

T.C.  
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ \*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

137501

KOCAELİ'DE YEREL TELEVİZYONLAR, SORUNLARI VE  
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ALİ MURAT VARLI

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU'NDAN  
DOKÜMAN TAYIN MERKEZİ

137501

ANABİLİM DALI: İLETİŞİM  
PROGRAMI : İLETİŞİM BİLİMİ

DANIŞMAN: PROF. DR. ŞERMİN TEKİNALP

KOCAELİ, 2003

T.C.  
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ\*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KOCAELİ'DE YEREL TELEVİZYONLAR, SORUNLARI VE ÇÖZÜM  
ÖNERİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: ALİ MURAT VARLI

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Tarih ve No.: 22.10.2003/  
2003-15

Prof. Dr. Şermin Tekinalp Doç. Dr. Füsun Alver Yrd. Doç. Dr. Ayşen

AKKOR GÜL

KOCAELİ, 2003

## ÖNSÖZ

Bu çalışmayı yapmaktaki başlıca amacım bir kent üniversitesi olan Kocaeli Üniversitesi'nin Kocaeli kentine hem bilimsel hem de kültürel katkı yapabilmesine ve Kocaeli Üniversitesi'nin yaşadığı kentin bu tip araştırma ve projelerle geliştirmesine ve ilerlemesine büyük etkisi olacağını düşünüyorum. Bu nedenle, Yüksek Lisans tezimin konusunu danışmanım Prof. Dr. Şermin Tekinalp ile birlikte "Kocaeli'deki Yerel Televizyonların Sorunları" olarak belirledik.

Türkiye'deki televizyon yayıncılığı maalesef özel ulusal televizyon kanallarının "popüler kültür"e yönelik yaptığı yayınlarla şekillenmekte. Bunun sonucunda da başta TRT olmak üzere tüm televizyon kuruluşları yayın standartlarını aşağı çekerek "izlenme kaygılarını" ortaya koymaktalar. Çünkü, televizyon yayıncılığı ekonomi içinde bir sektör haline gelmiş ve televizyon kanalları ayakta kalabilmek, mâli açıdan sağlam olmak ve reklam gelirlerini arttırmak için sorumlu kamu hizmeti yayıncılığı anlayışlarını bir kenara itmiş ve çeşitli tavizler vermiştir.

Bu açıdan bakıldığında buzdağının yüzeyde görünen kısmı olan ulusal televizyon kanallarının yayınlarının yanında buzdağının daha büyük ve daha derindeki kısmı olan yerel televizyon kanallarının yayınlarının incelenmesi bu buzdağının niteliği ve anlaşılması konusunda bizlere yardımcı olacaktır. İşte tüm bu düşüncelerle, Kocaeli'deki yerel televizyon kanallarının, bu kanalları seyreden izleyicilerin ve bu kanallarda çalışan personelin profiline yerel televizyon yayıncılığının niteliğinin anlaşılmasında önemli bir paya sahip olabileceğini düşündüm. Bu çalışmanın ulaştığı sonuçların Kocaeli'deki yerel televizyon kuruluşlarına ulaştırılması ve bir yayınlara kamuoyuna duyurulmasının sonrasında 10 yıllık dönem içinde bu araştırmanın yinelenmesi ve her iki araştırmanın sonuçlarının karşılaştırılması araştırmanın sonuçlarının hem izleyiciler hem de televizyon kuruluşları açısından bir değişim getirip getirmediğini kontrol etmek açısından yararlı olacaktır.

Bütün bu düşüncelerle akademik yaşamı seçmemde bana örnek ve destek olmuş başta annem ve babam olmak üzere tüm büyüklerime;

Hem okul içinde hem okul dışında bazen saatler süren tartışmalarla, birlikte ufuk turuna çıktığım sevgili mesai arkadaşlarım İhsan KARLI, Sedat ÖZEL ve Yusuf BUDAK'a;

Alan araştırması sırasında benimle birlikte sahaya inen Gökhan AKÇA, Gülsüm DOĞAN, Tuğba ÇETİN, Metehan ÖZDİL ve Özge ULUĞ'a;

Kocaeli'deki yerel televizyonlar konusunda çalışmamı öneren ve bu konudaki desteğini hiçbir zaman esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Şermin TEKİNALP'e,

Teşekkürü bir borç bilirim.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	i
İÇİNDEKİLER .....	iii
ÖZET .....	v
ABSTRACT .....	vi
KISALTMALAR .....	vii
GRAFİKLER DİZİNİ .....	viii
TABLolar DİZİNİ .....	ix
1. GİRİŞ .....	1
1.1. SORUN .....	2
1.2. AMAÇ .....	2
1.3. VARSAYIMLAR .....	3
1.4. YÖNTEM .....	3
1.4.1. Evren ve Örneklem .....	3
1.4.2. Araştırmanın Tekniği.....	5
1.4.3. Araştırmada Kullanılan Testler .....	5
1.5. TANIMLAR .....	6
2. YEREL TELEVİZYONLAR .....	8
2.1. YEREL VE YERELLİK KAVRAMI .....	8
2.1.1. Mekân ve Aidiyet Sorunu .....	8
2.1.2. Modernizmden Postmodernizme Yerellik .....	9
2.1.3. Küreselleşme ve Yerellik .....	10
2.2. YEREL KİMLİKLER .....	11
2.2.1. Yerel Küreseller .....	12
2.3. KÜRESEL DÜNYADA TELEVİZYONUN YERİ .....	13
2.4. YEREL TELEVİZYONLAR .....	14
2.4.1. Yerel Televizyonlar ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı..	15
3. KOCAELİ'DE YEREL TELEVİZYONLAR VE SORUNLARI ..	17
3.1. KENT OLARAK KOCAELİ PROFİLİ .....	17
3.1.1. Kocaeli'nin Coğrafi Konumu .....	17
3.1.2. Kocaeli'de Ekonomi .....	18

3.1.3.	Kocaeli ve Deprem .....	20
3.1.4.	Kocaeli'nin Nüfus Özellikleri .....	20
3.1.5.	Kocaeli'de Eğitim .....	21
<b>3.2.</b>	<b>KOCAELİ'DE YEREL BASIN .....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.</b>	<b>KOCAELİ'DE YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLAR .....</b>	<b>23</b>
3.3.1.	Kocaeli TV .....	23
3.3.2.	TV 41 .....	28
3.3.3.	Selam TV .....	30
<b>3.4.</b>	<b>KOCAELİ'DE YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLARIN</b>	<b>31</b>
	<b>SORUNLARI .....</b>	<b>31</b>
3.4.1.	Ekonomik Sorunlar .....	32
3.4.2.	Eğitim Sorunları .....	34
3.4.3.	Teknik Sorunlar .....	35
3.4.4.	Hukuki Sorunlar .....	36
<b>4.</b>	<b>KOCAELİ YEREL TELEVİZYONLARI ÖLÇEĞİNDE</b>	
	<b>İZLEYİCİLERE YÖNELİK UYGULAMADAN ELDE EDİLEN</b>	
	<b>BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>39</b>
<b>5.</b>	<b>KOCAELİ YEREL TELEVİZYONLARI ÖLÇEĞİNDE YEREL</b>	
	<b>TELEVİZYON ÇALIŞANLARINA YÖNELİK UYGULAMADAN</b>	
	<b>ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>71</b>
<b>6.</b>	<b>GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ .....</b>	<b>81</b>
	<b>EKLER .....</b>	<b>85</b>
	<b>EK-1 .....</b>	<b>85</b>
	<b>EK-2 .....</b>	<b>93</b>
	<b>YARARLANILAN KAYNAKLAR .....</b>	<b>96</b>
	<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>99</b>

## KOCAELİ'DE YEREL TELEVİZYONLAR, SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

### ÖZET

Türkiye'de yerel medya ihmal edilegelmiş bir çalışma alanıdır. Küreselleşmenin etkisiyle 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren ülkemizde de yerellik kavramı tartışılmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın konusunu yerel televizyonların sorunları oluşturmaktadır.

Kocaeli'deki yerel televizyonların başlıca sorunları arasında ekonomik sorunlar; çalışan personelin mesleki eğitim sorunu; teknik sorunlar ve hukuki sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlar kaynak tarama yönteminin yanı sıra yerel televizyon kuruluşlarının yönetici ve çalışanlarıyla görüşülerek ve yerel televizyon izleyicilerine anket uygulaması yapılarak tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda, pek çok sorunu olduğu halde Kocaeli'deki yerel televizyon kanallarının kent halkının büyük çoğunluğu tarafından izlenmekte olduğu, yerel televizyon çalışanlarının da yapılan yayınların kalitesi ve düzeyinden memnun olduğu sonucu çıkarılmıştır.

## **LOCAL TELEVISIONS IN KOCAELI, PROBLEMS AND SOLUTION PROPOSALS**

### **ABSTRACT**

Local media is a neglected field of study in Turkey. Since the mid-1990's with the influence of globalism the concept of "locality" began to be discussed in Turkey. The problems of local televisions constitutes the subject matter of this study.

Economic problems, professional training of the employees, technical problems and legal problems are among the main problems of local televisions in Kocaeli. These problems are determined by searching the literature, interviewing with the employees and the directors of the local stations and by making a survey with the local television audience.

At the end of the study, despite their problems, the following conclusion is drawn: local television stations in Kocaeli are viewed by the majority of the city population; the employees of the these stations are pleased with the quality and the level of their broadcasts.



## KISALTMALAR

**RTÜK** : Radyo Televizyon Üst Kurulu

**TT** : Türk Telekom

**TV** : Televizyon



## GRAFİKLER DİZİNİ

<b>Grafik No.</b>	<b>Grafik Başlığı</b>	<b>Sayfa</b>
Grafik 1	Örneklemin Cinsiyet Profili	39
Grafik 2	Örneklemin Yaş Profili	39
Grafik 3	Örneklemin Meslek Grupları	40
Grafik 4	Örneklemin Eğitim Durumu	40
Grafik 5	En Sık İzlenen Ulusal TV Kanalları*Cinsiyet İlişkisi	43
Grafik 6	Televizyon Yayınlarına Ulaşma Şekli	47
Grafik 7	Cinsiyete Göre Düzenli Yerel TV İzleme Oranları	47
Grafik 8	Kocaeli’de Yayın Yapan Yerel TV’lerin Bilinirlik Oranı	49
Grafik 9	Yerel Televizyonların Kent Kültürü Üzerinde Etkisi*Eğitim	58
Grafik 10	Yerel Televizyon Çalışanlarının Yaş Profili	71
Grafik 11	Yerel Televizyon Çalışanlarının Eğitim Durumları	71
Grafik 12	Yerel Televizyon Çalışanlarının Departman Paylaşımı	73

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo No.</b>	<b>Tablo Başlığı</b>	<b>Sayfa</b>
Tablo 1	Düzenli TV İzleme*Cinsiyet İlişkisi	39
Tablo 2	TV İzleme Süresi	39
Tablo 3	En Sık İzlenen TV Kanalı*Eğitim İlişkisi	40
Tablo 4	En Sık İzlenen Ulusal TV Kanalları*Cinsiyet İlişkisi	40
Tablo 5	Tercih Edilen Program Türleri*Cinsiyet İlişkisi	45
Tablo 6	Eğitime Göre TV'de İzlenen Programa Türleri İlişkisi	46
Tablo 7	Yerel TV İzleme*Eğitim İlişkisi	48
Tablo 8	Kocaeli'de Yerel TV Kanal Sayısı	48
Tablo 9	Yerel TV İzleyenler İçinde Her Gün Yerel Tv İzleyenlerin Oranı	49
Tablo 10	Günde Yerel TV İzleme Süresi	50
Tablo 11	Eğitim Durumu*Kocaeli'deki Olaylarla İlgili Bilgi Sağlamada Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı İlişkisi	50
Tablo 12	Eğitim Durumu*Yayın İçeriği Açısından Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı İlişkisi	51
Tablo 13	En Sık İzlenen Yerel Kanal*Eğitim İlişkisi	52
Tablo 14	Sık İzlenen Yerel TV Kanalları*Takip Ettikleri Süre/Yıl İlişkisi	53
Tablo 15a	Yerel TV'lerde İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar*Cinsiyet İlişkisi	53
Tablo 15b	Yerel TV'lerde İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar*Cinsiyet İlişkisi	53
Tablo 15c	Yerel TV'lerde İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar*Cinsiyet İlişkisi	53
Tablo 16a	Yerel TV Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı İzlenen Programlar*Cinsiyet İlişkisi	55
Tablo 16b	Yerel TV Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı İkinci Derecede İzlenen Programlar*Cinsiyet İlişkisi	55
Tablo 16c	Yerel TV Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı Üçüncü Derecede İzlenen Programlar*Cinsiyet İlişkisi	55

