyor.....O yüzden sirkülasyon çok fazla olabiliyor. Akademik kadro da sınavla açıldığı için orada işler daha zor. Bu zorluklara rağmen kemik ekibimiz radyomuz ve prodüksiyon çok güçlü.”

İletişim/ televizyon yayıncılığı alanında eğitim almış akademik personelin üniversite televizyonlarında aktif rol alması, uzman kişilerin iletişimci perspektifiyle yayınlar üretmesi, öğrencilerin televizyon yayıncılığı konusunda aldıkları eğitim noktasında en uygun görülen yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü iletişim/televizyon yayıncılığı dışında herhangi bir alandan mezun olan sorumluların, eğer özeli bir ilgisi yoksa televizyon yayıncılığını yalnızca teknik olarak değerlendikleri, elde edilen görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Televizyon yayıncılığını yalnızca rektörlük çekimlerinin yapılıp yayınlanması olarak değerlendiren görüşler bu durumu göstermektedir. DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, nicelik olarak fazla personel olmasına karşın, nitelik olarak yetersiz personele sahip olduklarını, bu nedenle aslında yetersiz kadroya sahip olduklarını ifade etmiştir. Üniversite televizyonunda yer alan personelin bir tanesi sekreter ve üç kişi İletişim Fakültesi mezunudur. Bunun dışında İlahiyat Fakültesi’nden bir, Grafik Tasarımı Bölümü mezunu bir kişi, İşletme Bölümü bir kişi ve bir adet de lise mezunu personel bulunmaktadır. Nitelikli personel eksikliği söz konusu üniversite televizyonunun problemlerinin başında gelmektedir. Özellikle pandemi döneminde dönüşümlü olarak çalışılmaya başlanmasıyla, işlerin normal süreden daha uzun sürede bittiğini, bu nedenle üniversite televizyonunun içeriklerinin doldurulması noktasında sorunlar yaşadıklarını söylemiştir. DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, ayrıca nitelikli personelin az olması nedeniyle mesleki olarak sürekli bir sirkülasyon yaşadıklarını şu sözlerle açıklamaktadır:

“Geçen bir etkinlikte kameramandım, geçen başka bir etkinlikte fotoğraf çekiyordum. Yeri geliyor sunucuyum, şoförüm... Bir de açık kapatmaya çalışıyoruz zaten burada biz böyleyiz ama öğrenciler bu durumu değişik görüyor.”

Bunun yanı sıra aynı zamanda akademik personel olan DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, en büyük sorunlarının personel eksikliği olduğunu belirtmiştir. Uzman ve nitelikli personelin olmaması ve akademisyenlerin üniversite televizyonunda aktif rol alması sonucu, iş yüklerinin çok artmasına, akademik gerileme sorunlarıyla karşı karşıya kalmalarına ve asistanların akademik kaygı duydukları için üniversite televizyonunda çalışmaya yanaşmadıklarına vurgu yapmıştır. Ayrıca üniversite televizyonlarına verilen

emeklerin akademik yükselme ya da akademik teşvik gibi kriterlerde yer almaması diğer bir sorun olarak dile getirilmiştir.

Üniversite televizyonlarında çalışanların özlük haklarına değinen DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu, çalışanların özlük hakları konusunda sıkıntılar yaşadıklarını belirtmiştir. Üniversite televizyonu bir uygulama birimi ve teknik bir iş olduğu için akademik tercihler geri planda kaldığını söylemiştir. Bunun yanı sıra gelir düzeyi bağlamında da üniversite televizyonlarının katkısının olmadığı bir diğer problem olarak ifade edilmiştir. Stresli ve düzensiz bir yaşam dolayısıyla sağlık problemlerinin çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle yapılan program kurgularını yapanların belirli bir mesainin olmaması bir diğer problem olarak gösterilmektedir.

Her üniversite televizyonu için söylemenin yanlış olsa da genel olarak mevcut durumunun çok iyi olmadığını belirten VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle personel eksikliğinin başta program içerikleri olmak üzere diğer tüm eksikliklerin merkezinde olduğunu ifade etmiştir.

Üniversite yönetiminin üniversite televizyonları hakkındaki tutumlarının ve göstermiş oldukları önemin üniversite televizyonlarının sorunlarının çözümü noktasında büyük önem taşıdığı kuşku götürmez bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, en büyük sıkıntılarının insan kaynağı olduğunu, özellikle kaliteli personel sıkıntılarının olduğunu belirtmiştir. Bu sorunu büyük ölçüde çözmelerine karşın, yine de personel ihtiyaçlarının devam ettiğini söylemiştir. Ayrıca yönetim ile iyi ilişkiler kurulduktan sonra bütün sorunların ortadan kalktığını şu sözlerle desteklemektedir:

“Yönetimle iyi bir ilişki kurduktan sonra bütün sorunlar ortadan kalkıyor. Gerekli önemi gösteremiyorlar televizyon kanallarına bazı yöneticiler. Üniversitenin yüzü olduğunu idrak edemiyorlar. Acaba bunu üniversite televizyonlarını yöneten kişiler mi ifade ediyor yöneticilere. Onu da bilemiyorum. Normalde medya çok önemli bir şey. Bu işi de iletişimciler yapmalı. Televizyon olur bu. Ajans olur. Nasıl, ne isim verirlerse versinler. Bence buraya hakkını vererek, buraya önem vererek üniversitelerin kamuoyundaki imajlarını güzelse daha iyi noktalara, kötü ise de daha düzgün noktalara çekebilirler diye düşünüyorum. Hem imaj açısından hem eğitime katkı açısından. Bunların hepsi bizim televizyonumuzda yaratılan değerler. Bunu kökeninde de iletişimci perspektifi var.”

Son olarak yapılan görüşmeler sonucunda VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, kendi üniversite televizyonları için farklı bir personel arayışında olduklarını, özellikle

web yayıncılığının son olarak en büyük sorunlarının başında sosyal medyalarını yönetecek personelin olmadığı için web yayıncılığını etkili bir şekilde kullanamadıklarını, sayfa güncellemelerini yapamadıklarını ifade etmiştir.

Yapılan görüşmeler neticesinde, teknik/ teknolojik olarak en iyi imkanlara sahip olduklarını ifade eden üniversite televizyonlarının bile personel ihtiyacı duydukları görülmektedir. Bunun yanı sıra özellikle iletişim/televizyon yayıncılığı alanında uzman kişilerin iletişim perspektifi ve alt yapısına sahip olması, üniversite televizyonlarında hem program tür ve içerikleri anlamında hem de öğrencilerin uygulama pratiklerinden edindikleri eğitimler kapsamında çok daha verimli bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Ancak akademik personelin akademik yoğunluğu olması sebebiyle ortaya çıkan iş yükü, uzman personellerin kontrolünde özellikle kamera, kurgu gibi teknik ihtiyaçların giderilmesinde akademik kaygısı olmayan personele daha çok ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

3.3.8.2. Öğrencilerin İlgisizliği

Üniversite televizyonlarının kuruluş sebeplerinin başında birer eğitim ve uygulama birimleri olması sebebiyle öğrenciler gelmektedir. Ancak özellikle son yıllarda yöndeşen televizyon yayıncılığının getirmiş olduğu olumsuz etkilerin başında, öğrencilerin üniversite televizyonlarını demode bulup, ilgisiz davranmaları gösterilmektedir. İstenilen yayınların artık cep telefonlarından istenilen gün ve saatte izlenilmesi, öğrenciler tarafından olayın sadece teknik boyutunun dikkate alınarak içeriğe yeterli öneminin verilmemesi, fenomen olarak nitelendirilen kişilerin yaşam tarzlarına özenilmesi, öğrencilerin aslında kuramsal olarak öğrendiklerinin uygulama pratikleri olan üniversite televizyonlarına karşı ilgisiz olmalarına neden olmaktadır.

Genel olarak bütün üniversite televizyonu sorumluların bu konuda şikayetleri olsa da DÜ2, DÜ4, DÜ5 ve DÜ6 üniversite televizyonu sorumluları bu konudaki görüşlerini yaptıkları açıklamalarla desteklemişlerdir. DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, başka fakülteden mezun olsa da mesleğin sadece seviyorum demekle değil, aynı zamanda sürekli araştırılması gereken bir meslek olduğu belirtilmiştir. Çekim yapan öğrencinin kullandığı kameranın adını, hangi açıdan ve hangi formatta çektiğini bilmediğini, dolayısıyla istekli beş on öğrenci dışında diğer öğrencilerin işin sözel yanında kalıp oraya

da tam anlamıyla hâkim olmayıp maalesef mezun olduklarını söylemiştir. DÜ5 üniversite televizyonu sorumlusu aynı şekilde öğrencilerin sergiledikleri tutum ve davranışlar olmuştur. Öğrenmeye istekli çok az sayıda öğrencinin olduğu ve bu sebeple nitelikli az sayıda öğrencinin yeterli tecrübeye sahip olduğunda mezun olduğu için televizyonuna katkı sağlayamadığı olmuştur. Yine DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, öğrencilerin kendi jenerasyona oranla çok daha isteksiz olduklarından ve üniversite televizyonunun uygulama birimi olarak yeteri kadar gerekli önem görmediği bir diğer üniversite televizyonu sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Radyo, Televizyon ve Sinema öğrencilerinin okula başladıkları ilk sene radyocu ve ikinci sene sinemacı yönetmen olmak istediklerin; ancak bunun için herhangi bir çaba sarf etmedikleri görülmektedir. Staj yaptıkları yerlerde yaptırılan işler dolayısıyla çoğu zaman stajlarını bitirmeden ayrıldıkları için uygulama noktasında eksik kalındığı belirtilmektedir. Bazen farklı fakültelerden gelen öğrencilerin daha istekli oldukları ifade edilmektedir.

DÜ6 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının temel sorunlarından biri olarak öğrencilerin istek ve nitelikleri konusunda büyük sorunlar olduğunu belirtmiştir. Devasa stüdyoların olsa bile, asıl sorunun öğrencilerin içerik üretme noktasında zorluk çektiklerini, iyi bir şeyler yapabilmek için gerçekten ilgili, hevesli ve heyecanlı öğrencilere ihtiyaç duyduklarını söylemiştir. Ayrıca öğrencilerin bulundukları fakülteyi uygulama fakültesi olarak gördükleri için, teori bilgileri olmaksızın çekim yapmak istediklerini şu sözlerle devam ettirmiştir:

“Ders anlatıyorsun, teorik bir şey anlatıyorsun öğrenci diyor ki ne gerek var ki. Ver bizim elimize kamera biz gidip çekelim. Uygulamalı fakülteyiz. Ben dedim ki sana bizim fakültenin uygulamalı olduğunu kim söylemiş ise yalan söylemiş. Bizim fakültemiz aynı zamanda teorik bir fakülte. Öğrenciye ne kadar ödül aldırırsan o kadar iyi bir fakültesine dönmeye başladı. Bu iş. Bu da çok rahatsız edici bir şey. Öğrenci teorik altyapıyı bilmiyor. Bazen bana kısa film senaryosu getiriyorlar. Öykü yapısı, giriş, gelişme, sonuç, temel çatışma alanları yok. Klişe. Bir çocuk vardır. Annesi ölmüştür. Çocuk acılar içindedir gibi saçma sapan şeylerle geliyorlar. Derinlik yok. Bir öykü yazmak istiyorsan psikoloji bileceksin. Teori bilmen gerekiyor. Kamerayı düz bir açı ile çekersen başkadır. Diyagonal bir yere koyar çekersen, kamerayı düz değil de biraz yamuk çekersen başka bir anlam ifade edersin. Bizim sinema dili dediğimiz şey burada devreye girer. Bir yönetmenin kâğıdı kalemi yoktur. O kamerasıyla yapar bunu.”

Personel eksikliğinden sonra üniversite televizyonu sorumlularının belirttiği ikinci sorun olarak öğrencilerin üniversite televizyonlarına yeteri kadar önem vermedikleri görülmektedir. Bu noktada öğrencileri yönlendirmesi amacıyla özellikle

iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi veren öğretim görevlilerine ve öğretim üyelerine büyük sorumluluk düşmektedir. İletişim/ televizyon yayıncılığı alanında uzman olmayan, personel eksikliği sebebiyle yalnızca rektörlük çekimlerini gerçekleştiren üniversite televizyonlarında öğrencilerin kamera ve kurgu gibi görevlerde yer alması, üniversitedeki bütün öğrenciler için aynı öneme sahip olmasına karşın, program tür ve içeriklerin üretilmesi, çekim öncesi ve çekim esnasında hazırlıkların yapılması, çekim sonrası kurgu ve yayına hazır bir programın ortaya çıkması büyük bir birikim ve emek gereken bir süreç olduğundan, alanda uzman kişilerin bu doğrultuda yönlendirmesi gerekmektedir. Bu yönlendirmelerin yapılmasına karşın, yine de isteksiz öğrencilerin çoğunlukta olması büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.3.8.3. Üniversite Televizyonlarında Görülen Diğer Sorunlar

Üniversite televizyonlarının her birinin kendi içerisinde farklı bir yapılanmaya sahip olması, temel sorunların yanı sıra diğer sorunlar başlığı altında şu şekilde sınıflandırılmıştır;

- Kuram Pratik Ayrımının Zorluğu
- Mezun Öğrencilerin İstihdam Sorunu
- Program Tür ve İçeriklerinin Nitelikleri
- Üniversite Televizyonlarında Bir Standart Olmaması
- Yönetmelik Eksikliği Bağlamında Ortaya Çıkan Hukuksal Sorunlar

Çalışmanın temelinde elde edilmek istenen temel verilerin başında iletişim/televizyon yayıncılığı bağlamında teorik bilgilerin üniversitelerin uygulama birimleri olan üniversite televizyonlarında ne ölçüde yer aldığının ortaya konmasıdır. Elde edilen veriler doğrultusunda özellikle bu alanda ders veren üniversite televizyonu sorumlularının verdikleri dersler ölçüsünde özellikle bu alanda eğitim alan öğrencilerin daha kapsamlı bir şekilde mezun oldukları görölmektedir.

DÜ2 üniversite televizyonunun sorumlusu hem yönetim hem de üretim açısından çok şanslı bir üniversite televizyonu olduklarını belirtse de hem genel olarak hem de kendi üniversite televizyonları özelinde birçok sorun üzerinde durmuştur. İletişim Fakölteşi lisans mezunu olmamasına karşın DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle Radyo, TV ve Sinema bölümlerinin özel sektörle kopmaması gereken bir bölüm

olduğunun altını çizmiştir. Bunun yanı sıra yine DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, kendisinin İletişim lisans mezunu olmadığını, alan dışı tercihlerde puanlar düştüğü için tercih yapamadığını, aslında alanın sadece sözel puanla alım yapılmasına karşın uygulama noktasında teknik kısım girdiği için öğrencilerin özel merakları olmadığı sürece uzak durduklarını ifade ederek, bunun sonucu olarak da teknik personelin ya da mühendislerin radyo ve televizyon alanını doldurduklarını söylemiştir.

Özellikle akademinin kendi içerisinde, yüksek lisans ve doktoranın bitirilip, uygulamadan uzaklaşılması ve uygulamadan uzak akademisyenlerin öğrencileri de uygulamadan uzaklaştırdıklarını düşünmektedir.

“Öğrenciler de daha az uygulama görmeye başlıyor. Kısır bir döngüyle sektöre çıkıyor. Sonrasında belki biliyorsunuzdur RATEM başkanı geldiği zaman bizde o istatistiği paylaşmıştı. İletişim alanıyla ilgili sektörde çalışanların sadece %5’i iletişim fakültesi mezunu, %95’i başka alanlardan.”

Bu sorun aslında iletişim eğitiminin her alanda disiplinler üstü bir hale dönüştüğü için, talep sonucu her alandan mezun öğrencilerle, yeteri kadar donanıma sahip olmadan mezun olan öğrencilerin rakip olarak görülmeleri nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Mezun oldukları bölümlerin teorik bilgilerini pratiğe dönüştürüp mezun olan öğrenciler, iş bulma noktasında rakiplerini geçme önceliğine sahip olmaktadır. İletişim Fakülteleri’nin yalnızca uygulamaya yönelik pratiklerden oluştuğu düşüncesi, mesleki nitelik bakımında eksik mezunların kamu ve sektörde yer almaya çalışma mücadelesi hem üniversite televizyonlarının hem de İletişim Fakülteleri’nin temel sorunlarından biri olarak görülmektedir.

Nitelikli personel eksikliği ve öğrencilerin isteksiz tutumları, program tür ve içeriklerinin niteliklerini de etkilemektedir. Televizyon programları içerisinde iyi bir içeriğe sahip bir programa bakıldığında arka planında alanında uzman birçok profesyonelin adının geçtiği görülmektedir. Üniversite televizyonlarının kamu yayını sayıldıkları için reklam alamadıkları ve herhangi bir bütçesi olmadığı gibi reyting kaygıları da olmadığı için bu konuda çok daha özgür bir ortama sahiptirler. Eğitim başta olmak üzere üretilen program tür ve içeriklerinin belirli bir sınırın aşılmadığı sürece her görüşün program yapma haklarının olduğunu, özgür yayın yapıcılığına mümkün olduğunca izin verilmesi gerekmektedir. Eğitim amacından çok şaşmadığı sürece, çok

fazla program tür ve içeriğine karışılmaması gerektiği VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu tarafından en çok üzerinde durulan sorunlardan olmuştur.

Üniversite televizyonlarında herhangi standardizasyonun olmaması mevcut sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonları için gerçekleştirilen bir konferansta, bir hat kapasitesi, uydu kapasitesi kiralayarak, üç farklı üniversitenin belli saatlerde bu kanal üzerinden programlarını yayınlamaları teklif edilmiş; ancak lisans almanın ve dolayısıyla yatırım yapmanın zor olacağından bu görüşmenin uygulanabilirliği olmadığı aktarılmıştır. Televizyon sektöründe de sıkıntıların olduğunu belirten DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, kavram kargaşasının had safhada olduğunu;

“Zaten televizyon sektöründe çok büyük sıkıntılar var. Kavram kargaşası had safhada. Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümleri var. Yeni Medya bölümleri var. Görsel İletişim Tasarım. Kim ne yapıyor ne ediyor belli değil. Yani bizim bölüm artık demode olmuş gibi falan geliyor insanlara. “Radyo mu kaldı, televizyon mu kaldı hocam?” şeklinde öğrencilerin bu konu hakkındaki düşüncelerini aktarmıştır.

DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu diğer bir sorun olarak, yapılması istenilen çok şey olmasına karşın, bağlı oldukları üniversite yönetimi tarafından herhangi bir resmi içerikle yönlendirilmediklerini, dolayısıyla bunun sonucu olarak üniversite televizyonunun herhangi bir vizyonu ve misyonunun bulunmadığını belirtmiştir. Herhangi bir yöntem ve yönetmelik bulunmadığı ve üniversite televizyonundaki her şeyin sözlü usuller ile yürütüldüğü için bir disiplin probleminin ortaya çıktığı açıklanmıştır.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu aynı zamanda yerel ya da ulusal televizyon kanallarından ziyade İletişim Fakülteleri’yle üniversite televizyonlarının da kendi aralarındaki sorunlara da değinmiştir:

“Üniversitenin en büyük sorunlarından başlıyım. Altını çizmekte tekrar fayda var. Yönetmelik ve mekanizma olarak üniversitenin televizyon kanallarıyla fakültelerinin ilgili bölümlerinin tam entegre çalışmaması en büyük problemlerinden biri bence. İletişim Fakülteleri’yle üniversite televizyonlarının tam bütünleşmiş ve derslerinin iç içe oturduğu bir sistem yok. Bazen bazı üniversitelere bakıyoruz “...uygulamalarda ne kadar iyidirler, şöyle önem veriyorlar böyle önem veriyorlar.” diyoruz. İçine bir giriyorsun fakülteyle televizyon kısmı kavga etmiş. Birbirlerine öğrenci göndermiyorlar hatta oraya giden öğrenciye düşük not verme gibi şeyler bile duyuyorsunuz yani.”

Görüldüğü üzere üniversite televizyonlarının sorunları, bulundukları üniversitelerin tutumlarına, nitelikli personel sayısına ve onların özlük haklarına, öğrencilerin öğrenme

heves ve isteklerine, bunun yanı sıra üniversite televizyonlarının hukuki bir yönetmeliğe sahip olmasına ve en önemlisi İletişim Fakülteleri'yle bütünleşmiş çalışmalarına bağlı olarak verimli bir tutarlılık göstermektedir.

3.3.8.4. Çözüm Önerileri

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yalnızca sorunlar görüşülmemiş, aynı zamanda kendi buldukları çözümler noktasında da veriler elde edilmiştir. Televizyon yayıncılığının tür ve içeriklerinin yeni nesil yayıncılık bağlamında dönüşerek üniversite televizyonlarında yer alması, üniversite televizyonunda yetişmiş öğrencilerin istihdamı, İletişim Fakültesi öğrencilerinin kontenjanlarının azaltılması, rektörlüğün talep edilen çekimler için duyduğu ekipman ihtiyacı ile, öğrencilerin üniversite televizyonlarında uygulama eğitimi görecekları ekipmanların farklı olması gerekliliğinin algılanması, YÖK'ün İletişim Fakültesi ve üniversite televizyonlarının kurulabilmesi için fiziki şartlarının uygunluğu noktasında yaptırımlar uygulaması başta olmak üzere çözüm önerilerinde bulunmuşlardır.

Üniversite televizyonlarının yöndeşen televizyon yayıncılığı noktasında üniversite televizyonlarının yeni nesil televizyon yayıncılığına yönelerek, biraz daha içerik üretme sürecine dönüşmesi gerektiğini belirten DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu bu düşüncesini şu sözlerle desteklemektedir:

“Sosyal medya, dijital pazarlama konusunda da ciddi bir yarış var. Bunların içerik üretimi konusunda da bizim öğrencilerimizin bence çok avantajları var. Yani artık kendilerini yayıncılıktan öte biraz daha içerik üreticisi diye bakmaları gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü işte content is king! (İçerik Kralıdır!) Çok fazla platformumuz var. Hemen istediğiniz gibi kanal kurup yayın yapabiliyorsunuz. Ama kaliteli yayın az. Dolayısıyla kaliteli yayın üretenler de daha fazla kazanıyorlar. Daha çok tanınıyorlar. Biz de öğrencilerimizi içerik üreticisi olmaya özendirmeye çalışıyoruz.”

DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, diğer üniversite televizyonlarını takip etmediğini belirterek, TRT ve Aydın DOĞAN'ın yarışmalarında denk geldikçe yapılan işler doğrultusunda takip ettiğini belirtmiştir. Üniversite televizyonları hakkındaki düşüncelerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Şöyle genelleyecek olursam gerekirse ben öğrenciyi sonuna kadar çalıştırmaktan yanayım. Bütün İletişim Fakülteleri'nin böyle olması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü öğrenciler mezun olduktan sonra bende, sizde ve çevrenizdeki diğer öğrencilerde okulda bize bir şey öğretmediler. İşte bende elde böyle imkanlar varken

sonuna kadar zorlayıp bütün her dönem nerdeyse bir proje üretecek şekilde içerik oluşturmalarını önemsiyorum. Bu kimi zaman sadece proje tasarısı şeklinde de kalabilir kimi zaman proje haline gelmiş bitmiş bir üründe olabilir. O anlamda İletişim Fakültesi'nin temel amacının bu olması gerektiğini düşünüyorum.”

DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, yetiştirdikleri mezun öğrencilerin istihdamı noktasında kendi üniversite televizyonlarında yetiştirdikleri öğrencilerin istihdam edilene kadar desteklenmesi gerektiğini şu sözlerle desteklemektedir:

“Yani benim mezunumu buraya alabilmem lazım. Akademik bir görevi olmasa da dışarıdan program yapıyorsa bu tarz televizyonculukla ilgili şeyler yapıyorsa kadrolu olarak veya bize program getirip bir dış yapım olarak bu şekilde değerlendirmemiz lazım. Mezuniyet aşamasından sonra yani onlar başka bir kadrolu işe girene kadar bir şekilde destek olabilmemiz lazım. Bürokratik birtakım süreçler. Üniversite televizyonları ticari amaçla çalışan televizyonlar değil. Bu bakımdan RTÜK ve diğer üst kurumların bence pozitif ayrımcılık yapmasında fayda var. Çünkü eğitim kurumları bunlar ve eğitim kurumlarında insanlar bir şeyler öğrenmek için çaba gösteriyorlar. “

Özellikle pandemi sürecinde üniversite televizyonlarında içerik üretme noktasında öğrenciler olmadığı için sıkıntılar çektiklerini, aslında televizyon yayıncılığının çok dinamik bir alan olduğunu ekleyen DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, aynı zamanda YÖK'e düşen görevler olduğunu belirterek, fiziki şartlarını tamamlamayan İletişim Fakülteleri'nin fiziki şartlarını tamamlamadan bir Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü açmalarına izin vermemesi gerektiğini söylemiştir. Ayrıca çok fazla İletişim Fakültesi olduğu için, mezun olan öğrencilerin istihdamı konusunda sıkıntıların yaşandığını ifade eden DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, sektöre hazır hale getirilen mezunların yarısının bile istihdam edilemediğini, çünkü televizyon yayıncılığının avukatlık, doktorluk, mühendislik, veterinerlik, eczacılık gibi diploma gerektiren bir meslek olarak görülmediğini söylemiştir. Medyada diğer fakülte ve bölümlerden mezun olanların da çalışabileceği gerçeği de düşünülecek olursa, burada yapılması gereken şeyin İletişim Fakülteleri'ndeki kontenjanların düşürülmesi gerektiği sonucunu ortaya çıkardığını ifade etmiştir. Bu konudaki düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır:

“İletişim Fakülteleri'nin dekanları toplanıyor. Sektörde ilgili birtakım kuruluşlarla çalışmalar yapılıyor güzel hoş. Ben bütün iletişim fakültelerinin kontenjanlarının yarı yarıya azaltılması gerektiğini düşünüyorum. Bir yerden sonra ne sınav yapmanın ne proje yapmanın bir anlamı kalmıyor. Mezun olacak öğrenci içinde bir anlamı yok. Belki bana kızacaksınız; ama İletişim Fakülteleri'nin bir dönüşüme girmesi gerektiğini düşünüyorum. Halka ilişkilerin, İktisadi İdari Bilimlere İşletme'nin bir alt kolu bir anabilim dalı olarak gitmesi gerektiği. Reklamcılık, Gazetecilik, Yeni Medya, Yeni Medya Haberciliğinin ve Radyo ve Televizyon 'da kalmasını, Sinema'nın Güzel Sanatlara gitmesi gerektiğini düşünüyorum. Dersler birbirine

%60- 70 benziyorsa bu kadar farklı bölüme ne gerek var. Bunların detaylı şekilde düşünülmesi gerekiyor.”

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonunda yirmi dört saat yayın yapmanın çok masraflı bir iş olduğunu ve üniversite televizyonlarının yapısal mali durumuna bağlı olarak değişiklikler gösterdiğini belirtmiştir. Her üniversitenin televizyon kuramadığını; ancak artık web televizyon yayıncılığı geldiği için, istenirse küçük bilgisayarlarla bile radyo ve televizyon stüdyosunun kurulabileceğini, online yayınlar yapılabileceğini belirtmiştir. Üniversitenin etkinlikleri ve tanıtım programları için bu yatırımın yeterli olacağını söylemiştir. İletişim Fakültesi öğrencilerine eğitim verecek bir yer söz konusu olduğunda ise bu maliyet çok daha fazladır.

Kendi üniversite televizyonlarının artık üniversite televizyonundan içerisinde sosyal medya ve fotoğrafçılığında bulunduğu çok bir medya merkezi haline dönüştüğünü belirten VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, kendisinin de üniversite televizyonu müdürü değil, Medya Koordinatörü olacağını belirtmiştir. Üniversite televizyonculuğunda yayınlar devam etse de artık yayınlardan çok yapımcılık yapmaya başladıklarını ifade etmiştir. VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının mevcut durumunun çok iyi olmadığını belirtmektedir. Her üniversite televizyonu için söylemenin yanlış olsa da genel olarak Türkiye’deki üniversite televizyonlarının gerek içerik gerekse personel bağlamında yetersizliklerin mevcut olduğunu, bu sorunların giderilmesi için üniversitelerin, televizyona yatırım yapması, iyi bir organizasyon yapılandırması gerektiğini ifade etmiştir. VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, sorunların giderilmesi için üniversitelerin, televizyona yatırım yapması, iyi bir organizasyon yapılandırması gerektiğini ifade etmiştir.

DÜ5 üniversite televizyonlarında görev alan akademik personellerin özlük haklarının korunarak, emeklerinin karşılıklarını alabilmeleri için atama kriterlerinin düzenlenmesi ve döner sermaye sisteminin kurulmasıyla problemlerin çözülebileceği önerilmiştir.

Üniversite televizyonlarının içeriğinin akademik düzeyde denetlenmesi ve genç kitlenin yaratıcılığına daha fazla fırsat vermesi noktasında ayrışmakta olduğunu ifade eden DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu, televizyonlarının teknik ve içerik olarak kalitesine etki eden dönemsel öğrenci istihdamı, akademik yoğun süreçler, mali ve

hukuksal düzeydeki zorlukların televizyon yayıncılığı sürecini yavaşlatan aksaklıklara neden olan sorunların aşılması gerekliliğine vurgu yapmıştır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Televizyon yayıncılığının bir uygulama modeli olarak üniversite televizyonu, çeşitli teknik- teknolojik, biçim ve içerik yöntemleriyle başta üniversite öğrencileri ve çalışanlar olmak üzere, hedef kitlelerine yönelik yayınlarını sürdürmektedir. Kamu yayıncılığı ve ticari yayıncılığın yanı sıra televizyon yayıncılığında önemli bir simülasyon modeli olan üniversite televizyonları önemli bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üniversite televizyonlarının her biri kurumsal organizasyon yapıları, program tür ve içerikleri, personel yapısı, vizyonu ve misyonu doğrultusunda farklılıklar içermektedir. Dolayısıyla Türkiye’deki üniversite televizyonlarındaki bu farklılıkların mevcut durumunu ortaya çıkarmak, olanaklarını ve sorunlarını anlamak ve başta öğrenciler olmak üzere üniversite televizyonlarının etkinliğini ve verimliliğini arttırmak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye’nin farklı şehir ve bölgelerindeki on iki üniversite televizyonu sorumlusuyla, Zoom uygulaması üzerinden ve e posta yöntemiyle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve içerik analizi yoluyla çalışmanın verileri elde edilmiştir.

Türkiye’deki televizyon yayıncılığını üç farklı dönemde ele almak gerekmektedir. Televizyon yayıncılığının başlangıç öyküsü 1951-1971 yılları arasında İstanbul Teknik Üniversitesi Mühendislik Bölümü öğrencileri tarafından gerçekleştiren çekim denemeleriyle başlamıştır. Yalnızca sesi değil, görüntüyü de aktaran ve kurucuları, ekran yüzleri, çalışanları ve izleyicileri olmak üzere, televizyon yayıncılığının ilk örnekleri bu yıllarda görülmüştür. Kısıtlı teknik ve teknolojik imkanlarla ortaya çıkarılan ilk televizyon yayını örneklerinden sonra ikinci dönemin başlangıcı, ilk kamu televizyon kanalı olan TRT tarafından gerçekleşmiştir. Televizyon yayıncılığının Türkiye’de son dönemini ise 1990’lı yılların başındaki ticari amaçlı kurulan televizyonlar oluşturmaktadır. Televizyon yayıncılığının ilk dönemine bakılacak olursa, teknik/teknolojik, program tür ve içeriklerinin kamusal yayıncılıktaki ilk örneklerinin üniversite televizyonu vasıtasıyla atıldığı, İTÜ TV’de program içerikleri hazırlayan ve sunanların, sonraki süreçte TRT’nin yayın sürecinde aktif olarak görev aldıkları, bunun sonucu olarak, televizyon yayıncılığında eğitimin önemi daha ilk yıllarda görülmektedir.

Üniversite televizyonlarının ilk örnekleri yerel televizyon yayıncılığına benzer şekilde karasal yayın politikası izlemiştir. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş

ve Yayınları Hakkında Kanunun getirdiği, radyo ve televizyon bölümü bulunan üniversitelere frekans tahsisi imkanının sunulması, üniversitelerde İletişim Fakültesi sayısının hızla artmasına neden olmuştur. 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un frekans tahsisi yetkisini TRT'ye vermesiyle birlikte, birçok fakülte ve bölüm açılmasına karşın üniversite televizyonu yayıncılığı çıkmaza girmiştir. Aynı zamanda İletişim Fakültesi sayılarının hızla artması birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sorunların başında uygulamalı derslerde donanım eksikliği, öğretim kadroları ile ilgili sorunlar, öğrenci ile ilgili sorunlar, öğrenci seçmedeki puan türüne yönelik sorunlar, ders programlarına ilişki sorunlar, kuram pratik ayırım zorluğu, sektör akademi ayırımına yönelik sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üniversite televizyonlarının ilk örnekleri İzmir, Kayseri, Konya ve Eskişehir'de bulunmaktadır. İstanbul ve Ankara'da kamu ve birçok özel televizyonun bulunması, sektörden uzakta kalan şehirlerde yer alan İletişim Fakültesi öğrencilerinin televizyon yayıncılığı alanında deneyim kazanmaları adına üniversite televizyonu kurulmasına neden olmuştur.

İletişim Fakültesi olan üniversitelere radyo ve televizyon frekansı tahsisinin verilmesi, üniversite televizyonlarının sayısının artmasına neden olmuştur. Sonraki süreçte özellikle karasal yayın yapan üniversite televizyonlarına yönelik idari ve hukuki kısıtlamalar getirilmesi, bununla birlikte teknik olarak yaşanan aksaklıklar neticesinde üniversite televizyonları birçok problemle mücadele etmek zorunda kalmıştır. İnternet yayıncılığının getirdiği kolaylıklar ve yenilikler karasal yayıncılıkta yaşanan bu problemlerin büyük ölçüde çözüme ulaşmasına ve birçok yeni üniversite televizyonunun kurulmasına olanak sağlamıştır.

Üniversite televizyonları, öğrencilerin deneyim kazanmaları, kişisel gelişimleri ve sosyalleşmelerine katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra bulundukları üniversitelerin tanıtımının yapılması ve üniversitelerine prestij kazandırmaları açısından üniversite televizyonları büyük önem taşımaktadır. Üniversite televizyonlarına bakıldığında, her üniversite televizyonunun temelde öğrencilerine televizyon yayıncılığı konusunda deneyim kazandırma amacıyla kurulduğu, bunun yanı sıra her üniversite televizyonunun bağlı olduğu birime ve kurumsal organizasyon yapısına göre değişiklik gösterdiği yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır.

Kurumsal organizasyon yapısı, üniversite televizyonlarının diğer bütün yapısını etkileyen temel bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü İletişim Fakültesi'ne bağlı üniversite televizyonlarıyla, rektörlük bünyesine bağlı bir birimde faaliyet gösteren üniversite televizyonlarının gösterdikleri faaliyet süreçlerinde farklılıklar görülmektedir. İletişim Fakültesi'ne bağlı olan üniversite televizyonları, daha çok öğrencilere yönelik bir uygulama atölyesi olarak devam ederken rektörlüğe bağlı üniversite televizyonlarının birer medya merkezi mantığında faaliyet gösterdikleri; ancak her koşulda öğrencilerin deneyim kazanmalarına yönelik bir misyona sahip oldukları üniversite televizyonu sorumluları tarafından vurgulanmıştır. Ayrıca karasal yayın yapmaya devam eden üniversite televizyonları, yerel televizyon kanalı gibi hareket ederek, bulundukları şehre hizmet etmeye de önem verdiklerini ifade etmiştir.

Üniversite televizyonlarının çoğunluğu doğrudan rektörlük bünyesinde kurulup faaliyet gösterirken, bir kısmı İletişim Fakülteleri'nde faaliyet göstermektedir. Ayrıca DÜ5 ve VÜ1 gibi öncesinde İletişim Fakültesi'nde kurulmuş, sonrasında rektörlük bünyesine bağlanan üniversite televizyonlarının olduğu görülmektedir. Yapılan görüşmeler sonucunda DÜ2, DÜ3, DÜ4, DÜ7 ve VÜ2 kodlu üniversite televizyonları rektörlüğe bağlı Uygulama ve Araştırma Merkezi, Medya Merkezi, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü, Radyo ve Televizyon Uygulama ve Araştırma Merkezi adı altında kurulmuştur. DÜ9 ve DÜ10 üniversite televizyonu sorumluları doğrudan rektörlüğe bağlı olsalar da yönetim organizasyonunun diğer halkasında dekanlığın yer aldığını belirtmiştir. DÜ6 kodlu üniversite televizyonu ise, İletişim Fakültesi'nde yer alan Medya Merkezi'nde televizyon yayıncılığı faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini söylemiştir. DÜ1 ve DÜ8 kodlu üniversite televizyonları ise, rektörlüğe bünyesine doğrudan herhangi bir faaliyet göstermeksizin, İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulama atölyesi olarak hizmet verdiklerini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra bütün üniversite televizyonları, üniversitelerinin mezuniyet töreni gibi önemli günlerinde aktif olarak canlı yayın yapmaktadırlar.

Üniversite televizyonlarının teknik- teknolojik alt yapıları incelendiğinde, DÜ1, DÜ2, DÜ3, DÜ6, DÜ8, VÜ2 kodlu üniversite televizyonlarının internet üzerinden yayın yaptığı, bunlardan DÜ2, DÜ4, DÜ5 ve DÜ7 kodlu üniversite televizyonlarının teknik- teknolojik, maddi imkân ve olanakların yanı sıra frekans tahsisi noktasında yaşanan

sıkıntılar sebebiyle karasal yayıncılığı bırakarak internet yayıncılığına evirildikleri görülmektedir.

Bulundukları üniversitelerin yönetiminin tercihi doğrultusunda DÜ9, DÜ10 ve VÜ1 üniversite televizyonları, yerel televizyon yayıncılığı mantığında karasal yayıncılığına devam etmekte olup aynı zamanda mezuniyet töreni gibi önemli etkinlikleri internet üzerinden yayınlarını belirtmişlerdir.

Üniversite televizyonlarının, internet yayıncılığında daha çok YouTube platformu ve sosyal mecra olarak Facebook'u tercih ettikleri görülmektedir. Çünkü üniversitelerin bilim, kültür, sanat ve spor faaliyetleri, mezuniyet töreni gibi önemli etkinliklerinin yayınlanması noktasında YouTube ve Facebook'un kullanım kolaylığı ve kolay erişim imkânı sağladığı yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır.

Karasal yayıncılıkta, kullanılan verici ve cihazlara ulaşım zorluğu, değişen hava şartlarına göre yayın kalitesinin düşmesi, frekans tahsisinde yaşanan yasal engeller ve bütçe sorunlarıyla mücadele etmesinin yanı sıra, üniversite televizyonlarına internetin olduğu her yerde yayın yapabilme şansı tanıyan sosyal mecra ve platformların aktif kullanım imkânı vermesi ve herhangi bir yasal engel teşkil etmemesi televizyon yayıncılığının yönünü değiştirmiştir.

DÜ3 üniversite televizyonu 2014 yılında internet üzerinden yayın yapmaya başlamasına rağmen, 1993 yılından itibaren kapalı devre yayınlar yapmaktadır. Bu yayınlar öğrencilerin internette yayınlanmayan program ve proje içeriklerinden oluşmaktadır ve İletişim Fakültesi'nde her katta öğrencilerin görebileceği şekilde yayınlanmaktadır. DÜ7 üniversite televizyonu da 1984 yılında o dönem baskın olan fakülte tarafından bilimsel faaliyetlerinin çekimlerinin yapılması amacıyla kurulmuş olup, kapalı devre yayınlar yapmıştır. Bu çekimlerin gerçekleşmesi için İletişim Fakültesi'nden personel talep edilmesiyle birlikte, üniversite televizyonunun ilk adımları atılmış, sonraki süreçte de uygulama ve araştırma merkezi kurularak yeni bir yapılanmaya gidilmiştir.

Ayrıca teknolojik gelişmelerin sürekli güncellenen bir özelliğe sahip olması, üniversite televizyonlarının bulundukları imkanlar dahilinde değişimler yaşamasına neden olmuştur.

Üniversite televizyonlarının, televizyon yayıncılığından çok Uygulama ve Araştırma Merkezi adı altında üniversitelere yönelik birer tanıtım ajanslarına dönüştüğü görülmektedir. Üniversitelerin mezuniyet törenleri, bilim, sanat, kültür ve spor faaliyetlerinin önce internet aracılığıyla canlı yayınlanıp, sonrasında yine program olarak tekrarlarının yayınlanması üniversite televizyonunun hem akademik misyona yönelik bir hizmeti, hem de yeni bir program türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra bütün üniversite televizyonlarının temel amacının öğrencileri eğitmek olduğu düşünülürse, çekimlerin teknik kısmında öğrencilerin bulunduğu hatta çekimlerin öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca içerikleri öğrenciler tarafından geliştirilen programların, üniversite televizyonlarına dinamizm kattığı bütün üniversite televizyonu sorumluları tarafından ifade edilmiştir. Pandemi döneminde uzaktan eğitime geçilmesiyle birlikte, öğrencilerin üniversite televizyonları için ne kadar önemli olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Çünkü özellikle istekli ve yetenekli öğrenciler üniversite televizyonlarında deneyim kazanarak okul bittikten sonra kendilerine özgüven sağlamak ve aynı zamanda televizyon yayıncılığında birçok farklı bölümde görevler alarak üniversite televizyonlarının ortak problemlerinden olan personel eksikliğini gidermektedir.

Üniversite televizyonlarının bütçe yetersizliği, personel eksikliğinin yanı sıra hedef kitleye ulaşma noktasında YouTube ve Facebook'un yaygın kullanılması nedeniyle, mobil uygulamalara ihtiyaç duyulmadığı tespit edilmiştir. Üniversite televizyonları için şu anlık teknoloji ihtiyacı olmaması ve ek maliyet ve ek zaman gerektiren bir süreç gerektirdiği için mobil uygulamalar üniversite televizyonları tarafından tercih edilmemektedir.

Hiçbir üniversite televizyonu kâr amacı gütmemektedir. Aynı zamanda eğitim statüsünde hizmet veren kurumlar oldukları için reklam almamaktadırlar. Dolayısıyla üniversite televizyonları bağlı oldukları üniversitenin ayırdıkları bütçe doğrultusunda finansal yapılanmaya tabiidir. Üniversite yönetiminin bakış açısına göre üniversite televizyonlarının değişim ve gelişim gösterdiği yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Ayrıca televizyon sorumlularından alınan bilgiler doğrultusunda, rektörlüğe bağlı olarak yayınlar yapan üniversite televizyonlarının, İletişim Fakültesi'nde faaliyet gösteren üniversite televizyonlarına oranla daha geniş imkân ve olanaklara sahip olduğu görülmektedir. Çünkü İletişim Fakülteleri'nin rektörlüğe oranla daha az bütçeyle ve daha

çok uzayan bürokratik süreçlerle mücadele ettikleri üniversite televizyon sorumluları tarafından beyan edilmiştir.

Bunun yanı sıra teknik ekipman sağlama noktasında üniversite televizyonu sorumluları çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, imkanların kısıtlı olduğunu savunup bir şeyler yapmamanın hata olduğunu ifade ederek, elindeki imkanları kullanıp özveriyle çalışıp yönetime yaptıkları işler sonucunda güven kazandıklarını ve böylelikle daha çok imkana sahip olduklarını belirtmiştir. Elde edilen bu güvenle üniversitenin birçok farklı fakülte ve bölümlerinden gelen talepler doğrultusunda ortak projeler yaptıklarını, böylelikle hem akademik misyona yönelik katkı sağladıklarını hem de üniversite televizyonlarına ekipman aldıklarını söylemiştir. DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, yaşadıkları kentin ileri gelenlerinin üniversite televizyonlarına sponsor olduklarını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite yönetimin talebi gereği hem karasal hem de Facebook üzerinden yayın yapmaktadır. Yapılan programların uydu üzerinden yayınlanmasının çok maliyetli olacağını düşündüklerinden, yapılan protokoller sayesinde yayınlarını maliyetsiz bir şekilde uyduda yayınlatmaktadırlar. Ayrıca her yıl kendi üniversitelerinin tanıtımlarını yaparak üniversitelerine yüz binlerce liranın içeride kalmasını sağladıklarını, bu bütçeyle üniversite televizyonlarına ekipman aldıklarını belirtilmiştir.

Üniversite televizyonlarının program tür ve içeriklerine bakıldığında, temelde üniversite öğrencilerin tür ve içeriklerini üreterek ortaya çıkardıkları belli başlı programların olduğu görülmektedir. Bu program türleri, kültür-sanat, spor, söyleşi, bilim ve teknoloji ve haber programlarından oluşmaktadır. Ayrıca bulundukları üniversitelerin tanıtım filmlerinin yapılıp, üniversite televizyonlarında yayınlanmasının yanı sıra yine üniversitenin mezuniyet töreni gibi önemli etkinliklerin canlı olarak çekilip yayınlanması, son yıllarda bütün üniversite televizyonları tarafından gerçekleştirilmektedir.

DÜ1 üniversite televizyonu, İletişim Fakültesi' bünyesinde, öğrencilere yönelik uygulama atölyesi olarak faaliyet göstermektedir. Üniversite içerisinde rutin olarak gerçekleşen faaliyetlerin çekimlerini yapıp, haber metnini yazarak seslendirdiklerini, sonrasında kurgu sürecini tamamlayıp haber bülteni olarak yayınladıkları aktarılmıştır. Kampüs içerisinde ve üniversite kapsamında çok fazla etkinlik olduğu için haber konusunda sıkıntı yaşamadıkları belirtilmiştir. Ayrıca dönemin başında seçmiş oldukları

öğrencilere eğitimler vererek onların içeriklerini oluşturduğu programların uzmanlar tarafından değerlendirilip, çekim süreçlerine geçildiği aktarılmıştır. DÜ2, üniversite televizyonunda daha çok belgesel ve flashmob tarzı programlar yapıp yayınladıklarını ve bunun özellikle öğrenciler tarafından çok sevilerek izlendiğini söylemiştir. Türkiye’de ilk internet tabanlı televizyon yayıncılığı yapan üniversite televizyonlarından olduklarını ifade etmelerinin yanı sıra, sektörün beklentileri kapsamında YouTube ve Netflix mantığında belirli dönem aralıklarıyla öğrenci serilerinden oluşan program içerikleri oluşturarak öğrencilerini yeni medya yayıncılığına hazırlamaktadırlar. DÜ3 eskiden birkaç saat süren kapalı devre yayın yaptıklarını; ancak yeni süreçte Televizyon Stüdyosu şeklinde çalışarak bir program işleyişi belirlediklerini, bu şekilde hem üniversitenin etkinliklerinin çekimlerini yaptıklarını hem de Web televizyonu üzerinden içerikler üreterek öğrencilerinin stüdyo ortamında prodüksiyon deneyimi kazanmalarını hedeflediklerini ifade etmiştir. DÜ4 personel eksikliğinden dolayı, artık yalnızca üniversitelerin etkinliklerinin çekimini gerçekleştirmektedir. DÜ5 üniversite televizyonlarının öğrencilerin eğitimi için kurulmasına karşın, öğrencilerin program içerikleri üretse de devamlılıkları noktasın disiplinsiz olduklarını, buna karşın üniversitedeki akademik personelin program devamlılığı noktasında çok daha disiplinli davrandıklarını söylemiştir. Ayrıca özellikle sosyal medya üzerinden yapılan üniversite etkinliklerinin çekiminde mezuniyet töreninin en çok izlenen yayınlar olduğunu, diğer etkinliklerin ise çok az sayıda izlendiğini belirtmiştir.

DÜ6 üniversite televizyonu sorumlusu DÜ3 üniversite televizyonunda olduğu gibi, istenilen oranda program içeriklerinin üretilmediğini, öğrencilerin bu konuda sorumluluk almaktan kaçındıkları aktarılmıştır. DÜ7 üniversite televizyonu da diğer üniversite televizyonları gibi rektörlük faaliyetleri, tanıtım faaliyetleri ve öğrencilerin ve fakültelerin kendilerini ifade etmek istedikleri programlar üretilerek yayın akışının oluşturulduğunu ifade etmiştir. DÜ8 üniversite televizyonunda daha çok belgesel, kısa film üretilmekte ve yine üniversitenin etkinliklerinin canlı çekimi gerçekleştirilmektedir. Ayrıca ders kapsamında oluşturulan müzik, söyleşi gibi temasal programlar yine üniversite televizyonunun yayın içeriğini oluşturmaktadır. DÜ10 üniversite televizyonu kırka yayın özgün program tür ve içeriğine sahip olduğunu belirterek, sabah kuşağı haberleri, halkı bilgilendirici kamu spotları, tanıtım jenerikleri ve diğer üniversite televizyonlarında olduğu gibi içeriklerinin ve çekimlerinin öğrenciler tarafından

gerçekleştirildiği programların temel program türleri olduğu belirtilmiştir. VÜ1 üniversite televizyonu başta eğitim ve yabancı öğrencilere yönelik staj yapmalarına imkân tanıyan programlar olmasının yanı sıra, sağlık, güncel sosyal yaşam, turizm, doğrudan siyaset paylaşımı olmasa da siyaset programları yaparak yayın akışını oluşturmaktadırlar. VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, bütün bu program tür ve içeriklerine ilaveten öğrencilere yönelik program türleri üretmelerinin öncelikli hedefleri olduğunu belirtmiştir.

Üniversite televizyonlarının genel tablosuna bakıldığında, yapılan bütün program içeriklerinin temelinde eğitim amacına hizmet eden programlar olduğu görülmektedir. Program içerikleri üretilen ve mevcut olan etkinlerin çekimleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Program türleri ise, öğrencilerin ürettikleri ve bütün süreçlerinde yer aldıkları programlardan oluşmaktadır.

Rektörlük bünyesinde bulunan üniversite televizyonlarının dönüşüm geçirerek birer tanıtım ajanslarına dönüştüğü görülmektedir. İçerisinde yalnızca üniversite televizyonun olmadığı, sosyal medya, radyo, haber ajansı gibi birimlerin aynı çatı altında hizmet verdiği Uygulama ve Araştırma Merkezi, Medya Merkezi ya da Radyo ve Televizyon Uygulama ve Araştırma Merkezi adı altında üniversite televizyonları, tanıtım filmleri yaparak, etkinlik çekimlerini canlı yayınlayarak bulundukları üniversitelere hizmet etmektedirler.

Üniversite televizyonlarının en önemli sorunlarının başında insan kaynağı gelmektedir. Yapılan görüşmelerde on iki üniversite televizyonundan on üç kişi ile görüşülmüştür. Bu görüşmeler sonucunda yarı yarıya başka fakülte ve bölümlerden mezun olmuş kişilerin üniversite televizyonu sorumlusu olduğu ortaya çıkmıştır.

DÜ1 üniversite televizyonunda iki kişi ile görüşme yapılmış, iki personelin de farklı fakülte ve bölümlerden mezun oldukları, hatta bir personelin farklı fakülte ve bölümden mezun olmasına karşın, kamu televizyonunda aktif görev aldığı, sonrasında üniversite televizyonuna geçiş yaptığı ifade edilmiştir. Üniversite televizyonunda ikisinin de idari personel olarak, yalnızca üniversite televizyonundan sorumlu oldukları, haber ve program içeriği ve teknik olmak üzere görev yaptıkları aktarılmıştır. DÜ2 üniversite televizyonunun sorumlusu da aynı şekilde farklı bölüm ve fakülteden mezun olmuş, aynı zamanda Uygulama ve Araştırma Merkezi oldukları için sektör geçmişi olan uygulamaya

yönelik personellerden oluştuğunun altını çizmiştir. DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, yeterli uzman kadrosunun olmadığı için, asistanların ve akademisyenlerin üniversite televizyonlarında çalıştırılmak üzere yetiştirilen öğrencileri eğitmesi noktasında çok fazla sorumluluk aldıklarını belirtmiştir. Hem akademik olarak çalışmanın hem ders vermenin hem de üniversite televizyonunun aktif bir şekilde yayınlarına devam edebilmeleri için büyük bir özveriyle çalıştıklarını belirtmiştir. DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu, öğrenciyken aktif rol ve sorumluluklar alarak mezun olduktan sonra üniversite televizyonunun sorumlusu olduğunu belirtmiş, on iki personelin olmasına rağmen üniversite televizyonunda üç kişinin en çok çalıştığını söylemiştir. DÜ5 eskiden çok daha fazla personellerinin bulunduğunu; ancak şu an personel eksikliğinden dolayı haftada bir yaptıkları programı yılda bir kez yapmakta bile zorlandıklarını belirtmiştir. DÜ7 otuz personelin bulunduğunu; ancak personelin radyo, televizyon ve ajans olarak kendi içinde dengeli bir şekilde dağıldığını belirtmiştir. DÜ8, İletişim Fakültesine bağlı bir uygulama birimi olduğundan, üniversite televizyonlarının bütün personelinin üniversite öğretim üyeleri, öğretim görevlileri, uzmanlar ve öğrencilerden oluştuğunu söylemiştir. DÜ9’da dört personelin bulunduğu ve bu personellerin rejî, post prodüksiyon, teknik bakım temizlik görevlerinde yer aldığı görülmektedir. DÜ10 ise diğer üniversite televizyonlarına kıyasla gerçek bir televizyon yayıncılığına yakın bir personel yapısına sahiptir. Genel yayın yönetmeni, haber editörü, teknik servis, kurgu-montaj ekibi, sunucu, muhabir ve kameramanlar ile İletişim Fakültesi öğrencileri ve bunun yanı sıra öğretim elemanlarından oluşan kadro, diğer üniversite televizyonlarına oranla çok daha profesyonel bir üniversite televizyonu kadrosuna sahip olduğu görülmektedir.

VÜ1 üniversite televizyonu, rektörlük biriminin personel yapısına benzer bir insan kaynağına sahiptir. Üniversite televizyonu sorumlusu rektör yardımcısı sorumluluğundaki müdür, teknik müdür, teknik müdürümün paralelinde yönetsel personel ve haber sorumlusu, beş tane uzman personel, kurgu sorumlusu, yönetmen, rejî sorumlusu ve iki tane kameraman ve üç tanede araştırma görevlisinden oluşmaktadır. Araştırma görevlileri bütün kurgu ve yapım işlerinde çalışmaktadır. Kurumsal yapının en altında ise, yirmiye yakın öğrenci asistanı üniversitedeki aktiviteleri bize talep edilen konferans, seminer, etkinlik onların çekimlerini gerçekleştirmektedirler. VÜ1’in karasal yayın yapması sonucunda bu insan kaynaklarının oluştuğu görülmektedir.

VÜ2 bir Medya Merkezi olarak faaliyet gösterdiklerini belirterek; bütün personellerinin medya uzmanlarından oluştuğu görülmektedir.

Üniversite televizyonlarında insan kaynakları olarak temel çalışanların aslında kısmi zamanlı öğrenciler olduğu özellikle uzaktan eğitim sürecinde birçok üniversite televizyonu sorumlusu tarafından dile getirilmiştir. Öğrencilerin hem üniversite televizyonu çekimlerinde yer aldıkları, hem de tür ve içeriklerini kendi ürettikleri programlar yaparak üniversite televizyonuna dinamizm katmaktadır. Öğrenilmesi istenilen diğer bir cevap da çalışan kısmi zamanlı öğrencilerin en çok hangi fakülte ve bölümlerden gelerek üniversite televizyonunda çalıştığıydı. Alınan cevaplar doğrultusunda birbirinden farklı yanıtlar elde edilmiştir.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, dönem başında bütün üniversite öğrencilerine yönelik duyuruya çıktıklarını belirtmiştir. Öğrencilerin hepsinin lise döneminde doğru yönlendirilemeyeceği için, üniversite döneminde fark ettikleri yetenekleri doğrultusunda üniversite televizyonlarında çalışabileceklerini ifade etmiştir. DÜ3 üniversite sorumlusu da yine dönem başında bütün üniversite öğrencilerine yönelik açtıkları sınav sistemiyle öğrenci alımı gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Kısmi zamanlı öğrencilerin alımı için ortalama on öğrenciye ekipman kullanımı için sınav yaptıklarını, genellikle İletişim Fakültesi öğrencilerini aldıklarını söylemiştir. Bunun dışında program ve içerik üretmek isteyen herkese açık oldukları üniversite televizyonu sorumlusu tarafından aktarılmıştır. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, farklı bölümlerden öğrenciler gelmesine karşı olmadığını, isteyen her öğrenciye kapılarının açık olduğunu, hatta farklı bölüm ve fakültelerden gelen öğrencilerin üniversite televizyonuna çok daha değer kattığını dile getirmiştir.

İletişim Fakültesi ya rektörlük birimine bağlı olması fark etmeksizin bütün üniversite televizyonlarının, bütün üniversite öğrencilerine açık birer uygulama birimleri olduğu sonucuna varılmıştır.

İnternet üzerinden yapılan televizyon yayınları özellikle 6112 sayılı yasanın 26. maddesinin 3. bendinde ortaya çıkan karışıklığın ve bürokratik engellerin çözülmesi noktasında büyük önem taşımaktadır. Herhangi bir frekans tahsisi ve yüksek bütçeli ekipman gerektirmeksizin, internetin olduğu her yerde yayın yapılabilme ve çok daha büyük bir hedef kitleye aynı anda erişebilme imkânı, üniversite televizyonlarının çıkış

noktası olmuştur. Bununla birlikte yöndeşen televizyon yayıncılığından yalnızca üniversite televizyonları değil, aynı zamanda geleneksel televizyon yayıncılığının da etkilendiği görülmektedir. Küçük bir telefon ve internet aracılığıyla herkes kendi kanalının kameramanı, sunucusu, ışıkçısı, yönetmeni ve yapımcısı haline gelmiştir. Ayrıca Netflix ya da O.D.D yayın yapan platformların da yöndeşen televizyon yayıncılığı doğrultusunda, özellikle eğitim misyonu olan üniversite televizyonlarındaki sorumluların bakış açılarını yeni televizyon yayıncılığı konusunda değiştirmiştir.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının insanlara yeni seçenekler sunarken beğenilene ve hedef kitlesindeki kişilere doğrudan ulaşmayı noktasında büyük kolaylıklar sağlamaktadır. DÜ4 üniversite televizyonu sorumlusu da bilimsel çalışmaların internet aracılığıyla bir kişiye bile ulaşabilmesinin, amaca yönelik hizmet edildiğini gösterdiğini vurgulamıştır. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, yöndeşen televizyon yayıncılığının bilimsel olarak etkilendiğini ve geleneksel televizyon yayıncılığın artık ortadan kalkmaya başladığını, hatta artık ders içeriklerinde bile dijital platformlar ve televizyon yayıncılığı adında ders vermeye başladıklarını aktarmıştır. DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu, web yayıncılığının bir alternatif oluşturduğunu; ancak programların içerik ve nitelikleri noktasında özellikle amatör yayınların sorunlar teşkil edebileceğini ifade etmiştir. Özellikle bütün programlara kolay erişilebilir olması, çocuk ve gelişme çağındaki bireylerin olumsuz içeriklerden oluşan programlara ulaşması bu sorunların başında gelmektedir.

Üniversite televizyonlarının genel tablosuna bakıldığında, etik ve ahlaki kuralların ihlal edilmediği ve siyasi içerikli programların yapılmadığı sürece üniversite televizyonlarında üretilen tür ve içeriklere müdahale edilmediği görülmektedir. Bunun yanı sıra rektörlükle, öğrenci programları çakıştığı zaman rektörlüğün etkinliklerine öncelik verildiği ifade edilmiştir. Ayrıca programların tür ve içeriklerine müdahale edilmediği belirtilse de üniversite televizyonlarının kuruluş amaçlarında bulundukları üniversitelerin tanıtım ve propagandasının yapılması olduğu, VÜ1 üniversite televizyonu tarafından belirtilmiştir. Herhangi bir ticari ya da reyting kaygısı güdülme de üniversite televizyonları, üniversiteler arasındaki rekabetin bir parçası olarak görülmektedir. Üniversitenin tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, yapılan bilim, kültür, spor etkinliklerinin üniversite personeli ve öğrencilerinin yanı sıra, kamuoyuna duyurularak

üniversitenin kendini ifade etmesi ve kurumsal kimliğini tanıtması üniversite televizyonları tarafından gerçekleştirilmektedir.

Üniversite televizyonların diğer temel misyonu ise, akademik çalışmalara sağladığı katkılar olmaktadır. DÜ2, DÜ4, DÜ7, DÜ9, VÜ1 üniversite televizyonları aktif olmak üzere, aslında bütün üniversite televizyonlarının temelinde eğitim olduğu için akademik misyona hizmet edildiği söylenebilmektedir.

DÜ2 uygulama ve araştırma merkezi oldukları için, birçok projede görev aldıklarını, hatta projeler sayesinde üniversite radyosunun alt yapısını geliştirerek o projeden ayrıca bir akademik çalışma çıkarttıklarını belirtmiştir. Akademisyenlerin bilimsel ve teknik görüntüleme ihtiyaçlarına cevap vermelerinin yanı sıra, henüz televizyon ve televizyon yayıncılığıyla ilgili bir çalışma yapmadıklarını belirtmiştir. Genelde kuramsal çalışmaların yer aldığını, üniversite akademisyenlerinin yapmış oldukları çalışmaları üniversite televizyonunda program serisi şeklinde yayınlamaya öğrencilere ve diğer üniversitelere aktarmak istediklerini bunun yanı sıra artık uygulamaya yönelik çalışmaların yapılmasını istedikleri ifade edilmiştir. DÜ4 üniversite televizyonu da DÜ2 üniversite televizyonu gibi teknik imkanları doğrultusunda başta bilimsel, teknik çalışmalar olmak üzere talepler doğrultusunda çekimler gerçekleştirmektedir. DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, ilk kurulma amacının bilimsel faaliyetlere katkı sağlamak olduğunu, eğitimle ilgili çok fazla program çekimi gerçekleştirdiklerini; ancak bu çekimlerin şu anda üniversitelerinde bulunan UZEM (Uzaktan Eğitim Araştırma ve Uygulama Merkezi) tarafından yapıldığını belirtmiştir. Bunun yanı sıra, üniversite televizyonuna yönelik bir talep olduğunda, iletişimci perspektifiyle çok daha kaliteli ve tatminkâr içerik ve programlar üretme noktasında destek verdiklerini belirtmiştir.

DÜ9 üniversite televizyonu, özellikle üniversitedeki akademisyenlerin konuk olduğu ve onların alanlarına uygun bilimsel ve akademik bilgilerin sunulması için programlar üretmektedir. DÜ10 üniversite televizyonunda yıllardır, sağlık, hukuk, teknoloji gibi alanlarında bilgi ve deneyim sahibi akademisyenlerin hem öğrencilere hem de halka yönelik yıllardır programlar üretildiği belirtilmiştir. VÜ1 özellikle uzaktan eğitim süreciyle, üniversite televizyonlarının program çekimlerinin durduğunu, kampüs kavramının bir anda yok olduğunu, dolayısıyla bu noktada özellikle üniversitelerin

kendilerini dışarıya aktarma konusunda ve haber üretme noktasında üniversite televizyonlarının akademik misyona katkı sağladığını belirtmiştir. Ayrıca teorik bilgilerin uygulama atölyesi olarak üniversite televizyonlarının, İletişim Fakültesi'ne katkı sağladığı ifade edilmiştir.

Üniversite televizyonları hem program içeriği olarak yayın akışının temel misyonlarına yönelik devam etmesi için, hem de yapılan bilimsel çalışmaların öğrenciler, diğer üniversiteler ve halkın haberdar olabilmesi için yapılan çalışmaların üretim süreçlerinin görüntülenme aşamasında katkı sağlamaktadırlar.

Üniversite televizyonu sorumlularıyla yapılan görüşmelerde, üniversite televizyonlarını eğitim kurumlarının bir parçası olması dolayısıyla, herhangi kâr amacı ve reyting kaygısının olmamasının yanı sıra, bir dizi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları sonucuna varılmıştır. Sponsoru olmayan ve reklam alamayan üniversite televizyonları başta, sürekli gelişen ve değişen teknolojiye ayak uydurmakta zorlandıklarını aktarmıştır. Bunun yanı sıra uzman personel eksikliği, öğrencilerin ilgisizliği, kuram- pratik ayrımı, yönetim sorunları, öğrencilerin istihdamı, televizyon yayıncılığı eğitimi konusunda yaşanan kavram karmaşası ve üniversite televizyonlarının bir standartta olmaması, üniversite televizyonlarında program tür ve içeriklerinin nitelikleri, İletişim Fakültesi'nin ilgisizliği gibi sorunların yaşandığı görülmektedir.

Tezin araştırma kapsamında görüşülen bütün üniversite televizyonlarının ortak sorunlarının başında uzman personel ve insan kaynağı eksikliği ve öğrencilerin ilgisizliği gelmektedir. İstenilen teknik/ teknolojik imkanlar olsa bile çekimleri gerçekleştirecek personelin olmaması en büyük program olarak ifade edilmiştir.

DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle yüksek lisans ve doktora sürecini tamamladıktan sonra akademisyenlerin uygulamadan uzaklaştıkları, hatta öğrencileri de uzaklaştırdıklarını söylemiştir. İletişim Fakülteleri'nin sektörden ve uygulamadan kopmaması gerektiğini vurgulayan DÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu, RATEM Başkanı'nın verdiği verileri doğrultusunda zaten kısıtlı bir sektör haline gelen televizyon yayıncılığında yalnızca yüzde beşinin İletişim Fakültesi mezunu olarak yer aldığını ifade etmiştir.