<b>Tablo No.</b>	<b>Tablo Başlığı</b>	<b>Sayfa</b>
Tablo 17	Yerel TV Kanallarının Verilen Ölçütlere Göre İncelenmesi	58
Tablo 18a	Yerel TV Kanallarında Görmek İsteddiğiniz Program Türleri* Cinsiyet İlişkisi	59
Tablo 18b	Yerel TV Kanallarında İkinci Derecede Görmek İsteddiğiniz Program Türleri*Cinsiyet İlişkisi	60
Tablo 18c	Yerel TV Kanallarında Üçüncü Derecede Görmek İsteddiğiniz Program Türleri*Cinsiyet İlişkisi	60
Tablo 19a	Kocaeli'nin Sorunları*Cinsiyet İlişkisi	61
Tablo 19b	Kocaeli'nin İkinci Derecede Sorunları*Cinsiyet İlişkisi	61
Tablo 19c	Kocaeli'nin Üçüncü Derecede Sorunları*Cinsiyet İlişkisi	61
Tablo 20	Yerel TV Kanallarının Veriler Üzerindeki Etkisi	63
Tablo 21	Yerel TV'lere Güven*Cinsiyet İlişkisi	64
Tablo 22	Yerel TV'lere Güven*Eğitim İlişkisi	65
Tablo 23	Hemşehrilik Bağları	65
Tablo24a	Yerel TV Kanallarının Yayın Sebebi*Cinsiyet İlişkisi	66
Tablo24b	Yerel TV Kanallarının İkinci Dereceli Yayın Sebebi*Cinsiyet İlişkisi	67
Tablo24c	Yerel TV Kanallarının Üçüncü Dereceli Yayın Sebebi* Cinsiyet İlişkisi	67
Tablo 25a	Beklentileri Karşılama*Eğitim İlişkisi	68
Tablo 25b	Beklentileri Karşılama*Eğitim İlişkisi	68
Tablo 26	Beklentileri Karşılama*Cinsiyet İlişkisi	69
Tablo 27	Yerel TV Çalışanlarının Eğitim Durumu	72
Tablo 28	Yerel Tv'lerdeki Çalışma Süresi	72
Tablo 29	Çalışanların Sektörel Deneyimi	73
Tablo 30	Daha Önceki Sektörel Deneyimin Yaşandığı Yer	73
Tablo 31	Yapılan İşten Elde Edilen Tatmin	74
Tablo 32	Kanalınızın Yayın Politikası	75
Tablo 33	Sektörel Yayın Takibi	75
Tablo 34a	En Çok İzlenen Tv Kanalı	76
Tablo 34b	En Çok İzlenen İkinci Derece TV Kanalı	76
Tablo 34c	En Çok İzlenen Üçüncü Derece TV Kanalı	77

<b>Tablo No.</b>	<b>Tablo Başığı</b>	<b>Sayfa</b>
Tablo 35	Yerel TV Kanallarının Kent Kùltürü Üzerinde Etkisi	77
Tablo 36	Kamuoyu Üzerinde En Etkili Kitle İletişim Aracı	78
Tablo 37	Yerel TV'lerin İşlevleri	78
Tablo 38	Yerel TV'ler İşlevlerini Yerine Getiriyorlar mı	79
Tablo 39	Çalışanların Maddi Açıdan Tatmını	79
Tablo 40	Yerel TV'lerin Program ve İçeriklerinin Etkisi	80



## I. GİRİŞ

*“... televizyon, sırf dünyevî, insanî ve sanatsal olayların yansıtıcısı olarak değil, diğer tüm ‘kitle iletişim araçları’ndan farklı bir şey olarak görülmelidir. Hatta, televizyon çalışmaları literatürünün büyük bir kısmı televizyonun özelliklerini, sıklıkla, bir taraftan radyo (yayın, canlılık ve halka dönüklük) diğer bir taraftan sinema (hareketli görüntüler ve fantezi) ile karşılaştırma yaparak ve televizyon metinleri ile televizyon izleyicisinin doğası hakkında tartışarak formüle etmeye çalışmıştır.”<sup>1</sup>*

Yukarıdaki alıntıda da belirttiği gibi televizyon alanında yapılan çalışmalar, televizyonun doğası hakkında bir takım bilgiler elde edilmesini sağlar. Bu çalışmada Kocaeli ilindeki yerel televizyon kanallarının sorunlarının tanımlanması, yerel televizyon kanallarının izleyicilerinin ve çalışanlarının profilinin çıkartılması ve bu bilgiler ışığında yerel televizyonların sorunlarına bir takım çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır.

Yerel medyanın güçlü bir yapıda olduğu iddia edilen Kocaeli’de üç adet yerel televizyon kanalı bulunmaktadır. Bunlar; TV 41, Kocaeli TV ve Selam TV’dir. Radyo Televizyon Üst Kurulu’ndan elde edilen rakamlara göre Türkiye genelinde yayın yapan ve “ulusal kanal” olarak adlandırılan kuruluş sayısı 16’dır. Bölgesel yayın yapan kuruluş sayısı 15’tir. Bunun yanında yerel düzeyde bir il ya da ilçe merkezinde yayın yapan ve daha küçük bir kitleye hitap eden kuruluş sayısı ise 232’dir.

Türkiye gibi fakir sayılabilecek bir ülkede il başına yaklaşık olarak 2.8 yerel televizyon düşmektedir. 1990’ların başına kadar yalnızca iki kanallı devlet televizyonuna sahip bir ülkede televizyon yayıncılığının çeşitli sorunları olabileceği izlenimini uyandırmaktadır, ki bu sorunlarda bu araştırmanın konusunu Kocaeli ili bağlamında oluşturmaktadır.

<sup>1</sup> Charlotte Brunson, “Television Studies”, <http://www.museum.tv/archives/etv/index.html>

## 1.1. SORUN

Türkiye'nin en büyük sanayi kenti olan Kocaeli'de<sup>2</sup> yayın yapan yerel televizyonların, kent halkı, kentte bulunan kurumlar ve sivil toplum örgütleriyle bütünleşememeleri, bu kanalların yaptıkları yerel yayıncılık konusunda şüpheler uyandırmaktadır. Kocaeli'ndeki yerel televizyonlarda da Türkiye'deki tüm özel ve yerel televizyonlarla benzer sorunların bulunduğu ve bu sorunların kesin çizgileriyle belirlenmesi için hem izleyici bazında hem de yerel televizyon çalışanları bazında bire bir görüşme yöntemiyle anketler yapılarak yerinde gözlem olanağı sağlanmıştır.

## 1.2. AMAÇ

Kocaeli'nde yayın yapan yerel televizyonların sorunlarının varlığı tüm kentliler tarafından bilinmesine rağmen, bu sorunların televizyonları izleyenler ve yerel televizyon çalışanları tarafından nasıl tanımlandığının araştırılması. Bilinen sorunlara getirilebilecek çözüm önerilerini profesyonel yaklaşım yanında her türlü kimlikten arınmış "sade izleyici" niteliğiyle değerlendirmek. Kocaeli'ndeki yerel televizyonların mevcut izlenme oranlarını arttırmaya dönük çözümler yapmak. Yerel televizyonların izleyiciler gözünde imajını saptayarak bu kitlelerde nasıl bir kimlikle tanındığını tespit etmek. Aynı zamanda, bu çalışmanın kapsamında izleyicileri "medya okur-yazarı" durumuna getirmek. Yerel televizyonların hangisinin daha çok beğenildiğini, başarılı bulunduğunu ve televizyonların tanınırlık oranlarını saptamak. İzleyici gözünde televizyonların yayın stratejilerini belirlemek. Yukarıda sıralanan tüm bu amaçların yanı sıra izleyicilerin yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, meslek gibi demografik özellikler bakımından da profilinin çıkartmak.

---

<sup>2</sup> Sanayi'nin en önemli sektör olduğu ekonomik yapılanmada kişi başına 7501 \$ milli gelir ile Kocaeli, Türkiye'nin birinci sırasındadır. Kaynak: <http://www.kosano.org/index2.htm>

### **1.3. VARSAYIMLAR**

- Sanayileşmiş bir kent olmasına karşın Kocaeli’nde yerel televizyonlar kent halkıyla ve kent kültürü ile bütünleşememekte ve bir entegrasyon sorunu yaşamaktadır.
- Yayınlar belirli siyasal görüşlere ağırlık veren kurumlar ve / veya kişiler tarafından yapılmakta / yönlendirilmektedir.
- Yayınların belirli kurum / kişiler tarafından yönlendirilmesi sorumlu yayıncılık ve kamu hizmeti yayıncılığı konusunda şüpheler uyandırmaktadır.
- Yerel televizyonlar kamu alanında hizmet veriyor olmalarına rağmen yayınlarını kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı içinde yapmamaktadırlar.

### **1.4. YÖNTEM**

Yukarıdaki amaçlar doğrultusunda bu araştırma üzerinde çalışılan örneklem, örneklemin seçimi, kullanılan soru formu, anketin uygulanması ile veri tabanının değerlendirilmesinde hangi istatistikî yöntemlerin uygulanacağı aşağıda yer almaktadır.

#### **1.4.1. Evren ve Örneklem**

Araştırma yalnızca Kocaeli ilinde merkez ilçede (İzmit) yapılacaktır. Araştırmanın amacı Kocaeli’de yayın yapan yerel televizyonların sorunlarının yerel televizyon izleyicileri ve yerel televizyon çalışanları tarafından nasıl tanımlandığının ve “sade izleyici” gözüyle nasıl değerlendirildiğinin ölçülmesidir.

Bunun yanında, Kocaeli’deki yerel televizyonların mevcut izlenme oranlarını arttırmaya dönük çözümler yapmaktır. Yerel televizyonların



izleyiciler gözünde imajını saptayarak bu kitlelerde nasıl bir kimlikle tanındığını tespit etmektir. Aynı zamanda, bu çalışmanın kapsamında, bu çalışmadan elde edilecek sonuçların yayınlanıp kamuoyuna duyurulmasıyla, izleyicileri “medya okur-yazarı” durumuna getirmektir. Yerel televizyonların hangisinin daha çok beğenildiğini, başarılı bulunduğunu ve televizyonların tanınırlık oranlarını saptamaktır. İzleyici gözünde televizyonların yayın stratejilerini belirlemektir.

Yukarıda sıralanan tüm bu amaçların yanı sıra izleyicilerin ve yerel televizyon çalışanlarının yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, meslek gibi demografik özellikler bakımından da profilleri çıkartılacaktır. İncelenmekte olan televizyonların yerel oldukları göz önüne alınırsa, diğer ilçelere teknik yetersizlik ve coğrafi elverişsizlik nedeniyle yayın yapamadıkları da unutulmazsa Kocaeli içinde ilçeler veya semtlere göre herhangi bir dağılım yapılmayacaktır. Bu doğrultuda Kocaeli ilini, ilçe, mahalle ve semtlere bölmek gerekmemektedir.

Örnekleme yerel televizyon izleyicileri olarak 204 kişiden oluşmakla beraber bu 204 kişinin Kocaeli’nde oturuyor olması gerekmektedir. Kocaeli ilinde 1.206.085 kişi yaşamaktadır.<sup>3</sup> Örneklemin oluşturulmasında Devlet İstatistik Enstitüsü’nden alınan veriler ışığında Kocaeli ili nüfus profiline (cinsiyet, yaş ve eğitim durumu) uygun hareket edilmiştir.