Öğrencilerin yeteri kadar meraklı olmaması, yaptıkları çekimde hangi açıyı, hangi kamerayı ve hangi lensi bile kullandıklarını bilmeyip araştırmadıklarını, oysa olması gerekenin sürekli araştırma yaparak kendilerini geliştirmesi gerektiğini belirtmiştir.

Bunun yanı sıra üniversite televizyonları ve İletişim Fakülteleri'nin kendi içerisinde çatışma yaşaması sonucu öğrencileri üniversite televizyonlarına yönlendirmemeleri de üniversite televizyonlarında yaşanan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

DÜ3 üniversite televizyonunda görev alan personellerin akademik olması dolayısıyla, uzman personel ihtiyacının temel sorunları olduğunu vurgulayan DÜ3 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle asistanların akademik yoğunluğunun olduğu süreçlerde üniversite televizyonu ile ilgilendikleri için çalışmalarına zaman ayıramadıklarını ifade etmiştir. DÜ4 üniversite televizyonunda yine nicelik olarak çok personel olmasının yanı sıra nitelik olarak az personelin aktif görevler aldığını, ayrıca İletişim Fakültesi'nden çok çoğu personelin farklı bölüm ve fakültelerden istihdam edildiğini belirtmiştir. Bu nedenle az sayıda nitelikli personele çok fazla iş yükünün düşmesi, bir personelin birden fazla iş yapması, nitelikli yayınların ortaya çıkmasına engel oluşturmaktadır.

Üniversite televizyonlarının temel sorunlarından bir diğerinin de yönetimle ilgili sorunların çözümünde aksaklıklar yaşanması ve yönetmelik eksikliğinin bulunması olarak gösterilmiştir.

Öğrencilerin isteksiz olması, üniversite televizyonlarında İletişim Fakültesi'nden çok başka bölümlerden gelen öğrencilerin aktif rol alması üniversite televizyonlarında görülen temel sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

DÜ5 üniversite televizyonunda da görülen temel sorun yine insan kaynağının özlük haklarının olmaması ve öğrencilerin göstermiş olduğu tutum ve davranışlarıdır. Üniversite televizyonlarının bir uygulama birimi olarak, teknik bir iş olduğu için akademik çalışmaların zorunlu olarak geri planda bırakıldığı, özellikle program yapmanın mesai saatlerini fazlasıyla aşan bir süreç olmasına rağmen, üniversite televizyonlarında çalışan personele bu çalışmaların karşılığı olarak hiçbir akademik bir katkı sağlanmadığı ifade edilmiştir. Bu soruna çözüm olarak, atama kriterlerinin yeniden düzenlenmesi ve uygulama birimlerine döner sermaye sisteminin kurulması önerilmektedir.

DÜ7 üniversite televizyonu sorumlusu, üniversite televizyonlarının bir standardizasyonunun olmamasının ve böylelikle hem İletişim Fakülteleri'nde hem üniversite televizyonlarında hem de sektörde bir kavram karmaşasının ortaya çıktığını belirtmiştir.

Yeni Medya, Görsel İletişim Tasarımı, vb. gibi farklı bölümler açılarak, aslında temelde aynı eğitimi vermelerine rağmen, Radyo ve televizyon bölümlerin artık demode bölümler gibi algılanmaya başladığı ifade edilmiştir. Üniversite televizyonlarının bu algıyı en aza indirmek için yeni nesil yayıncılığa yönelmeleri gerektiği ve öğrencileri içerik üreticisi olmaya özendirmeleri gerektiğini önermiştir.

DÜ8 üniversite televizyonu sorumlusu, özellikle eğitim kuruluşları olarak üniversite televizyonlarının ürettikleri programların içerik olarak denetlenmesi ve öğrencilerin yaratıcılığına daha fazla fırsat verilmesi noktasında bir ayrımın olduğu ve buna göre bir misyon ve vizyon belirlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra dönemsel öğrenci istihdamı, akademik yoğun süreçler, mali ve hukuki düzeyde zorlukların süreci yavaşlatması, kısmi zamanlı öğrencilerin sayılarının yetersiz olması üniversite televizyonunda görülen temel sorunlar olarak aktarılmıştır.

DÜ9 üniversite televizyonu sorumlusu, televizyon yayıncılığının dipsiz bir kuyu olduğunu, teknolojinin ise hep bir üstünün olabileceği belirtilerek, öğrencilerin sonuna kadar üniversite televizyonlarının farklı iş kolunda çalıştırılarak sektöre hazırlanması gerektiğini söylemiştir.

Çok fazla İletişim Fakültesi olduğu bu konuda yeni bir dönüşüme gidilmesi gerektiğini ifade eden üniversite televizyonu sorumlusu şu önerilerde bulunmuştur:

- Fiziki şartlar tamamlanmadan yeni fakülteler kurulmamalı, öğrenci alımı olmamalıdır.
- İletişim Fakülteleri'ndeki öğrenci kontenjanları yarı yarıya düşürülmelidir.
- Farklı isimler adı altında aynı ders içeriğine sahip bölümler açılmamalıdır.

DÜ10 üniversite televizyonu, yasal engeller nedeniyle kapanma kaygısı yaşadıklarını, personel eksikliklerinin olduğunu ve İletişim Fakülteleri'nin ilgisiz olmalarının temel sorunları olarak aktarılmıştır.

VÜ1 üniversite televizyonu sorumlusu, maliyetin üniversite televizyonları için çok önemli olduğunu belirterek, bu durumu iki farklı şekilde ifade etmiştir. Çoğu üniversite televizyonunun artık yayın üretmek çok üniversitelerin birer tanıtım ajansına dönüştüğünü, üniversitenin mezuniyet töreni gibi önemli etkinliklerinin çekimi için büyük bütçeli büyük ekipmanlara ihtiyaç duyulmadığı; ancak öğrencilere eğitim verilecekse büyük bütçeli ekipman ve stüdyoların olması gerektiği söylemiştir.

Ayrıca genel kabul gören ahlaki, toplumsal ve hukuki olarak bir sorun teşkil etmediği sürece, her türlü program tür ve içeriklerinin üretilip yayınlanmasını ve sosyal medyanın üniversite televizyonları tarafından aktif kullanılması gerektiğini belirtmiştir.

VÜ2 üniversite televizyonu sorumlusu da üniversite televizyonlarının iyi bir organizasyon yapısına sahip olmadığı için personel ihtiyacı ve üniversite televizyonlarına yönelik yatırımların yapılmadığını ifade etmiştir.

Araştırma yapılan üniversite televizyonlarının farklı yapılanmaları, farklı varlık nedenleri ve farklı teknik/teknolojik imkân ve bakış açılarına sahip olsalar da aynı sorunlara sahip oldukları görülmektedir.

Üniversite televizyonları, bulundukları üniversite yönetiminin bakış açısı kapsamında teknik/teknolojik ekipmanlara sahip olmaktadır. Görüşme yapılan bazı üniversite televizyonlarının kapanma tehlikesi ile karşı karşıya kaldığı, hatta araştırmanın başında bazı üniversite televizyonlarının kapandığı bilgisine ulaşıldığı için çalışma kapsamına alınmamıştır.

Üniversite televizyonlarının program içeriklerini ise, İletişim Fakültesi ya da bağlı oldukları birimlerin kuramsal ve entelektüel bilgi birikimleri ve uygulamaya yönelik deneyimleri olan insan kaynaklarının vizyonu doğrultusunda şekillendiği görülmektedir.

Özellikle uzaktan eğitim sürecine geçilmesiyle birlikte, öğrencilerin üniversite televizyonlarından uzakta olması dolayısıyla, yayın anlayışında çeşitli farklılıklar görülmeye başlamıştır. Üniversite televizyonları eğitime yönelik olan misyonlarını, daha çok bulundukları üniversitelerin birer tanıtım ajansına dönüşerek, program tür ve içerik üretiminde azalmalar olduğu, bunun yanı sıra üniversitenin bilimsel, kültürel, spor, mezuniyet töreni gibi etkinliklerin çekiminde aktif roller alındığı görülmektedir.

Üniversite televizyonlarının hepsi akademik misyona hizmet etmektedir. Yapılan bilimsel ve akademik yenilik ve gelişmelerin çekimlerinin yapılıp, öğrenci, kamu ve diğer üniversitelerle paylaşılmasının yanı sıra özellikle uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde bulunan üniversite televizyonlarından DÜ7'nin yaptığı gibi döner sermaye sistemi kurularak, projeler üretilebilir üniversite televizyonuna teknik/teknolojik destek sağlanabilmektedir.

Teknik/ teknolojik imkân ve olanaklar konusunda farklılıkların olmasının yanı sıra bütün üniversite televizyonlarında ortak sorunların da olduğu görülmektedir. Özellikle akademik sorumlulukları olan üniversite televizyonu sorumlularının, akademik yoğunluklarına gereken önemi veremedikleri, uzman ve nitelikli personel ihtiyacının temel sorun olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra akademik kaygısı olmayan idari personeli sorumlularının da yine nitelikli az personel sıkıntısı yaşadıkları belirtilmiştir.

Kısmi zamanlı öğrenciler, üniversite televizyonlarının temel personeli olarak kabul edilmektedir. Özellikle gelişime açık, araştırmayı, öğrenmeyi seven, sorumluluk almaktan kaçınmayan ve üniversite televizyonlarına dinamizm katan öğrencilerin yanı sıra, öğrenmeye kapalı ve isteksiz öğrencilerin olması üniversite televizyonlarının sorunları olarak görülmektedir. Bir program yapımının her aşamasında yer alan öğrencilerin, diğer bir sorunsal ise; İletişim Fakültesi öğrenci olup olmaması gerekliliğidir. Üniversite televizyonu sorumluları bu noktada üniversite televizyonlarının bütün üniversite öğrencilerine açık olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra her üniversite televizyonunda mutlaka İletişim Fakültesi'nden mesleki algısı bulunan aktif öğrenciler yer almaktadır.

Televizyon yayıncılığında ortaya çıkan kavram karmaşası, mesleğin istidamı konusunda diğer meslek gruplarına oranla daha esnek bir yapıya sahip oluşu ve aynı zamanda bu mesleğin bir dizin özel yetenek gerektiren unsurların birleşiminden meydana gelmesi sonucu iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi veren fakülteler ve uygulama birimleri olan üniversite televizyonlarına, öğrencilerin sektörü ve toplumu daha iyi yönde dönüştürebilmesi adına adımlar atılmalıdır.

Kurumsal ve yapısal nedenlerden dolayı üniversite televizyonlarının her birinin farklı nitelik göstermesi, birçok sorunla mücadele etmelerinin yanı sıra iletişim/televizyon yayıncılığı eğitimi veren fakültelerin bir bölümü özellikle kurumsal

bilgilere ağırlık verirken, sektöre yönelik öğrenci yetiştirmeyi planlayan fakültelerin ise uygulamaya yönelik eğitimler vererek bir denge oluşturamaması artık mevcut durumun değerlendirilip, içinde bulunan şartlar doğrultusunda gerçekçi bir çalışmanın yapılmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Teorik bilgilere sahip olmadan mezun olan öğrenciler dünyayı, toplumu, ekonomiyi, kültürel ve siyasi argümanları anlamakta güçlük çektikleri gibi, yalnızca kuramsal bilgilere sahip mezunlar da iletişim alanında birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu doğrultuda iletişim/televizyon yayıncılığı konusunda İletişim Fakülteleri ders ve içeriklerini güncellemeli ve üniversite televizyonlarıyla birlikte ciddi bir eleştiri süzgecinden geçirilerek bir yeni bir yapılanmaya gidilmelidir.

Yapılan görüşmeler ve elde edilen veriler doğrultusunda Türkiye bulunan üniversite televizyonlarına ve üniversite televizyonu kurmak isteyen üniversitelere bir üniversite televizyonu model önerisi aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- İnternet teknolojisinin getirdiği yenilikler doğrultusunda, değişen üniversite televizyonculuğunu demode algısından kurtarmak için yeni medya içeriklerinin televizyon yayıncılığı tür ve içeriklerine dahil edilmesi,
- İletişim Fakültesi'nde ders veren öğretim üyelerinin, kuramsal alt yapı oluşturulduktan sonra, bu bilgiler ışığında öğrencileri üniversite televizyonlarına yönlendirerek onları televizyon yayıncılığı konusunda teşvik etmesi,
- İletişim Fakültesi'nde verilen ders müfredatlarının üniversite televizyonları tarafından desteklenecek şekilde yapılandırılması,
- Temelde aynı dersleri vererek farklı isimlerde kurulan bölümlerin bir standardizasyon çalışması yapılarak oluşturduğu anlam kavram karmaşasının önüne geçilmesi,
- İletişim Fakültesi mezunlarının istihdamı sağlanması adına, fakülte ve bölümlerin talep edilecek oranda kontenjanlarının geriye çekilmesi ve yeni kurulacak bölüm ve fakültelerin açılmasının önlemesi adına YÖK tarafından teorik ve teknik alt yapı şartlarının getirilip kontrol edilmesi,
- Televizyon yayıncılığı mesleği eğitiminin kalitesini yükseltmek adına, merkezi sınav sisteminin yanı sıra liyakatli bir şekilde yapılan özel yetenek sınavı ile öğrenciler alınması,

- Kamu ve özel televizyonlarda çalışan medya profesyonellerinin televizyon eğitimi veren üniversite televizyonlarındaki öğrencilere meslek içi eğitimler vererek mesleki deneyimler kazanmaları için girişimlerde bulunulması,
- Üniversite televizyonlarının, özellikle program tür ve içeriklerinin oluşturulması noktasında İletişim Fakülteleri tarafından denetlenen akademisyenlerin yanı sıra, akademik kaygısı olmayan uzman personellerin görevlendirilerek televizyon yayıncılığına iletişim ve medya perspektifinin getirilmesi,
- Üniversite televizyonunda görev yapan akademik personelin, göstermiş olduğu zaman ve emeğin akademik yükselme kriterleri ve akademik teşvik ile derecelendirilmesi,
- Üniversite televizyonlarının nitelikli kamu eğitimini sağlaması için döner sermaye sistemi gibi yeni gelir kaynakları kurularak, yeni projeler üretilmesi ve üretilen projeler ve desteklerle, teknik/ teknolojik ekipman sağlanması için girişimlerde bulunulması,
- Üniversite televizyonlarında kısmi zamanlı ve gönüllü olarak yer alan öğrencilere sorumluluklar verilerek, mezun olduklarında sektörde gerekli özgüveni sağlamaları için eğitimler verilerek televizyon yayıncılığı hantallığının kaldırılması,
- İnternet ve sosyal medya mecralarının içerik ve paylaşımları bu konuda uzman kişiler tarafından doğru bir şekilde üniversite televizyonları tarafından kullanılması,
- Üniversite televizyonlarının yerel ve ulusal televizyon kanallarıyla protokoller yapılarak, özellikle İletişim Fakültesi öğrencilerine istihdam ortamının sağlanması,
- Yurt dışındaki üniversite televizyonculuğunun teknolojisinin takip edilerek ve bu üniversite televizyonlarıyla projeler yapılarak, teknoloji transferinin yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2010). “Neoliberalizm ve Medya: Dünya’da ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü”, *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67- 84.
- Akalın, İ. (2011). *Radyo Ve Televizyon Teknolojilerindeki Gelişmelerin Hukuki Düzenlemelere Etkisi*. (Uzmanlık Tezi). T.C Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. Ankara.
- Altay, R., Kavuran, T. (2016). “Radyo Televizyon ve Sinema Bölümlerindeki “Kamera ve Işık, Haber Toplama-Yazma ve Fotoğrafçılık” Dersleri Üzerine Bir İnceleme”. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 7, 148-165.
- Altun, A. (2005). “Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü”, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1/2). 75-104.
- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*. İstanbul: Beta Yayınları
- Arık, M. B., Bayram, F. (2011). “İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme”. *Akdeniz İletişim Dergisi*, Issue. 15, 81 – 98.
- Atabek, Nejat vd. (2000). “Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Mesleki Yaşamları Üzerine Bir Araştırma”. *Selçuk İletişim Dergisi* 1(2), 3-17.
- Aydın, D. (2009). *TRT’nin Yaygın Eğitim Amaçlı Televizyon Yayınlarının (2004-2008) Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: T.C Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş* (Genişletilmiş 2. Basım). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No. 480.
- Aziz, A. (2016). *İletişime Giriş*. (Genişletilmiş 5. Basım). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Balcı, A. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Başaran, F. (2004). “Enformasyon Toplumu Politikaları ve Gelişmekte Olan Ülkeler. İletişim”, *Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 7-3.
- Bay, N. (2007). *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: Nüve Kültür Merkezi Yayınları.

- Briggs, A., Burke, P. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'ten İnternete*. (Çev. Ümit Hüsrev Yolsal& Erkan Uzun). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Büyükaslan, A., Mavnacıoğlu, K. (2017). "İletişim Fakültesi Ders Müfredatlarının Sektörün Nitelikli İşgücü Talebine Uyumunu". *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, December, 3(2), 219-233.
- Can, S. (2018). "İletişim Eğitiminde Akademi ve Sektör Beklentileri Üzerine Bir Araştırma". *Humanities Sciences (NWSAHS)*, 4C0225, 13(3), 57-73.
- Chirst, G. W. (2006). *Assessing Media Education: A Resource Handbook for Educators and Administrators*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültür: 90'lı yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dağtaş, E. (2003). "Gazetecilik Eğitiminde Kuram ve Uygulama İkilemi: Türkiye'deki İletişim Fakülteleri Üzerine Bir Araştırma", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 17 (Bahar), 143-200.
- Dağtaş, E., Kaymas, S. (1998). "Türkiye'de İletişim Eğitimi Üzerine Öneriler", *Kültür ve İletişim Dergisi* 1 (2), 92-109.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi Anlamak*, (Geliştirilmiş 4. Baskı). Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi: Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler* (Geliştirilmiş 3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Ergeç, N. E. (2014). "Uluslararası Yükseköğrenim Trendleri Bağlamında İletişim Eğitimini Yeniden Düşünmek", *Selçuk İletişim*, 2014, 8 (2), 5-31.
- French, D., M. Richards. (1994). "Theory, Practice and Market Forces in Britain: A Case of Relative Autonomy", İçinde (Der.), David French ve Michael Richards. *Media Education Across Europe*. London: Routledge.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle* (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 3. Baskı). Ankara: Genesis Kitap.
- Girgin, A. (1997). *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

- Gökçe, G. (2012). *Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gürkan, N., İrvan, S. (2000). “İletişim Eğitiminde Nereden Nereye”, *1. Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitapçığı*, İstanbul, 354-365.
- Güz, N., Yanık, H., Yeğen, C. (2017). “İletişim Fakülteleri Eğitim Sistemine Yönelik Yeni Bir Yaklaşım”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1546-1560.
- Hart, C. (2007). *Televizyon Program Yapımcılığı: “Bir Televizyon Yapımcısının Bilmesi Gereken Her Şey”*. (Çev. Vedat Tayyar Erdamar). İstanbul. Es Yayınları.
- Işık, Metin. (2002). *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- İnuğur, N. (1988). *Türk Basınında İz Bırakanlar*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Jeanneney, Jean- Noel (1998). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. Çev. Esra ATUK. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Jeanneney, Jean- Noel (1998). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. Çev. Esra ATUK. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karakoç, E., Taydaş, O. (2014). “Türkiye’deki İletişim Fakültelerindeki Radyo Televizyon ve Sinema Eğitimi Üzerine Bir İnceleme”. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 148-165.
- Kaya, A. R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri: Basın, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Düzenlenmesi*, (Birinci Baskı), Ankara: Teori Yayınları.
- Kayador, V. (1995). “Nasıl Bir İletişim Eğitimi?”, *Adam Sanat Dergisi*, 42-50.
- Kırık, A. M. (2010). *Etkileşimli Televizyon*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Kırık, M., Karakuş, M.K. (2013). “Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal Tv”. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 2013 Spring/Bahar, 4(12) DOI: 10.5824/1309-1581.2013.2.003.x http://www.ajit-e.org/?menu=pages&p=details_of_article&id=62
- Koçak, B. (2009). “Gazetecilik Enstitüsünden iletişim Fakültesine: Türkiye’de İletişim Eğitiminin Gelişimi ve Sorunları”, *Türkiye’de Toplum Bilimlerinin Gelişimi II-*

- Anglo Amerikan Etkisi, Sosyoloji Yıllığı 18*, Ertan Eğribel, Ufuk Özcan (Eds.), İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- MEB (2008). *Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (EARGED). Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları*. Ankara: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- MEB (2011). *Radyo-Televizyon Yapım ve Yayıncılığı: Televizyon Yayıncılığının Temelleri*. Ankara: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Medsger, B. (1998). "Educating for Thinking: Journalism Educators' most Important Challenge". *Keynote Speech at the Convention of Scandinavian Journalism Educators in Aarhus, Denmark*.
- Morgül, A. (2011). *Sayısal Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Mutlu, E. (1994). "İletişim Çalışmalı Alanına Aykırı Bir Bakış: Bir Üst İletişim Olarak İletişim Çalışmaları", *İLEF Yıllık*, 165-180.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. (Yay. Haz. D. B. Kejanlıoğlu ve A.Yıldız). Ankara: Ütopya.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. (Altıncı Basım). Ankara: Sofos Yayıncılık.
- Nizam, F., Bağcı, C. (2016). "Fırat TV ve Kampüs TV Örnekleriyle İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Uygulama Birimi Olarak Üniversite Televizyonlarına Bakışı". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 106-124.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri: XIX. Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret AŞ.
- Özbek, M. (1993). "İletişim Eğitimi Üzerine". *İLEF Yıllık 1992-1993*, 307-327.
- Öztekin, H. (2007). *Radyo ve Televizyon Alanının Düzenlenmesi ve Denetlenmesinde Yeni Eğilimler ve Yönelimler (ABD, Batı Avrupa ve Türkiye Örnekleri Üzerine Karşılaştırmalı Çalışma)*. (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: T.C. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Postman, N. (2017). *Tlevizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Şahin, K. (2011). "Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon". *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 243 – 277.

- Şeker, Mustafa., Şeker, Tülay. (2011). “İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar”. *Akdeniz İletişim*, Sayı 15, 99-118.
- Şentürk, Rıdvan (2009). “McLuhan’ın Televizyon Teorisi”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Yıl:8 Sayı:15 Bahar 2009 s.17-31.
- Tekiner, S. (2016). *Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nda Televizyonun Eğitimde Kullanılması ve TRT Eğitim (TRT Okul) Kanalı*. (Yüksek Lisans Tezi). Ordu: T.C. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Tezcan, M. (1998). *Toplumsal Değişme ve Eğitim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 182.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları (Birinci Baskı).
- Tokgöz, O. (2003). "Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi. *"Kültür ve İletişim*, 9-32.
- Tokgöz, O. (2006). “Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi”, *Küresel İletişim Dergisi*, S.1, Bahar 2006, 1-12.
- Tutuk, Z. Ş., Barutçu, B. (2018). *Televizyon Diye Bir Şey Varmış: Türkiye’de Televizyonculuğun Başlangıç Öyküsü 1951-1971 İTÜ TV Dönemi*. (1. Baskı). İstanbul: İTÜ Vakfı İktisadi İşletmesi.
- Uğur, F. (2004). “İnternet TV Herkesi Yayıncı Yapacak”, *Aksiyon Dergisi*, Sayı: 523, 13 Aralık, 39
- Uslu, İ. (2011). *Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı*. (Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Uzun, R., (2007). “İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye’de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 25, 117-134.
- Ünlü, B. (2004). *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu*. (Yüksek Lisans Tezi). Mersin: TC Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünlüer. (2000). “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Tarihine Analitik Bir Yaklaşım”, *Kurgu Dergisi*, S:17, 45-54.

- Varol, A., Alemdar, K. (2007). “İletişim Fakültelerine Öğrenci Yerleştirmede Karşılaşılan Çelişkiler ve Çözüm Önerileri”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 24, 718-729.
- Yetkiner, B. (2018). “Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümlerinde Verilen Sinema Derslerinin Değerlendirilmesi”. *İNİF E- Dergi (İnönü Üniversitesi İletişim fakültesi Elektronik Dergisi)*. 3(1), 83 – 99.
- Yıldırım, A., Şimşek. H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (6. Basım). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldırım, B. (2006). “Eleştirel Pedagoji Açısından Gazetecilik Eğitimi Yeniden Düşünmek”, *İletişim Araştırmaları*, 4 (1), 121-15.
- Yıldırım, B. (2009). *Gazetecilik Eğitimi: Değişim İhtiyacı ve Dönüşümler*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Projeler

- “Tüm Yönleriyle Türkiye’de Üniversite Radyo Yayıncılığı: Olanaklar ve Sorunlar Üzerine Durum Analizi”, Tübitak Projesi, Proje Yürütücüsü: Doç. Dr. Fırat Tufan, Program Kodu: 1002 Proje No: 119K088, Kasım 2020.

İnternet Kaynakları

- Döner Disk Linki: <https://hackaday.com/2017/06/28/mechanical-image-acquisition-with-a-nipkow-disc/> (Erişim Tarihi: 13.12.2021)
- rtuk.gov.tr. 2009 (Erişim Tarihi: 13.12.2021)
- YÖK, <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=10171> (Erişim Tarihi: 05.05.2021).
- YÖK, <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=100710136> (Erişim Tarihi: 20.05.2021)
- <https://www.yasalar.org/anayasa/madde-133/> (Erişim Tarihi: 23.04.2022)
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/05/20020521.htm#1> (Erişim Tarihi: 23.04.2022)

EKLER

EK 1. Kanun Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kabul Tarihi: 15.5.2002)

<u>Kanun No. 4756</u>	<u>Kabul Tarihi: 15.5.2002</u>
------------------------------	---------------------------------------

MADDE 1. — 13.4.1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 3 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 3. – Bu Kanunda geçen deyimlerden;

- a) Üst Kurul: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunu,
- b) Radyo yayını: Elektromanyetik dalgalar, veri şebekeleri ve diğer yollarla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan ses yayınlarını,
- c) Veri yayını: Radyo ve televizyon yayını ile birlikte, radyo ve televizyon programlarıyla ilintili ve radyo ve televizyon programlarından bağımsız verilerin, elektromanyetik dalgalar, veri şebekeleri ve diğer yollarla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan yayınları,
- d) Televizyon yayını: Elektromanyetik dalgalar, veri şebekeleri ve diğer yollarla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan, hareketli veya sabit resimlerin (görüntü) sesli veya sessiz kalıcı olmayan yayınlarını,
- e) Elektromanyetik dalga: Boşlukta veya kablo, cam iletken ve benzeri bir fizikî ortamda ışık hızı ile yayılan sunî olarak üretilmiş ve manyetik özellikleri olan dalgayı,
- f) TV kanalı: Televizyon ve veri yayını yapmak üzere bir televizyon vericisinden yayılan elektromanyetik dalgaların işgal edeceği frekans alanını,
- g) Radyo frekansı: Radyo ve veri yayını yapmak üzere bir radyo vericisinden yayılan elektromanyetik dalgaların işgal edeceği frekans alanını,
- h) Radyo ve televizyon vericisi: Radyo, televizyon ve veri yayınlarının doğrudan alınmasına imkân veren yer veya uzaydaki hareketli veya sabit her türlü verici, aktarıcı, yansıtıcı ve güçlendirici cihaz ve sistemleri,
- ı) Kablolı yayın: Radyo, televizyon ve veri yayınlarının kablo, cam iletken ve benzeri bir fizikî ortam üzerinden abonelere ulaştırılmasını sağlayan yayın türünü,
- i) Kapalı devre yayın sistemi: Ulusal, bölgesel ve yerel yayınlar dışında eğitim, öğretim, güvenlik ve turizm gibi belirli amaçlar için bir bina dahilinde veya birbiri ile ilişkili binalar grubunda hedef kitleye ulaştırmak üzere genellikle kablo ile yapılan radyo, televizyon ve veri yayını,
- j) Radyo alıcısı: Radyo ve veri yayınları almaya ve dinlemeye yarayan cihazları,
- k) Televizyon alıcısı: Televizyon ve veri yayınları almaya ve izlemeye yarayan cihazları,
- l) Ulusal yayın: Bütün ülkeye yapılan radyo, televizyon ve veri yayını,
- m) Bölgesel yayın: Birbirine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafi bölge alanının asgarî yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını,
- n) 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 yayını,
- o) Ek yayın hizmetleri: Televizyon yayınlarına tahsis edilen kanal içinde kalmakla birlikte kullanılmayan bölümler üzerinden, radyo yayınlarında ise tahsis edilen frekans içinde ek taşıyıcılar aracılığıyla, televizyon ve radyo program yayınlarıyla birlikte yapılan radyo veri sistemi (AMDS, RDS), veri yayıncılığı, teleteks ve benzeri bağımsız hizmetleri,

p) Uydu yayını: Radyo ve televizyon programlarının yetkili yayıncı veya hizmeti temin edecek kişi veya kuruluş tarafından şifreli veya şifresiz olarak uzayda sinyal iletebilen herhangi bir araç vasıtasıyla yapılan ilk yayını,

r) Yeniden iletim: Yetkili yayın kuruluşu tarafından kullanılan teknik araç ne olursa olsun, halkın izlemesi amacıyla yayınlanan radyo ve televizyon program hizmetlerinin değişiklik yapılmaksızın bütününe veya bir bölümünün alınmasını ve aynı anda veya daha sonra iletilmesini,

s) Yayıncı: Kamu tarafından izlenmesi için radyo, televizyon program ve veri hizmetleri tertip eden ve ileten veya değişiklik yapılmadan ve tam olarak üçüncü tarafa iletilmesini sağlayan gerçek veya tüzel kişiyi,

t) Program hizmeti: Yukarıdaki bentte belirli alanlarda belirli bir yayıncı tarafından sağlanan ve tek bir hizmet içindeki tüm unsurları,

u) Reklam: Bir ürün veya hizmetin alım, satım veya kiralanmasını geliştirmek, bir amaç veya düşüncüyü yaymak veya reklamcının istediği başka etkileri oluşturmak amacıyla, ücret veya benzer bir karşılık ile iletim zamanında reklamcıya tahsis edilen kamuya yönelik duyuruları,

v) Telif hakkı sahibi: Yazar, besteci, düzenlemeci gibi düşünsel alanda eser yaratan gerçek kişiyi,

y) Tematik kanal: Haber, belgesel, spor, müzik ve benzeri türlerde olmak üzere yalnızca belli bir konuda yayın yapan kanalı,

z) İletişim ortamı: Radyo ve televizyon programlarının üretildiği merkez çıkışındaki sinyali herhangi bir teknik kullanarak tek veya birden fazla radyo ve televizyon yayını bir arada olarak radyo, televizyon ve veri dağıtım sistemlerine ileten her nevi ortamı,

İfade eder.

MADDE 2. — 3984 sayılı Kanunun 4 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 4. – Radyo, televizyon ve veri yayınları, hukukun üstünlüğüne, Anayasanın genel ilkelerine, temel hak ve özgürlüklere, millî güvenliğe ve genel ahlâka uygun olarak kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde yapılır. Yayınların Türkçe yapılması esastır. Ancak, evrensel kültür ve bilim eserlerinin oluşmasına katkısı olan yabancı dillerin öğretilmesi veya bu dillerde müzik veya haber iletilmesi amacıyla da yayın yapılabilir.

Radyo, televizyon ve veri yayınlarında uyulması gereken yayın ilkeleri şunlardır:

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılaplarına aykırı yayın yapılmaması.

b) Toplum şiddete, teröre, etnik ayrımcılığa sevk eden veya halkı sınıf, ırk, dil, din, mezhep ve bölge farkı gözeterek kin ve düşmanlığa tahrik eden veya toplumda nefret duyguları oluşturan yayınlara imkân verilmemesi.

c) Yayıncılığın, gerek yayın organı, gerekse hisse sahipleri ve üçüncü derece dahil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımları veya bir başka gerçek veya tüzel kişinin haksız çıkarları doğrultusunda kullanılmaması.

d) İnsanların dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri nedenlerle hiçbir şekilde kınanmaması ve aşağılanmaması.

e) Yayınların toplumun millî ve manevî değerlerine ve Türk aile yapısına aykırı olmaması.

f) Özel hayatın gizliliğine saygılı olunması, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında kişilerin özel hayatının yayın konusu yapılmaması.

g) Türk millî eğitiminin genel amaçlarının, temel ilkelerinin ve millî kültürün geliştirilmesi.

h) Türkçenin; özellikleri ve kuralları bozulmadan konuşma dili olarak kullanılması; millî birlik ve bütünlüğün temel unsurlarından biri olarak çağdaş kültür, eğitim ve bilim dili halinde gelişmesinin sağlanması.

ı) Kişilerin manevî şahsiyetlerine eleştiri sınırları ötesinde saldırıda bulunulmaması, cevap ve düzeltme haklarına saygılı olunması, soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberlerin soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanmaması, saklı kalması kaydıyla verilen bilgilerin kamu yararı ciddî bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanmaması.

j) Yayıncılığın haksız bir amaç ve çıkara alet edilmemesi ve haksız rekabete yol açılmaması, ilân ve reklam niteliğindeki yayınların bu niteliklerinin şüpheye yer bırakmayacak şekilde açıklanması, bir basın organının özel çabalarla yarattığı ürünün kendi ürünüymüş gibi sunulmaması, ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilmesi.

k) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimsenin suçlu ilân edilmemesi veya suçluymuş gibi gösterilmemesi; kişileri suç işlemeye yönlendirecek veya korku salacak yayın yapılmaması.

l) Haberlerin yayınlanmasında tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerine bağlı olunması; özgürce kanaat oluşumunun engellenmemesi; haber kaynaklarının kamuoyunun yanıltılmasının amaçlandığı haller dışında gizliliğinin korunması.

m) Halkı aldatacak, yanıltacak veya haksız rekabete yol açacak reklam yayınlarına yer verilmemesi.

n) Siyasî partiler ve demokratik gruplar arasında fırsat eşitliği sağlanması; tek yönlü, taraf tutan yayın yapılmaması; seçim dönemlerinde belirlenen seçim yasaklarıyla ilgili ilkelere aykırı davranılmaması.

o) Yayınlarda, mevzuatın eser sahiplerine tanıdığı hakların ihlâl edilmemesi.

p) Bilgi iletişim telefonları yoluyla yarışma ve benzeri yöntemlere başvurulmaması ve bunların sonucunda dinleyici ve seyircilere ikramiye verilmemesi veya ikramiye verilmesine aracılık edilmemesi, lotarya yapılmaması, bilgi iletişim telefonları yoluyla yapılacak anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçlarının ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi.

r) Televizyonda bölünür ekran yoluyla ana program ile ilgili veya ilgisiz bilgiler veren konuları işleyen yayınların yapılmaması, çerçeveler veya alt yazı tekniği kullanılarak sürekli yayın yapılmaması, haberde konu ile ilgili olmayan görüntülerin verilmemesi, haberle benzerlik arz eden görüntülerin arşiv niteliğinin belirtilmesi.

s) Program hizmetlerinin bütün unsurlarının insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olması.

t) Yayınların müstehcen olmaması.

u) Kadına, güçsüzlere ve küçüklere karşı şiddetin ve ayrımcılığın teşvik edilmemesi.

v) Yayınların karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa ve şiddet eğilimlerini körükleyici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması.

y) Suç örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerinin yansıtılmaması.

z) Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlakî gelişimini zedeleyecek türden programların, bunların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmaması.

MADDE 3. — 3984 sayılı Kanunun 6 ncı maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Üst Kurulun seçimi ve görev süresi

Madde 6. – Üst Kurul, en az dört yıllık yüksek öğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu veya özel kuruluşlarda en az on yıl görev yapmış, meslekî açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve Devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından;

a) Siyasî parti gruplarınca, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı oluşum formülüne göre belirlenecek kontenjan doğrultusunda gösterilecek ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilecek beş,

b) Yükseköğretim Kurumu Genel Kurulunun, Kurul üyesi olmayan elektrik-elektronik, iletişim, kültür-sanat ve basın-yayın dallarından göstereceği dört aday arasından Bakanlar Kurulunca seçilecek iki,

c) En çok sarı basın kartı sahibi üyesi bulunan iki gazeteciler cemiyeti ile Basın Konseyinin ortaklaşa göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulunca seçilecek bir,

d) Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliğinin kamu görevlileri arasından göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulunca seçilecek bir,

Kişiden olmak üzere 9 üyeden oluşur.

Üst Kurulun üyelerinin seçimine ilişkin Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu kararı ile Bakanlar Kurulu kararı Resmî Gazetede yayımlanır.

Üst Kurul üyelerinin görev süresi dört yıldır. Üyelerinin görev süresinin bitiminden iki ay önce kurum ve kuruluşlar veya partiler yeni seçimlerini yaparak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına veya Bakanlar Kuruluna bildirir. Herhangi bir sebeple boşalma olması halinde o kişinin seçildiği usule göre

kurum ve kuruluş veya partiler tarafından adaylar bir ay içinde teklif edilerek Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca veya Bakanlar Kurulunca seçim işlemi yapılır. Bu şekilde seçilen kişi, yerine seçildiği kişinin görev süresini tamamlar. Üyenin altmışbeş yaşını doldurması halinde üyeliği son bulur.

MADDE 4. — 3984 sayılı Kanunun 7 nci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Kurul Başkanı ve Başkan Vekili

Madde 7. — Üst Kurul üyeleri, seçim sonuçlarının Resmî Gazetede yayımlandığı tarihten itibaren onbeş gün içinde toplanarak kendi aralarından bir başkan ve bir başkan vekili seçer. Başkanlık süresi iki yıldır. İki yıl sonunda veya herhangi bir şekilde yenilenme sırasında başkan veya vekilinin üyeliği sona ererse, üyeler onbeş gün içinde toplanarak yeni başkan veya vekili için seçim yapar.

Üst Kurul, başkan tarafından, başkanın bulunmadığı hallerde, başkan vekili tarafından yönetilir ve temsil edilir.

Başkan, Üst Kurul ile hizmet birimlerinin uyumlu, verimli, disiplinli ve düzenli bir biçimde çalışmasını ve Üst Kurulun görevlerini yerine getirmesini sağlamakla görevlidir.

Başkan veya yokluğunda vekili, karara bağlanacak gündemi toplantıdan önce belirleyerek Üst Kurul üyelerine bildirir. Üst Kurul gündemine hâkimdir.

MADDE 5. — 3984 sayılı Kanunun 9 uncu maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Yasaklar ve denetim

Madde 9. — Üst Kurul üyeleri ile üçüncü derece dahil üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, radyo ve televizyon hizmetleri alanında Üst Kurulun görev ve yetki alanına giren konularda herhangi bir yüklenme işine giremez, özel radyo ve televizyon şirketlerinde ve bu şirketlerin doğrudan veya dolaylı ortaklık bağı bulunan şirketlerde ortak veya yönetici olamazlar.

Üst Kurul üyeleri, üyelikleri süresince resmî veya özel başkaca hiçbir görev alamaz, özel veya kamu yayın kuruluşlarının görev ve yetki alanına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve bu konularda hiçbir menfaat sağlayamaz, siyasî partiye üye olamazlar. Amacı sosyal yardım ve eğitim işlerine yönelmiş derneklerle vakıflardaki görevler ve kooperatif ortaklığı bu hükmün dışındadır.

Üst Kurul üyeleri, kendileri veya üçüncü derece dahil üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlarıyla ilgili konularda müzakere ve oylamaya katılamaz.

Yukarıdaki esaslara aykırı davranışlar görevlerinden çekilmiş sayılır. Bu husus Üst Kurul tarafından re'sen veya yapılacak müracaatın değerlendirilmesi sonunda karara bağlanır.

Üst Kurul, Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunun denetimine tâbidir.

MADDE 6. — 3984 sayılı Kanunun 11 inci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 11. — Üst Kurul, tam gün esasına göre çalışır, haftada birden az olmamak üzere en az beş üye ile toplanır ve en az beş üyenin aynı yönde oyuyla karar alır. Geçerli mazereti olmaksızın üst üste üç kez toplantıya katılmayan Üst Kurul üyeleri çekilmiş sayılır.

MADDE 7. — 3984 sayılı Kanunun 12 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 12. — Üst Kurulun gelirleri şunlardır:

a) Özel radyo ve televizyon kuruluşlarından alınacak TV kanal ve radyo frekansı yıllık tahsis bedelleri.

b) Özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden % 5 oranında ayrılacak paylar.

c) Gerekğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinin transfer tertibinde yer alacak ödenek.

d) Radyo ve televizyon kuruluşlarına 33 üncü madde uyarınca verilecek idarî para cezaları.

Özel radyo ve televizyon kuruluşlarından alınacak yayın izin ve lisans ücretleri Hazineye gelir kaydedilir.

Üst Kurul, gerektiği takdirde her yıl için yapacağı işlerin programını hazırlayarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden verilmesi gereken ödenek tutarını Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunar.

Üst Kurulun bütçesi ve kadro cetvelleri Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesi ile birlikte Türkiye Büyük Millet Meclisi Plan ve Bütçe Komisyonunda incelenir ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunda görüşülerek karara bağlanır.

Radio ve Televizyon Üst Kurulunun yıllık bütçesinden harcanmayan miktar, yıl sonunda yurt içinde kültür ve tabiat varlıklarının, yurt dışında Türk kültür varlıklarının korunması ve ihyası amacıyla Kültür Bakanlığı adına bir kamu bankasında açılan hesaba aktarılır. Bu hesaptan yapılacak harcamalara ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle düzenlenir.

Radio ve Televizyon Üst Kurulu, 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu hükümlerine tâbi değildir. Üst Kurulun alım-satım, kiralama, taşıma ve sair tedarik işlerine ilişkin işlemleri bir yönetmelik ile düzenlenir.

Üst Kurul, radyo ve televizyonların reklam gelirlerinin, aracı kurumların hesaplarıyla birlikte denetlenmesini Maliye Bakanlığından talep eder.

MADDE 8. — 3984 sayılı Kanunun 13 üncü maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Gelir ve cezaların tahsili

Madde 13. – 12 nci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen reklam gelirlerinden ayrılacak paylar, elde edildikleri ayı takip eden ayın en geç 20'sinde; (a) bendine göre ödenecek TV kanal ve radyo frekansı yıllık kira bedeli her yılın Ocak ayının en geç 20'sinde; 33 üncü maddede belirtilen idarî para cezaları da cezaların tahakkukunu müteakip ilgili yayın kuruluşları tarafından ödenir.

Ödemede gecikilmesi halinde, ilgili yayın kuruluşu uyarılarak yedi gün içinde ödeme yapması istenir. Yapılacak ihtarla rağmen ödeme yapılmaması halinde, Üst Kurulca ödeme yapılınca kadar yayının durdurulmasına karar verilir. Yukarıdaki fıkra da belirtilen tarihlerden itibaren iki ay içinde ödeme yapılmazsa, Üst Kurulca yayın izninin ve lisansın iptaline karar verilir ve ödenmeyen kurum geliri icra yoluyla tahsil olunur. Gecikilen ödemeler için 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümleri uygulanır.

MADDE 9. — 3984 sayılı Kanunun 15 inci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Üst Kurulun Teşkilâtı ve personeli

Madde 15. – Üst Kurul yardımcı hizmetlerinin yürütülmesinde Başkana yardımcı olmak amacıyla bir Genel Sekreter atanır. Genel Sekreterin en az dört yıllık yükseköğrenim mezunu, otuz yaşını doldurmuş, Devlet memuriyetinde veya ihtisas dalında on yıllık meslekî tecrübeye ve Devlet memuriyeti için aranan koşullara sahip olması şarttır.

Ana hizmet birimleri, Üst Kurul Başkanına bağlı, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Savunma Sekreterliği, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı, Uluslar-arası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığından teşekkül eder.

Yardımcı hizmet birimleri, Genel Sekretere bağlı, Personel Dairesi Başkanlığı, Eğitim Dairesi Başkanlığı, İdarî ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı ve Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığıdır.

Daire başkanlıkları, yeteri kadar uzman istihdam eder ve uzmanlık esasına göre çalışır. Alt birimler kurulamaz.

Daire başkanları ile daha üst düzeydeki görevliler Kurul Başkanının önerisi ve Üst Kurulun kararı ile atanır.

Üst Kurul personelinin özlük hakları, çalışma usul ve esasları ile personelle ilgili diğer hususlar Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personel rejimine tabidir.

Üst Kurulun çalışma usul ve esasları ile teşkilâtı ve atama usulleri, bu Kanuna uygun olarak Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.

MADDE 10. — 3984 sayılı Kanunun 24 üncü maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Telekomünikasyon Kurumunun yükümlülüğü

Madde 24. – Türkiye’de ulusal, bölgesel ve yerel çapta TV kanal ve radyo frekans plânları ile radyo ve televizyon yayınlarına esas olan frekans bantları ile ilgili çalışmalar yapma yetkisi, 2813 sayılı Telsiz Kanunu uyarınca Telekomünikasyon Kurumuna aittir.

Telekomünikasyon Kurumu, 2813 sayılı Telsiz Kanununa uygun olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi Genel Müdürlüğü ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yaparak hazırlayacağı ulusal, bölgesel ve yerel çaptaki plânları Haberleşme Yüksek Kurulunun onayına sunar.

Haberleşme Yüksek Kurulu, hazırlanan plânı aynen onaylayabileceği gibi lüzum gördüğü değişikliklerin yapılmasını talep edebilir. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna ait radyo ve televizyonlar ile Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Meteoroloji Radyosu, Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Polis Radyosuna ulusal, bölgesel ve yerel, radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekanslar ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilir. Kalan televizyon kanal ve radyo frekansları, belli bir plân dahilinde özel kuruluşlara kullanılmak üzere Üst Kurulca ihaleye çıkarılır. Televizyon kanal ve radyo frekanslarının ne kadarının hangi takvime göre ihaleye çıkarılacağına ilişkin plân Haberleşme Yüksek Kurulu tarafından saptanarak bu çerçevede ihaleye çıkarılmak üzere Üst Kurula bildirilir.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen TV kanallarından biri olan TRT 3’ten TBMM TV aracılığıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetleri, bir diğer kanaldan da açıköğretim yayınları yansıtılır. Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetlerinin hangi ölçüde yansıtılacağına Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı, açıköğretim yayınları için ise eğitim programlarını hazırlamakla yükümlü kurumlar Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ile birlikte karar verir. Yayın ile ilgili diğer hususlar Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı ile Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu arasında bir protokolle belirlenir. Açıköğretim ve TBMM TV yayınlarından ücret alınmaz.

Telekomünikasyon Kurumu, Üst Kurulun bildireceği ve bu Kanun hükümlerine uygun olarak TV kanal ve radyo frekansı tahsis edilip, kablosuz radyo ve televizyon yayın izni ve lisansı verilen kuruluşlara TV kanal ve radyo frekans tahsislerini uygular, ulusal ve uluslararası alanda tescil ettirir.

Ulusal ve uluslararası hava ve deniz seyrüsefer sistemlerine radyo ve televizyon sistemlerinden zararlı enterferanslar gelmesi halinde, Telekomünikasyon Kurumu can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürmemek amacıyla enterferansa sebep olan vericileri geçici olarak kapatarak mühürler ve sorumlular hakkında Türk Ceza Kanununun 391 inci maddesi hükmü uygulanır. Yapılan işler aynı zamanda Üst Kurula bildirilir.

Haberleşme Yüksek Kurulu, 2813 sayılı Telsiz Kanunu gereğince Üst Kurul, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi Genel Müdürlüğü, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ve Telekomünikasyon Kurumu arasındaki koordinasyonun yanı sıra konuyla ilgili olarak Üst Kurula verilmiş görevlerin takibini de yürütür.

MADDE 11. — 3984 sayılı Kanunun 26 ncı maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Yeniden iletim

Madde 26. – Bu Kanuna aykırı olmamak kaydıyla, süreklilik arz etmeyen yayınların iletim ve yeniden iletimi serbesttir. İletim ve yeniden iletimin usul ve esasları Üst Kurulca düzenlenen yönetmelikle belirlenir.

Yeniden iletimi yapılan yayınlarla ilgili olarak Üst Kurula bilgi verilir.

İletim ve yeniden iletim yoluyla yapılan yayınlar hakkında, 25 ve 33 üncü madde hükümleri saklıdır.

MADDE 12. — 3984 sayılı Kanunun 28 inci maddesinin altıncı ve sekizinci fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Yayını yapmayan veya karara uygun şekilde yapmayan veya geciktiren kuruluşun yayınlarından sorumlu en üst yöneticisi ile kuruluşun sahibi olan anonim şirketin yönetim kurulu başkanına otuz milyar liradan doksan milyar liraya kadar ağır para cezası verilir. Ayrıca, kuruluşa Üst Kurulca eylemin ağırlığına göre üç aya kadar gelir getirici yayın yapma yasağı verilebilir. İkinci kez tekrarı halinde yayın izni iptal edilir ve en yüksek para cezasına hükmolunur. Bu cezalar ertelenemez. Hangi yayınların gelir getirici yayınlar olduğu Üst Kurul tarafından belirlenir.

Gerçek ve tüzel kişilerin ayrıca genel hükümlere göre ilgili yayın kuruluşuna karşı tazminat davası açma hakkı saklıdır. Yayın kuruluşu ile birlikte şirketin yönetim kurulu başkanı da müştereken ve müteselsilen sorumludur. Zarar doğurucu fiilin işlenmesinden sonra yayın kuruluşunun devredilmesi, başka bir kuruluşla birleşmesi veya sahibi olan şirketin herhangi bir surette değişmesi halinde yayın kuruluşunu devralan, birleşen ve her ne suretle olursa olsun yayın kuruluşunun sahibi veya hissedarı olan şirket ve şirketin yönetim kurulu başkanı da bu fiil nedeniyle hükmedilen tazminattan yayın kuruluşu ile birlikte müştereken ve müteselsilen sorumludur. Tazminat talebinin haklı görülmesi halinde tazminat miktarı, on milyar liradan az olmamak üzere fiilin ağırlık derecesine göre belirlenir. On milyar liralık alt sınır her yıl Maliye Bakanlığınca ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır. Bu maddeye göre açılacak manevi tazminat davalarında hâkim tensip kararı ile birlikte bilirkişiyi de tayin eder ve davayı en geç altı ay içinde karara bağlar.

Bu maddeye göre açılan davalarda tazminata hükmedilmesi halinde, bankalarca uygulanan en yüksek işletme kredisi faizi üzerinden temerrüt faizine de hükmedilir.

MADDE 13. — 3984 sayılı Kanunun 29 uncu maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 29. – Radyo ve televizyon yayın izni verilen veya verilecek anonim şirketlerin hisse oranları ve şirket yapısıyla ilgili uyulması gereken diğer hususlar şunlardır:

a) Siyasî partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler ile bunlar tarafından kurulan veya bunların ortak oldukları şirketler, iş ortakları, birlikler ile üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finans kurum ve kuruluşlarına radyo ve televizyon yayın izni verilmez; bu kuruluşlar radyo ve televizyon yayın izni almış şirketlere ortak olamazlar.

b) Bu Kanuna göre radyo ve televizyon yayın izni, Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre sadece radyo ve televizyon yayıncılığı, haberleşme, eğitim, kültür ve sanat amacıyla kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo ve bir televizyon işletmesi kurabilir.

c) Özel radyo ve yayın kuruluşlarının hisseleri nama yazılı olmak zorundadır. Bu şirketlerde herhangi bir kişi lehine intifa senedi ihdas edilemez.

d) Üst Kurul tarafından düzenlenecek yönetmeliğe uygun olarak her yıl yapılacak yıllık ortalama izlenme oranı ölçümlerine göre yıllık ortalama izlenme veya dinlenme oranı % 20'yi geçen bir televizyon veya radyo kuruluşunda bir gerçek veya tüzel kişinin veya bir sermaye grubunun sermaye payı % 50'yi geçemez. Gerçek kişinin hisselerinin hesaplanmasında üçüncü derece dahil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlara ait hisseler de aynı kişiye aitmiş gibi hesaplanır.

e) Bir gerçek veya tüzel kişi veya bir sermaye grubu % 50'den fazla hissesine sahip olduğu bir televizyon veya radyonun yıllık ortalama izlenme veya dinlenme payı % 20'yi geçerse Üst Kurul tarafından yapılan bildirimden itibaren doksan gün içinde, ortağı bulunduğu televizyon veya radyodaki hisselerinin bir bölümünü halka arz ederek veya bir kısım hisselerini satarak, sermaye payını % 50'nin altına indirir. Yıllık izlenme veya dinlenme oranının aşımı birden fazla televizyon ve radyodaki hisselerin toplamı nedeniyle meydana gelmişse, bu oranı % 50'nin altına indirecek biçimde yeterli sayıda şirketi satar. Bu yükümlülüğün ihlâli durumunda kuruluşun yayın izni iptal edilir.

f) Ulusal izlenme oranları, Üst Kurul tarafından her takvim yılı için tespit edilir ve o yılı izleyen Ocak ayı içinde açıklanır.

g) Özel radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının hisse senetlerinin halka arzında 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre Sermaye Piyasası Kurulundan izin almadan önce Üst Kurulun onayının alınması şarttır.

h) Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda yabancı sermayenin payı ödenmiş sermayenin % 25'ini geçemez.

i) Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda ortak olan gerçek veya tüzel yabancı kişi bir başka radyo ve televizyon kuruluşuna ortak olamaz.

j) Yerli veya yabancı hissedarlar hiçbir şekilde imtiyazlı hisse senedine sahip olamazlar.

j) Radyo ve televizyon yayını izni verilen bir anonim şirketin hisse devirleri, devir tarihinden itibaren bir ay içinde, ortakların ad ve soyadları ile şirketin devri sonucunda oluşan ortaklık yapısı ve oy payları hakkındaki bilgilerle Üst Kurula bildirilir. Bu şirketlerin bir başka şirkete devri, bir başka şirketin

devralınması, bir başka şirketle birleşme işlemlerinden önce, Üst Kuruldan gerekli bilgi ve belgelerle izin alınması zorunludur. Bu işlemler sonucunda şirket yapısında bu Kanun hükümlerinde öngörülen hususlara aykırılık olduğu takdirde Üst Kurulun vereceği süre zarfında bu aykırılık giderilmek zorundadır. Aksi halde yayın izni iptal edilir.

k) Radyo ve televizyon yayın izni verilen veya verilecek anonim şirketlerde bulunması gereken diğer asgari idari, mali ve teknik şartlarla yayın alanı, yayın saat ve süreleri ile ilgili esaslar her yıl Üst Kurul tarafından tespit olunur. Şirketler yapılarını verilen süre içinde tespit olunan şartlara uydurmak zorundadır. Aksi halde yayın izni iptal edilir.

l) Radyo ve televizyon yayın kuruluşları, yayın izninin verilmesinden sonra da esas sözleşmelerine bu Kanundaki esaslara aykırı hükümler koyamazlar; işgal konularına, radyo ve televizyon yayıncılığı ile bağdaşmayan faaliyetleri dahil edemezler.

m) Yurt dışından Türkiye'ye yönelik yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarına kanal, frekans ve kablo kapasitesi tahsis edilemez. Bunlara Türkiye'de vergi mükellefi olanlar tarafından verilen reklam ve ilân bedelleri vergi matrahlarından düşülemez. Ancak, uydu platformu ve kablo sisteminden iletilen ve yurt dışından yapılan yabancı kaynaklı yayınların Türkçe seslendirilmelerine, birkaç dilden aynı anda yayın yapılmasına ve Türkçe reklam girişine olanak tanınır. Türkçe reklam girişi yapılan yayınlar için Üst Kurulun ilgili reklam yönetmeliği uygulanır.

MADDE 14. — 3984 sayılı Kanunun 31 inci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Program hizmetinin içeriği ve yeni yayın tekniklerinin kullanımı

Madde 31. – Radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında belli oran ve saatlerde eğitim, kültür, Türk halk ve Türk sanat müziği programlarına yer vermek zorundadırlar. Bu programların tür ve oranlarıyla ilgili esaslar Üst Kurul tarafından tespit edilir. Tematik kanallar, bu zorunluluktan muaf tutulur. Tematik yayın yapmak isteyen kuruluşlar, başvuru sırasında bu hususu belirtir. Bu kanallar, Üst Kurulun izni olmadan yayın türünü değiştiremez. Tematik kanallarla ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

Her türlü teknoloji ile ve her tür iletişim ortamında yapılacak yayın ve hizmetlerin usul ve esasları, Haberleşme Yüksek Kurulunun belirleyeceği strateji çerçevesinde Üst Kurulca tespit edilip, Haberleşme Yüksek Kurulunun onayına sunulur. Bu yayın ve hizmetlerin mevzuata uygunluğu Üst Kurulca denetlenir.

MADDE 15. — 3984 sayılı Kanunun 32 nci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Seçim dönemlerinde yayınlar

Madde 32. – Seçim dönemlerindeki yayınlara ilişkin usul ve esaslar kanunla Yüksek Seçim Kuruluna verilen yetkiler çerçevesinde Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenir.

Üst Kurul, radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının seçim dönemlerindeki yayınlarını Yüksek Seçim Kurulunun kararları doğrultusunda izler, denetler ve değerlendirir.

Seçimlerde oy verme gününden önceki yedinci günden itibaren her türlü haber, röportaj gibi programlar veya reklamlar yoluyla kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla siyasî bir partinin veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek yayınlarda bulunulmasına izin verilemez. Bu yasaklara uymayanlar yayın ilkelerini ihlâl etmiş sayılırlar.

298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 149/A maddesinde düzenlenen hükümler, Yüksek Seçim Kurulu kararlarını müteakip Üst Kurulca yerine getirilir.

MADDE 16. — 3984 sayılı Kanunun 33 üncü maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Uyarı, para cezası, durdurma ve iptal

Madde 33. – Üst Kurul, öngördüğü yükümlülükleri yerine getirmeyen, izin şartlarını ihlâl eden, yayın ilkelerine ve bu Kanunda belirtilen diğer esaslara aykırı yayın yapan özel radyo ve televizyon kuruluşlarını uyarır veya aynı yayın kuşağında açık şekilde özür dilemesini ister. Bu talebe uyulmaması veya aykırılığın tekrarı halinde ihlâl konu olan programın yayını, bir ilâ oniki kez arasında durdurulur. Bu süre içinde programın yapımcısı ve varsa sunucusu hiçbir ad altında başka bir program yapamaz. Yayını durdurulan

programların yerine, aynı yayın kuşağında ve reklamsız olarak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına Üst Kurulca hazırlattırılacak eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlakî gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı ve çevre eğitimi konularında programlar yayınlanır.

Aykırlığın tekrarı halinde;

a) Ulusal düzeyde yayın yapan kuruluşlara, ihlâlin ağırlığına göre, yüzyirmibeş milyar liradan az olmamak kaydıyla ikiyüzelli milyar liraya kadar,

b) Yerel, bölgesel ve kablo ortamından yayın yapan kuruluşlara;

1. Kapsadığı yayın alanı itibariyle, bir milyondan fazla nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlâlin ağırlığına göre, altmış milyar liradan az olmamak kaydıyla yüz milyar liraya kadar,

2. Kapsadığı yayın alanı itibariyle, beşyüz bin ilâ bir milyon arasında nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara ihlâlin ağırlığına göre, otuz milyar liradan az olmamak kaydıyla altmış milyar liraya kadar,

3. Kapsadığı yayın alanı itibariyle, ikiyüzelli bin ilâ beşyüz bin arasında nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlâlin ağırlığına göre, yirmi milyar liradan az olmamak kaydıyla kırk milyar liraya kadar,

4. Kapsadığı yayın alanı itibariyle, ikiyüzellibinden az nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlâlin ağırlığına göre, beş milyar liradan az olmamak kaydıyla on milyar liraya kadar,

c) Radyo yayınları için yukarıdaki miktarların yarısı kadar,

İdarî para cezası uygulanır.

Bu maddedeki para cezaları, her yıl Maliye Bakanlığınca ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır.

İhlâlin, ihlâl tarihinden itibaren, takip eden bir yıl içinde tekrarı halinde bu idarî para cezaları yüzde elli oranında artırılır. İhlâlin, ihlâl tarihinden itibaren takip eden bir yıl içinde üçüncü kez tekrarında ihlâlin ağırlığına göre izin uygulaması bir yıla kadar geçici olarak durdurulur.

4 üncü maddenin ikinci fıkrasının (a), (b) ve (c) bentlerindeki ilkelere aykırı yayın yapılması halinde uyarı yapılmaz ve yayın kuruluşunun yayını bir ay durdurulur. İhlâlin tekrarı halinde yayın süresiz olarak durdurulur ve yayın lisans izni iptal edilir.

Yayın izninin verilmesi için gerekli şartlardan birini kaybeden veya şartların uygunluğunu hile ile elde eden kuruluşların yayın lisans izni iptal edilir.

Uyarı cezasını gerektiren haller dışındaki ihlâllerde ilgili tarafın savunması alınır.

Cezaların uygulanış usulleri ile gerekçeli olarak kamuoyuna duyuruluş şekli yönetmelikle belirlenir.

MADDE 17. — 3984 sayılı Kanuna aşağıdaki maddeler eklenmiştir.

EK MADDE 1. – Bu Kanuna göre yayın izni verilen özel radyo ve televizyon kuruluşlarının, kendilerine tahsis edilen TV kanal ve radyo frekansından yapacakları yayınlarını, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun veya bu amaçla özel yayın kuruluşlarıyla ortak kuracağı şirketin görev ve sorumluluğunda işletilen verici tesislerinden yapmaları asıldır. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, verici tesislerinin kurulması, işletilmesi, yenilenmesi ve bu tesislerde değişiklik yapılması sırasında özel yayın kuruluşlarının ihtiyaçlarını da göz önünde tutar.

Kurulmasına izin verilen tesislerin bu Kanunda ve izin belgesinde öngörülen amaçlar için kullanılıp kullanılmadığı Üst Kurul tarafından denetlenir.

Özel radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun verici tesislerinden yararlanma usul ve esasları ile yıllık kira bedelleri Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından belirlenerek Üst Kurulun onayıyla yürürlüğe konulur.

EK MADDE 2. – Bu Kanunda belirtilen istisnalar dışında, Üst Kuruldan izin almadan radyo ve televizyon yayını yapan ya da Üst Kurul tarafından geçici ya da sürekli iptal edilmesine rağmen yayın yapan kişiye, kuruluşların ise sahip ve yöneticilerine, fiilleri bir başka suç oluştursa bile, fiilin ağırlığına göre altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ve bir milyar liradan yüz milyar liraya kadar para cezası verilir. Ancak, Türkiye Cumhuriyeti'nin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne karşı yıkıcı ve bölücü faaliyetlere sevk edecek şekilde yayın yaptıkları tespit edilerek yayınları durdurulan veya yayın izinleri iptal edilen kişiler, bu kuruluşların sahipleri ve yöneticileri ile bu tür yayınlarda görev

alanlar Türk Ceza Kanunu'nun 314 üncü maddesine göre cezalandırılır. Ayrıca tüm yayın cihazları Türk Ceza Kanunu'nun 36 ncı maddesine göre müsadere edilir.

Yayın bantlarını bir yıl süre ile muhafaza etmeyen ve bu süre içinde Üst Kurul veya Cumhuriyet savcılığınca istenmesine rağmen sesli ve görüntülü olarak teslim etmeyen yayın kuruluşlarının sahip ve yöneticileri, altı aydan bir yıla kadar ağır hapis ve bir milyar liradan on milyar liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılır. Ayrıca, bir aydan üç aya kadar ilgili kuruluşun yayınının durdurulmasına karar verilir. Gönderilen bandın içerik bakımından istenen yayın olmaması veya bantta tahrifat, çıkarma, silme gibi işlemler yapılması halinde, ayrıca iki yıldan on yıla kadar ağır hapis ve iki milyar liradan on milyar liraya kadar ağır para cezası verilir.

Bu maddedeki para cezaları, her yıl Maliye Bakanlığınca ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır.

EK MADDE 3. – Radyo ve televizyon yayınları, yayın ilkeleri ve bu Kanunda belirtilen diğer esaslara uygunluğu yönünden,

a) Ulusal, bölgesel ve yerel düzeydeki yayınlar Üst Kurul tarafından izlenir ve değerlendirilir.

b) Üst Kurulun uygun göreceği yerlerdeki yerel ve bölgesel yayınların izlenmesi ve kayda alınması İçişleri Bakanlığının görevlendireceği birimlere devredilebilir. Bu halde gerekli teknik donanım ve ilgili personelin eğitimi Üst Kurulca sağlanır ve masrafları Üst Kurulca karşılanır. Yayın ilkeleri ve bu Kanunda belirtilen diğer esaslara aykırılığından kuşkuyla yayınların bandı, değerlendirilmek üzere Üst Kurula gönderilir. İçişleri Bakanlığı ile Üst Kurul arasındaki iş birliği bir protokol ile düzenlenir.

Telekomünikasyon Kurumunun millî monitoring faaliyetleri kapsamında yayınları izleme imkânının olması halinde, Üst Kurul ile Telekomünikasyon Kurumu arasında imzalanan bir protokol kapsamında bu yayınlar Telekomünikasyon Kurumunca izlenir ve değerlendirilmek üzere Üst Kurula iletilir.

EK MADDE 4. – Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun yayın lisansı verdiği bir kuruluş bu lisansı, yayın istasyonlarını ve şebekelerini, Üst Kurulun izniyle bir üçüncü kuruluşa devredebilir.

Yayın izni talebinde bulunan kuruluşların yerine getirmeleri gereken teknik ve malî yeterlilik şartları, devir şartları ile diğer ön şartlar, Üst Kurul tarafından yönetmeliklerle tespit edilir.