Kocaeli’deki televizyon yöneticileri ve çalışanları ile farklı zamanlarda yapılan görüşmeler sırasında farklı çalışan sayıları elde edilmiştir. İlk görüşmelerde TV 41’in bünyesinde 50 kişi, Kocaeli TV bünyesinde 35 kişi, Selam TV’de ise 6 kişi. Yerel televizyon çalışanlarıyla yapılan anket uygulaması sırasında üç yerel televizyon kanalında yaklaşık 60 kişi çalışmaktaydı. Yerel televizyon çalışanları anketindeki örneklem ise 28 kişiden oluşmaktadır.

---

<sup>3</sup> <http://www.kocaeli.gov.tr/il-hakkinda.html>

Araştırmaya katılan kişiler basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilerek temin edilmiştir.

#### **1.4.2. Araştırmanın Tekniği**

Yerel televizyon izleyicilerine ve çalışanlarına uygulanan araştırmalarda niceliksel (kantitatif) araştırma tekniklerinden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Bu anket tekniği açık alanlarda uygulanmıştır. Televizyon çalışanlarına uygulanan anketler ise, bizzat televizyon kanallarına gidilerek yapılmıştır. Halkın daha yoğun bulunduğu merkezlere gidilerek anketler yüz yüze görüşölmek suretiyle yapılmıştır. Anket soruları EK-2 ve EK-3 içinde bulunmaktadır. Anket formlarındaki sorular; kapalı, yarı-açık, açık uçlu sorular ve yerel televizyonların program türü, çeşidi, içeriği ve görsellik açısından değerlendirilmesinde kullanılan aralıklı (interval) ölçekli türü de içeren 31 sorudan oluşmuştur.

Sorular hazırlandıktan sonra anlaşılabilirlik açısından 20 kişiye uygulanmıştır. Bu yirmi kişinin 10'u yerel televizyon izleyen, diğer 10 kişi ise izlemeyen kişilerden seçilmiştir. Uygulama sonucunda, soruların hiçbir değişiklik yapılmaksızın uygulanmasına karar verilmiştir.

Anketin uygulaması sırasında örneğe seçilen kişilerin hepsinin cevap vermemesi (görüşmeyi reddetmesi) ya da tutarsız cevaplar vermesi söz konusu olabilmektedir. Bu gibi durumları en aza indirmek için soruları anketörlerin bizzat kendilerinin sorması ve işaretlemesi; anketörlerden gözledikleri durumları, çalışmada aksayan yönleri rapor etmeleri istenmiştir.

#### **1.4.3. Araştırmada Kullanılan Testler**

Bu çalışmada, cinsiyet, yaş, eğitim ve zaman (yerel televizyonları izleme sıklığı, yerel televizyon yayınlarını kaç yıldır takip ettikleri) gibi çeşitli değişkenler kullanılmıştır. Bu değişkenler ile anketlerin sonucunda gözlemlenen olaylar arasında bir ilişki olup olmadığını saptamak ve ilişki

katsayılarını bulmak amacıyla çapraz tablolar ( $\chi^2$ ) oluşturulmuş ve çapraz tablolara ki-kare testi (chi-square test) uygulanarak bu değişkenler arasındaki anlamlılık düzeyleri ölçülmüştür. Elde edilen bulgular; tablolarda ve grafiklerde sayısal ve yüzdesel (%) verilerle birlikte değerlendirilmiş, tablo, pasta grafik ve sütun grafik halinde sunulmuştur.

## 1.5. TANIMLAR

Aşağıda çalışma boyunca geçen çeşitli kavramların tanımlarına yer verilmiştir. Bu tanımlar Radyo Televizyon Üst Kurulu<sup>4</sup> tarafından kullanıldığı şekliyle bu çalışmada kullanılmıştır.

**Ulusal Yayın:** Bütün ülkenin yerleşik alanının %70'den az olmamak üzere yapılan radyo, televizyon ve veri yayınıdır.

**Bölgesel Yayın:** Birbirine komşu en az üç il veya en çok bir coğrafi bölge alanının asgari % 70'ine yapılan radyo, televizyon ve veri yayınıdır.

**Yerel Yayın:** Mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az % 70'ine yapılan radyo, televizyon ve veri yayınıdır.

**Televizyon Yayını:** Elektromanyetik dalgalar, veri şebekeleri ve diğer yollarla halkın doğrudan alması amacıyla yapılan hareketli ve sabit resimlerin (görüntü) sesli veya sessiz kalıcı olmayan yayınlardır.

**TV Kanalı:** Televizyon ve veri yayını yapmak üzere bir televizyon vericisinden yayılan elektromanyetik dalgaların işgal edeceği frekans alanıdır.

**Özel Yayıncılık:** Özel televizyon kuruluşları tarafından yapılan ticari nitelikli yayın.

---

<sup>4</sup> <http://www.rtuk.org.tr>

**Kamu Hizmeti Yayıncılığı:** Öncelikle kamu yararını göz önünde bulunduran ve çoğunlukla devlet eliyle yürütülen yayın.



**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

## 2. YEREL TELEVİZYONLAR

### 2.1. YEREL VE YERELLİK KAVRAMI

Yerel ve yerellik kavramlarını anlatabilmek için öncelikle bu kavramların gelişme sürecini ortaya koymak gerekmektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından hazırlanan “*Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkındaki Yönetmelik*”e bakıldığında yönetmeliğin öncelikle bazı kavramları tanımladığı görülüyor. Bu kavramlar arasında ulusal, bölgesel ve yerel yayın tanımları da bulunmaktadır. Ulusal yayın, bütün ülkenin yerleşik alanının %70’den az olmamak üzere yapılan radyo, televizyon ve veri yayını; Bölgesel yayın, birbirine komşu en az üç il veya en çok bir coğrafi bölge alanının asgari % 70’ine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını; Yerel yayın ise, mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az % 70’ine yapılan radyo, televizyon ve veri yayınıdır.<sup>1</sup> Televizyon yayınları resmi olarak bu şekilde tanımlanmıştır.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde yerel sözcüğü, belirli bir yer ile ilgili olan, mahallî, mevziî, lokal olarak tanımlanmıştır.<sup>2</sup> Demek ki, yerel ve yerellik kavramı öncelikle bir mekân sorunudur. Bu mekân, fiziki sınırları olan, insanın havasını, suyunu, taşını, toprağını bildiği memleketinden (bu; köy, kasaba olabileceği gibi büyük bir kent ya da bir ülke de olabilir) sınırları olmayan hayalî bir cemaate kadar her yer olabilmektedir.

#### 2.1.1. Mekân ve Aidiyet Sorunu

Mekân sorunu ve buna bağlı olan aidiyet sorunu, insanın göçebeliği bırakıp yerleşik düzene geçmesi ve kendisine yaşam alanları kurmasıyla başlamıştır. Mekânların sınırları çizilmiş; bu mekânlara “hane, ev, köy, kent, eyalet, devlet” gibi çeşitli adlar verilmiştir. Daha sonra bu mekânların

<sup>1</sup> <http://www.rtuk.org.tr>

<sup>2</sup> **Türkçe Sözlük**, Ankara: Türk Dil Kurumu, 1992, s. 1012.

korunması için mücadelelere ve savaşlara girişilmiş; yeniden sınırlar çizilmiştir. Ancak bu kez sınırlar antlaşmalarla ya da yasalarla belirlenmiştir: “...egemenlik, ulus-devlet sisteminin gelişiminin başlarında ‘cepheler’in yerini ‘sınırlar’ın almasıyla bağıntılıdır: Devletin kendi toprakları içindeki özerklik savı, sınırlarının diğer devletler tarafından tanınmasıyla onaylanır”<sup>3</sup>. Bu döngü günümüze kadar bu şekilde süre gelmiştir.

### 2.1.2. Modernizmden Postmodernizme Yerellik

Toplumsal yapılar sürekli dönüşmektedir. Bazı toplumbilimciler ve tarihçiler tarafından Sanayi Devrimi'yle başladığı öne sürülen modern çağda üretim araçlarının ve üretim ilişkilerinin; özel mülkiyetin ve sınıf ayrımlarının başkalaşması; toplumsal yapılarda bazı değişimler ve dönüşümler meydana getirmiştir. Tarım toplumundan sanayi topluma geçilmiş, dolayısıyla iş bölümü çeşitlenmiş ve salt üretim güdüsü yerini tüketime terk etmeye başlamıştır: “Kapitalist ve sanayi toplumunun toplumsal yapısı, büyük ölçüde, özel mülkiyet ekseninde örgütlenirken, post-endüstriyel toplum ‘teorik bilgi’ ekseninde düzenleniyordu.”<sup>4</sup>

Modern toplumun toplumsal yapısının değişmesiyle de “postmodern” çağ başladı. Jürgen Habermas, postmodernizmi, “tarihsel açıdan, sanayi üretimi, sınıfsal yapı ile çıkarların gerilemesi, bunun karşılığında tüketimcilik, teknolojik iletişim tarzları ve farklılaşmış statü yapısını vurgulayan post-endüstriyel toplum tezi” ile ilişkilendirmektedir<sup>5</sup>.

1970’lerde ortaya konan “postmodernizm” fikrine göre, kişilerin ya da toplulukların “yaşam dünyaları çoğullaşır”<sup>6</sup>. Bu da ayrıca, “kültürlerin, komünal geleneklerin, ideolojilerin ‘yaşam biçimleri’nin ya da ‘dil oyunları’nın

<sup>3</sup> Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları**, çev.Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998, s. 74

<sup>4</sup> Alan Swingewood, **Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 1998, s. 371

<sup>5</sup> Alan Swingewood, a.g.e., s.376

<sup>6</sup> Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 1999, s.593

*sürekli ve indirgenemez çoğulculuğudur*<sup>7</sup>. Postmodernizm nasıl edebiyat ve sanatta büyük anlatılardan kaçınıyorsa aynı şekilde diğer sosyal bilim alanlarında ve incelemelerinde de büyük ve geniş olan evrensel ya da ulusaldan yerele doğru kaymıştır. İçerdiği bu çoğulculuk ‘yaşam biçimleri’ne olan merakı arttırmış; inceleme alanını daraltarak “yerel” olanı incelemeye başlamış ve yerellikler, yerel kimlikler, kentler ve cemaatler önem kazanmıştır.

Bununla birlikte, postmodernizm, hangi kılığa bürünürse bürünsün, modernist sembolik düzenlerin çözülmesini beraberinde getirmektedir. Bu modernist sembolik düzenler üzerinde başlatılan tartışmalarla “özne, topluluk, devlet, kullanım değeri, toplumsal sınıf” gibi kavramlar sorgulanmakta ve nihayetinde bu kavramlar inkâr edilmektedir.<sup>8</sup>

Bu çözülme postmodernizme özgü bir şey değildir. Bu aynı zamanda, modernist sürecin beraberinde getirdiği kentleşme sürecinin doğurduğu sorunlardan birini de oluşturur. Bu sorun, “*cemaatin görünür biçimde dağılması ve toplumsal denetimin gevşemesi*”dir<sup>9</sup>. Bu da kent yaşamını inceleyen sosyologların “*değişen endüstriyel konum modellerinin açıklanmasında yerel değişiklikler gösteren ekonomik ve siyasal yapıların önemini vurgulayan*” yerellikleri incelemelerine olanak tanımıştır.

### **2.1.3. Küreselleşme ve Yerellik**

Bu çözülmenin, dağılmanın ve gevşemenin başlıca sebeplerinden biri de dünya çapında insanların üretim ve tüketim alışkanlıklarını değiştiren ve dönüştüren “küreselleşme” adı verilen yeni bir dünya düzenidir. En özlü tanımıyla küreselleşme “*coğrafyanın toplumsal ve küresel düzenlemelere dayattığı kısıtlamaların azaldığı, insanların bu azalmayı giderek daha çok fark etmeye başladıkları bir toplumsal süreç*”tir<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> Gordon Marshall, a.g.e., s. 593

<sup>8</sup> Gordon Marshall, a.g.e., s. 593

<sup>9</sup> Gordon Marshall, a.g.e., s. 397.