EK MADDE 5. – Bu Kanunda geçen "Telsiz Genel Müdürlüğü" ibaresi "Telekomünikasyon Kurumu" olarak değiştirilmiştir.

MADDE 18. — 3984 sayılı Kanunun 8 inci maddesinin (a) bendi ile 35 inci maddesi yürürlükten kaldırılmıştır.

MADDE 19. — 15.7.1950 tarihli ve 5680 sayılı Basın Kanunu'nun 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (1) numaralı bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

1. Mevcutlarla işlenen suçlarda sorumluluk, suçu meydana getiren yazıyı veya haberi yazan veya resmi veya karikatürü yapan kimse ile beraber bu mevkutenin ilgili sorumlu müdürüne; 19 uncu maddeye aykırı hareket edilmesi halinde ise sözü edilen kişilerle birlikte mevkutenin sahibi olan gerçek kişiye ve mevkute sahibi olan anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanı ile diğer şirket ve tüzel kişilere ait mevkutelerde tüzel kişiliğin en üst yöneticisine aittir. Ancak, sorumlu müdürler için verilen hürriyeti bağlayıcı cezalar, sürelerine bakılmaksızın para cezasına çevrilerek hükmolunur ve bu cezalar ertelenemez.

MADDE 20. — 5680 sayılı Kanunun 17' nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 17. – Basın yolu ile işlenen yalan haber, hakaret, sövme ve her türlü fiilden doğacak maddî ve manevî zararlardan, 16'ncı maddeye göre sorumlu olanlarla birlikte Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerine göre mevkutelerde sahibi ve mevkute olmayanlarda naşiri; mevkute sahibi ile mevkute olmayanların naşirinin şirket olması halinde şirket ile birlikte anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanı, diğer şirket ve tüzel kişilerde en üst yönetici müştereken ve müteselsilen sorumludur. Tazminat talebinin haklı görülmesi halinde tazminat miktarı, on milyar liradan az olmamak üzere fiilin ağırlık derecesine göre belirlenir. On milyar liralık alt sınır her yıl Maliye Bakanlığınca ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır. Bu maddeye göre açılacak manevî tazminat davalarında hâkim tensip kararı ile birlikte bilirkişiyi de tayin eder ve davayı en geç altı ay içinde karara bağlar.

Zarar doğurucu fiilin işlenmesinden sonra mevkutenin devredilmesi, başka bir mevkute ile birleşmesi veya sahibi olan gerçek kişi ya da şirketin herhangi bir surette değişmesi halinde mevkuteyi devralan,

birleşen ve her ne suretle olursa olsun mevkutenin sahibi gerçek kişiler ile anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanı diğer şirket ve tüzel kişilerde en üst yönetici de, bu fiil nedeniyle hükmedilen tazminattan birinci fıkrada sayılanlarla birlikte müştereken ve müteselsilen sorumludur.

Basılmış eser sahiplerinin dernek, vakıf ve benzeri tüzel kişiler olması halinde tüzel kişilikle birlikte yönetim organlarında yer alanlar hakkında da yukarıdaki hükümler uygulanır.

Bu maddeye göre açılan davalarda tazminata hükmedilmesi halinde, bankalarca uygulanan en yüksek işletme kredisi faizi üzerinden temerrüt faizine de hükmedilir.

MADDE 21. — 5680 sayılı Kanunun 19 uncu maddesinin (I) numaralı fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

I- Bir kişinin şeref ve haysiyetinin rencide edilmesi veya kendisiyle ilgili yalan haber verilmesi veya kendine hakaret edilmesi veya sövülmesi ya da gerçeğe aykırı hareket, düşünce ve söz izafesi suretiyle, açık veya kapalı şekilde bir mevkutede yayın yapılması halinde; ilgili veya temsilcisi yayının yapıldığı tarihten itibaren iki ay içinde imzasını taşıyan cevap veya düzeltme yazısını mevkutenin sorumlu müdürüne verebilir veya gönderebilir.

Sorumlu müdür, cevap veya düzeltme yazısını aldığı tarihten itibaren üç gün içinde mevkutenin sahibi olan gerçek kişiye veya anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanına, diğer şirket ve tüzel kişilerde en üst yöneticiye bildirir ve inceler; yayınlanmasına karar verdiği takdirde inceleme süresinin bitiminden sonra çıkacak ilk nüshada, metne hiçbir mülahaza ve işaret katmaksızın ve bu cevap veya düzeltme dolayısıyla herhangi bir mütalâa beyan etmeksizin aynen ve tamamen yayınlamaya mecburdur.

MADDE 22. — 5680 sayılı Kanunun 20 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 20. – 4 üncü maddenin birinci ve ikinci fıkralarında yazılı hususları göstermeyen sorumlular on milyar liradan elli milyar liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılır.

Bu hususları gerçeğe aykırı şekilde gösterenler ile sorumluların belirlenmesini veya mahkeme kararlarının uygulanmasını güçleştirecek şekilde değiştirenler, otuz milyar liradan doksan milyar liraya kadar ağır para cezasına mahkûm edilebilirler. Verilen para cezası ertelenemez.

MADDE 23. — 5680 sayılı Kanunun 29 uncu maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 29. – İlgilinin veya yetkili temsilcisinin talebi üzerine yayınlanan cevap veya düzeltmede, 19 uncu maddedeki şekil ve şartlara uyulmaması halinde failler hakkında üç milyar liradan beş milyar liraya kadar ağır para cezasına hükmedilir.

Cevap veya düzeltmenin yayınlanmasına dair 19 uncu maddenin (III) numaralı fıkrasına göre verilen hâkim kararına rağmen, neşirden imtina olunması halinde faillere on milyar liradan yirmi milyar liraya kadar ağır para cezası; yayınlanan cevap veya düzeltmenin 19 uncu maddedeki şekil ve şartlara uygun olmaması halinde ise faillere beş milyar liradan on milyar liraya kadar ağır para cezası verilir.

Cevap veya düzeltmenin 19 uncu maddedeki şekil ve şartlara uygun olarak yeniden yayınlanmasına dair sözü edilen maddenin (VI) numaralı fıkrasına göre verilmiş hâkim kararına rağmen, neşirden imtina olunması veya tekrar yayınlanan cevap veya düzeltmede yeniden 19 uncu maddedeki şekil ve şartlara uyulmaması halinde, failler hakkında elli milyar liradan yüzelli milyar liraya kadar ağır para cezasına hükmolunur.

19 uncu maddenin (IV) numaralı fıkrasına ve (VI) numaralı fıkrasının dördüncü paragrafına göre cevap veya düzeltmeyi yayınlama mecburiyetinin doğduğu tarihten itibaren yayının geciktiği her sayı için faile ayrıca; günlük mevkutelerde beşyüz milyon lira, diğer mevkutelerde üç milyar lira ağır para cezası da verilir.

Bu maddeye göre verilen para cezaları ertelenemez.

Yukarıdaki fıkralarda belirtilen fiillerin aynı yıl içinde tekerrürü halinde, öngörülen para cezaları iki misli olarak uygulanır.

MADDE 24. — 5680 sayılı Kanunun 41 inci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 41.- Bu Kanunun uygulanmasında yapılacak tebligat, ilgilinin yeni adresini bildirmeden veya eksik veya yanlış bildirerek ayrılması halinde mevkutenin idare yeri veya son sahibi veya sorumlu müdürüne yapılmakla geçerli sayılır.

MADDE 25. — 5680 sayılı Kanunun 21 inci maddesinin birinci fıkrasındaki "onbin liradan otuzbin liraya" ibaresi, "on milyar liradan otuz milyar liraya", ikinci fıkrasındaki "yirmibin liradan altmışbin liraya" ibaresi "yirmi milyar liradan altmış milyar liraya"; 22 nci maddesinde geçen "yirmibin liradan ellibin liraya" ibaresi, "yirmi milyar liradan yüz milyar liraya"; 23 üncü maddesindeki "100 liradan 500 liraya" ibaresi "on milyar liradan elli milyar liraya"; 24 üncü maddesindeki "yirmibin liradan ellibin liraya" ibaresi "otuz milyar liradan yüz milyar liraya"; 25 inci maddesindeki "yüzellibin liradan" ibaresi "onbeş milyar liradan"; 26 ncı maddesindeki "yirmibin liradan ellibin liraya" ibaresi "elli milyar liradan yüz milyar liraya"; 28 inci maddesindeki "yirmibin liradan ellibin liraya" ibaresi "yirmi milyar liradan yüz milyar liraya"; 30 uncu maddesindeki "1 000 liradan 10 000 liraya" ibaresi "yirmi milyar liradan yüz milyar liraya"; 31 inci maddesindeki "ellibin liradan yüzbin liraya" ibaresi "elli milyar liradan yüz milyar liraya"; 32 nci maddesindeki "100 liradan 1 000 liraya" ibaresi "beş milyar liradan yirmi milyar liraya"; 33 üncü maddesindeki "on milyon liradan otuz milyon liraya" ibaresi "on milyar liradan otuz milyar liraya"; 34 üncü maddesindeki "1 000 liradan 10 000 liraya" ibaresi "bir milyar liradan on milyar liraya" şeklinde değiştirilmiştir.

MADDE 26. — 5680 sayılı Kanuna aşağıdaki ek madde eklenmiştir.

EK MADDE 9. — Bu Kanunun yalan haber, hakaret ve benzeri fiillerden doğacak maddî ve manevî zararlarla ilgili hükümleri, bilişim teknolojileri ve internet ortamında sayfa açılması veya elektronik gazete, elektronik bülten vb. suretiyle yayınlanan her türlü yazı, resim, işaret, sesli veya sessiz görüntü ve benzerleri hakkında da uygulanır.

MADDE 27. — 5680 sayılı Kanuna aşağıdaki ek madde eklenmiştir.

EK MADDE 10. — Bu Kanun kapsamında verilen para cezaları ve tazminatlar, bölgesel yayın yapan kuruluşlarda yarısına kadar, yerel yayın yapan kuruluşlarda 1/3'üne kadar indirilebilir.

MADDE 28. — 31.12.1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 41 inci maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki bent eklenmiştir.

9. Basın yoluyla işlenen fiillerden veya radyo ve televizyon yayınlarından doğacak maddî ve manevî zararlardan dolayı ödenen tazminat giderleri.

MADDE 29. — 3.6.1949 tarihli ve 5422 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 15 inci maddesine aşağıdaki bent eklenmiştir.

14. Basın yoluyla işlenen fiillerden veya radyo ve televizyon yayınlarından doğacak maddî ve manevî zararlardan dolayı ödenen tazminat giderleri.

GEÇİCİ MADDE 1. — Halen görevde bulunan; Üst Kurul üyeleri, bu Kanuna göre seçilecek yeni Üst Kurul üyelerinin seçim sonucunun, TRT Genel Müdürü ise yeni Üst Kurul tarafından aday gösterilenler arasından Bakanlar Kurulunca yapılacak atama sonucunun Resmî Gazetede yayımlanması tarihlerine kadar görevlerine devam ederler.

GEÇİCİ MADDE 2. — Bu Kanun uyarınca yürürlüğe konulması gereken yönetmelikler ile mevcut yönetmeliklerin bu Kanuna aykırı olan hükümlerine ilişkin değişiklikleri, bu Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren üç ay içinde hazırlanır ve yürürlüğe konulur. Bu yönetmelikler yürürlüğe konuluncaya kadar bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte mevcut yönetmelik, talimat ve esasların bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasına devam olunur.

İzlenme oranlarının hesaplanma şekli, tespiti ve yayınlanma esasları Üst Kurul tarafından Üst Kurul üyelerinin seçim sonucunun Resmî Gazetede yayımından itibaren üç ay içinde çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

GEÇİCİ MADDE 3. — 3984 sayılı Kanuna göre Üst Kurul tarafından yaptırılan ulusal radyo ve televizyon frekans plânları, bir hafta içinde Telekomünikasyon Kurumuna devredilir. Telekomünikasyon Kurumu, ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yaparak plânları inceler, gerekirse değiştirir ve dört ay içinde Haberleşme Yüksek Kuruluna sunar. Haberleşme Yüksek Kurulu işi en geç altı ay içinde sonuca bağlar ve evrakı RTÜK'e ulaştırır.

GEÇİCİ MADDE 4. — Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilecek beş üyesi, siyasî parti gruplarınca Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı oluşum formülüne göre belirlenecek kontenjan doğrultusunda Türkiye Büyük Millet Meclisi

Başkanlığına, Bakanlar Kurulunca seçilecek üye adayları ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından Başbakanlığa bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren bir ay içinde bildirilir. Siyasî parti gruplarınca gösterilen adayların; Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca işaret oyuyla ayrı ayrı oylanmaları suretiyle seçimleri yapılır. Seçilemeyen adaylar yerine ilgili siyasî parti gruplarınca yeni adaylar bildirilir.

MADDE 30. — Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

MADDE 31. — Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.



EK 2. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun

RADYO VE TELEVİZYONLARIN KURULUŞ VE YAYIN HİZMETLERİ HAKKINDA KANUN

Kanun Numarası : 6112

Kabul Tarihi : 15/2/2011

Yayımlandığı Resmî Gazete : Tarih : 3/3/2011

Sayı : 27863

Yayımlandığı Düstur

: Tertip : 5

Cilt : 50

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Kanunun amacı; radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün sağlanması, medya hizmet sağlayıcılarının idarî, malî ve teknik yapıları ve yükümlülükleri ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluşu, teşkilâtı, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Kanun, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalgalar veya diğer yollarla yapılan radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleriyle ilgili hususları kapsar. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılar, ikinci fıkra gereğince Türkiye’de yerleşik kabul edilenler ile üçüncü ve dördüncü fıkra hükümlerine tabi olanlardır.¹ (2) Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Medya hizmet sağlayıcı, şirket merkezinin Türkiye’de bulunması ve yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararların Türkiye sınırları içinde alınıyor olması durumunda Türkiye’de yerleşik kabul edilir.
- b) Medya hizmet sağlayıcının şirket merkezinin Türkiye’de bulunmasına rağmen, yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararların Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf başka bir ülkede alınması ya da yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararlar Türkiye’de alınmakla birlikte şirket merkezinin anılan Sözleşmeye taraf başka bir ülkede bulunması durumunda medya hizmet sağlayıcı, yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının bulunduğu ülkede yerleşik kabul edilir. Ancak,
- 1) Yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücü her iki ülkede de bulunmakla birlikte, hangi ülkede daha yoğun olarak çalışıldığının tespit edilemediği durumlarda medya hizmet sağlayıcı, şirket merkezinin bulunduğu ülkede yerleşik kabul edilir.

¹ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK’nin 58 inci maddesiyle, bu fıkranın ikinci cümlesine “üçüncü” ibaresinden sonra “ve dördüncü” ibaresi eklenmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 48 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

- 2) Yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının, her iki ülkede de yoğun olarak faaliyet göstermediği durumlarda medya hizmet sağlayıcı, faaliyetine Türkiye’de daha önce başlamış olması ve Türkiye ekonomisi ile istikrarlı ve etkili bir bağlantısının bulunması hâlinde Türkiye’de yerleşik kabul edilir.
- c) Bir medya hizmet sağlayıcının şirket merkezi Türkiye’de bulunmakla birlikte, yayın hizmeti faaliyetine ilişkin editoryal kararların Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olmayan bir ülkede alınması ya da yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararlar Türkiye’de alınmakla birlikte şirket merkezinin anılan Sözleşmeye taraf olmayan üçüncü bir ülkede bulunması durumunda medya hizmet sağlayıcı, yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının Türkiye’de bulunması hâlinde Türkiye’de yerleşik kabul edilir.
- 3) İkinci fıkra hükümlerinin uygulanmadığı durumlarda;
- Türkiye sınırları içinde konuşlandırılmış uydu bağlantısını kullanan medya hizmet sağlayıcılar,
 - Türkiye sınırları içinde konuşlandırılmış uydu bağlantısını kullanmamalarına rağmen, Türkiye’ye ait uydular üzerinde kapasite kullanan medya hizmet sağlayıcılar, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında kabul edilir.

(4) (Ek: 17/4/2017-KHK-690/58 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/48 md.)

Türkiye’ye ait uydular üzerinden Türkçe olarak Türkiye’ye yönelik yayın yapan veya yayın dili Türkçe olmamakla birlikte Türkiye’ye yönelik ticari iletişim yayınlarına yer veren yayın kuruluşları, bu maddenin diğer fıkralarına bakılmaksızın Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında kabul edilir. Bu kuruluşların da Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki kuruluşlar gibi Üst Kuruldan yayın lisansı alması zorunludur.

Tanımlar

MADDE 3 – (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

- Altyapı işletmecisi: Yayın hizmeti iletim altyapısını işleten kuruluşu,
- Analog yayın: Analog modülasyon tekniği kullanılarak kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yapılan yayın hizmetlerini,
- Avrupa eserleri: Yapımı veya ortak yapımı Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf devletler ve Avrupa Birliğine üye devletlerde yerleşik gerçek veya tüzel kişiler tarafından gerçekleştirilen görsel-işitsel eserleri,
- Bağımsız yapımcı: Serbestçe program üretme ve bu programları dağıtma hakkı bulunan, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun kayıtlı çalışanı olmayan ve ürettiği programlar üzerinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşa devrettiği sınırlı süre dışında, 5/12/1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında belirtilen haklara sahip gerçek veya tüzel kişileri,
- Başkan: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanını,
- Bölgesel yayın: Bir coğrafi bölge içindeki illerin toplam nüfusunun asgari yüzde yetmişine ve Üst Kurulca coğrafi bölge içinde belirlenen illere ulaştırılan yayın hizmetini,
- Editoryal sorumluluk: Programların içeriği ve seçimi ile radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde bir yayın akış çizelgesi, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ise bir katalog içinde sunulmasına ilişkin düzenleme ve kontrol yetkisine sahip olmayı,

- g) Gizli ticarî iletişim: Medya hizmet sağlayıcı tarafından reklam yapmak maksadıyla veya kamuyu yönlendirebilecek şekilde; mal veya hizmet üreticisinin faaliyetinin, ticarî markasının, adının, hizmetinin ve ürününün reklam kuşakları dışında ve reklam yapıldığına ilişkin açıklayıcı bir ses veya görüntü bulunmaksızın programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılmasını,
- ğ) İletim: Yayın hizmetlerinin ilk olarak sağlanması,
- h) İsteğe bağlı yayın hizmeti: Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmetini,
- ı) Kablo ortamı: Yayın hizmetinin her türlü kablo altyapısı üzerinden abonelere iletildiği ortamı,
- i) Karasal ortam: Yayın hizmetinin karasal verici sistemleri vasıtasıyla alıcılara iletildiği ortamı,
- j) Koruyucu sembol: Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri,
- k) Logo/çağrı işareti: Medya hizmet sağlayıcılarının Üst Kurul ve ilgili kurumlara tescil ettirmek zorunda oldukları hizmet adının veya bu adın harf veya sözcüklerinin blok hâlinde grafik tasvirini veya sesli duyurusunu,
- l) Medya hizmet sağlayıcı: Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti içeriğinin seçiminde editöryal sorumluluğu bulunan ve bu hizmetin düzenlenme ve yayınlanma biçimine karar veren tüzel kişiyi,
- m) Multipleks: Çok sayıda karasal yayın hizmetinin bir veya birden çok sinyal hâline gelecek şekilde birleştirilmesi yöntemini,
- n) Multipleks işletmecisi: Karasal ortamdan sunulacak birden fazla yayın hizmetinin, bir veya birden çok sinyal hâline gelecek şekilde birleştirilerek, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile altyapı işletmecisi veya verici tesis ve işletim şirketi arasında iletimini sağlayan kuruluşu,
- o) Multipleks kapasitesi: VHF, UHF veya FM radyo frekans bantlarında, karasal televizyon veya radyo yayınları için kullanılan multipleksin içinden bir sayısal yayının iletimi için ayrılan kapasiteyi,
- ö) Önemli olaylar: Toplum için büyük önem taşıdığı kabul edilen ve ülkenin geneline ücretsiz ve şifresiz yayın yapan televizyonlardan canlı olarak veya nesnel nedenlere bağlı olmak kaydıyla banttan yayınlanan, münhasır haklara konu olan spor ve kültür olaylarını,
- p) Platform işletmecisi: Çok sayıda yayın hizmetini bir veya birden fazla sinyal hâline getirerek uydu, kablo ve benzeri ortamlardan şifreli ve/veya şifresiz olarak izleyicinin doğrudan alacağı şekilde iletimini sağlayan kuruluşu,
- r) Program: Bir medya hizmet sağlayıcı tarafından hazırlanan bir yayın akış çizelgesi veya katalog içinde yer alan bir dizi görsel ve/veya işitsel unsurun oluşturduğu tek bir bütünü,
- s) Program destekleme: Yayın hizmetinin sağlanmasıyla veya görsel-işitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkıyı,
- ş) Radyo ve televizyon reklamı: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere mal veya hizmetlerin teminini teşvik etmek, bir amaç veya düşünceyi yaymak veya başka etkileri oluşturmak amacıyla ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı gerçek ve tüzel kişi tarafından, bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yapılan her türlü duyuru veya öz tanıtım yayını,
- t) Radyo yayın hizmeti: Karasal, kablo, uydu ve diğer yayın ortamları üzerinden yapılan ve bireysel iletişim hizmetlerini kapsamayan ses ve veri yayını,
- u) Sayısal yayın: Sayısal kodlama ve modülasyon tekniği kullanılarak kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yapılan yayın hizmetini,

- ü) Tele-alışveriş: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere, mal veya hizmetlerin bir ücret karşılığında temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayını,
- v) Televizyon yayın hizmeti: Programların bir yayın akış çizelgesine dayalı olarak eş zamanlı izlenebilmesi amacıyla bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan şifreli veya şifresiz görsel-işitsel yayın hizmetini,
- y) Tematik yayın: Günlük yayın süresinin en az yüzde yetmişini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, tarih, spor, müzik, sinema, dizi film, pazarlama veya benzeri konularda olmak üzere sadece belli bir türe veya genel izleyici kitlesi dışında belli bir izleyici kesimini hedef alan programlara ayıran yayını,
- z) Ticarî iletişim: Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesini, aa) Ulusal yayın: Ülke nüfusunun asgarî yüzde yetmişine ve Üst Kurulca belirlenen yerleşim yerlerine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmetini, bb) Uydu ortamı: Yayın hizmetinin uydu kapasitesi vasıtasıyla alıcılara iletiildiği ortamı, cc) Ürün yerleştirme: Bir ürün, hizmet veya ticarî markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde gösterildiği her tür ticarî iletişimi, çç) Üst Kurul: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunu,
- dd) Verici tesis ve işletim şirketi: Karasal ortamdan yayın yapmak üzere lisans alan medya hizmet sağlayıcılarının yayınlarının karasal verici istasyonlarından iletimini sağlamak için gerekli tesisleri kuran ve/veya işleten kuruluşu,² ee) Yayıncı: Televizyon ve/veya radyo yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcıyı,
- ² 2/1/2017 tarihli ve 687 sayılı KHK'nin 7 nci maddesiyle, bu bentte yer alan "kuran ve işleten" ibaresi "kuran ve/veya işleten" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7076 sayılı Kanunun 7 nci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.
- ff) Yayın hizmeti: Medya hizmet sağlayıcının editoryal sorumluluğu altında ve temel amacı kamuoyunu bilgilendirmek, eğlendirmek veya eğitmek üzere elektronik iletişim şebekeleri yoluyla program sunmak olan, bireysel iletişim hariç olmak üzere, televizyon yayın hizmeti, isteğe bağlı yayın hizmeti ve ticarî iletişim ile radyo yayın hizmetini, gg) Yayın hizmeti iletim altyapısı: Karasal, uydu, kablo ve benzeri ortamlardan yayın hizmetlerinin iletiminde kullanılan sistem ve tesisleri, ğğ) Yayın iletim yetkisi: Multipleks, platform ve altyapı işletmecisi kuruluşlar ile verici tesis ve işletim şirketine radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini iletebilmeleri için Üst Kurulca verilen yetkilendirme belgesini, hh) Yayın lisansı: Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, bu Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmelik ve diğer düzenlemelerde belirtilen şartları haiz oldukları takdirde kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan her türlü teknoloji ile yayın yapabilmeleri için her bir yayın türü, tekniği ve ortamına ilişkin olarak ayrı ayrı olmak üzere
- Üst Kurulca verilen izin belgesini, ıı) Yayın ortamı: Kablo, uydu, karasal ve benzeri iletim ortamlarını,
- ii) Yeniden iletim: Bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan yayın hizmetinin bütününün veya büyük bir bölümünün, kullanılan teknik araç ne olursa olsun alınmasını ve eş zamanlı olarak değişiklik yapılmadan iletilmesini, jj) Yerel yayın: En fazla bir ilin sınırları içine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmetini, ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM Genel Esaslar Yeniden iletim

MADDE 4 – (1) Yayın hizmetlerinin alımı ve yeniden iletimi serbesttir. Yeniden iletim, ancak Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası sözleşmelerin ilgili hükümleri çerçevesinde sınırlandırılabilir.

(2) Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşun aynı yayın hizmetini uydu, kablo ve karasal gibi farklı ortamlardan değişiklik yapmaksızın eş zamanlı olarak iletmesi yeniden iletim olarak kabul edilmez.

(3) 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla yeniden iletimin usul ve esasları Üst Kurulca yönetmelikle düzenlenir.

Yayın dili

MADDE 5 – (1) Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır. Bu yayınlara ilişkin usul ve esaslar Üst Kurulca yönetmelikle belirlenir.

Medya hizmet sağlayıcının bağımsızlığı ve sorumluluğu

MADDE 6 – (1) Yayın hizmetlerinin içeriğine ve yayınlanmasına önceden müdahale edilemez ve yayınların içeriği önceden denetlenemez.

- (2) Bu Kanunda, diğer kanunlarda ve Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası mevzuatta yer alan hükümler ile Üst Kurul tarafından bu hükümlerin uygulanmasına yönelik yürürlüğe konulan düzenleyici işlemler müdahale sayılmaz.
- (3) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerinin kendileri, hisse sahipleri ve üçüncü derece dâhil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımları ile bir başka gerçek ve tüzel kişinin haksız çıkarları doğrultusunda kullanılmamasını sağlamak zorundadır.
- (4) Medya hizmet sağlayıcılar, ticarî iletişim ile üçüncü şahıslar tarafından üretilenler de dâhil olmak üzere, yayınlanan tüm yayın hizmetlerinin içeriğinden ve sunumundan sorumludur.
- (5) Medya hizmet sağlayıcılar, yönetmelikle belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde künye, iletişim ve adres bilgileri ile kayıtlı elektronik posta adresini izleyici temsilcisinin adını ve iletişim bilgilerini Üst Kurula bildirmek ve internet sitelerinde yayınlamak zorundadır.³
- (6) Medya hizmet sağlayıcılar, sinematografik eserleri hak sahibiyle anlaşılan süre dışında yayınlamaz.

Olağanüstü dönemlerde yayınlar⁴

MADDE 7 – (1) Savaşlar, terör amaçlı saldırılar, doğal afetler ve benzeri olağanüstü durumların ortaya çıkardığı kriz zamanlarında da ifade ve haber alma özgürlüğü esas olup, yayın hizmetleri önceden denetlenemez ve yargı kararları saklı kalmak kaydıyla durdurulamaz. Ancak, millî güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hâllerde yahut kamu düzeninin ciddi şekilde bozulmasının kuvvetle muhtemel olduğu durumlarda, Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakan geçici yayın yasağı getirebilir.

- (2) Medya hizmet sağlayıcı, Cumhurbaşkanının (...) ⁽⁴⁾; millî güvenliğin, kamu düzeninin, genel sağlığın ve genel ahlakın gerekleriyle ilgili bildirimlerini, bildirinin ulaştığı gün saat 23:30'a kadar yayınlamakla yükümlüdür.
- (3) Birinci ve ikinci fıkralar uyarınca alınacak kararlar aleyhine açılacak iptal davaları doğrudan Danıştayda açılır. Danıştay bu davalara öncelikle bakar ve karara bağlar, yürütmeyi durdurma talepleri hakkında kırksekiz saat içerisinde karar verir.

³ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 59 uncu maddesiyle, bu fıkrafta yer alan "künye bilgilerini, iletişim adresini" ibaresi "künye, iletişim ve adres bilgileri ile kayıtlı elektronik posta adresini" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 49 uncu maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

⁴ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu maddenin birinci fıkrasında yer alan "Başbakan veya görevlendireceği bakan" ibaresi "Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakan" şeklinde değiştirilmiş, ikinci fıkrasında yer alan "veya Hükümetin" ibaresi yürürlükten kaldırılmıştır.

(4) (Ek: 2/1/2017-KHK-680/17 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/16 md.) Bu madde ile 9/6/2004 tarihli ve 5187 sayılı Basın Kanunu uyarınca getirilen yayın yasa ve kısıtlamalarına aykırı olarak yayın yapılması hâlinde, Üst Kurul tarafından medya hizmet sağlayıcı kuruluşun programlarının yayını bir gün durdurulur ve bu halde 32 nci maddenin dördüncü fıkrası uygulanır. Bir yıl içinde; aykırılığın tekrarı halinde medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayınlarının beş güne kadar, ikinci kez tekrar edilmesi halinde onbeş güne kadar durdurulmasına, üçüncü kez tekrar edilmesi halinde ise yayının lisansının iptaline karar verilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM Yayın Hizmeti İlkeleri Yayın hizmeti ilkeleri

MADDE 8 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkra da yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

- a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılaplarına aykırı olamaz.
- b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.
- c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.
- ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.
- d) Terörü övmez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. **(Mülga ikinci cümle: 2/1/2017-KHK-680/18 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/17 md.) (...)**
- e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.⁵
- f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.
- g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.
- ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.⁶
- h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.
- ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.

⁵ 25/4/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1 inci maddesiyle, bu bentte yer alan “özürlülük” ibaresi “engellilik” şeklinde değiştirilmiştir.

⁶ 25/4/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1 inci maddesiyle, bu bentte yer alan “özürlülere” ibaresi “engellilere” şeklinde değiştirilmiştir.

- i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.
- j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.
- k) Siyasî partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz.
- l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.
- m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzensiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.
- n)) Müstehcen olamaz.
- o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.
- p) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.
- q) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.
- r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.
- s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden vekadını istismar eden programlar içeremez.
- ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.
- t) **(Ek: 2/1/2017-KHK-680/18 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/17 md.)** Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet edecek sonuçlar doğuracak şekilde sunamaz.
- (2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz.⁷
- (3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.
- (4) **(Ek: 17/4/2017-KHK-690/60 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/50 md.)** Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, arkadaş bulma amacıyla kişilerin tanıştırıldığı ve/veya buluşturulduğu türden programlara, takviye edici gıdalar ve benzeri destekleyici ürünler de dâhil olmak üzere herhangi bir ürünün ilgili mevzuatına aykırı olarak sağlık beyanıyla satışına, pazarlanmasına ve/veya reklamına, sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hatlarının ve hizmetlerinin

⁷ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 60 ncı maddesiyle, bu fıkrafta yer alan "koruyucu sembol kullanılmadan" ibaresi "koruyucu sembol kullanılsa dahi" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 50 nci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

tanıtımına yer verilemez. Katma değerli elektronik haberleşme hizmet numaraları, yerel aranır numaralar, benzeri özel içerikli hizmetlere ilişkin numaralar ile özel ücrete tabi diğer sabit ve mobil numaralar kullanılmak suretiyle, izleyici ve dinleyicileri yanıltıcı ve/veya haksız kazanca neden olacak şekilde yarışma, çekiliş, lotarya ve benzeri adlar altında ödül ve ikramiye taahhüt edilemez ve bu yöntemle ürün tanıtımı, satış ve pazarlaması yapılamaz.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM Yayın Hizmetlerinde Ticarî İletişim Genel esaslar

MADDE 9 – (1) Ticarî iletişim, yayın hizmetinin diğer unsurlarından görsel ve işitsel olarak kolayca ayırt edilebilir olmak zorundadır.

- (2) Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz.
- (3) Gizli ticarî iletişime izin verilemez.
- (4) Haber bülteni ve haber programlarını düzenli olarak sunan kişilerin görüntü veya seslerine ticarî iletişimlerde yer verilemez.
- (5) Ticarî iletişim, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve program içeriğini etkileyecek şekilde kullanılamaz.
- (6) Ticarî iletişim, 8 inci maddede belirlenen esas ve ilkeler saklı kalmak kaydıyla;
 - a) Adalet, hakkaniyet ve dürüstlük ilkelerine uygun olmak,
 - b) Cinsiyet, ırk, renk veya etnik köken, tabiiyet, din, felsefî inanç veya siyasî düşünce, engellilik, yaş ve herhangi bir ayrımcılığı içermemek veya teşvik etmemek,⁸
 - c) Yanıltıcı olmamak ve tüketicinin çıkarlarına zarar vermemek,
- ç) Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek,
- d) Kadınların istismarına yönelik olmamak,
- e) Sağlık, çevre ve güvenliğe zarar verecek davranışa teşvik etmemek, zorundadır.
- (7) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yer verilemez.
- (8) Ticarî iletişim yayınlarının ses seviyesi diğer yayın bölümleri ile aynı seviyede olmak zorundadır.

⁸ 25/4/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1 inci maddesiyle, bu bentte yer alan “özürlülük” ibaresi “engellilik” şeklinde değiştirilmiştir.

Televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklam ve tele-alışveriş

MADDE 10 – (1) Televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklamlar ile tele-alışveriş, sesli ve/veya görüntülü bir uyarıyla açıkça fark edilebilecek ve program hizmetinin diğer unsurlarından kolaylıkla ayırt edilebilecek biçimde düzenlenir.

(2) Tele-alışveriş yayınları hariç her türlü reklam yayınlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde yirmiye aşamaz.

(3) İkinci fıkrada belirtilen orana, program desteklemesi ve yayıncının kendi programlarının tanıtımlarına ayrılan süre ile ürün yerleştirme dâhil değildir. Program tanıtımlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde beşi aşamaz.

(4) İkinci fıkrada belirtilen süreden bağımsız olarak, sesli ve görüntülü bir uyarı ile açıkça belirtilerek, kesintisiz en az onbeş dakika süreyle tele-alışveriş yayını yapılabilir. Bu yayının süresi bir gün içinde toplam bir saati aşamaz.

(5) Ücretsiz yayınlanan ve Üst Kurul tarafından tavsiye edilen kamu hizmeti duyuruları reklam sürelerine dâhil edilmez.

(6) Reklam ve tele-alışveriş yayınları, programların arasına veya programın bütünlüğü, değeri ve hak sahiplerinin hakları zedelenmeyecek biçimde bir program içine yerleştirilebilir. Bağımsız bölümlerden oluşan programlarda veya devre araları içeren spor programları ve benzer yapıdaki olay ve gösteri programlarında, reklam ve tele-alışveriş yayınları bölüm veya devre aralarına yerleştirilir.

(7) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenleri ve çocuk programları, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde, her otuz dakikalık yayın süresi için bir kez olmak üzere reklam ve tele-alışverişle kesilebilir.

(8) Dinî tören yayını içine hiçbir şekilde reklam ve tele-alışveriş yayını yerleştirilemez.

(9) Münhasıran reklam, tele-alışveriş ve öz tanıtım yayınlarına ayrılmış televizyon ve radyo yayın hizmetlerine bu madde hükümleri uygulanmaz.

(10) Bu maddenin uygulanmasına ilişkin diğer hususlar Üst Kurulca yönetmelikle düzenlenir.

Belirli ürünlerin ticarî iletişimi

MADDE 11 – (1) Alkol ve tütün ürünleri için hiçbir şekilde ticarî iletişime izin verilemez.

(2) Reçeteye tabi ilaçlar ve tedaviler hakkında ticarî iletişim yapılamaz.

(3) Reçeteye tabi olmayan ilaçlar ve tedavilerin reklamları dürüstlük ilkesi çerçevesinde, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak şekilde hazırlanır.

(4) İlaçlar ve tıbbi tedaviler için tele-alışverişe izin verilemez.

Program desteklemesi

MADDE 12 – (1) Bir program tamamen veya kısmen destek görmüşse, bu husus programın başında, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta ve programın sonunda uygun ibarelerle belirtilir. Program tanıtımlarında programı destekleyene atıfta bulunulamaz.

(2) Desteklenen programlarda, destek verene veya üçüncü bir kişiye ait mal ve hizmetlere atıfta bulunulamaz ve bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilemez.

(3) Programlar, ticarî iletişimi yasaklanmış olan mal ve hizmetlerin üretimi veya satışıyla iştigal eden gerçek ve tüzel kişilerce desteklenemez. Tıbbi ürünleri üreten, pazarlayan veya satan ya da tıbbi tedavileri pazarlayan veya sunan gerçek ve tüzel kişilerin program desteklemesinde bulunması hâlinde, gerçek ve tüzel kişilerin ismi, markası, logosu veya imajı program desteklemesinde kullanılabilir; ancak gerçek ve tüzel kişilerin üretim veya satışını yaptığı reçeteye tabi tıbbi ürünler veya tıbbi tedaviler kullanılamaz.

(4) Haber bülteni ve dinî tören yayınlarında program desteklemesine izin verilemez.

(5) Program desteklemesinin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez. Programın başında, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta ve programın sonunda program desteklemesi yapıldığı belirtilirken, programı destekleyen ürün veya hizmetlerinin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürün veya hizmetlere aşırı vurgu yapılamaz.

Ürün yerleştirme

MADDE 13 – (1) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programları haricinde, yayınlarda ürün yerleştirmeye yönelik uygulamalara yer verilemez. Ürün yerleştirme uygulamaları ticarî iletişimle ilgili düzenlemelere tabidir.

(2) Üst Kurul tarafından belirlenecek şartlarda, belirli mal ve hizmetlerin ücretsiz olarak program içine dâhil edildiği durumlarda da ürün yerleştirmeye izin verilebilir.

(3) Ürün yerleştirmenin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez. Ürün yerleştirmede, ürün veya hizmetlerin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürüne aşırı vurgu yapılamaz. İzleyiciler, programın başında, sonunda ve reklam arası sonrasında program başladığında, ürün yerleştirmenin varlığı hakkında açıkça bilgilendirilir.

(4) Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî programlarda ürün yerleştirmeye izin verilmez.

(5) Ticarî iletişimi yasaklanmış ürünlerin ürün yerleştirmede kullanılmasına izin verilmez.

BEŞİNCİ BÖLÜM Yayın Hizmeti İçeriği Genel ve tematik yayın

MADDE 14 – (1) Yayın hizmetlerinde, genel veya tematik içerikli yayın yapılabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar yayın lisansı başvurusu sırasında yayınlarının türünü Üst Kurula yazılı olarak bildirir. Üst Kurul tarafından bu kuruluşlara verilecek yayın lisans belgesinde yayının türü açıkça belirtilir.

(2) Yayın hizmetlerinin Üst Kurula bildirilen türde ve seçilen dilde yapılması zorunludur. Yayın türü talep üzerine Üst Kurulun izniyle değiştirilebilir. Yayın türünün değiştirilmesine ilişkin şartlar Üst Kurulca belirlenir. Lisans belgesinde belirtilen türe uygun yayın yapmayan kuruluş yayın lisansı şartlarını ihlâl etmiş sayılır.

(3) Genel ve tematik içerikli yayın yapan televizyon kuruluşlarının, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer vermeleri hâlinde, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur. Çocuk yayınlarının yayınlanma saatleri ve sürelerine yönelik istatistiksel veriler ile üretim yerine ilişkin bilgiler aylık dökümler hâlinde Üst Kurula bildirilir.

(4) Radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında belirli oran ve saatlerde Türk halk ve Türk sanat müziği programlarına yer vermek zorundadır. Bu programların oran ve yayınlanma zamanı ile ilgili esaslar Üst Kurulca belirlenir.

(5) **(Ek:2/7/2018-KHK-703/164 md.)** Radyo ve televizyonlar ayda en az doksan dakika gıda güvenliği, gıda güvenilirliği, bitki ve hayvan sağlığı ile toprak koruma, iş sağlığı ve güvenliği, ekonomide ve çalışma hayatında kayıt dışılığın önlenmesi, sosyal güvenlik, işçi ve işveren ilişkileri, vergiye gönüllü uyumun sağlanması ve vergi bilincinin artırılması, halk sağlığının korunması ve geliştirilmesi, hastalık risklerinin azaltılması ve önlenmesi ile teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetlerinin daha verimli kullanılabilmesi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklar ile mücadele, trafik ve yol güvenliği, suçun önlenmesi, afet yönetimi, nüfus hizmetleri, göç yönetimi ve düzensiz göçle mücadele gibi konularda uyarıcı ve eğitici mahiyette yayınlar yapmak zorundadır. Bu yayınların, oran ve yayınlanma zamanı ile ilgili esaslar Üst Kurulca belirlenir. Bu programlar, Üst Kurul, ilgili bakanlık ve ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşları ile bilimsel kuruluşlar, kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşları veya sivil toplum kuruluşları tarafından hazırlanır veya hazırlatılır. Hazırlanan programların, ilgili Bakanlığın olumlu görüşü alındıktan sonra Üst Kurul tarafından radyo ve televizyonlarda yayınlanması sağlanır.⁹¹⁰

⁹ 6/12/2019 tarihli ve 7196 sayılı Kanunun 64 üncü maddesiyle bu fıkra “daha verimli kullanılabilmesi” ibaresinden sonra gelmek üzere “, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklar ile mücadele, trafik ve yol güvenliği, suçun önlenmesi, afet yönetimi, nüfus hizmetleri, göç yönetimi ve düzensiz göçle mücadele” ibaresi eklenmiştir.

¹⁰ 8/4/2022 tarihli ve 7394 sayılı Kanunun 29 uncu maddesiyle bu fıkra “iş sağlığı ve güvenliği,” ibaresinden sonra gelmek üzere “ekonomide ve” ibaresi ile “işçi ve işveren ilişkileri,” ibaresinden

(6) **(Ek: 2/7/2018-KHK-703/164 md.)** Bu madde kapsamında yapılan yayınlar için herhangi bir bedel ödenmez. Bu yayınların ve sürelerinin denetimi Üst Kurulca yapılır.

Avrupa eserleri

MADDE 15 – (1) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncılarının;

a) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin en az yüzde ellisini Avrupa eserlerine,

b) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin veya program bütçesinin yüzde onunu bağımsız yapımcıların ürettiği Avrupa eserlerine, ayrılmaları zorunludur.

(2) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşların Avrupa eserlerinin yapımına ve erişimine destek vermelerini teşvik edecek usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

Kısa gösterim hakkı

MADDE 16 – (1) Kamuoyu için büyük önem taşıyan olayların münhasır yayın haklarına sahip televizyon yayıncıları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında, diğer yayıncılara âdil, makul ve eşitlikçi bir temelde bedeli karşılığında kısa gösterim hakkı sağlamak zorundadır.

(2) Münhasır yayın hakkına konu olaylara erişim hakkı talep eden diğer televizyon yayıncılarına, kısa gösterimleri serbest bir biçimde seçme hakkı tanınır.

(3) Kısa gösterimler, kaynağını belirtmek suretiyle sadece haber programları içinde doksan saniyeyi geçmeyecek şekilde kullanılır ve isteğe bağlı medya hizmetlerinde ise sadece aynı programın aynı medya hizmet sağlayıcı tarafından banttan verilmesi durumunda uygulanır.

(4) Bu maddenin uygulanmasıyla ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Kamunun önemli olaylara erişimi

MADDE 17 – (1) Üst Kurul, toplum için büyük önem arz eden ulusal ve uluslararası olayları; ülke geneline şifresiz ve ücretsiz yayın yapan televizyon kanallarından canlı veya banttan yayınlanmasını temin etmek amacıyla, konuyla ilgili diğer kurumların görüşlerini de almak suretiyle bir önemli olaylar listesi hazırlayarak ilân eder. Önemli olaylar listesi Üst Kurulca aynı usulle güncellenebilir.

(2) Önemli olayları yayınlayacak televizyon yayıncıları, önemli olaylar listesinde yer alan olayların ülke geneline şifresiz ve ücretsiz olarak yayınlanmasını sağlar.

(3) Televizyon yayıncıları, ayrıca Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf başka bir ülkenin listesinde yer alan önemli olaylarla ilgili münhasır haklarını, söz konusu

sonra gelmek üzere “vergiye gönüllü uyumun sağlanması ve vergi bilincinin artırılması,” ibaresi eklenmiştir.

ülke vatandaşlarının önemli bir kesimi tarafından izlenmesini engelleyecek şekilde kullanamaz.

(4) Kamunun önemli olaylara erişimi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

Düzeltilme ve cevap hakkı

MADDE 18 – (1) Gerçek ve tüzel kişiler, kendileri hakkında şeref ve haysiyetlerini ihlâl edici veya gerçeğe aykırı yayın yapılması hâlinde, yayın tarihinden itibaren altmış gün içinde, üçüncü kişilerin hukuken korunan menfaatlerine aykırı olmamak ve suç unsuru içermemek kaydıyla, düzeltme ve cevap yazısını ilgili medya hizmet sağlayıcıya gönderir. Medya hizmet sağlayıcılar, hiçbir düzeltme ve ekleme yapmaksızın, yazıyı aldığı tarihten itibaren en geç yedi gün içinde, cevap ve düzeltmeye konu yayının yapıldığı saatte ve programda, izleyiciler tarafından kolaylıkla takip edilebilecek ve açıkça anlaşılabilir biçimde düzeltme ve cevabı yayınlar. Düzeltme ve cevap hakkı doğuran programın yayından kaldırıldığı veya yayınına ara verildiği durumlarda, düzeltme ve cevap hakkı, yedi günlük süre içinde anılan programın yayın saatinde kullanılır. Düzeltme ve cevaba, buna neden olan yayın belirtilir.

(2) Düzeltme ve cevabın birinci fıkrada belirtilen süre içinde yayınlanmaması hâlinde bu sürenin bitiminden; birinci fıkra hükümlerine aykırı şekilde yayınlanması hâlinde düzeltme ve cevabın yayınlandığı tarihten itibaren on gün içinde ilgili kişi, mahkemeden cevap ve düzeltmenin birinci fıkra hükümlerine uygun olarak yayınlanmasına karar verilmesini isteyebilir. Yetkili ve görevli mahkeme; başvuru sahibinin ikamet ettiği yerdeki sulh ceza mahkemesi, başvuru sahibinin yurt dışında ikamet etmesi hâlinde Ankara Sulh Ceza Mahkemesidir.

(3) Sulh ceza hâkimi, istemi üç gün içinde duruşma yapmaksızın karara bağlar. Bu karara karşı tebliğden itibaren yedi gün içinde yetkili asliye ceza mahkemesine itiraz edilebilir. Asliye ceza mahkemesi itirazı üç iş günü içinde inceleyerek kesin karara bağlar.

(4) Hâkim tarafından düzeltme ve cevabın yayınlanmasına karar verilmesi hâlinde, birinci fıkradaki yedi günlük süre, sulh ceza hâkiminin kararına itiraz edilmemişse kararın kesinleştiği tarihten; itiraz edilmişse asliye ceza mahkemesi kararının tebliği tarihinden itibaren başlar.

(5) Düzeltme ve cevap hakkına sahip olan kişinin bu hakkı kullanmadan ölmesi hâlinde, bu hak mirasçılardan biri tarafından kullanılabilir. Bu durumda, ölümün altmış günlük düzeltme ve cevap hakkı süresi içinde gerçekleşmiş olması kaydıyla, kalan düzeltme ve cevap hakkı süresine otuz gün ilâve edilir.

(6) Gerçek ve tüzel kişilerin kişilik haklarını ihlâl eden yayın hizmetlerinden doğan maddi ve manevi zarardan dolayı, medya hizmet sağlayıcı kuruluş ile birlikte programın yapımcısı müştereken ve müteselsilen sorumludur.

(7) İlgili kişi birinci fıkrada belirtilen cevap ve düzeltme hakkını, aynı süreler içinde doğrudan sulh ceza mahkemesinden isteyebilir.

ALTINCI BÖLÜM

Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşlar Kuruluş ve hisse oranları

MADDE 19 – (1) Özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların şirket yapıları ve hisse oranları ile ilgili uymaları gereken hususlar şunlardır:

a) Yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın lisansının verilmesinden sonra da ana sözleşmelerine bu maddedeki esaslara aykırı hükümler koyamazlar. Ana sözleşme değişiklikleri bir ay içinde Üst Kurula bildirilir.

b) Siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, (...) ¹¹ mahallî idareler ve bunlar tarafından kurulan veya bunların doğrudan veya dolaylı ortak oldukları şirketler ile sermaye piyasası kurumları ve bunlara doğrudan veya dolaylı ortak olan gerçek ve tüzel kişilere yayın lisansı verilemez. Bu kuruluşlar, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara doğrudan veya dolaylı ortak olamaz. ⁽¹⁰⁾

c) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların hisseleri nama yazılı olmak zorundadır. Herhangi bir kişi lehine intifa senedi ihdas edilemez.

ç) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, 28/7/1981 tarihli ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat çerçevesinde sermaye piyasası araçlarını ihraç ve halka arz edebilirler. Bu durumda mevzuat gereği Sermaye Piyasası Kurulunda kayda alınmadan önce Üst Kurulun onayının alınması zorunludur. Halka açık hisselerde nama yazılı olma şartı aranmaz.

d) Bir gerçek veya tüzel kişi doğrudan veya dolaylı olarak en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ortak olabilir. Ancak, birden çok medya hizmet sağlayıcıya ortaklıkta bir gerçek veya tüzel kişinin doğrudan veya dolaylı hisse sahibi olduğu medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yıllık toplam ticarî iletişim geliri, sektörün toplam ticarî iletişim gelirinin yüzde otuzunu geçemez. Toplam ticarî iletişim geliri bu oranı aşan gerçek veya tüzel kişiler, Üst Kurul tarafından verilen doksan günlük süre içinde bu oranın altına inecek şekilde medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardaki hisselerini devreder. Verilen süre içinde Üst Kurul kararının gereğini yerine getirmeyen gerçek veya tüzel kişi hakkında, kararın gereğini yerine getirmedeği her ay için Üst Kurulca dörtüzyüzbin Türk Lirası idarî para cezası uygulanır. **(Ek cümle: 20/8/2016-6745/67 md.)** Vakıf kurucuları bu Kanunun uygulanması açısından medya hizmet sağlayıcı kuruluş ortağı kabul edilir. Bu bendin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Üst Kurul tarafından belirlenir.

e) Gerçek kişiler için eşler ile üçüncü derece dâhil olmak üzere üçüncü dereceye kadar

kan ve kayın hısımlara ait hisseler de aynı kişiye aitmiş gibi değerlendirilir.

f) Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan toplam yabancı sermaye payı, ödenmiş sermayenin yüzde ellisini geçemez. Yabancı bir gerçek veya tüzel kişi en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşa doğrudan ortak olabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ortağı olan şirketlere yabancı gerçek veya tüzel kişilerin iştirak ederek yayın kuruluşlarına dolaylı ortak

¹¹ 20/8/2016 tarihli ve 6745 sayılı Kanunun 67 nci maddesi ile bu bentte yer alan “vakıflar,” ibaresi madde metninden çıkarılmıştır.

olmaları hâlinde, yayıncı kuruluşların yönetim kurulu başkanı, başkan vekili ile yönetim kurulu çoğunluğu ve genel müdürünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması ve ayrıca yayıncı kuruluş genel kurullarında oy çoğunluğunun Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetini haiz gerçek veya tüzel kişilerde bulunması zorunludur. Şirket ana sözleşmelerinde bu hususları sağlayan düzenlemeler açıkça belirtilir.

g) Yerli veya yabancı hissedarlar hiçbir şekilde imtiyazlı hisse senedine sahip olamaz. (2) **(Ek: 2/1/2017-KHK-680/19 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/18 md.) Üst**

Kurul, lisans başvurularına ilişkin olarak ilgili kurumların görüşü de alınmak suretiyle milli güvenlik, kamu düzeninin korunması ve kamu yararı gereklerinden kaynaklanan sebeplerle lisans taleplerini reddedebilir.

(3) **(Ek: 2/1/2017-KHK-680/19 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/18 md.) (İptal:**

Anayasa Mahkemesinin 19/2/2020 tarihli ve E.:2018/91 K.:2020/10 sayılı kararı ile)

Hisse, şirket devri ve birleşme

MADDE 20 – (1) Yayın lisansı verilen bir anonim şirketin hisse devirleri, devir tarihinden itibaren otuz gün içinde, ortakların ad ve soyadları ile hisselerin devri sonucunda oluşan ortaklık yapısı ve oy payları hakkındaki bilgilerle birlikte Üst Kurula bildirilir.

(2) Şirket devir veya birleşme işlemlerinden önce Üst Kuruldan gerekli bilgi ve belgelerle izin alınması ve devir veya birleşme işleminin gerçekleşmesinden sonra otuz gün içinde Üst Kurula bildirim zorunludur.

(3) Hisse devri, şirket devri ve birleşme işlemleri sonucunda oluşacak şirket yapısında bu Kanunda öngörülen hususlara aykırılık bulunması hâlinde, Üst Kurulun doksan günü geçmemek üzere vereceği süre içinde bu aykırılığın giderilmesi zorunludur. Aksi hâlde ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayın lisansı iptal edilir.

(4) Birleşme, devralma ve nama yazılı olan hisselerin devirlerinde 19 uncu madde hükümleri, 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri ile 7/12/1994 tarihli ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun hükümleri saklıdır.

Logo ve çağrı işareti

MADDE 21 – (1) İlgili mevzuata uyulması ve kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı olmamak şartıyla, her türlü ad ve bu adı tasvir eden blok grafikler logo olarak; sesli duyurular ise çağrı işareti olarak kullanılabilir. Logo ve çağrı işaretlerinin Üst Kurul nezdinde tescili zorunludur. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, logo ve çağrı işaretlerini Üst Kurul izni ile değiştirebilirler.

(2) Medya hizmet sağlayıcılar, test yayını yaptıkları süre de dâhil olmak üzere, yayın süreleri boyunca tek bir logo ve çağrı işareti kullanmakla yükümlüdür. Televizyon yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşların, reklam yayını esnasında logolarını değiştirmek suretiyle kullanmaları ve blok grafiğinin temel karakteristiğini bozmamaları esastır.

(3) Bu maddenin uygulanmasına dair usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

İzleyici temsilciliği

MADDE 22 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, ortak denetim ile öz denetim mekanizmalarının oluşturulması, izleyici ve dinleyicilerden ulaşan şikâyetlerin değerlendirilip kuruluşun yayın kuruluna sunulması ve sonuçlarının takip edilmesi amacıyla en az on yıllık meslekî tecrübeye sahip bir izleyici temsilcisi görevlendirirler. Belirlenen izleyici temsilcisi uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur ve Üst Kurula bildirilir.

Haber birimlerinde çalışanlar

MADDE 23 – (1) Medya hizmet sağlayıcılarının haber birimlerinde çalıştırılacak basın kartlı personelin asgarî sayısını Üst Kurul belirler. Bu personel 13/6/1952 tarihli ve 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanuna tabidir.

Koruyucu sembol sistemi

MADDE 24 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir.

(2) Koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

(3) Bu madde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu hakkında da uygulanır.

Yayın kayıtlarının muhafazası

MADDE 25 – (1) Özel medya hizmet sağlayıcılar, yaptıkları her yayının kaydını bir yıl süreyle muhafaza etmekle yükümlüdür. Gerçek ve tüzel kişiler yapacakları işlemlere esas olmak üzere bu süre içinde yazılı olarak Üst Kurula başvurmak ve Üst Kurulca belirlenecek ücreti ödemek suretiyle yayın kaydından bir kopya alabilir.

(2) Özel medya hizmet sağlayıcılar, Üst Kurulun talep etmesi hâlinde, istenen yayın kaydının bir kopyasını, buna ilişkin yazının kendilerine tebliğ edilmesinden itibaren on gün içinde Üst Kurula ulaştırmakla yükümlüdür.

(3) Yayının herhangi bir şekilde soruşturma veya kovuşturma konusu yapılması hâlinde, bu işlemlerin sonuçlandırılmasının yetkili mercilerce ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşa yazılı olarak bildirilmesine kadar soruşturma veya kovuşturma konusu yayın kaydının saklanması zorunludur.

YEDİNCİ BÖLÜM

Frekans Planlaması ve Yayın Lisansı Frekans planlaması ve tahsis

MADDE 26 – (1) Üst Kurul, millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5/11/2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 36 ncı maddesine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapar veya yaptırır. Frekans

planlarında ulusal, bölgesel ve yerel karasal yayın ağlarının sayıları ve türleri ile sayısal yayınlar için multipleks sayıları belirlenir.

(2) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, karasal ortamdan gerçekleştireceği yayın hizmetlerinin sayısını ve kapsama alanlarını Üst Kurula bildirir. Bu taleplerin hangi oranda karşılanacağına frekans planları çerçevesinde Üst Kurulca karar verilir. Karasal televizyon ve karasal radyo yayınları için uygun görülen kanal ve frekanslar ile karasal sayısal yayınlar için bir multipleksten az olmamak üzere uygun görülen sayıda multipleks kapasitesi, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilir. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen frekans ve multipleks kapasitesi ile en az dört karasal televizyon ve dört karasal radyo yayını yapılır. Tahsis tarihinden itibaren iki yıl içinde kullanılmayan veya kullanımına son verilen kanal, frekans ve multipleks Üst Kurul tarafından yeniden değerlendirilir. Tahsisten sonra, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun ilave karasal yayın ihtiyacının ortaya çıkması hâlinde, kapasite imkânları ölçüsünde bu husus da yukarıdaki çerçevede değerlendirilir.

(3) Kamu kurum ve kuruluşlarının ikaz, duyuru ve eğitim maksadıyla karasal radyo veya televizyon yayını yapma talebinde bulunmaları halinde; bu talepler yapılacak protokol çerçevesinde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan hizmet alınarak karşılanır. Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte kanunlarında radyo ve televizyon yayını yapabileceklerine ilişkin hüküm bulunan kamu kurum ve kuruluşlarından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından herhangi bir ücret alınmaz. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu haricindeki kamu kurum ve kuruluşlarına kanal, frekans veya multipleks kapasitesi tahsisi yapılmaz.

(4) Sıralama ihalesine, radyo ve televizyon yayın şirketi olarak kurulan, radyo ve televizyon yayıncılık alanında en az bir yıl faaliyette bulunan, ihale şartnamesinde belirtilen ön şartları yerine getiren ve Üst Kuruldan ihaleye girmek için yeterlilik belgesi alan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar katılabilir.

(5) Karasal radyo yayınları için frekans planları esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara radyo frekansı veya multipleks kapasitesi tahsis edilir. Sayısal televizyon frekans planı esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara multipleks kapasitesi tahsis edilir. Yapılan tahsiste sunulacak yayın hizmetinin kapsama alanı, yayın türü ve kapasitenin yer alacağı multipleks belirtilir. Karasal yayın lisansı alan kuruluşlar en geç iki yıl içinde kendilerine tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi veya frekansların tümünden yayına geçmek zorundadır.

(6) Karasal ortamdan yapılacak radyo ve televizyon yayın hizmeti için tahsis edilmiş kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansları için kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan yıllık kullanım ücreti alınır. Yıllık kullanım ücreti, söz konusu yayının nüfusa bağlı kapsama alanı, türü, verici gücü, frekansın bulunduğu bant ve yayının yapıldığı yerleşim biriminin ekonomik gelişmişlik seviyesi gibi nesnel kıstaslar esas alınarak Üst Kurul tarafından belirlenir.

(7) Multipleks kapasitesi tahsis edilerek karasal yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından karasal ortamdan sunulacak radyo veya televizyon yayın hizmetleri, multipleks işletmecisi tarafından iletilir. Aynı multipleks içinde yer alan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, bir multipleks işletmecisi üzerinde anlaşarak yayınlarını iletirler.

(8) **(Değişik birinci ve ikinci cümle: 2/1/2017-KHK-687/8 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7076/8 md.)** Özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, Üst Kurulca kendilerine tahsis edilen televizyon kanalı, multipleks kapasitesi ile radyo frekanslarından yapacakları yayınlarını, tek bir verici tesis ve işletim şirketince kurulan ve/veya işletilen radyo ve televizyon verici tesislerinden yapmak zorundadır. Sermayesinin en az yarısı kamuya ait olmak üzere kurulan veya iştirak edilen verici tesis ve işletim şirketinin uyması gereken şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren tek bir verici tesis ve

işletim şirketine yayın iletim yetkisi verilir. **(Mülga üçüncü cümle: 2/1/2017-KHK-687/8 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7076/8 md.) (...)** Verici tesislerinden yararlanma usul ve esasları ile yıllık kira bedelleri, verici tesis ve işletim şirketinin görüşü alındıktan sonra Üst Kurulun onayıyla yürürlüğe konulur. Verici tesis ve işletim şirketi, Üst Kuruldan karasal yayın lisansı almış veya bu Kanunun geçici 4 üncü maddesinin birinci fıkrası uyarınca yayınlarına devam eden tüm kuruluşlara tarafsızlık ve hakkaniyet ölçülerinde, makul ve ayrımcılık içermeyecek koşullarda hizmet vermek zorundadır. Kurulmasına izin verilen radyo ve televizyon verici tesislerinin, bu Kanunda ve işletme izninde öngörülen amaçlar için kullanılıp kullanılmadığı Üst Kurul tarafından denetlenir. Verici tesis ve işletim şirketinin izin şartlarını ihlâl etmesi ve Üst Kurulca yapılan uyarıya rağmen aykırılığın giderilmemesi durumunda şirket, ihlalin giderilmediği her ay için yüzbin Türk Lirasından üçyüzbin Türk Lirasına kadar idarî para cezası ile cezalandırılır.¹²

(9) Frekans planlarının uygulanmasına, karasal sayısal yayına geçiş ve sıralama ihalesine ilişkin usul ve esaslar Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Yayın lisansı türleri, süresi ve devir

MADDE 27 – (1) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yayın yapabilmeleri için her bir yayın tekniği ve ortamına ilişkin Üst Kuruldan ayrı ayrı lisans almak zorundadır. Lisansın hangi yayın tekniği ve ortamına ilişkin verildiği lisans belgesinde açıkça belirtilir. Farklı yayın teknikleri ve ortamlarından aynı anda yayın yapmak isteyen kuruluşlar, her yayın tekniği ve ortamı için ayrı lisans almak ve eş zamanlı yayın yapmak zorundadır.

(2) Yayın lisans süresi on yıldır. Lisans süresi sonunda boşalan karasal yayın kapasitesi Üst Kurulca yeniden ihale edilir.

(3) Üst Kurulun karasal yayın lisansı verdiği bir kuruluş bu lisans haklarını devredemez. Yayın faaliyetine devam etmeme kararı alan kuruluş, lisansını Üst Kurula iade eder.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Yayınların İletimi ve Yetkilendirme Multipleks işletmecileri

¹² 2/1/2017 tarihli ve 687 sayılı KHK'nin 8 inci maddesiyle, bu fıkranın beşinci cümlesinde yer alan "Üst Kuruldan karasal yayın lisansı almış" ibaresinden sonra gelmek üzere "veya bu Kanunun geçici 4 üncü maddesinin birinci fıkrası uyarınca yayınlarına devam eden" ibaresi eklenmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7076 sayılı Kanunun 8 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

MADDE 28 – (1) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, multipleks işletmecilerinin uymaları gereken idarî, malî ve teknik şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren kuruluşlara yayın iletim yetkisi verilir. Medya hizmet sağlayıcı şirketler de multipleks işletmeci şirketlere ortak olabilirler.

(2) Multipleks işletmecileri, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin iletimini alanında sadece Üst Kuruldan karasal yayın lisansı almış kuruluşlara hizmet verebilirler.

(3) Multipleks işletmecileri, Üst Kurulca durdurulmasına karar verilen yayınların iletimini Üst Kurul kararının tebliğini takiben derhal durdurmak zorundadır. Yapılan tebliğe rağmen bu yayınları iletmeye devam eden multipleks işletmecilerinin yayın iletim yetkisi, Üst Kurul tarafından iptal edilir ve bu durum Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirilir.

Platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri

MADDE 29 – (1) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından elektronik haberleşme hizmetlerini sunmak üzere yetkilendirilen platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri;

yayın hizmetleri yönünden bu Kanun hükümlerine tabidir. Yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetlerine ilişkin uyulması gereken idarî, malî ve teknik şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren kuruluşlara yayın iletim yetkisi verilir. Platform işletmecileri medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara tarafsızlık ve hakkâniyet ölçülerinde, makul ve ayrımcılık içermeyecek koşullarda hizmet vermek zorundadır. Platform işletmecilerinin medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alacağı hizmet bedelleri Üst Kurulun onayı ile belirlenir.

(2) Platform ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri, iletimini yapacakları yayın hizmetlerini Üst Kurula bildirmek zorundadır.

(3) Platform ve altyapı işletmecileri, Üst Kuruldan yayın lisansı almayan veya yayın lisansı iptal edilen medya hizmet sağlayıcılar ile Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası andlaşmalar ve bu Kanun hükümlerine aykırı yayın yaptığı Üst Kurulca tespit edilen bir başka ülkenin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinin iletimini, Üst Kurul kararının tebliğini müteakiben durdurur. Tebliğe rağmen yayın hizmetlerinin iletimini durdurmayan işletmecinin yayın iletim yetkisi iptal edilir ve bu durum Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirilir.

Yayın hizmetlerinin internet ortamından sunumu

MADDE 29/A- (Ek:21/3/2018-7103/82 md.)