<sup>10</sup> Gordon Marshall, a.g.e., s. 449

Emperyalizm ve kapitalizm, Sanayi Devrimi ile birlikte başladığı kabul edilen modern çağın sunduğu iki temel kavramdır. İrfan Erdoğan modernleşmenin, “*kapitalizm ve emperyalizm için ideolojik bir kılıf olarak hizmet ettiğini*” belirtiyor<sup>11</sup>. O halde, postmodernizmin de küreselleşme için ideolojik bir kılıf olduğunu söylemekte bir sakınca bulunmamaktadır.

Çağdaş küreselleşme kuramına göre, “*küreselleşme bütünüyle çelişkili iki süreç olan türdeşleşme ve farklılaşmadan oluşur. Yerelleşme ve küreselleşme arasında karmaşık bir etkileşim söz konusu olduğu gibi, küreselleşme süreçlerine karşı çıkan güçlü direniş hareketleri de vardır*”<sup>12</sup>.

## 2.2. YEREL KİMLİKLER

İrfan Erdoğan, kimliğin ön plana çıktığını ve insanların kendilerini tanımlamaya çalışmalarının önemli bir sorun olduğuna dikkat çekiyor: “*postmodern olarak nitelenen dünyada, kişinin kendisinin kim ve ne olduğunu bilmesi gittikçe çok daha önem kazanmaktadır*” diyor ve ekliyor; “*kimliğimizi örgütlü yaşamın içinde üretim araçlarına olan ilişkimizden ve bu ilişkide konumlandırıldığımız örgütlü yer ve zamana olan bağımızın karakterinden başlayarak anlamaya çalışmalıyız*”<sup>13</sup>.

Yerel televizyonlar, küreselleşmenin dayattığı (bir tür) asimilasyona direnç/direniş noktası özelliğini taşımaktadır. Çünkü, ulus-devlet yapısının parçalandığı günümüzde “kimlikler” hâlâ önemli bir yapı oluşturuyor.

Uluslararası ve ulus-aşırı şirket oligopolleri coğrafi ve fizikî sınırları aşarak yayın yapmakta ve kendi ait buldukları ülkeler dışındaki coğrafyaları deyim yerindeyse yer ile yeksan etmekte.

<sup>11</sup> İrfan Erdoğan, “Evrim, Devrim, Toplum ve Değişim”, <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/makaleler.htm>

<sup>12</sup> Gordon Marshall, a.g.e., s. 449

<sup>13</sup> İrfan Erdoğan, a.g.e.



Buna karşın yerel televizyonlar, Robins ve Morley'in belirttiği gibi, direniş ve yeniden varoluşu simgeler: *“sınırları olmayan bir Avrupa fikri ve sınırları aşan medya akışları, rahatsızlık ve kültürel bir yön kaybı duygusu yaratabilir. Bu kargaşalıklara verilen bir yanıt, daha yerel kimlik ve yer hislerine sığınmak olmuştur; nitekim, kültürel bölgeciliğin ve küçük milliyetçiliklerin doğuşunu görmekteyiz (Basklar, İskoçlar, Bretonlar ve diğerleri).”*<sup>14</sup>

### 2.2.1. Yerel Küreseller

Yayın tekeli elinde tutan/bulunduran A.B.D. menşeli uluslararası şirketler genel yayın tekellerine de sahip olabilmekteler. Bu A.B.D. için böyle, Avrupa'da yerel yayıncılık dendiğinde hem bölgesel hem de çeşitli cemaatlere yönelik yayın yapan kuruluşlar akla gelmektedir<sup>15</sup>. Dolayısıyla da bu yerel medya kuruluşları için bir yayın tekeli söz etmek olası değildir. Oysa ki, A.B.D.'de ulusal hatta uluslararası çapta yayın yapan yerel gazeteler ve televizyonlar bulunmaktadır. Örneğin: Yerel gazeteler olan Washington Post ve New York Times'in ortak çıkarttıkları International Herald Tribune gazetesi; Atlanta'da kablolu şebeke üzerinden yayın yapan CNN Televizyonu'nun CNN International olarak uluslararası çapta yayın yapması örnek gösterilebilir.<sup>16</sup>

CNN (Cable News Networks) A.B.D.'nin Georgia eyaletine bağlı Atlanta kentinden yayın yapan bir televizyon kuruluşudur. Ve kuruluşundan kısa bir zaman sonra yayın alanını genişleterek dünya çapında bir marka haline gelmiştir<sup>17</sup>. Hatta öyle bir marka haline gelmiştir ki, Anthony Giddens *Sosyoloji* isimli kapsamlı çalışmasında, biraz da ironik bir şekilde, “iletişim araçları çağında Körfez Savaşı'nı öteki izleyicilerle birlikte, George Bush ile

<sup>14</sup> David Morley ve Kevin Robins, *Kimlik Mekânları*, çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s. 20.

<sup>15</sup> Nilüfer Timisi, “Dünyada Yerel Medya Örnekleri”, [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm)

<sup>16</sup> Sevda Alankuş, “Alternatif Olarak Yerel Medya ve BİA”, [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm)

<sup>17</sup> Sevda Alankuş, a.g.e.

Saddam Hüseyin'in de 'gerçekte neler olduğunu' görebilmek için CNN'i izlediği bir televizyon olayı" olarak görmektedir.<sup>18</sup>

### 2.3. KÜRESEL DÜNYADA TELEVİZYONUN YERİ

Modernlik kültürel alanı toplumsal alandan ayırdığı ve kitle kültürü ile eleştirel, "yüksek" kültür arasında temel bir ayrılığa yol açtığı halde; postmodernlik, popüler/kitlesele "meta" kültürünü modernist estetiğin biçimleriyle birleştirmektedir.<sup>19</sup> Meta kültürü ise tüketimin artması ve aşırılılaşması anlamına gelmektedir. Televizyon da bu meta kültürü içinde yerini almaktadır.

Televizyon çağımızın en büyük tüketim çılgınlıklarından biri; aynı zamanda bir üretim çılgınlığı da. Modern çağın en büyük eğlence amaçlarından biri, hatta Neil Postman'a atıf yapacak olursak, en "öldürücü" olanı.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve artmasıyla birlikte sınır tanımayan yeni tüketim tarzı olan küreselleşmenin gerektirdiği bir ihtiyaç haline gelerek 1970'lerden 1980'lerin sonuna kadar tek tabanca olan Türk televizyonculuğunu 1990'lı yılların başlarında çok kanallı bir cephanelik haline getirdi. Bu durum, hem teknoloji üreten ülkelerin bu teknolojiyi doğal olarak pazarlaması hem de Türkiye'nin en büyük sıkıntısı olan üretmeden tüketmeyi daha da pompalayacak bir gelişmeydi. Türkiye'de televizyon devletin elindeydi ve daha çok iktidardakiler tarafından propaganda amaçlı olarak kullanılıyordu.<sup>20</sup> Hatta, televizyonun haber bültenleri neredeyse devlet protokolünün geçit törenine sahne oluyordu.<sup>21</sup>

<sup>18</sup> Anthony Giddens, **Sosyoloji**, çev.Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ankara: Ayraç Yayınları, 2000, s. 403.

<sup>19</sup> Swingewood, a.g.e., s. 376.

<sup>20</sup> Nuri Çolakoğlu, "TV'nin Gelmişi, Geçmişi, Geleceği", 2000'li Yıllara Doğru TV, Altın Yayınevi: İstanbul, 1996, s. 92.

<sup>21</sup> Faruk Bayhan, "Türk TV Yayıncılığı Üzerine Görüşler", 2000'li Yıllara Doğru TV, Altın Yayınevi: İstanbul, 1996, s. 136.

Kültür emperyalizmi ile, Türk toplumu kapitalist dünya sistemi içine çekilmektedir. Bu çekme, ülkelerin egemen tabakaların cazibeyle, zorla ve bazen rüşvetle, kendi ülkelerinin sosyal kurumlarını egemen sisteme (özellikle Amerikan ticari sistemine) uygun bir şekilde biçimlendirilmesi ve hatta sistemin egemen merkezinin değerleri ve yapılarının teşvik etmesiyle olmaktadır. Televizyon bu teşvikte en etken rol oynayan bir yapıya sahiptir<sup>22</sup>.

Medyanın yapısının yeniden biçimlenişinin toplumsal ve kültürel anlamlarıyla ilgili tartışmalar, demokrasi, kamusal alanlara erişim ve yeni kamusal alanların yaratılması gibi konularda odaklanmaktadır<sup>23</sup>.

## 2.4. Yerel Televizyonlar

Küreselleşen dünya ve yayıncılık faaliyetlerinin oluşması küreselleşme içindeki türdeşleşme sürecinin bir sonucudur. Türdeşleşen (kartellerin ve oligopollerin oluşmasıyla tektipleşen) yayıncılık faaliyetlerini aşabilmek için alternatif araçlar, mekânlar ve mecralar gerekmektedir. İşte bu noktada yerel medya kuruluşları ve özellikle de yerel televizyonlar türdeşleşen küresel yayıncılık faaliyetlerine karşı bir direnç noktası ve bir alternatif olabilmektedir. Kısacası, küreselleşmenin dayattığı türdeşleşmeye farklılaşma ile karşılık verilebilir.

Benzer bir şekilde, Türkiye'deki yerel televizyon kanalları da Türk televizyonculuğundaki türdeşleşmenin yanı sıra Türkiye'deki azınlıkların (etnik ya da değil) ve sessiz çoğunluğun kendilerini ifade edebileceği bir platform aradığı da göz önünde bulundurulduğunda yeni ve alternatif bir söylem getirmek için en uygun mecra olarak görülmektedir. Bu mecra da bir kamusal alan yaratmakla mümkündür.

Kamu alanı, herkesin ilgilendiği konuların tartışılabildiği ve düşüncelerin oluşturulduğu bir kamusal tartışma alanıdır. Kamu alanı –en

<sup>22</sup> İrfan Erdoğan, "Televizyonda Dışa Bağımlılık ve Alternatif Olasılıkları", <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/televizyon.html>

<sup>23</sup> Marshall, a.g.e., s. 486

azından ilke olarak- bireylerin kamusal bir tartışma için bir forumda yer alan eşitler olarak biraraya gelmeleriyle ortaya çıkmaktadır. Kitle iletişim ve eğlence araçlarının gelişimi, kamusal alanın büyük ölçüde bir aldatmacaya dönüşmesine yol açmıştır. Ticari çıkarlar kamu çıkarlarının önüne geçerken politika, parlamento ve iletişim araçlarında sahnelenen bir oyuna dönüşmüştür. “Kamuoyu” artık, açık, akılcı tartışmalar yoluyla değil -örneğin, reklamda olduğu gibi- yönlendirme ve denetleme yoluyla oluşmaktadır.

#### **2.4.1. Yerel Televizyonlar ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı**

Küreselleşmenin iki öncelinden biri olan kapitalizm, Immanuel Wallerstein’in savıyla, “başlangıçtan beri ulus-devletlerle değil, dünya ekonomisiyle ilgili bir şeydi. Sermaye, özelemlerinin ulusal sınırlar tarafından belirlenmesine hiçbir zaman izin vermemiştir.”<sup>24</sup>

Durum böyle olunca da kamu hizmeti yayıncılığı ya da kamu yayıncılığı önem kazanmaktadır. Çünkü, küreselleşen dünya içinde insanlara yalnızca “tüketim” duygusuyla güdüleniyorlar ve televizyonlarda yayınlanan programların nitelikleri de böylece yalnız “kâr” güdüsünü pompalıyor. Kamu hizmeti yayıncılığı salt kârı değil, insanların eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve bazı konulara duyarlılık sağlamak adına yapılan bir yayıncılık türüdür.