(1) Üst Kuruldan geçici yayın hakkı ve/veya yayın lisansı bulunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, bu hak ve lisansları ile yayınlarını bu Kanun ve 4/5/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun hükümlerine uygun olarak internet ortamından da sunabilirler. Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini sadece internet ortamından sunmak isteyen medya hizmet sağlayıcılar Üst Kuruldan yayın lisansı, bu yayınları internet ortamından iletmek isteyen platform işletmecileri de Üst Kuruldan yayın iletim yetkisi almak zorundadır.

(2) Üst Kuruldan geçici yayın hakkı ve/veya yayın lisansı bulunmayan ya da bu hak ve/veya lisansı iptal edilen gerçek ve tüzel kişilerin yayın hizmetlerinin internet ortamından iletilmesinin Üst Kurulca tespiti halinde Üst Kurulun talebi üzerine sulh ceza hâkimi tarafından internet ortamındaki söz konusu yayınlara ilişkin olarak içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesine karar verilebilir. Bu karar, gereği yapılmak üzere Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna gönderilir. Sulh ceza hâkimi, Üst Kurulun talebini en geç yirmi dört saat içinde duruşma yapmaksızın karara bağlar. Bu karara karşı 4/12/2004 tarihli ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu hükümlerine göre itiraz yoluna gidilebilir. Bu madde uyarınca verilen içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı hakkında 5651 sayılı Kanunun 8/A maddesinin üçüncü ve beşinci fıkraları uygulanır.”

(3) İçerik veya yer sağlayıcısının yurt dışında bulunmasına rağmen, Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu Üst Kurulun görev alanına ilişkin uluslararası andlaşmalar ve bu Kanun hükümlerine aykırı yayın yaptığı Üst Kurulca tespit edilen bir başka ülkenin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılarının veya platform işletmecilerinin yayın hizmetlerinin internet ortamından iletimi ile internet ortamından Türkçe olarak Türkiye’ye yönelik yayın yapan veya yayın dili Türkçe olmamakla birlikte Türkiye’ye yönelik ticari iletişim yayınlarına yer veren yayın kuruluşlarının yayın hizmetleri hakkında da ikinci fıkra hükümleri uygulanır. Bu kuruluşların internet ortamındaki yayınlarına devam edebilmeleri için Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki diğer kuruluşlar gibi Üst Kuruldan yayın lisansı, bu kapsamdaki platform işletmecilerinin de yayın iletim yetkisi alması zorunludur.

(4) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, bireysel iletişim bu madde kapsamında değerlendirilmez ve radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini internet ortamından iletmeye özgülenmemiş platformlar ile radyo, televizyon ve isteğe bağlı

yayın hizmetlerine yalnızca yer sağlayan gerçek ve tüzel kişiler bu maddenin uygulanmasında platform işletmecisi sayılmaz.

(5) İnternet ortamından radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin sunumuna, bu hizmetlerin iletimine, internet ortamından medya hizmet sağlayıcılara yayın lisansı, platform işletmecilerine de yayın iletim yetkisi verilmesine, söz konusu yayınların denetlenmesine ve bu maddenin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurul ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı ay içerisinde müştereken çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

DOKUZUNCU BÖLÜM

Seçim Dönemi Seçim döneminde yayınlar

MADDE 30 – (1) Seçimlerle ilgili olarak seçim dönemlerinde yapılan yayınlara ilişkin usul ve esaslar Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenir.

(2) Üst Kurul, medya hizmet sağlayıcılarının seçim dönemlerindeki yayınlarını Yüksek Seçim Kurulunun kararları doğrultusunda izler, denetler ve değerlendirir.

(3) 26/4/1961 tarihli ve 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 149/A maddesinde düzenlenen hükümler, Yüksek Seçim Kurulu kararlarını müteakip Üst Kurulca yerine getirilir.

Siyasî reklam

MADDE 31 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, Yüksek Seçim Kurulu tarafından ilân edilen seçim döneminde, yayın yasaklarının başlayacağı saate kadar siyasî parti ve aday reklamları yayımlayabilir.

(2) Siyasî reklamlar, bu Kanunda yer alan hükümlere ve Yüksek Seçim Kurulunca belirlenen usul ve esaslara uygun olmak zorundadır.

ONUNCU BÖLÜM

Yaptırımlar İdarî yaptırımlar

MADDE 32 – (1) Bu Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b), (d), (f), (g), (ğ), (h), (n), (ö), (s), (ş) ve (t) bentlerindeki yayın hizmeti ilkelerine ve aynı maddenin dördüncü fıkrasına aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde ikisinden beşine kadar idarî para cezası verilir. İdarî para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz. Ayrıca, idarî tedbir olarak, ihlale konu programın yayınının beş keze kadar durdurulmasına, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ihlale konu programın katalogdan çıkarılmasına karar verilir. İhlalin mahiyeti göz önünde bulundurularak, bu fıkra hükümlerine göre idarî para cezası ile birlikte idarî tedbire karar verilebileceği gibi, sadece idarî para cezasına veya tedbire de karar verilebilir.¹³¹⁴

(2) **(Değişik birinci cümle: 17/4/2017-KHK-690/61 md.; Aynen kabul: 1/2/20187077/51 md.)** 8 inci maddenin birinci fıkrasının diğer bentleri ile ikinci ve üçüncü fıkralarında ve bu Kanunun diğer maddelerinde belirlenen ilke, yükümlülük veya yasaklara aykırı yayın yapan ve/veya bu Kanun hükümleri kapsamında Üst Kurul tarafından belirlenen yükümlülüklerini yerine getirmeyen medya hizmet sağlayıcıya ihlalin ağırlığı, yayının ortamı

¹³ 2/1/2017 tarihli ve 680 sayılı KHK'nin 20 nci maddesiyle, bu fıkırdaki yer alan "(s) ve (ş)" ibaresi "(s), (ş) ve (t)" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7072 sayılı Kanunun 19 uncu maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

¹⁴ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 61 inci maddesiyle, bu fıkırdaki yer alan "(a), (b), (d), (g), (n), (s), (ş) ve (t) bentlerindeki yayın hizmeti ilkelerine" ibaresi "(a), (b), (d), (f), (g), (ğ), (h), (n), (ö), (s), (ş) ve (t) bentlerindeki yayın hizmeti ilkelerine ve aynı maddenin dördüncü fıkrasına" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 51 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

ve alanı gözönünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde birinden yüzde üçüne kadar idarî para cezası verilir. **(Mülga ikinci cümle: 17/4/2017-KHK-690/61 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/51 md.) (...)** İdarî para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz.

(3) Yükümlülük veya yasak ihlalinin suç oluşturması halinde, bu suç nedeniyle ilgililer hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılması şartına bağlı olmaksızın, bu madde hükümlerine göre idarî para cezası veya idarî tedbir kararı verilir.

(4) İdarî tedbir uygulanması sonucu yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve ticarî iletişim yayını içermeksizin, Üst Kurulca temin edilen eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlakî gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı, çevre eğitimi, engelli sorunları, sağlık ve benzeri kamuya yararlı konularda programlar yayınlanır. Yükümlülük veya yasağa aykırılık dolayısıyla idarî tedbir olarak programın yayınının durdurulması kararının verilmesi halinde, yaptırım uygulanmasına sebebiyet veren fiilin işlenmesinden dolayı sorumluluğu olan programın yapımcısı veya varsa sunucusu, yayının durdurulduğu süre zarfında, aynı veya farklı medya hizmet sağlayıcı kuruluşta hiçbir ad altında başka bir program yapamaz veya sunamaz.¹⁵

(5) 8 inci maddenin birinci fıkrasının (a), (b) ve (d) bentlerindeki ilkelerle dördüncü fıkrasına aykırı yayın yapılmasını müteakip verilecek yaptırım kararının tebliğinden itibaren bir yıl içinde aynı ihlalin tekrarı halinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayınının on güne kadar durdurulmasına; ikinci tekrarı halinde ise, yayın lisansının iptaline karar verilir. **(Ek cümleler: 17/4/2017-KHK-690/61 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/51 md.)** 8 inci maddenin birinci fıkrasının (a), (b) ve (d) bentleri dışındaki bentlerini, aynı maddenin ikinci fıkrasını ve bu Kanunun yayın hizmetlerinde ticari iletişimi düzenleyen hükümlerinden herhangi birini yaptırım kararının tebliğinden itibaren bir yıl içinde yirmiden fazla ihlal eden medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayını beş güne kadar durdurulur. Bir yıl içinde aynı ihlalin tekrarı halinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayınının beş günden on güne kadar durdurulmasına; ihlalin ikinci tekrarı halinde ise yayın lisansının iptaline karar verilir. Programlarının yayını veya yayınları sürekli durdurulan medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yaptırım kararının tebliğine rağmen kararın gereklerine aykırı olarak yayınlarına devam etmesi halinde yayın lisansının iptaline karar verilir.¹⁶¹⁷

(6) Yayın lisansı verilmesi için bu Kanunda aranan şartlardan birinin kaybedilmesi ile

6 ncı maddenin beşinci fıkrasında düzenlenen yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde, ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşa bu şartı yerine getirmesi için otuz günlük süre verilir.

Verilen süreye rağmen şartı yerine getirmeyen kuruluşun yayınları üç ay süreyle durdurulur.

¹⁵ 25/4/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1 inci maddesi ile bu fıkırdaki yer alan "özürlü" ibaresi "engelli" şeklinde değiştirilmiştir.

¹⁶ 2/1/2017 tarihli ve 680 sayılı KHK'nin 20 nci maddesiyle, bu fıkırdaki yer alan "(a) ve (b)" ibaresi "(a), (b) ve (d)" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7072 sayılı Kanunun 19 uncu maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

¹⁷ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 61 inci maddesiyle, bu fıkra da yer alan "ilkelere" ibaresi "ilkelerle dördüncü fıkrasına" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 51 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

Bu süre zarfında şartın yerine getirilmemesi halinde ise, ilgili kuruluşun yayın lisansı iptal edilerek kanal ve frekans kullanımına son verilir.¹⁸

(7) Yayın lisansının verilmesi için gerekli şartlara uygunluğunu hile ile elde ettiği tespit edilen kuruluşun yayın lisansı iptal edilir. Yayın lisansı iptal edilmiş olan kuruluştan alınmış olan yayın lisans bedeli ile kanal ve frekans yıllık kullanım bedeli iade edilmez.

(8) Bu Kanun hükümlerine göre idarî para cezasına veya idarî tedbire karar vermeye

Üst Kurul yetkilidir. **(Ek cümle: 17/4/2017-KHK-690/61 md.; Aynen kabul: 1/2/20187077/51 md.)**

Üst Kurul; ihlalin ağırlığı, haksız ekonomik kazancın ve tekrarın varlığı ile son beş yılda uygulanan idarî yaptırımlar gözetilmek suretiyle ikinci fıkra da belirtilen her bir ihlal için bir defaya mahsus olmak üzere, idarî para cezası uygulamak yerine medya hizmet sağlayıcı kuruluşu uyarabilir.

(9) Bu Kanun hükümlerine göre verilen idarî yaptırım kararlarına karşı 6/1/1982 tarihli ve 2577 sayılı İdarî Yargılama Usulü Kanunu hükümlerine göre yargı yoluna başvurulur. Ancak, idare mahkemesinde dava, işlemin tebliği tarihinden itibaren onbeş gün içinde açılır. İdare mahkemesinde iptal davası açılmış olması, kararın yerine getirilmesini durdurmaz.

(10) Bu madde hükümlerine göre Üst Kurul tarafından verilen uyarı ve idarî yaptırım kararları, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun Üst Kurula bildirdiği kayıtlı elektronik posta adresine tebliğ edilir. **(Değişik ikinci cümle: 17/4/2017-KHK-690/61 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/51 md.)** Üst Kurula bildirilen kayıtlı elektronik posta adresine tebligatın zorunlu bir sebeple yapılamaması halinde Üst Kurula bildirilen adrese yapılan bildirim tebligat yerine geçer.¹⁹

(11) Bu Kanunda düzenlenmiş olan idarî para cezaları tebliğinden itibaren bir ay içerisinde ödenir.

Adli yaptırımlar

MADDE 33 – (1) Üst Kuruldan yayın lisansı almadan veya yayınları Üst Kurul tarafından geçici olarak durdurulmasına ya da yayın lisansı iptal edilmesine rağmen yayın yapan gerçek kişiler ile tüzel kişilerin yönetim kurulu üyeleri ve genel müdürü, bir yıldan iki yıla kadar hapis ve bin günden beşbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır. Tüzel kişiler hakkında ayrıca 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 60 inci maddesindeki güvenlik tedbirleri uygulanır. İzinsiz olarak faaliyetine devam eden yayın cihaz ve tesisleri Üst Kurulca mühürlenerek kapatılır.

(2) Yayın lisansı olmasına rağmen lisans tipi dışında yayın yapan ve izinsiz verici tesis eden medya hizmet sağlayıcılar Üst Kurulca uyarılır, yapılan uyarıya rağmen izinsiz yayına

¹⁸ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 61 inci maddesiyle, bu fıkranın birinci cümlesine "kaybedilmesi" ibaresinden sonra gelmek üzere "ile 6 ncı maddenin beşinci fıkrasında düzenlenen yükümlülüğün yerine getirilmemesi" ibaresi eklenmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 51 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

¹⁹ 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 61 inci maddesiyle, bu fıkranın birinci cümlesine "uyarı" ibaresinden sonra gelmek üzere "ve idarî yaptırım" ibaresi eklenmiş, aynı cümlede yer alan "elektronik posta adresine gönderilmek suretiyle" ibaresi "kayıtlı elektronik posta adresine" şeklinde değiştirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 51 inci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

devam edenler hakkında birinci fıkra hükmü uygulanır.

(3) 25 inci maddeye uygun olarak yayın kayıtlarını bir yıl süreyle muhafaza etmeyen veya Üst Kurulca ya da Cumhuriyet başsavcılığınca istenmesine rağmen, süresi içerisinde ve aslına uygun olarak teslim etmeyen özel medya hizmet sağlayıcı kuruluş sorumlu müdürü bin günden beşbin güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılır.

(4) Gönderilen kayıtların içerik bakımından istenen yayın olmaması veya kayıtlarda tahrifat, çıkarma, silme gibi işlemler yapılması hâlinde, özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sorumlu müdürü beşbin günden onbin güne kadar adli para cezasıyla cezalandırılır.

(5) Bu Kanun çerçevesinde açılan kamu davalarına Üst Kurul katılır.

ONBİRİNCİ BÖLÜM

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kuruluş

MADDE 34 – (1) Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü düzenlemek ve denetlemek amacıyla, idarî ve malî özerkliğe sahip, tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur.

(2) Üst Kurul, bu Kanun ve mevzuatta kendisine verilen görev ve yetkileri kendi sorumluluğu altında bağımsız olarak yerine getirir ve kullanır.

(3) Üst Kurul, bu Kanunda ve 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanununda belirtilen usul ve esaslar çerçevesinde kendisine tahsis edilen malî kaynakları görev ve yetkilerinin gerektirdiği ölçüde, kendi bütçesinde belirlenen usul ve esaslar dâhilinde serbestçe kullanır. Üst Kurulun malları Devlet malı hükmündedir, haczedilemez.

(4) Üst Kurul, Hükümet ile olan ilişkilerini Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği bir Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakan aracılığıyla yürütür.²⁰

(5) Üst Kurul Sayıştay denetimine tabidir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

MADDE 35 – (1) Üst Kurul, en az dört yıllık yüksek öğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu kurum ve kuruluşları veya özel kuruluşlarda en az on yıl süreyle görev yapmış, meslekî açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve Devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur.

(2) Seçim için, siyasî parti gruplarının üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı aday gösterilir ve Üst Kurul üyeleri bu adaylar arasından her siyasî parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilir. Ancak, siyasî parti gruplarında, Türkiye Büyük Millet Meclisinde yapılacak seçimlerde kime oy kullanılacağına dair görüşme yapılamaz ve karar alınamaz.

²⁰ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu fıkarda yer alan "Başbakan veya görevlendireceği bir bakan" ibaresi "Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği bir Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakan" şeklinde değiştirilmiştir.

(3) Üst Kurul üyelerinin seçimi, adayların belirlenerek ilânından sonra on gün içinde yapılır. Siyasî parti grupları tarafından gösterilen adaylar için ayrı ayrı listeler hâlinde birleşik oy pusulası düzenlenir. Adayların adlarının karşısındaki özel yer işaretlenmek suretiyle oy kullanılır. Siyasî parti

gruplarının ikinci fıkraya göre belirlenen kontenjanlarından Üst Kurula seçilecek üyelerin sayısından fazla verilen oylar geçersiz sayılır.

(4) Karar yeter sayısı olmak şartıyla seçimde en çok oyu alan boş üyelik sayısı kadar aday seçilmiş olur. Seçim sonucu Resmî Gazetede yayımlanır.

(5) Üst Kurul üyelerinin görev süresi altı yıldır. Üyelerin üçte biri iki yılda bir yenilenir. Üyelerin görev sürelerinin bitiminden iki ay önce; üyeliklerde herhangi bir sebeple boşalma olması hâlinde, boşalma tarihinden veya boşalma tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi tatilde ise tatilin bitiminden itibaren bir ay içinde aynı usulle seçim yapılır. Bu seçimlerde, boşalan üyeliklerin siyasî parti gruplarına dağılımı, ilk seçimde siyasî parti grupları kontenjanından seçilen üye sayısı ve siyasî parti gruplarının hâlihazırdaki oranı dikkate alınmak suretiyle yapılır. Üyeliklerdeki boşalma sebebiyle yapılan seçimlerde seçilen üyeler, yerlerine seçildikleri üyelerin görev süresini tamamlar.

Üst Kurul Başkanı ve Başkan Vekili

MADDE 36 – (1) Üst Kurul üyeleri, seçim sonuçlarının Resmî Gazetede yayımlandığı tarihten itibaren onbeş gün içinde toplanarak kendi aralarından bir Başkan ve bir Başkan Vekili seçer. Başkan ve Başkan Vekilinin görev süreleri iki yıldır. Başkan Vekilliğine seçilen Üst Kurul üyelerinin Başkan Vekilliği görev süresi, Başkanın görevde bulunduğu süreyle sınırlıdır. Herhangi bir şekilde Başkan veya Başkan Vekilinin üyeliği sona erer veya Başkan veya Başkan Vekilliği boşalırsa, Üst Kurul ilk toplantısında Başkan ve/veya Başkan Vekili için seçim yapar.

(2) Üst Kurul, Başkan tarafından; Başkanın bulunmadığı hâllerde Başkan Vekili tarafından yönetilir ve temsil edilir. Başkan ve Başkan Vekilliğinin aynı anda boşalması durumunda en yaşlı üye Üst Kurula başkanlık eder.

(3) Başkanın görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Üst Kurul toplantılarının gündemini, gün ve saatini belirlemek, toplantıları idare etmek, gündeme alınmayan başvurular hakkında gerekli işlemleri yapmak ve bunlara ilişkin olarak Üst Kurula bilgi vermek.
- b) Üst Kurul kararlarının yayımlanmasını veya tebliğini sağlamak, bu kararların gereğinin yerine getirilmesini temin etmek ve uygulanmasını izlemek.
- c) Hizmet birimlerinden gelen önerilere son şeklini vererek Üst Kurula sunmak.
- ç) Üst Kurulun belirlediği stratejilere, amaç ve hedeflere uygun olarak, Üst Kurulun yıllık bütçesi ile malî tablolarını hazırlamak.
- d) Üst Kurul ile hizmet birimlerinin uyumlu, verimli, disiplinli ve düzenli bir biçimde çalışmasının en üst düzeyde organizasyonu ve koordinasyonunu sağlamak, hizmet birimleri arasında çıkabilecek görev ve yetki sorunlarını çözmek.
- e) Yıllık faaliyet raporlarını hazırlamak, amaç ve hedeflere, performans ölçütlerine göre faaliyetlerin değerlendirmesini yaptırmak ve bunları Üst Kurula sunmak.
- f) Üst Kurulun faaliyet gösterdiği alanda strateji, politikalar ve ilgili mevzuat ile Üst Kurul ve personelin performans ölçütleri hakkında çalışma ve değerlendirme yapmak.
- g) Üst Kurulun diğer kuruluşlarla ilişkilerini yürütmek ve Üst Kurulu temsil etmek.
- ğ) Üst Kurul tarafından atanması öngörülenler dışındaki Üst Kurul personelini atamak.
- h) Başkan adına imzaya yetkili personelin görev ve yetki alanını belirlemek.

ı) İdarî konulardaki diğer görevleri yerine getirmek.

(4) Başkan, Üst Kurula ilişkin olmayan görev ve yetkilerinden bir bölümünü, sınırlarını açıkça belirlemek ve yazılı olmak kaydıyla, alt kademelere devredebilir.

Görev ve yetkiler

MADDE 37 – (1) Üst Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

a) Yayın hizmetleri alanında ifade ve haber alma özgürlüğünün, düşünce çeşitliliğinin, Rekabet Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla rekabet ortamının ve çoğulculuğun güvence altına alınması, yoğunlaşmanın önlenmesi ve kamu menfaatinin korunması amacıyla gerekli tedbirleri almak.

b) Millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu hükümlerine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak.

c) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayın lisansı talebinde bulunabilmeleri için gerekli idarî, malî ve teknik şartları belirlemek ve bu kuruluşlardan şartları sağlayanlara yayın lisansı vermek, denetlemek ve gerektiğinde iptal etmek.

ç) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetlerine ilişkin uymaları gereken idarî, malî ve teknik şartları belirlemek, bunlara yayın iletim yetkisi vermek ve gerektiğinde iptal etmek.

d) Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisans ücretleri, karasal ortamdan sunulacak yayın hizmetleri için yıllık televizyon kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansı kullanım ücretleri ile platform, multipleks, altyapı işletmecileri ve verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretini belirlemek.

e) Türkiye Cumhuriyeti topraklarında yerleşik medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerini, bu Kanun hükümlerine ve Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası andlaşmalara uygunluğu açısından izlemek ve denetlemek.

f) Türkiye Cumhuriyeti topraklarında yerleşik olmayan, ancak Türkiye Cumhuriyeti yargı yetkisi altında bulunan medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinin bu Kanun hükümlerine ve Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası andlaşmalara uygunluğunu gözetmek, gerekli hâllerde diğer devletlerin yetkili kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği yapmak.

g) Yayın hizmetlerinin izlenmesi ve denetlenmesi için gerekli izleme ve kayıt sistemlerini, gerekli hâllerde yayıncı kuruluş stüdyolarına da cihaz yerleştirerek kurmak.

ğ) Medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinde yer verecekleri koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esasları belirlemek.

h) Medya hizmet sağlayıcılarının sunduğu yayın hizmetlerinde ve platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin sunduğu hizmetlerde bu Kanuna ve ilgili diğer mevzuata aykırılık tespit edilmesi veya yayın lisansı şartlarına uyulmaması hâlinde gerekli müeyyideleri uygulamak.

ı) Yayın hizmetlerine ilişkin kamuoyu araştırmaları yapmak veya yaptırmak ve bu araştırmaların sonuçlarını ilgili taraflar ve kamuoyuyla paylaşmak.

i) Yayın hizmetlerinin izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile bu usul ve esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak müeyyideleri belirlemek.

j) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla ve bireysel amaçlı iletişim yöntemleri hariç, teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni yayın iletim yöntemleri de dâhil olmak üzere yayın hizmetleri ile ilgili düzenlemeler yapmak ve deneme yayını izni vermek.

k) Yayın hizmetleri ile ilgili gelişmeleri takip etmek, sektöre ilişkin genel stratejileri, ortak denetim, özdenetim ve ortak düzenleme mekanizmalarını belirlemek; yayın hizmetlerinin ülkemizde gelişmesini sağlayacak çalışma ve teşviklerde bulunmak; medya hizmet sağlayıcılarının çalışanlarına yönelik eğitim ve sertifika programları düzenlemek ve sertifika vermek.

l) Yayın hizmetleri alanında hazırlanan mevzuat taslakları hakkında görüş bildirmek.

m) Görev alanına giren konularla ilgili ikincil düzenlemeleri yapmak.

n) Dışişleri Bakanlığının ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetleri ile ilgili uluslararası hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlar nezdinde ülkemizi temsil etmek; medya hizmet sağlayıcılarının üye olmadığı uluslararası hukuk tüzel kişiliğine sahip olmayan uluslararası kuruluşlarda temsil görevini yerine getirmek ve bu bent gereğince düzenlenen ve uluslararası andlaşma niteliği bulunmayan belgeleri ilgili bakanlık ve kurumların görüşlerini de alarak usulüne göre imzalamak.

o) Üst Kurulun stratejik planını hazırlamak, performans ölçütlerini, amaç ve hedeflerini, hizmet kalite standartlarını belirlemek, insan kaynakları ve çalışma politikalarını oluşturmak.

ö) Engellilerin ve yaşlıların yayın hizmetlerine ve yeni teknolojilere erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasını teşvik etmek.²¹

p) Taşınmaz alımı, satımı, kiralanması ve tahsisi konularını karara bağlamak.

²¹ 25/4/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1 inci maddesiyle, bu bentte yer alan “Özürlülerin” ibaresi “Engellilerin” şeklinde değiştirilmiştir.

r) Medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmak.

s) Medya hizmet sağlayıcılardan görevleri kapsamında her türlü bilgi, belge ve kayıtları almak, medya hizmet sağlayıcıları yerinde denetlemek ve lisans şartlarına uymayan cihazları mühürleyerek kapatmak.

ş) Gerekli hâllerde geçici veya belli bir ihtisas gerektiren nitelikteki işler için hizmet satın almak.

t) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü ve Yönetim Kurulu üyeliği için adayları belirlemek.

u) Kurul üyeleri ile Kurum personelinin uyacakları meslekî ve etik ilkeleri belirlemek.

ü) Üst Kurulun ana stratejisi ile amaç ve hedeflerine uygun olarak hazırlanan bütçesini görüşmek ve karara bağlamak.

v) Seferberlik ve savaş ilânı hallerinde görev ve yükümlülükleri yerine getirmek için ihtiyaç duyulan hususları, Milli Savunma Bakanlığı ile koordineli olarak çıkarılacak bir yönetmelikle belirleyerek yayıncı kuruluşlara bildirmek ve bunları denetlemek.

y) (Ek: 17/4/2017-KHK-690/62 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7077/52 md.) Yayın hizmetlerinde ailenin ve çocukların korunması ilkesini gözeterek, ailenin bütünlüğü ve sürekliliği ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerini destekleyecek nitelikteki aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri, Üst Kurulca bir önceki yılda uygulanan idari para cezalarının yüzde yirmisini aşmamak kaydıyla, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile birlikte belirlenecek usul ve esaslara göre teşvik etmek.²²

z) Mevzuatla verilen diğer görevleri yapmak.⁽²⁰⁾

Yasaklar ve denetim

MADDE 38 – (1) Üst Kurul üyeleri ile üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetleri alanında Üst Kurulun görev ve yetki alanına giren konularda herhangi bir taahhüt işine giremez, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlarda veya bu kuruluşların doğrudan veya dolaylı ortaklık bağı bulunan şirketlerde ortak veya yönetici olamazlar.

(2) Üst Kurul üyeleri, aslî görevlerini aksatmayan bilimsel amaçlı eser hazırlama, ders ve konferans verme, jüri ve komisyon üyeliği yapma hariç, resmî veya özel nitelikte hiçbir görev alamaz, özel veya kamu medya hizmet sağlayıcılarının görev ve yetki alanına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve bu konularda hiçbir maddî menfaat sağlayamaz ve siyasî partiye üye olamaz. Faaliyet alanı sosyal yardım ve eğitimle ilgili olan dernekler ve vakıflarda yürütülen görevler ve kooperatif ortaklıkları bu hükmün dışındadır.

(3) Üst Kurul üyeleri, göreve başlamadan önce mülki oldukları, Hazine Müsteşarlığı

²² 17/4/2017 tarihli ve 690 sayılı KHK'nin 62 nci maddesiyle, bu fıkra (v) bendinden sonra gelmek üzere (y) bendi eklenmiş ve mevcut (y) bendi (z) bendi olarak teselsül ettirilmiş, daha sonra bu hüküm 1/2/2018 tarihli ve 7077 sayılı Kanunun 52 nci maddesiyle aynen kabul edilerek kanunlaşmıştır.

tarafından çıkarılan borçlanmaya ilişkin menkul kıymetler dışındaki, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara ve yayın hizmeti yapan tüzel kişilere veya bunların iştiraklerine ait her türlü hisselerini ya da menkul kıymetlerini üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları dışındakilere, görev sürelerinin başlamasından itibaren otuz gün içinde satmak veya devretmek suretiyle elden çıkarmak zorundadır.

(4) Üst Kurul üyeleri ve Kurum personeli, Kurumla ilgili gizlilik taşıyan bilgileri ve medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara ve yayın hizmeti yapan gerçek ve tüzel kişilere ait her türlü sırları, görevlerinden ayrılmış olsalar bile açıklamaz, kendilerinin veya başkalarının menfaatine kullanamaz.

(5) Üst Kurul üyeleri, kendileri veya üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımlarıyla ilgili konularda müzakere ve oylamaya katılamazlar. Bu durum karar metninde ayrıca belirtilir.

(6) Bu maddede belirtilen esaslara aykırı davranan Üst Kurul üyeleri görevlerinden çekilmiş sayılır. Bu husus Üst Kurul tarafından resen veya yapılacak müracaatın değerlendirilmesi sonucunda karara bağlanır ve gereği için Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına bildirilir.

Üst Kurul üyelerinin teminatı, malî ve sosyal hakları²³

MADDE 39 – (1) Üst Kurul üyelerine en yüksek Devlet memuru için belirlenen her türlü ödemeler dâhil malî haklar tutarında aylık ücret ödenir. en yüksek Devlet memuruna ödenenlerden, vergi ve diğer yasal kesintilere tabi olmayanlar bu Kanuna göre de vergi ve diğer kesintilere tabi olmaz. 14/7/1965 tarihli ve 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu ve diğer mevzuat uyarınca en yüksek Devlet memurunun yararlanmış olduğu sosyal hak ve yardımlardan, Üst Kurul üyeleri de aynı usul ve esaslar çerçevesinde aynen yararlanırlar.

(2) Kamu görevlileri, Üst Kurul üyeliğinde bulundukları görev süresince kurumlarından ücretsiz izinli sayılır ve bu görevde geçirdikleri süreler mesleklerinde geçmiş gibi değerlendirilerek mümtazen terfi etmiş sayılırlar.

(3) Üst Kurul üyeleri, üyelikleri süresince Kuruldaki görevlerinden ve seçilerek geldikleri görevlerinden alınamaz.

(4) Üst Kurul üyeliklerine seçilenler 31/5/2006 tarihli ve 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı sayılır. Üst Kurul Başkan ve üyelerinin sigorta primine esas kazanç tutarları, Başkan ve üyeler için bakanlık müsteşarı esas alınarak belirlenir. Bu görevleri sırasında 5510 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesi kapsamına girenlerin bu görevde geçen süreleri makam tazminatı ile temsil tazminatı ödenmesi gereken süre olarak değerlendirilir ve emeklilik yönünden Başkan ve üyeler bakanlık müsteşarı için belirlenmiş olan ek gösterge, makam tazminatı ile temsil tazminatından aynı usul ve esaslara göre yararlandırılır.

²³ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu maddenin birinci fıkrasında yer alan "Başbakanlık Müsteşarı" ibaresi "en yüksek Devlet memuru" ve "Başbakanlık Müsteşarına" ibaresi "en yüksek Devlet memuruna" şeklinde değiştirilmiştir.

(5) Sosyal güvenlik kuruluşlarının herhangi birinden emekli aylığı almakta olanlardan Üst Kurul üyeliklerine seçilenlerin, istekleri hâlinde emekli aylıkları kesilir ve sigorta primleri 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında ödenir. Bu şekilde emekli aylıklarını kestirmek suretiyle yeniden sigorta primi ödeyenlerin görev sürelerinin bitiminde emekli aylıkları genel hükümlere göre yeniden belirlenir.

(6) Üst Kurul üyelerinin görevleriyle bağlantılı olarak işledikleri iddia edilen suçlara ilişkin soruşturmalar 2/12/1999 tarihli ve 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanuna göre yapılır ve bunlar hakkında soruşturma izni Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği Cumhurbaşkanı yardımcısı ya da bakan tarafından verilir. 19/10/2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanununun 104 üncü maddesinin üçüncü ve dördüncü fıkraları Üst Kurul üyeleri hakkında da uygulanır.²⁴

(7) Üst Kurul üyeleri, her yıl ocak ayında Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına mal bildiriminde bulunurlar.

Üst Kurulun çalışma esasları, toplantı ve karar yeter sayısı

MADDE 40 – (1) Üst Kurul, tam gün esasına göre çalışır, haftada en az bir defa olmak üzere, en az beş üyenin hazır bulunması ile toplanır ve en az beş üyenin aynı yöndeki oyuyla karar alır. Çekimser oy kullanılamaz.

(2) Başkanın çağırısı veya üç üyenin birlikte talep etmesi hâlinde Üst Kurul olağanüstü toplantıya çağrılabilir.

(3) Toplantı gündemi Başkan, yokluğunda Başkan Vekili tarafından hazırlanarak, toplantıdan en az bir gün önce Üst Kurul üyelerine bildirilir. Gündeme yeni madde eklenebilmesi için toplantıda bir üyenin öneride bulunması ve önerilen maddenin Üst Kurulca kabul edilmesi gerekir.

(4) Geçerli mazereti olmaksızın üst üste iki, bir ay içerisinde üç defa toplantıya katılmayan Üst Kurul üyeleri üyelikten çekilmiş sayılır. Bu durum, Üst Kurul kararı ile tespit edilir ve Türkiye Büyük Milleti Meclisi Başkanlığına bildirilir.

(5) Üst Kurul toplantılarındaki müzakereler gizlidir ve açıklık kararı alınmadıkça müzakereler açıklanamaz.

(6) İhtiyaç duyulması hâlinde, görüşlerinden yararlanmak üzere ilgili kişiler Üst Kurul toplantısına davet edilebilir. Ancak Üst Kurul kararları toplantıya dışarıdan katılanların yanında alınamaz.

(7) Üst Kurulun gizliliği bulunmayan düzenleyici ve denetleyici nitelikteki kararları uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur.

Malî kaynaklar ve bütçe

MADDE 41 – (1) Üst Kurulun gelirleri şunlardır:

- a) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisansı ücretleri.
- b) Karasal ortamdan yayın yapan kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan

²⁴ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu fıkrafta yer alan “Başbakan veya görevlendireceği” ibaresi “Cumhurbaşkanı veya görevlendireceği Cumhurbaşkanı yardımcısı ya da” şeklinde değiştirilmiştir.

alınacak televizyon kanal, multipleks kapasite ve radyo frekans yıllık kullanım ücretleri.

- c) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetinde bulunan platform, multipleks ve altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretleri.

- ç) Medya hizmet sağlayıcılarının, program destekleme gelirleri hariç aylık brüt ticarî

iletişim gelirlerinden ayrılacak yüzde birbuçuk paylar.²⁵

- d) Gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden alınacak Hazine

yardımları.

- e) Sair gelirler.

(2) Üst Kurul, gerektiği takdirde her yıl için yapacağı işlerin programını hazırlayarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden bu işler için ayrılmasını talep ettikleri ödenek tutarını Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunar.

(3) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ticarî iletişim gelirlerinin, aracı kurumların hesaplarıyla birlikte Maliye Bakanlığınca denetlenmesi ile bu gelirlerin beyanına ve birinci fıkranın (ç) bendine göre alınacak payların ödenmesine ilişkin usul ve esaslar, Maliye Bakanlığının görüşü alınarak Üst Kurulca hazırlanacak yönetmelikle düzenlenir.

Gelirlerin tahsili

MADDE 42 – (1) (Değişik: 10/9/2014 - 6552/135 md.) Yayın lisans ücreti birinci taksiti lisans belgesinin verilmesinden önce ödenmek koşuluyla kalan taksitler takip eden her yılın Şubat ayının son gününe kadar ödenecek şekilde on eşit taksitte; yayın iletim yetkilendirme ücreti, yetki belgesinin verilmesini müteakip altı ay içinde eşit taksitlerle alınır.

(2) 41 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendine göre ödenecek televizyon kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekans yıllık kullanım ücreti, her yılın ocak, nisan, temmuz ve ekim aylarında olmak üzere dört eşit taksitte, (ç) bendinde öngörülen ticarî iletişim gelirlerinden ayrılacak paylar, elde edildikleri ayı takip eden üçüncü ayın en geç yirmisinde ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından ödenir.

(3) **(Değişik: 4/7/2012-6353/63 md.)** Medya hizmet sağlayıcıları, her takvim ayı içinde elde ettikleri ticari iletişim gelirlerini, takip eden ayın son gününe kadar şekil ve içeriğiyle verilme usul ve esasları Üst Kurul tarafından belirlenen beyanname ile beyan ederler. İlgili dönemde gelir elde edilmemiş olsa dahi beyanname verilmesi zorunludur.²⁶

(4) **(Ek: 4/7/2012-6353/63 md.)** Medya hizmet sağlayıcıları ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar, yasal defter kayıtlarını, Üst Kurul payının hesaplanmasına esas teşkil eden ticari iletişim gelirlerinin doğru tespit edilmesini sağlayacak şekilde düzenlerler. Medya hizmet sağlayıcılar ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar, Üst Kurul payının hesaplanmasına esas teşkil eden ticari iletişim gelirlerinin tespitine ilişkin olarak Üst Kurul tarafından veya Maliye Bakanlığına bağlı vergi incelemesine yetkili elemanlar tarafından incelendikleri hallerde, incelemeyi yapanlarca istenilen bilgileri

²⁵ 20/8/2016 tarihli ve 6745 sayılı Kanunun 68 inci maddesi ile bu bentte yer alan “yüzde üç” ibaresi “yüzde birbuçuk” olarak değiştirilmiştir.

²⁶ 10/9/2014 tarihli ve 6552 sayılı Kanunun 135 inci maddesi ile bu fıkarda yer alan “20’sine” ibaresi “son gününe” şeklinde değiştirilmiştir.

vermeye ve bunlarla ilgili defter ve belgeleri ibraz etmeye mecburdurlar. Bilgiler yazı ile istenilir ve cevap vermeleri için kendilerine 15 günlük süre verilir. Zor durumda bulunmaları sebebiyle bilgi verme ve ibraz ödevlerini süresi içinde yerine getiremeyecek olanlara, sürenin bitmesinden önce yazı ile istemde bulunulması ve istemde belirtilen mazeretin kabule layık görülmesi kaydıyla kanuni sürenin bir katını geçmemek üzere ek süre verilebilir.

(5) **(Ek: 4/7/2012-6353/63 md.)** Üst Kurul tarafından üçüncü fıkra uyarınca verilmesi gereken beyannameyi süresinde vermeyen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar hakkında, beşbin Türk Lirası; dördüncü fıkrasında belirlenen bilgi verme ve ibraz yükümlülüklerini süresi içinde yerine getirmeyen veya eksik yerine getiren medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar hakkında, onbin Türk Lirası tutarında idari para cezası kesilir. Bu fıkra uyarınca kesilecek ceza, radyo kuruluşları hakkında yüzde elli oranında uygulanır. **(Ek cümle: 10/9/2014 - 6552/135 md.)** Beyannamenin kanuni süresinden sonraki ilk otuz gün içinde verilmesi hâlinde yukarıda belirlenen ceza tutarı 1/10 oranında, devam eden otuz gün içinde verilmesi hâlinde ceza tutarı

1/5 oranında, devam eden günlerde verilmesi hâlinde ise ceza tutarı tam olarak uygulanır.

(6) **(Ek: 4/7/2012-6353/63 md.)** Bu Kanunun 41 inci maddesinin birinci fıkrasının (a),

(b), (c) ve (ç) bentlerinde yer alan Üst Kurul gelirlerinin süresinde ödenmemesi halinde bu gelirlere 21/7/1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun 51 inci maddesine göre belirlenen gecikme zammı oranında faiz uygulanır.

(7) **(Ek: 4/7/2012-6353/63 md.)** Üçüncü fıkraya göre beyan edilmesi gereken ticari iletişim gelirlerinin süresinde beyan edilmediği veya eksik beyan edildiğinin tespiti üzerine medya hizmet sağlayıcılarına 30 gün içerisinde Üst Kurul gelirinin ödenmesi bir yazı ile bildirilir. Medya hizmet sağlayıcıları tarafından süresinden sonra beyan edilen Üst Kurul geliri beyan tarihini takip eden 30 gün içerisinde ödenir. Üçüncü fıkraya göre beyan edilmesi gereken Üst Kurul gelirinin süresinde beyan edilmemesi veya eksik beyan edilmesi halinde, beyan edilmesi gerektiği tarihten ödendiği tarihe kadar geçen süreye altıncı fıkra kapsamında faiz uygulanır.

(8) **(Ek: 4/7/2012-6353/63 md.)** Süresinde ödenmeyen Üst Kurul gelirleri genel hükümlere göre tahsil edilir. **(Ek cümle: 10/9/2014 - 6552/135 md.)** Bu madde hükümlerine göre Üst Kurulca yapılacak icra takiplerinde Ankara icra daireleri yetkilidir.

Üst Kurulun teşkilâtı, personeli ve kadroları²⁷

MADDE 43 – (1) Üst Kurulun hizmet birimleri; daire başkanlıkları şeklinde teşkilâtlanmış ana hizmet ve destek hizmet birimleri ile danışma hizmet biriminden oluşur.

(2) Ana hizmet birimleri; İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığıdır. Destek hizmet birimleri; İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri Dairesi

²⁷ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu maddenin altıncı fıkrasında yer alan "Bakanlar Kurulunca" ibaresi "Cumhurbaşkanınca" şeklinde değiştirilmiştir.

Başkanlığı ile İdarî ve Malî İşler Dairesi Başkanlığıdır. Danışma hizmet birimi Hukuk Müşavirliğidir. Başkana bağlı olarak Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği kurulur. İhtiyaç duyulması halinde sayısı beşi geçmemek üzere yayıncılık faaliyetlerinin yoğun olduğu bölge merkezlerinde Üst Kurul kararıyla temsilcilik açılabilir.

(3) Başkana görevlerinde yardımcı olmak üzere iki başkan yardımcısı atanır. Başkan yardımcılarının en az dört yıllık yükseköğrenim mezunu olmaları, Devlet memuriyetinde oniki yıllık meslekî tecrübeye ve Devlet memuriyeti için aranan koşullara sahip olmaları şarttır.

(4) Hukuk, yayıncılık, yönetim ve finans ile iletişim teknolojileri alanlarında ihtiyaca göre sayıları beşi geçmemek üzere başkanlık müşaviri görevlendirilebilir.

(5) Bu Kanun ile Üst Kurula verilen görevlerin gerektirdiği aslî ve sürekli görev ve hizmetler, Üst Kurul uzmanları ile Üst Kurul uzman yardımcılarının oluşan meslek personeli ve idarî personel eliyle yürütülür. Üst Kurul kadrolarına atanacakların, 657 sayılı Kanunun 48 inci maddesinde belirtilen şartları taşımaları gerekir. Söz konusu kadrolara yapılacak atamalara ilişkin diğer hususlar Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

(6) Üst Kurul personeli, kadro karşılığı sözleşmeli statüde istihdam edilir, ücret ve malî haklar dışında her türlü hak ve yükümlülükler yönünden 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tabidir. Personelin ücretleri ile diğer malî hakları toplamı, Üst Kurul üyeleri için yapılan ödemelerin toplamını geçmemek üzere kurum içi hiyerarşi de gözetilerek Cumhurbaşkanınca belirlenen esaslar çerçevesinde Üst Kurul tarafından tespit edilir.⁽²⁶⁾

(7) Üst Kurul uzman yardımcılığına atanabilmek için; beşinci fıkrada belirtilen şartları taşımak, türleri Üst Kurulca belirlenen en az dört yıllık yükseköğretim kurumlarından mezun olmak, Kamu Personeli Seçme Sınavından Üst Kurul tarafından belirlenen puan türlerinden asgarî puanı almış olmak,

Kamu Personeli Seçme Sınavında yabancı dil bölümündeki sorulardan en az yüzde altmışına doğru cevap vermiş olmak veya Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından asgarî (D) düzeyinde ya da dil yeterliği bakımından buna denkliği kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan başka bir belgeye sahip olmak, yapılacak sınavda başarılı olmak, sınavın yapıldığı yılın ocak ayının ilk gününde otuz yaşını doldurmamış olmak gerekir. Üst Kurul uzman yardımcılığına atananlar, en az üç yıl çalışmak, her yıl olumlu sicil almak ve istihdam edildikleri birimlerce belirlenecek konularda hazırlayacakları uzmanlık tezinin, oluşturulacak tez jürisi tarafından kabul edilmesi ve Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından asgarî (C) düzeyinde veya dil yeterliği bakımından buna denkliği kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan başka bir belgeye sahip olmaları kaydıyla yapılacak yeterlik sınavına girmeye hak kazanırlar. Süresi içinde tezlerini sunmayan veya tezleri kabul edilmeyenlere tezlerini sunmaları veya yeni bir tez hazırlamaları için altı ayı aşmamak üzere ilave süre verilir. Yeterlik sınavında başarılı olanların uzman kadrolarına atamaları yapılır. Sınavda başarılı olamayanlar veya sınava girmeye hak kazandığı hâlde geçerli mazereti nedeniyle sınav hakkını kullanamayanlara, bir yıl içinde ikinci kez sınav hakkı verilir. Verilen ilave süre içinde tezlerini sunmayanlar, ikinci defa hazırladıkları tezleri kabul edilmeyenler, yabancı dil yeterlik şartını yerine getirmeyenler ile ikinci sınavda da başarı gösteremeyen veya sınav hakkını kullanmayanlar, uzman yardımcısı unvanını kaybederler ve Üst Kurulda durumlarına uygun kadrolara atanırlar. Uzman yardımcılığından Üst Kurul uzmanlığına atananlara bir defaya mahsus olmak üzere bir derece yükseltilmesi uygulanır.

(8) Üst Kurulun Üst Kurul uzman ve uzman yardımcılarının mesleğe alınmaları, yetiştirilmeleri, yarışma sınavı, tez hazırlama ve yeterlik sınavları, çalışma usul ve esasları ile diğer hususlar Üst Kurul tarafından yönetmelikle belirlenir.

(9) Başkan yardımcıları, I. Hukuk Müşaviri ve daire başkanları Başkanın teklifi üzerine Kurul kararıyla, diğer personel Başkan tarafından atanır.

(10) Üst Kurul personelinin görevleriyle bağlantılı olarak işledikleri iddia edilen suçlara ilişkin soruşturmalar, 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanuna göre yapılır ve bunlar hakkında soruşturma izni Başkan tarafından verilir.

(11) Üst Kurul personeli sosyal güvenlik açısından 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı sayılır.

(12) Emeklilik bakımından; başkan yardımcıları bakanlık genel müdürü, daire başkanları bakanlık genel müdür yardımcısı, I. Hukuk Müşaviri bakanlık I. Hukuk Müşaviri, Üst Kurul uzmanları Adalet uzmanı, Başkanlık müşaviri Üst Kurul müşaviri, uzman denetçi bakanlık müşaviri ile denk kabul edilir. Diğer unvanlardaki personele 657 sayılı Kanundaki eşdeğer kadrolara ilişkin hükümler uygulanır.²⁸

(13) Üst Kurulun kadroları ekli (I) sayılı cetvelde gösterilmiştir. Anılan cetveldeki toplam kadro sayısı geçilmemek ve anılan cetvelde yer alan kadro unvanları ile 13/12/1983 tarihli ve 190 sayılı Genel Kadro ve Usulü Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin eki cetvellerde yer alan kadro unvanlarıyla sınırlı olmak kaydıyla, dolu kadrolarda derece değişikliği ile boş kadrolarda sınıf, unvan ve derece değişiklikleri Üst Kurul kararıyla yapılır.

ONİKİNCİ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna ilişkin hükümler

MADDE 44 – (1) Yayın hizmetlerinin iletimine ilişkin teknik ve idarî konularda Üst Kurul ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu işbirliği yapar.

(2) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından elektronik haberleşme hizmetlerini sunmak üzere yetkilendirilen işletmeciler; elektronik haberleşme hizmetlerine ilişkin olarak Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu düzenlemelerine tabidirler. Ancak, bu işletmecilerden yayın hizmetlerinin iletimi için faaliyette bulunmak isteyenler, bu Kanun uyarınca Üst Kuruldan gerekli yayın iletim yetkisini almak ve Üst Kurul düzenlemelerine uymak suretiyle faaliyetlerini yürütebilirler.

(3) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın hizmetlerinin iletiminde kullandıkları radyolink cihaz ve sistemleri için gereken izinleri, ilgili mevzuat çerçevesinde Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumundan alırlar.

²⁸ 2/7/2018 tarihli ve 703 sayılı KHK'nin 164 üncü maddesiyle, bu fıkarda yer alan "Başbakanlık uzmanı" ibaresi "Adalet uzmanı" şeklinde değiştirilmiştir.

(4) Ulusal ve uluslararası hava ve deniz seyrüsefer sistemlerine radyo ve televizyon sistemlerinden zararlı enterferanslar gelmesi hâlinde, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürmemek amacıyla enterferansa sebep olan vericileri yerinde tespit ederek geçici olarak kapatır ve durumu Üst Kurula bildirir. Üst Kurul bu Kanun çerçevesinde gerekli müeyyideleri ayrıca uygular.

(5) Radyo ve televizyon sistemlerinin diğer bantlarda faaliyet gösteren yayın dışı sistemler tarafından enterferansa maruz kalması hâlinde Üst Kurul, durumu Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Üst Kurulca bildirilen enterferansın giderilmesi için gerekli önlemleri ivedilikle alır.

(6) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu uluslararası düzenlemeler ve millî frekans planı çerçevesinde Üst Kurulun görüşünü alarak frekans bantlarında değişiklik yapabilir.

(7) Bu Kanunun uygulanması açısından, 4/5/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun hükümleri saklıdır.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yükümlülüğü

MADDE 45 – (1) 8 inci maddede belirtilen yayın ilkeleri ile bu Kanunun yayın hizmetlerinde ticarî iletişimi düzenleyen hükümleri, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu yayınları hakkında da uygulanır.

(2) Söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde, Türkiye RadyoTelevizyon Kurumu ihlâlin niteliği açıkça belirtilerek Üst Kurulca uyarılır ve yükümlülüğün gereğinin yerine getirilmesi ilgili Bakanlığa bildirilir.

Sorumluluk ve sorumlu müdür

MADDE 46 – (1) Yayından doğan sorumluluk yayını yöneten veya programı yapanla birlikte sorumlu müdüre aittir. Bu hüküm yayın kuruluşunun bu Kanundan doğan sorumluluklarını ortadan kaldırmaz.

(2) Ancak, şirketi idare ve temsile yetkili kişiler, sorumlu müdürün incelemesinden geçmeden veya rızası hilafına bir yayına karar vermişlerse, bu durumda sorumluluk yayına karar veren söz konusu kişilere geçer.

(3) Özel radyo ve televizyon kuruluşları, sunacakları yayın hizmetlerinin özellik ve önemini değerlendirecek bir veya birden çok sorumlu müdür görevlendirir. Sorumlu müdür veya müdürlerin;

a) Türk vatandaşı olmaları,

b) Ulusal ve bölgesel düzeyde faaliyette bulunan yayın kuruluşlarının sorumlu müdürlerinin yüksek öğrenim mezunu olmaları,

c) Yerleşim yerlerinin Türkiye’de bulunması,

ç) Kamu hizmetlerinden yasaklı olmamaları veya kısıtlı bulunmamaları, gerekir.

Tebliğat ve yetkili mahkemeler

MADDE 47 – (1) Bu Kanun gereğince yapılacak tebliğat hakkında 11/2/1959 tarihli ve 7201 sayılı Tebliğat Kanunu hükümleri uygulanır.

(2) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile platform, multipleks ve altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketine yönelik olarak yapılacak genel nitelikli duyurular ile 7 nci madde çerçevesindeki bildirimler, Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır. Bu duyurular 7201 sayılı Kanuna göre yapılan tebliğat hükmündedir.

(3) Üst Kurul aleyhine açılacak davalarda Ankara idare mahkemeleri yetkilidir.

Yürürlükten kaldırılan ve uygulanmayacak hükümler

MADDE 48 – (1) 13/4/1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun yürürlükten kaldırılmıştır.

(2) 7/11/1996 tarihli ve 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun dışında, diğer kanunlarda medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara zorunlu yayın yükümlülüğü getiren hükümler uygulanmaz.

Üst Kurul üyeleri ve personele dair geçiş hükümleri

GEÇİCİ MADDE 1 – (1) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce Üst Kurul üyeliğine seçilen ve bu görevleri devam etmekte olanlardan halen 5510 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesi kapsamına girmeksizin sigorta primi ödemekte olanlar, 5510 sayılı Kanunun kamu personeli için uygulanmaya başlandığı 15/10/2008 tarihinden daha önceki bir tarihi geçmemek kaydıyla, Üst Kurul üyesi olarak göreve başladıkları tarihi takip eden ay başından itibaren geçen hizmet süreleri itibarıyla 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı kabul edilirler. Bu süreye ait emekli keseneği veya sigorta primi çalışan payı farkları kendileri tarafından, kurum karşılığı veya sigorta primi işveren payı farkları Üst Kurul tarafından ödenir. Sigortalı hizmet sürelerinin birleştirilerek aylık bağlanmasında, ilgisine göre mülga 24/5/1983 tarihli ve 2829 sayılı Sosyal Güvenlik Kurumlarına Tabi Olarak Geçen Hizmetlerin Birleştirilmesi Hakkında Kanun veya 5510 sayılı Kanun hükümleri uygulanır. Sosyal güvenlik kuruluşlarının herhangi birinden emekli aylığı almakta iken Üst Kurul üyeliğine seçilen ve halen görevde olanların, istekleri halinde emekli aylıkları kesilir ve sigorta primleri 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında ödenir ve bunların emekli aylıklarının yeniden bağlanarak emekli aylığı tutarlarının belirlenmesinde genel hükümlere göre işlem yapılır.

(2) Bu Kanun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurul üyesi olanların üyelikleri, üyelerin üçte birinin iki yılda bir yenilenmesi saklı kalmak kaydıyla, görev sürelerinin sonuna kadar devam eder.

(3) Bu Kanunla yapılan yeni düzenlemeler nedeniyle kadro ve görev unvanı değişmeyenlerden bu Kanunda öngörülen eğitim şartlarını taşıyanlar başka bir işleme gerek kalmaksızın durumlarına uygun aynı unvanlı kadrolara atanmış sayılır. Kadro ve görev unvanları değişen yahut kaldırılan veya anılan kadrolar için aranan eğitim şartlarını taşımayan personelden; Teftiş Kurulu Başkanı, Genel Sekreter, Daire Başkanı ve Bölge Müdürü kadrolarında bulunanlar

Üst Kurul Müşaviri kadrolarına, Başmüfettiş ve bölge müdür yardımcısı kadrolarında bulunanlar uzman denetçi kadrolarına, başka bir işleme ve tebliğata gerek kalmaksızın bu Kanunun yayımı tarihinde atanmış

sayılır; diğerleri Başkan tarafından üç ay içinde Üst Kurulda durumlarına uygun kadrolara atanırlar. Bunlar atama işlemi yapıncaya kadar Başkan tarafından ihtiyaç duyulan işlerde görevlendirilebilirler. Bunlar, yeni bir kadroya atanıncaya kadar, eski kadrolarına ait ücret ve diğer mali haklarını almaya devam ederler. Söz konusu personelin, atandıkları yeni kadroların aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar (fazla çalışma ücreti hariç) diğer mali hakları toplam net tutarının, atandıkları tarih itibarıyla eski kadrolarına ilişkin olarak en son ayda aldıkları aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar (fazla çalışma ücreti hariç) diğer mali hakları toplam net tutarından az olması hâlinde, aradaki fark, atandıkları kadrolarda kaldıkları sürece, herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ve farklılık giderilinceye kadar kendilerine tazminat olarak ödenir.

(4) Bu Kanunun yayımı tarihinden sonra 43 üncü maddenin altıncı fıkrasına göre Üst Kurul kadrolarında bulunan personel için belirlenecek ücretler ile diğer mali haklar toplamının, bu Kanunun yayımı tarihinden önceki en son ayda Üst Kurul kadroları için belirlenmiş olan aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar ile fazla çalışma ücreti hariç diğer mali haklar toplamı net tutarından daha az olması hâlinde, aradaki fark söz konusu personele, kadrolarında kaldıkları sürece, herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ve farklılık giderilinceye kadar tazminat olarak ödenir.

(5) Üst Kurul müşaviri ve uzman denetçi kadrosunda bulunanlar, Üst Kurulda Başkan tarafından uygun görülen birim ve işlerde görevlendirilirler. Bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren Üst Kurulda yeni Üst Kurul müşaviri ve uzman denetçi ataması yapılmaz ve bu kadrolarda herhangi bir şekilde boşalma olması hâlinde, anılan kadrolar herhangi bir işleme gerek kalmaksızın iptal edilmiş sayılır.

(6) Üst Kurul uzmanı ve Üst Kurul uzman yardımcısı kadrolarından teknik hizmetler sınıfında bulunanların hizmet sınıfı, genel idare hizmetleri olarak değiştirilmiştir.

(7) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurulda görev yapmakta olan personel, bu Kanunun yayımı tarihinden önce yararlanmakta olduğu ek göstergelerden kazanılmış hak olarak yararlanmaya devam eder.

(8) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurulda görev yapan personelden;

- a) Fakülte veya dört yıllık yüksekokul mezunu olan,
- b) Üst Kurulda beş yıllık hizmet süresini tamamlayan,
- c) Son üç yıllık sicil not ortalaması seksen ve üzerinde olan,
- d) Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından en az (D) düzeyinde puanı olan veya Üniversitelerarası Kurul Yabancı Dil Sınavından en az 60 puanı olan veya dil yeterliği bakımından buna denk kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan bir belgeye sahip olan,
- e) Hazırlayacakları tez, bu Kanunun 43 üncü maddesinin yedinci fıkrasına göre kabul edilen veya doktora yapan ve Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren en geç üç yıl içinde aynı fıkraya göre yapılacak yeterlik sınavında başarılı olanlar, Üst Kurul uzmanlığı kadrosuna atanabilirler.

Yönetmelikler

GEÇİCİ MADDE 2 – (1) Bu Kanun uyarınca yürürlüğe konulması gereken yönetmelikler, bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren altı ay içinde Üst Kurulca hazırlanır ve Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe konulur. Bu yönetmelikler yürürlüğe konuluncaya kadar mevcut düzenleyici işlemlerin bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasına devam edilir.

Lisans sahibi kuruluşlar

GEÇİCİ MADDE 3 – (1) Bu Kanunun yayımı tarihinden önce kablo ve uydu ortamından yayın yapmak üzere yayın lisansı almış olan kuruluşların hakları lisans süresi sonuna kadar geçerlidir.

(2) Bu Kanunun yayımı tarihinde uydu ve kablo yayın lisansına sahip olan radyo ve televizyon yayın kuruluşları altı ay içinde durumlarını bu Kanun hükümlerine uygun hâle getirirler.

Kanal ve frekanslarla ilgili geçiş hükümleri

GEÇİCİ MADDE 4 – (1) Üst Kurulca sıralama ihalesi yapıp, karasal yayın lisansları verilene kadar geçecek süre içerisinde, sadece 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun geçici 6 ncı maddesi uyarınca karasal ortamda yayında olan radyo ve televizyon kuruluşları, Üst Kurulca yayın yapmalarına müsaade edilmiş olan yerleşim yerleri ile sınırlı olmak kaydıyla, yayınlarına devam ederler. Bu kuruluşlardan, 41 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen kanal ve frekans yıllık kullanım bedeli, bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren tahsil edilir. (...) ¹⁶ veya karasal yayın lisansları için sıralama ihalesinin yapılmasının ardından tahsise hak kazanmayan kuruluşların karasal yayınları bir ay içinde Üst Kurulca durdurulur. Sıralama ihalesinde tahsise hak kazanan kuruluşların yayınları Üst Kurulca belirlenen takvimde, daha önce yayın yaptıkları kanal ve frekanslardan, tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi ve frekanslara taşınır.

(2) **(Değişik: 10/9/2014-6552/136 md.)** Sıralama ihalesinde karasal sayısal televizyon multipleks kapasitesi tahsisine hak kazanan kuruluşlardan bir bölümüne, ihaledeki sıraları ve analog kanal kapasitesi dikkate alınarak en fazla iki yıl süreyle karasal sayısal yayının yanı sıra analog televizyon yayını yapmalarına da imkân tanınır. Tahsisi müteakip en geç iki yıllık süre sonunda analog karasal televizyon yayınları ülke genelinde tümüyle sonlandırılır ve analog karasal televizyon yayınları durdurulur. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu da kendisine yapılan tahsisler çerçevesinde ve Üst Kurulca verilen süre içinde karasal radyo ve televizyon yayınlarını eski kullandığı kanal ve frekanslardan tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi ve frekanslara taşır.

(3) Bu madde uyarınca Üst Kurulca yayınları durdurulan kuruluşların yayınlarına izinsiz olarak devam etmeleri durumunda bu kuruluşlar hakkında, 33 üncü maddenin birinci fıkrası uyarınca işlem yapılır.

(4) Karasal yayın lisanslarının verilmesinin ardından mevcut verici tesisleri özel medya hizmet sağlayıcılar tarafından kaldırılır veya tarafların mutabık kalacakları bir bedel karşılığında verici tesis ve işletim şirketine devredilir. Verici tesis ve işletim şirketi tarafından devralınmayan verici tesisleri Üst Kurulca yapılacak uyarının ardından üç ay içinde kaldırılır. Verilen süre içinde kaldırılmayan ve faaliyetine devam eden verici tesisleri Üst Kurulca mühürlenerek kapatılır.

(5) Frekans planları ve uygulama takvimi bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren bir yıl içinde hazırlanır.

¹⁶ Anayasa Mahkemesinin 16/10/2019 tarihli ve E.:2019/70; K.:2019/81 sayılı Kararı ile, bu fıkranın üçüncü cümlesinde yer alan “Kanal ve frekans kullanım bedelini 42 nci maddeye göre ödemeyen...” ibaresi iptal edilmiştir.

(6) Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları dışındaki frekans bantları, sayısal yayına geçişin tamamlanmasını takiben Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun talebi çerçevesinde Üst Kurul tarafından boşaltılır.

(7) (Ek: 10/9/2014 - 6552/136 md.; Mülga: 2/1/2017-KHK-687/9 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7076/9 md.)

Müeyyideler

GEÇİCİ MADDE 5 – (1) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce Üst Kurul tarafından yayıncı kuruluşlara uygulanan müeyyideler tekerrüre esas alınmaz.

Atıflar

GEÇİCİ MADDE 6 – (1) Mevzuatta 3984 sayılı Kanuna yapılan atıflar bu Kanunun ilgili hükümlerine yapılmış sayılır.

Bazı maddelerin uygulanması

GEÇİCİ MADDE 7 – (1) 15 inci maddede yer alan hükümler, Türkiye Cumhuriyetinin Avrupa Birliğine tam üye olduğu tarihten itibaren uygulanır. 19 uncu maddenin birinci fıkrasının (f) bendi, Türkiye Cumhuriyetinin Avrupa Birliğine tam üye olduğu tarihten itibaren Avrupa Birliğine üye ülkeler için uygulanmaz.

GEÇİCİ MADDE 8 – (1) (Mülga: 2/1/2017-KHK-680/21 md.; Aynen kabul: 1/2/2018-7072/20 md.)

(2) 11/11/1983 tarihli ve 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu ile mülga Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna verilen görevler, Kurum Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasına ilişkin olanlar hariç olmak üzere Kurum Yönetim Kuruluna devredilir.

Yürürlük

MADDE 49 – (1) Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 50 – (1) Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

SAYILI KANUNA EK VE DEĞİŞİKLİK GETİREN MEVZUATIN YÜRÜRLÜĞE GİRİŞ TARİHLERİNİ
GÖSTERİR LİSTE

Değiştiren Kanunun/ KHK'nin Numarası	6112 Sayılı Kanunun Değişen veya İptal Edilen Maddeleri	Yürürlüğe Giriş Tarihi
6353	42	12/7/2012
6462	8, 9, 32, 37	3/5/2013
6552	42, GEÇİCİ MADDE 4	11/9/2014
6745	19,41	7/9/2016
KHK/680	7, 8, 19, 32, GEÇİCİ MADDE 8	6/1/2017
KHK/687	3, 26, GEÇİCİ MADDE 4	9/2/2017
KHK/690	2, 6, 8, 32, 37	29/4/2017
7072	7, 8, 19, 32, GEÇİCİ MADDE 8	8/3/2018
7076	3, 26, GEÇİCİ MADDE 4	8/3/2018
7077	2, 6, 8, 32, 37	8/3/2018
7103	29/A	27/3/2018
KHK/703	7, 14, 34, 39, 43	24/6/2018 tarihinde birlikte yapılan Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanlığı seçimleri sonucunda Cumhurbaşkanının andiçerek göreve başladığı tarihte (9/7/2018)
Anayasa Mahkemesinin 16/10/2019 tarihli ve E.:2019/70; K.:2019/81 sayılı Kararı	Geçici Madde 4	5/12/2019
7196	14	24/12/2019
Anayasa Mahkemesinin 19/2/2020 tarihli ve E.:2018/91 K.:2020/10 sayılı kararı	19	30/4/2020
7394	14	15/4/2022

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Sibel AK
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim	
Lisans Öğrenimi	
Yüksek Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Sertifikalar	
Bilimsel Faaliyetleri	

İş Deneyimi	

Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
Tarih	