Yerel televizyon yayıncılığın niteliği de önem taşımaktadır. Yerel televizyonlar kamusal yayıncılık mı yapmalılar ya da ticari yayıncılık mı yapmalılar? Yeni ve alternatif bir söyleme sahip olmak öncelikle kamunun ilgisini çekecektir, belki kısa vadede ticari anlamda pek bir katkı sağlamayacaktır ancak uzun vadede elde edilebilecek olan kâr hem maddi hem de manevi olarak tatmin edici olacaktır.

“Kanalizasyon borusunun patlaması ve o kanalizasyon borusu patladığı için orada yaşayan beş tane çocuğun hastalanması, böyle bir tehlikenin yaygınlaşmaya başlama ihtimalinin olması ve bu konuda

---

<sup>24</sup> akt. Giddens, a.g.e., s.70

belediyenin uyarılması, insanların harekete geçmesi, o semtte yaşayan adamın hayatının birinci gündemi olması gerekiyor” diyen Mutlu bu tür bir yayıncılık anlayışının kamu hizmeti yayıncılığı ve yerel yayıncılığın standardı olması gerektiğini söylüyor.<sup>25</sup>

Bu noktadan hareketle Kocaeli’ndeki yerel televizyonları incelemekte yarar var.



---

<sup>25</sup> Erol Mutlu, “Yerel Basın ve Demokrasi”, <http://byegm.gov.tr>

### III. BÖLÜM

#### KOCAELİ'DE YEREL TELEVİZYONLAR VE SORUNLARI

Yerel ya da eskiden kullanılan adıyla “mahalli basın” Türkiye’de hep ihmal edilegelen bir konu olmuştur. Bunun nedeni, öncelikle, yerel basının Türkiye’nin gayrı-resmi başkenti olan İstanbul’dan uzak oluşudur. Oysa ki, Türkiye’nin kalbi, gazeteci Ümit Otan’ın deyimiyle “Babıtelî Medyası”nın sandığı gibi İstanbul değildir, Anadolu’dur. Anadolu, Osmanlı İmparatorluğu döneminden beri hep ihmal edilmiştir; benzer bir yönetim geleneğinin temsilcisi olan Türkiye Cumhuriyeti de aynı şekilde Anadolu’yu pek önemsememiştir. Anadolu insanı ve Anadolu basını yalnızca seçim zamanlarında hatırlanan birer ziyaret merkezi haline getirilmiştir. Buradaki yargıların çok sert olduğu söylenebilir. Bunun yanında yöre halkının bile çoğunlukla sahip çıkmadığı, niceliksel okuma-yazma oranının çok ancak niteliksel oranın az olduğu ülkemizde basının, özellikle de yerel basının güdük kaldığı söylenebilir.

#### 3.1. KENT OLARAK KOCAELİ PROFİLİ

Kocaeli ilinin kent profilinin çıkartılmasında AnaBritannica Ansiklopedisi, Meydan Larousse Büyük Lügat ve Ansiklopedi, Türkiye 1923-1973 Ansiklopedisi, Kocaeli Valiliği ile İzmit Büyük Şehir Belediyesi’nin internet sayfaları kullanılmıştır.

##### 3.1.1. Kocaeli’nin Coğrafi Konumu

Kocaeli, Marmara Bölgesi’nin doğusunda yer almaktadır. İl merkezi İzmit’tir. Yüzölçümü 3.505 km<sup>2</sup> olan Kocaeli, doğusunda Sakarya, batısında İstanbul, güneyinde Bursa illeriyle komşudur. Kocaeli ili; iki denize (Karadeniz ve Marmara) kıyısı olan illerimiz arasındadır. Kocaeli-İstanbul sınırı, Kemiklidere Suyu’nun doğusundan; Bursa sınırı, Samanlı Dağları’nın tepesinden; Sakarya sınırı, Eskimeşe’nin doğusu ile Maşukiye’nin doğusundan geçmektedir.

Kocaeli ilinin doğal bitki örtüsünde Karadeniz ve Akdeniz bitki topluluklarının iç içe geçtiği görülmektedir. İzmit Körfezi kıyılarında kışın yapraklarını dökmeyen makiler ve zeytin ağacı ve kızıl çam gibi Akdeniz'e özgü bitkiler görülürken, Kocaeli Yarımadası'nın kuzey kesimlerinde ve Samanlı Dağları'nın yüksek kesimlerinde Karadeniz kıyılarında rastlanan bitki toplulukları (kayın ağacı, köknar gibi) yer almaktadır.

Kocaeli'nin Karadeniz'e açık kesimlerinde kışlar daha soğuk geçmektedir. Ancak, İzmit Körfezi kıyılarını kuzeyden sınırlayan dağların koruduğu kıyı kesiminde, daha yumuşak bir iklim görülmektedir.

### 3.1.2. Kocaeli'de Ekonomi

İl ekonomisinde sanayinin ağırlığı hissedilmektedir. Kocaeli, İstanbul'dan sonra, Türkiye'nin ikinci büyük sanayi merkezidir. Sanayisinin bu düzeyde gelişmesini sağlayan başlıca etken; eskiden beri limanlar kurulmasına elverişli olan derin bir körfezin kıyısında bulunması ve İstanbul'u Anadolu'ya bağlayan kara ve demir yolları üzerinde yer almış olmasıdır. Kuruluşu çok eskiye dayanan İzmit'teki tersane, çevredeki ormanlardan dolayı zengin bir kereste kaynağına dayandığından gemi yapımında oldukça gelişmiştir.

İstanbul sanayi sermayesi, 1960'larda ulaşım ve altyapının gelişmişliği, arsa fiyatlarının ucuzluğu gibi nedenlerle çekici bir konum kazanan Kocaeli'ne yönelmeye başlamıştır. 1960'ların sonunda teşvik tedbirlerinin de uygulanmasıyla ilde dev sanayi tesisleri kurulmaya başlamıştır. Kamu ve özel kesimin yanı sıra yabancı sermaye yatırımları da yoğunlaşmıştır.

Kocaeli'de ticaret yeterince gelişmemiş olup, İstanbul'un mutlak baskısı altında bulunmaktadır. Sanayideki gelişmişliğine karşın ticarete geri planda kalması, ilde faaliyet gösteren sanayi kuruluşlarının merkezlerinin İstanbul'da oluşuna ve üretim pazarlarının bu ilde yapılmasına doğrudan bağlıdır. Günümüzde Kocaeli ili Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'nın sektörler

itibariyle dağılımına bakıldığında % 75'lik pay ile sanayi sektörü hâkim sektör konumundadır.

Geniş alanlara yayılan fabrikalar ve yerleşim yerleri tarım alanlarının daralmasına ve tarımın gerilemesine yol açmıştır. Yine çayır ve meraların daralması sonucu hayvancılık, sığır besiciliği ve tavukçulukla sınırlı kalmıştır. Tarım sektörünün ise il Gayri Safi Yurt İçi Hasıla içindeki payı % 2 civarında olup, ağırlığı her geçen yıl azalmaktadır.

Kocaeli ili, aynı zamanda bir fuar kentidir. Her yıl 28 Haziran'da kapılarını açan ve 15 Temmuz'a kadar faaliyet gösteren Kocaeli Fuarı'nda yaklaşık 650 firma ürünlerini sergilemektedir. Bu da Kocaeli'ne ayrı bir canlılık kazandırmaktadır.

Kocaeli'de hizmet sektörü ise % 22'lik pay ile ikinci sırada yer almakta ve ağırlığı her geçen yıl artmaktadır.

Yoğun sanayileşme ve hızlı nüfus artışı kentte konut ve altyapı eksikliği ile çevre kirliliği gibi sorunlara yol açmıştır. Konut açığı kentte hızlı bir gecekondulaşma sürecini başlatmış, fabrikaların çevresinde ve kentin kuzeyinde yerleşmeye elverişsiz eğimli alanlardaki hazine arazilerinde pek çok gecekondu mahallesi oluşmuştur. Sanayileşme ve yerleşmenin ulaştığı boyutlar eskiden de yeterli olmayan altyapı hizmetlerinin maliyetini arttırmış sanayi ve kent atıklarının akıtıldığı Körfez'in son bölümü yosundan başka canlılığın yaşamasına el vermeyen duruma gelmiştir.

Kocaeli ili, varolan bütün sorunlarına rağmen gelişmiş bir il olarak kabul edilmekte ve iller itibariyle gelişmişlik sırasında altıncı sırada yer almaktadır.



### 3.1.3. Kocaeli ve Deprem

17 Ağustos 1999 tarihinde yaşanan deprem felaketinde 23 Mayıs 2000 tarihi itibariyle tespiti yapılabilen 9.477 vatandaş hayatını kaybetmiş, 9.881'i ise yaralanmıştır.

İl dışından aşırı göç alan Kocaeli ili, 17 Ağustos 1999 tarihinde meydana gelen deprem sonrası il dışına göç vermeye başlamıştır.

Deprem sonrası, 4.719 aile nakliye yardımı almak suretiyle kesin dönüş yapmış, 2.127 aile tatil beldelerinde geçici iskâna tabi tutulmuş ve toplam 5.773 aile de geçici iskân amacıyla tren ve otobüslerle il dışına gönderilmiştir.

Depremin ardından meydana gelen maddî zarar 1.500.000.000 USD'ı bulurken, toplam üretim kaybı 2.000.000.000 USD, toplam zarar ise 3.500.000.000 USD'a çıkmıştır.

Depremde zarar gören toplam konut sayısı 345'tir. Bunun 338'i özel mülkiyet, 6'sı kamu, 1'i ise mahallî idarelere aittir.

### 3.1.4. Kocaeli'nin Nüfus Özellikleri

Kocaeli nüfus büyüklüğü açısından ülkemizin göre önemli illerinden biridir. 2000 Yılı Nüfus Sayımı'nın kesin olmayan sonuçlarına göre ilin nüfusu 1.206.085, nüfus yoğunluğu 344'dür. Kocaeli'nin yıllık nüfus artışı ise binde 27,04'dir.

Toplam nüfusunun 722.905'ini (%59,46) ilçe ve il merkezlerinde yaşayanlar, 483.180'ini ise (%22,18) köy nüfusu oluşturmaktadır. Bu rakamlara bakıldığında kent nüfusunun yarıdan fazlasının şehirde yaşadığı görülmektedir.

Kocaeli'nin İzmit, Derince, Gebze, Gölcük, Kandıra, Karamürsel ve Körfez olmak üzere 7 ilçesi bulunmaktadır. Bu ilçelerin içerisinde nüfus bakımından en kalabalık olanı Gebze'dir. Onu 373.034 kişilik nüfusu ile İzmit takip etmektedir.

Kocaeli bir sanayi kenti olması nedeniyle yurdun her yerinden göç alan bir bölge konumunda bulunmaktadır.

### **3.1.5. Kocaeli'de Eğitim**

2002-2003 eğitim öğretim yılında Kocaeli'deki toplam öğrenci sayısı 244.713, okul sayısı ise 396'dır.

İlköğretim çağındaki öğrenci sayısı 190.212'dir. Buna karşılık 6.138 öğretmen bulunmaktadır. Lise düzeyinde normal ve mesleki eğitim alan öğrenci sayısı ise 54.167'dir. Orta öğrenimde görev yapan öğretmen sayısı da 2.707'dir. Kocaeli yüksek öğretim veren 2 ayrı kuruma sahiptir. Bunlardan biri Kocaeli Üniversitesi diğeri de Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü'dür. Bu kurumlardaki toplam öğrenci sayısı toplam 5855'tir; öğretim elemanı sayısı da 1.894'tür.

Ayrıca, Gebze'de bulunan Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu, Marmara Araştırma Merkezi (TÜBİTAK-MAM), araştırma ve eğitim açısından, ülkemize olduğu kadar, Kocaeli'ne de önemli katkı sağlamaktadır.

### **3.2. KOCAELİ'DE YEREL BASIN**

Yerel basın geleneğinin eski, köklü ve güçlü olduğu kabul edilen Kocaeli'de 7 tane yerel gazete, 3 tane yerel televizyon ve 29 tane yerel radyo bulunmaktadır.

Kocaeli'deki şu anda yayım yapan gazeteler: (Bizim Kocaeli, Özgür Kocaeli, Kocaeli Gazetesi, Yeni Gebze, Demokrat Gebze, Gölcük Gazetesi,

Gebze Gazetesi'dir. Kocaeli'de yayın yapan yerel televizyonlarda şunlardır: Kocaeli TV, TV 41, Selam TV. Kocaeli'de yayın yapan yerel radyolar da şunlardır: (Kocaeli FM, Nur FM, Radyo Gül, İzmit FM, Süper 41 FM, Radyo Aktif, Şampiyon FM, Radyo Sistem, Anadolu FM, Genç Radyo, Umut Radyo, Mesaj FM, Radyo Mavi, Kandıra Batı FM, Marmara FM, Radyo KYÖD, Radyo Galaksi, Mega FM, Tempo FM, Radyo Nikomedya, Radyo Güneş, Piramit FM, Radyo Gold, Radyo Karamürsel, Radyo Armoni, Radyo Ses, Şirin FM, Yavuz Radyo, Radyo Şahin)

Kocaeli'deki yerel basın ile bilgiler Kocaeli Valiliği tarafından çeşitli tarihlerde yayımlanmış olan Kocaeli Yıllıkları'ndan derlenmiştir.<sup>1</sup>

Kocaeli'deki ilk matbaa 1860 yıllarında Akmeşe'de Akmeşeli Mavyan tarafından kurulmuştur. Akmeşe'deki manastırın ihtiyacı olan kitapları basan bu matbaadan sonra İzmit'te kurulan ilk matbaa Birinci Dünya Savaşı yıllarında tehcir edilen bir Ermeni'nin mallarından olan ve Mutasarrıflığın eline ulaşan taş baskı yapan matbaadır. 1915-1916 yıllarına kadar İzmit'te Türk matbaası bulunmamaktaydı. Bu taş baskı makinede üç kişi ile Kocaeli'deki ilk gazete olan Kocaeli basılmıştır.<sup>2</sup> Yunan işgali sırasında yayınlarına ara veren Kocaeli Gazetesi, Kurtuluş Savaşı'ndan sonra haftalık olarak Kocaeli'nin resmi gazetesi olarak 1933 yılına kadar yayınıni sürdürmüştür.

Daha sonraki yıllarda sırasıyla; 1921 yılında Türkyolu gazetesi, 1923'de Hürfikir, 1938'de İzmit'te dizgi makinesiyle basılan ilk gazete olan Körfez Gazetesi, Genç Düşünceler Gazetesi, 1939'da Marmara Gazetesi, 1943'te Yeşil İzmit, 1948'de Hürsöz Gazetesi, 1950 ve 1951'de çıkan İhsan Yazman tarafından çıkartılan Yavuz İzmit ve Yaman İzmit Gazeteleri, 1951'de Bizimşehir Gazetesi, 1960'da 27 Mayıs Gazetesi ve Zafer Gazetesi, 1950'de Demokrat Kocaeli, yine 1950'lerde Büyük Dava Gazetesi, 1950'de Azim, 1961'de İstiklâl, 1970'de Kocaeli Adalet, 1962'de Hedef Gazetesi, 1954'te Seka Postası, 1960'da Doğuş, 1960'larda kesin yayım tarihi

---

<sup>1</sup> Kocaeli Yıllık 1973:139-141.

<sup>2</sup> Kocaeli Yıllık 1973:139

bilinmemekle birlikte Körfez Gazetesi, 1967'de Sesim Dergisi, Işık Gazetesi, Yeni Yarımca, Karamürsel Postası ve Ticaret ve Sanayi Odası Gazetesi isimli gazeteler yayımlanmıştır. Bu rakamlar 1973 yılına kadar yayımlanmış olan gazeteleri göstermektedir. 1973-2002 arasındaki yayınlanan gazeteler için elimizde belge bulunmamaktadır.

Yukarıda da görüldüğü üzere Kocaeli ili yerel gazete bakımından geçmişi hayli zengin ve eski bir kenttir. Yukarıda yayınlanan gazeteler dışında Haldun Simavi'nin sahibi olduğu Veb Ofset şirketi modern gazetecilik anlayış ve uygulamaların Anadolu'nun çeşitli illerine götürmüştür. Bu iller içinde Kocaeli de vardır. Nuri İnuğur'un *Türk Basın Tarihi*<sup>3</sup> isimli kitabında verdiği bilgilere göre, Veb Ofset 1976 yılında İzmit'te Kocaeli Gazetesi çıkartmıştır ve yayınları Gebze, Hereke, Tütünçiftlik, Yarımca, Derince, Kandıra, Gölcük, Değirmendere, Ereğli, Karamürsel ve Adapazarı'na ulaşmaktadır.

### **3.3. KOCAELİ'DE YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLAR**

Edinilen bilgilere göre, Türkiye Radyo Televizyon Üst Kurulu'ndan Kocaeli'de yayın yapmak için ruhsat almış toplam beş adet televizyon kuruluşu bulunmaktadır. Ancak bunlardan yalnızca üç tanesi yayın yapmaktadır diğer iki televizyon kanalının prodüksiyon şirketleri olduğunu öğrenilmiştir.

#### **3.3.1. Kocaeli TV**

1995 yılında kurulan Kocaeli TV, Kocaeli ilinde Kandıra ve Karamürsel dışındaki tüm yerleşim birimlerinden izlenmektedir. Kandıra ve Karamürsel'de izlenememe nedeni olarak, coğrafi koşullar ve coğrafi koşulları aşıp yayını ulaştıracak link cihazlarının maliyetli olmasını öne sürülmüştür. Kanalın yönetim kurulu başkanı Arslan Koyuncu, kendisi ile yaptığımız

---

<sup>3</sup> Nuri İnuğur, *Türk Basın Tarihi*, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s. 467.

görüşmelerden birinde Kandıra Kaymakamı, Kandıra Belediye Başkanı, Kandıra'daki Garnizon Komutanı ve Bölge Savcısı'nın Kocaeli TV'nin yayınlarının Kandıra'ya ulaşamamasından şikayet ettiklerini ve kendilerine ellerindeki tüm imkânları seferber ederek yardımcı olabileceklerini belirttiklerini anlattı.

Kocaeli TV'nin biri İfrazıye'de diğeri Gebze'de olmak üzere iki adet vericisi bulunmaktadır. İfrazıye'deki vericinin rakımı 150 metredir. Yayınları UHF bandı 23. kanaldan 1000 Watt çıkışında yapan vericinin kule yüksekliği 25 metredir. Bu vericiden İzmit Merkez, Derince, Körfez ve Gölcük'e ulaşılabilir. Bu vericiden İzmit Merkez, Derince, Körfez ve Gölcük'e ulaşılabilir.

Gebze'de bulunan diğeri verici ise, Gaziler Dağı'nda yer almakta ve UHF bandı 48. kanaldan yayın yapmaktadır. 200 Watt yayın çıkışı olan vericinin 18 metre yüksekliğinde kulesi bulunmaktadır.

Kocaeli TV'nin biri 90 m<sup>2</sup>, diğeri 250 m<sup>2</sup> olan iki çekim stüdyosu bulunmaktadır. 4'ü Haber Merkezi'nde, 1'i Spor Bölümü'nde, 1'i Programlar Dairesi'nde, 3'ü stüdyolarda bulunan analog kameralarının yanı sıra, bir de, özellikle, dış çekimlerde kullandıkları dijital "handycam" bulunmaktadır.

Programları ve çekimleri kurguladıkları iki ayrı sistem bulunmaktadır; bunlardan bir tanesi kaset sistemi ile çalışan "cut" kurgu ünitesi, diğeri de "post" montaj ünitesidir. Ayrıca, daha önceki yönetim döneminde alınmış olan ve şu an kullanmadıkları, ancak kendi ifadeleriyle daha yetenekli olduklarını söyledikleri bir de Casablanca marka bir kurgu setleri bulunmaktadır.

VHS teknolojisiyle yayın yaptıklarını belirten kanalın Genel Koordinatörü Selçuk Sevim, stüdyonun 8 kanal çıkışına sahip olduğunu, 3 adet kameranın ana kumandaya bağlı olduğunu, bunun yanında 32 kanal da ses çıkışı bulunduğunu belirtti. Sevim, ayrıca ellerindeki teknoloji ile senaryo ve çekim dahil tüm altyapısı kanal tarafından hazırlanan reklam kuşaklarının hazırlandığını kaydetti. Günde yaklaşık olarak 12 reklam kuşaklarının

bulduğunu, bu reklam kuşaklarının içinde de yaklaşık 20'şer adet reklam klibinin döndüğünü ifade etti.

Kocaeli TV'nin, reklam departmanında 5 kişi çalışmaktadır ve bu çalışanların tümü erkektir. Reklam vermek isteyen müşterilerle önceden randevu alarak görüşülmekte; şartlarda anlaşıldığı takdirde de reklam çekimlerine başlanmaktadır. Kocaeli Tv, yayınladıkları programlara daha yeni yeni sponsor almaya başlamış. Kocaeli TV Genel Yayın Koordinatörü Sevim, bu konuda suçun sponsor olan firmalar kadar, belki de daha çok, kendilerinde olduğunu, geçmiş dönemlerde henüz hiçbir yayını olmayan bir kanal adına reklam toplandığını ve o kanal hiçbir zaman yayına çıkamadığı için de reklam verenin yalnızca verdiği parayla kaldığını ve böylece reklamverenlerin yerel televizyon kanallarına olan güvenlerini yitirdiklerini belirtti.

Kanalın tüm gelirlerini reklam oluşturmaktadır. Kocaeli TV, bunun yanında gelir getirmesi amacıyla dışarıya iki proje hazırlamıştır: bunlardan biri 444 Motor Yağları, diğeri de ismini vermedikleri bir sanatçıya çektikleri klip.

Edinilen bilgiye göre, Kocaeli TV ulusal televizyon kanallarının haber temsilciliğini yapmaktadır. Dolayısıyla yayınladıkları haberlerin bazıları ulusal kanallarda da yer bulmaktadır. Ancak, yapılan araştırma sonucunda ulusal kanallarda yer alan en büyük haberleri kendileriyle ilgili olan haberler olduğu tespit edilmiştir. Örneğin adını ilk kez 2001 yılının Mart ayında vericilerine haciz konulduğunda yaptıkları eylemle duyurmuştur. Daha sonra, II. Körfez Savaşı'nın hemen öncesinde çalışanların kendilerini stüdyoya kapatarak savaşın durdurulmasını talep etmeleri ve barışa kadar televizyon binasını terk etmeyeceklerini söyleyerek yaptıkları eylem de ulusal medyada bir hayli ses getirmiştir.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> <http://www.zaman.com.tr/2003/02/18/marmara/h7.htm>.

Kanal yetkilileri, haftalık yayın programının Hedef kitle gözetilerek yapıldığını belirttiler; ancak, hedef kitleyi belirlemede kullandıkları yöntem hakkında hiçbir bilgi vermediler. Kocaeli TV'nin günlük yayınları sabah 8:59'da İstiklal Marşı ile başlayıp 00:00'da yayınlanan gece haber bülteni ile sona ermektedir. 00:00 ile 08:59 arasında da teletext yayını yapılmaktadır. Sabah 08:59'dan birkaç program eklenip çıkartılmasıyla aynı şekilde sürdürülmektedir.

İzlenme kaygılarının olmadığını ve en kısa süren programlarının 1 yıl olduğunu belirten yetkililer, izlenme kaygıları olmadığı halde neden fal programı yayınladıklarına dair sorduğumuz soruyu yanıtlamaktan kaçındılar.

Güne Merhaba: Hafta içi her gün canlı yayınlanmaktadır. Sabah 09:00 ile 10:00 arasında.

Kocaeli Klip: Hafta içi her gün canlı olarak, sabah 10:30 ile 12:00 arası yayınlanmaktadır.

Haberler: Hafta içinde günün ilk haberleri saat 12:00'de yayınlanmaktadır. Saat 17:00'ye kadar her saat başı 15'er dakikalık haber bülteni yayınlanmaktadır. Saat 11:30'da 1 saatlik Ana Haber Bülteni yayına girmektedir. Günlük program akışı içerisinde 00:00'da başlayan Gece Haber Bülteni de yer almaktadır.

Sarı Sayfalar/Text: Hafta içi ve hafta sonunda her gün saat 12:15 ile 14:00 arasında Salı ve Cuma günleri 13:15'de yayınlanmaktadır. İş ilanları, gerekli telefon numaraları, tren saatleri, ilan ve reklamlarla desteklenen bir dolgu niteliği taşıyan bir programdır.

Hanımeller (Fal Programı): Hafta içi her gün 14:15 ile 16:00 saatleri arasında yayınlanmaktadır.

Çizgi Film: Hafta içi her gün 16:15'te yayına giren çizgi film kuşağı Haber 17:00'ye kadar devam etmektedir.

Sinema: Cuma hariç hafta içi her gün akşam saat 17:15'te sinema kuşağı yayınlanmaktadır; ayrıca hafta içi her gün saat 23:00'te de bir sinema kuşağı bulunmaktadır.

Belgesel kuşakları; hafta içi her gün (Çarşamba hariç; çünkü, tek kuşak) 2 kuşak halinde yayınlanmaktadır. 1'inci kuşak 18:30'da 45 dakika sürüyor. 2'inci kuşak 20:30'da başlıyor ve yarım saat sürmektedir.

Kocaeli TV, hafta içi her akşam 21:00'de canlı programlar yayınlamaktadır. Bunlar sırasıyla: Pazartesi günü Spor Gecesi; Salı günü Gerçekler; Çarşamba günü Bitkilerin Dilinden; Perşembe günü Türkü Söyler Türkülerimiz; Cuma günü de Gündem'dir.

Pazartesi günleri yarım saat süren bir Tanıtım ve Reklamlar kuşağı yayına sunulmaktadır. Salı günleri 12:15'te Sağlık Olsun; Perşembe günleri saat 10:00'da Pazar Ola; Cuma günleri saat 12:15'te Marmara'da Sağlık ve 17:15'te Amatörün Sesi isimli programlar yayınlanmaktadır.

Kocaeli TV'nin hafta sonu yayın akışı ise hafta içinde olduğu gibi yine 08:59'da İstiklâl Marşı ile başlayıp saat 00:00'daki Gece Haber Bülteni ile son bulmaktadır.

Hafta sonundaki yayın akışı, hafta içi programlarıyla benzerlik göstermektedir. Sabit programlar arasında, kuşakları olan çizgi film, sinema, sarı sayfalar, klip saati ve haber bülteni dışında, Cumartesi günleri saat 10:00'da Sağlık Olsun programı canlı yayınlanmaktadır. Hafta sonlarında günün ilk haberleri saat 13:00'te yayına girmektedir. Daha sonra saat 17:00'ye kadar 2 saatte bir yayınlanmaktadır. Cumartesi günleri saat 18:00'de Okullarımız, saat 21:00'de Orda Bir Köy Var isimli program ekrana gelmektedir.



Pazar günleri Cumartesi gününden farklı olarak saat 16:00'da Usta Eller, saat 21:00'de İkinci Bahar ve saat 22:00'de de 112 Acil Paket isimli kuşaklar yayınlanmaktadır.

Saat 00:00 ile 08:59 arasında yayınlanan haftada toplam 105 saat yayın yapan Kocaeli TV'nin kendi kaynaklarıyla hazırladığı 12 program canlı olarak yayınlanmaktadır. Geriye kalan programlarını paket olarak yayınlayan Kocaeli TV haber yayınlarıyla kendine yer edinmeyi hedeflemektedir.

### **3.3.2. TV 41**

1994 yılında kurulan TV 41, aynı yıl deneme yayınına başlamıştır. 1995 yılında da frekans tahsisiyle birlikte resmi programlı yayına geçmiştir.

Kandıra dışındaki tüm ilçelere yayın yapmaktadır. Ayrıca İzmit'te kablolu yayında olduklarından daha çok izleyiciye ulaşma şansları bulunmaktadır. Keltepe Mevkii'ndeki 93 metrelik verici kulesinden 1kWatt'lık güç ile UHF 25 ve VHF 24 bandından yayını sürdürmektedir. Bu verici ile birlikte Kocaeli'nin yanı sıra Sakarya, Yalova ve İstanbul'un da bazı yerleşim birimlerinden izlenebilmektedir.

Kocaeli'deki, ve hatta kendi iddialarına göre Türkiye'deki, ilk yerel TV olan TV 41 İnönü Caddesi, Kertil Tekke Sokak, No:7'deki binalarında hizmet vermektedir. Televizyon binasının giriş katı haber merkezi, program koordinatörlükleri ve yönetime ayrılmışken binanın bodrum katı tümüyle stüdyo ve ana kumanda masasından oluşmaktadır. Tek stüdyoya sahip olan TV 41, tüm canlı programlarını bu stüdyoda gerçekleştirmektedir. Farklı program formatları için kendi geliştirdikleri raylı pano dekor sistemi ile dekor değişikliği yapılmaktadır.

TV 41'in bünyesinde 50 kişi çalışmaktadır, bunun yanı sıra televizyona yapımcı/programcı olarak dışarıdan destek veren 20-25 kişi bulunmaktadır.

Ancak 10 Haziran 2003 tarihinde anket uygulaması için yapılan son görüşmede TV 41 Genel Müdür Bedri Dölkeleş, ekonomik sıkıntılardan dolayı kanaldan 30'a yakın çalışanın işine son verdiklerini belirtti. Dölkeleş'ten edinilen bilgilere göre; kurum bünyesinde çalışan personelin %90'ı sigortalı olarak çalışmaktadır. Bu personel ile günde yaklaşık 16,5 ile 17 saat yayın yapan kuruluş ayda 32 canlı yayın ile Türkiye'de bir ilki gerçekleştirmektedir. Kanalın Genel Müdürü Bedri Dölkeleş, "Ulusal televizyon kanallarında bile zor gerçekleştirilen bir iş yapıyoruz" diyor ve ekliyor "canlı yayının en düşük maliyetli olan yayındır."

400 filmlik arşivleri ise Warner Bros. tarafından 1999'daki deprem sonrasında o dönem ABD'de öğrenci olan ve depremin hemen sonrasında ailesinin yanına gelen şu anki Genel Sanat Yönetmeni Burak Acer'in girişimleri sonucunda rehabilitasyon amacıyla hibe edilmiş. Bu arşiv 2,5 yıl kadar kullanılmış, sonrasında yayınların İstanbul'dan da izlenmesi sebebiyle Warner Bros. yetkilileri bu duruma müdahale etmiş.

TV 41'in gelirlerinin büyük bir bölümünü reklamlar oluşturmaktadır. Denk bütçe mantığıyla işleri yürüttüklerini belirten yetkililer, kablolu TV'den de yayın yaptıkları için TT'ye her ay yaklaşık olarak 1.500.000.000 TL abonelik ücreti ödediklerini belirttiler. Yetkililer, kabloludan yayın yapmanın büyük bir kitleye ulaşmanın yanı sıra aynı oranda büyük bir maddi yük de getirdiğini ifade ettiler.

Reklamların ağırlıklı olarak ulusal kanallarda yayınlanması dolayısıyla kendilerine ulusal çaplı reklamlar alamadıklarını belirten yetkililer, bu sorunu aşmak için Türkiye'de farklı illerde yayın yapan 20 yerel televizyon kanalı ile birlikte kurdukları Medaş Medya ve Tanıtım Hizmetleri A.Ş. ile reklam pastasından pay almayı hedeflemekteler.

### 3.3.3. Selam TV

1992 yılında çalışmalarına vakıf olarak başlayan bu kuruluş, edinilen bilgilere göre, bir süre sonra devlet tarafından kapatılmış. Bunun üzerine 1994 yılının Mayıs ayında Selam TV Radyo Yapım Yayın Anonim Şirketi olarak faaliyete geçmiş. Vakıf olarak kurulduğu günden bu yana sahibi İlyas Kaya'dır. Genel Müdür Abdullah Kaya, Genel Müdür Yardımcısı Üzeyir Kaya, Haber Müdürü de Muhammed Emin Mina'dır.

Selam TV, hem RTÜK kayıtlarına göre hem de yöneticilerinin ifadelerine göre "Bölgesel" olarak yayın yapan bir televizyon kanalıdır. Yayın vericileri Kocaeli İfrazıye'de, Sakarya Esentepe'de, Gebze'de (bir yansıtıcı da Yalova Emir Sultan Tepesi'nde) ve İstanbul Çamlıca'da bulunmaktadır. Bu vericilerden İstanbul Çamlıca'da olan 17 Ağustos 1999'daki depremden sonra hasar görmüş ve devre dışı kalmıştır. İfrazıye'deki verici 1000 Watt gücünde ve UHF 31. kanaldan yayın yapmaktadır. Sakarya vericisi 300 Watt ve UHF 25. kanaldan yayın yapmaktadır. Gebze ve yansıtıcı ile Yalova'ya uzayan yayınlar UHF bandı 57. kanaldan 150 Watt gücünde çıkmaktadır. Şu an kullanılmayan İstanbul'daki verici de 1000 Watt gücünde ve UHF 30. kanaldan yayın yapmaktadır.

17 Ağustos'taki depremde mal varlıklarının bir bölümünü yitiren bu kuruluşun o tarihte 20 çalışanı varmış, ancak deprem sonrasında maddi açıdan yetersizlikler baş gösterince 6 kişi ile yayınlarını sürdürmeye başlamışlar.

5 kamera ile VHS sistemiyle yayın hayatını sürdüren Selam TV yayınlarını daha da geliştirmek için sayısal (dijital) yayın teknolojisine geçmeyi planlamaktadır. 17 Ağustos Depremi'nin kendilerini hayli yıprattığını söyleyen Genel Müdür Abdullah Kaya, o dönemde ellerinde bulunan teknolojinin yalnızca ATV ve TGRT'de var olduğunu belirterek, 2004 yılında yeni yapılanmalarını tamamlayıp daha nitelikli bir yayın yapacaklarını sözlerine ekledi. Elleri belli miktarda malzeme bulunduğunu (1000 Wattlık

vericinin yanında her türlü arıza durumuna karşı bir de 250 Wattlık bir verici daha almışlar) ve bunu gelecek yıl içinde kullanmaya başlayacaklarını açıkladı.

Yayın politikası olarak “millî” ve “ahlâki” yayın anlayışını benimsediklerini belirten yetkililer, milli ve ahlâki yayının Türk ulusunun sahip olduğu gelenekleri ve göreneklere yaşattığını ifade ederek, “merhamet” ve “adalet” duygularını gözetilen bir yayın politikası izlediklerini belirttiler. Televizyonun asli görevinin “eğitmek” olduğunu belirten kanal yetkilileri yaptıkları yayınların etkili ve eğitici olduğunu belirtiyorlar. Kocaeli’deki suç oranının düşüklüğünü yaptıkları yayına bağlayan Genel Müdür Yardımcısı Üzeyir Kaya, “televizyon kanallarının görevinin suçu işletmemeyi sağlamak” olduğunu söyledi.

Bölgesel TV yayını için en az 1 trilyon liralık bir yatırım yapılması gerektiğini belirten yetkililer, tek gelir kaynaklarının reklam gelirleri olduğunu söylediler. Yayınladıkları reklamların çoğunu Sakarya’dan sağladıklarını anlatan yetkililer, elde ettikleri reklam gelirlerinin kendilerini ayakta tuttuğunu ifade ettiler.

### **3.4. KOCAELİ’DE YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLARIN SORUNLARI**

Toplumdaki sivil toplum anlayışının gelişmesi, demokrasinin kurumsallaşmış kökleşmesi için yerel televizyonların işlevlerini tam olarak yerine getirmelerinin gerekli olduğu bu çalışmanın önceki bölümlerinde anlatılmaya çalışılmıştı. Demokratik bir ortamda, yönetenlerle yönetilenler arasında iyi bir diyalogun gelişmesi için, yerel televizyonların içinde buldukları sorunların çözülmesi gerekmektedir. Kocaeli’deki yerel televizyonların sorunlarının şu dört ana başlık altında toplanması mümkündür: ekonomik sorunlar, eğitim (ya da yetişmiş iş gücü) sorunu, teknik sorunlar, hukuki sorunlar.

### 3.4.1. Ekonomik Sorunlar

Yerel televizyonların sorunlarının en başında ekonomik yetersizlikler bulunmaktadır. Bu yetersizlikler de daha önce de belirtildiği gibi televizyonculuğa hazırlıksız yakalanmaktan kaynaklanıyor. Televizyonculuğa hazırlıksız yakalanınca da altyapı sorunları (hem maddi hem de teknik olarak) hemen boy göstermektedir. Çünkü televizyonculuk öncelikle iyi bir kaynak yatırılması gereken bir araçtır. Bu kaynak, öyle bir kaynak olmalı ki, televizyon kuruluşu ne devlete ne bir özel şirkete ne de bir sermaye sahibine muhtaç olmamalıdır. Çünkü, eğer bir mali güce muhtaç kalırsa, yayınlarının silah gibi kullanılma olasılığı artar ki, bu da tarafsızlığı ve nesnelliği gölgede bırakmaya yetmektedir.

Mali yetersizlik sonucunda yerel televizyon çalışanları kabul etmek gerekiyor ki, düşük ücretlerle çalışmaktadır. Yerel televizyon kanalları, yoğun mesaiye sahip olmalarına rağmen, bu yoğunluğa denk gelecek maddi olanaklardan henüz yoksundur. Üstelik yerel televizyon kanallarının gelirleri kısıtlı olduğu için de yerel televizyon çalışanları çoğunlukla maaşlarını zamanında alamamaktadırlar.

Mali yetersizlikler, yayınlara ve yayın kalitelerine de yansımaktadır. Yerel televizyon kanalları maddi açıdan en düşük maliyetli olan canlı yayınlara yönelmekte sonuç olarak yerel televizyon ekranları konuklu-sohbet programlarından geçilmemektedir. TV41 yetkilileri haftada 32 canlı yayınlara Türkiye'de bir ilki gerçekleştirdiklerini söylemekte. Dolgu programlar ön plana çıkmaktadır, örneğin Kocaeli TV öğle saatlerinde (12:00 ile 14:00 arasında) Sarı Sayfalar adıyla müzik eşliğinde çeşitli yazılı reklamlar, toplu taşıma araçlarının tarifelerini, önemli telefon numaralarını döndürmektedir.

Ekonomik yetersizlikler, yerel televizyonların teknik açıdan da geri kalmalarına yol açmış. Yayın ve kurgu sistemi olarak hâlâ s-VHS ya da VHS kullanılmaktadır. Çünkü bu sistemin kullandığı kameralar nispeten çok daha ucuz. Bunun yanında, gelişen teknolojinin olanakları (bilgisayar ortamında

kurgu ve montaj, üstelik bu iş için gereken bilgisayarın ortalamanın biraz üstü olması yeterli) neticesinde kurgu sistemlerini ve yayın masalarını kendi kurdukları sistemle yenilemiş TV41. Bir bilgisayar ağı üzerinde Kurgu-montaj odasında hazırlanan görüntüler ya da haberler anında kumanda masasının bilgisayarına aktarılıp yayına veriliyor. Daha sonra da bu envanteri CD'ye (Compact Disc) basıp saklayabiliyorlar.

Spikerlerin ve sunucuların yayında kullanılan metinleri kağıtlara bakmadan okumalarına yarayan ve "prompter" adı verilen teçhizata sahip değiller, onun yerine TV41 haber yayınlarında metinleri kağıda yazıp kameranın altına tutturma yoluna gitmiş, Kocaeli TV'nin ise bir bilgisayar monitörünü ters çevirip altına ayna koymak suretiyle kendi olanaklarıyla bir prompter yaptıkları yönünde duyumlar aldık.

Yukarıdaki örneklerin de yardımıyla yerel televizyonların maddi yetersizliklerinin bu kanalların yaratıcılıklarını geliştirdiği söylenebilir. Yine TV41'den bir örnek vermek gerekirse, tek bir stüdyodan yayın yapan TV41 farklı programlar için farklı fon renkleri kullanmakta, bunu da yayın yaptıkları stüdyonun duvarına monte ettirdikleri bir ray sistemi ile gerçekleştirmekteler. Raylarda asılı duran çeşitli renklerdeki kontrplaklar raylar vasıtasıyla her program için kısa sürede ve kolayca değiştirilmektedir. Böylece yayınların tek bir stüdyoda yapılmadığı izlenimi uyanmaktadır.

Maddi açıdan yetersizlikler yaşayan yerel televizyon kanallarının devletten şikayetçi olduğu bazı noktalar var: örneğin, Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) mali kaynaklarından birini oluşturan ve 3984 sayılı Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun'da belirtilen "özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden % 5 oranında ayrılacak paylar" yerel televizyonların, deyim yerindeyse, belini bükmemektedir. Çünkü bu pay hem ulusal ölçekte yayın yapan kanallar hem de yerel televizyon kanalları için aynı orandadır. Bu da reklam bazında gelir düzeyleri eşit olmayan kanallar arasında büyük bir uçurum yaratmaktadır ve yerel televizyon kanallarını çok büyük bir maddi kayba uğratmaktadır.

### 3.4.2. Eğitim Sorunları:

1990'ların başında özel televizyon yayınlarının başlamasıyla birlikte ulusal düzeyde yayın özel kanallar çok büyük paralar vererek TRT'den yetişmiş eleman transfer etmeye başladılar. Bunlar arasında programcılar, spikerler, teknik elemanlar ve yönetmenler vardı. Ancak yerel televizyon kanalları böyle bir şansa sahip olamadılar. Çünkü, öncelikle maddi olanaklar elverişli değildi.

Yerel televizyon kanalları yayın yapmak için deneyimli deneyimsiz adam istihdam etmeye başladılar. İşin bazı kısımlarını anlayan bir kişi, diğer kısımlarda da kullanılabilir oldu. Sonuçta bir muhabir-kameraman kavramı ortaya çıktı. Oysa ki, televizyon haberciliğinde muhabirin ve kameramanın ayrı ayrı görevleri vardır. Muhabir-kameramanlar, bir taraftan ellerinde mikrofon soru sorarken diğer taraftan çekim yapıyor, daha sonra büroya geri döndüğünde oturup çektiği görüntülerin kurgusunu, montajını ve seslendirmesini yapıyordu. Bir branşlaşmadan söz etmek mümkün değildi. Oysa günümüzde, Kocaeli'deki yerel televizyon çalışanlarına yaptığımız anketlerden de görüldüğü üzere, çalışanlar arasında artık bir branşlaşmadan söz etmek mümkün olmaya başlamıştır (Grafik 3). Bu da yerel televizyonculuk adına çok sevindirici bir gelişmedir. Bu yüzden yerel televizyon çalışanlarıyla ilgili olarak yaptığımız anketin sonucunu önemlidir.

Yerel televizyon çalışanlarıyla yaptığımız anketin bir diğer sonucu da çalışanlar arasında İletişim Fakültesi mezunu sayısının çok az olmasıydı. Yerel televizyon çalışanları çok büyük bir oranda lise mezunlarından oluşuyor (%53,6). Anketimize katılan örneklem içinde üniversite mezunlarını 6 kişi temsil ediyor. Bunun oranı ise %21,4. Üniversite mezunları arasında İletişim Fakültesi mezunu olan 3 kişi bulunmakta; bunlar Radyo Televizyon, Radyo Televizyon Sinema ve Basın Yayın Yüksek Okulu mezunu. Diğerleri ise, İşletme ve İktisat mezunları. Meslek Yüksek Okulu mezunları ise, örneklem içinde 4 kişi ile temsil ediliyor, bu da oransal olarak %14,3'e denk düşüyor.

Meslek Yüksek Okulu mezunları içinde Elektronik Haberleşme Bölümü mezunları önemli bir bölümü oluşturuyorlar. Elektronik Haberleşme Bölümü mezunları yerel televizyonların teknik ve kumanda masalarında kendilerine iş imkânı bulabilmişler. Ankete katılan diğer Meslek Yüksek Okulu mezunu çalışan ise, Sinema Televizyon Bölümü çıkışlı. Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere, yerel televizyon çalışanlarının büyük bölümü lise mezunu ve televizyonculuk ya da iletişim konusunda mesleki bilgi birikimine sahip değiller. Buna ek olarak çalışanlarla yapılan anketin bir diğer sorusu olan “çalıştığınız alanla ilgili yayınlanan kitapları, sektörel dergileri takip ediyor musunuz?” sorusuna verilen olumlu yanıtlar (çalışanların %67,9'u çalıştıkları alanla ilgili yazılı materyalleri takip ettiklerini belirttiler), çalışanların her ne kadar mesleki bilgi birikimine sahip olmasalar da kendilerini yetiştirmek ve sektör hakkında bilgi sahibi olmak için önemli bir çaba gösterdiklerini işaret ediyor.

### 3.4.3. Teknik Sorunlar

Yerel televizyon kanallarının en büyük sorunlarından bir tanesi de yayın ve görüntü kalitesinin düşük oluşudur. Bu sorunun temelinde yukarıda da değinilmiş olan ekonomik güçlükler yatmaktadır. Kocaeli’de yayın yapan yerel televizyonların hemen hemen hepsi Avrupa’nın yaklaşık 20 yıl önceyi kullanmayı bıraktığı VHS veya s-VHS sistemi kullanmaktalar. Bu da Yerel Televizyonlar Birliği Başkan Yardımcısı Sinan Burhan’ın değişiyile “düğünlerde kullanılan kameralar ve evlerimizde kullandığımız videolar”dan oluşan bir sistem<sup>5</sup>. Bu da demek oluyor ki, yerel televizyon kanalları amatör araç-gereçlerle yayınlarını sürdürmekteler. Kullandıkları kurgu ve montaj setlerinin büyük bir bölümü demode ve artık kullanılmayan cihazlardan oluşmuştur (bu cihazların isimleri ve modelleri bir önceki bölümde aktarılmıştır). Dolayısıyla da vericilerden linklere veri aktarımı sırasındaki kayıp neticesinde görüntülerdeki deformasyon oranı olması gereken düzeyin

<sup>5</sup> Sinan Burhan, “Yerel Televizyonlar ve Demokrasi”, <http://www.jurnal.net>



çok üstündedir. Bu duruma bir de Kocaeli'nin coğrafyasının elverişsizliği ve yüzey şekillerinin teşkil ettiği engeller eklendiğinde, cam gibi saydam bir görüntü elde etmek pek mümkün gibi gözüküyor. Ancak, örneğin TV41 varolan yayın sistemini bilgisayar sistemine aktarmaya başlamış, arşivlerini elektronik ortama (CD'lere) kaydetmekte, kurgu ve montaj işlerini bilgisayar üstünden yaparak en azından görüntü kalitesini en az kayıpla aktarmaya çalışmaya başlamıştır. Bunda da TV41'in kablolu televizyon yayınlarına dahil olmasının payı çok büyüktür.

### **3.4.3. Hukukî Sorunlar**

Türkiye'deki yerel televizyonların en büyük sorunlarından bir tanesi, belki de, en büyüğü hukukî sorunlardır. 1993'te Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 133. maddesinde yapılan değişiklikle Türkiye'de radyo ve televizyon yayınları konusunda devlet tekeli kalkmış, özel girişime olanak tanınmıştır. Tabii ki, bu durum fiili olarak 1990'ların başından beri yapılmakta olan özel televizyon yayıncılığını yasal bir dayanağa oturtmak için yapılmış bir düzenlemeydi. Anayasa'nın değiştirilen 133. maddesine istinaden 3984 sayılı "Radyo Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkında Kanun" yürürlüğe kondu. 3984 sayılı yasa, 2954 sayılı yasada bulunan Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nu kaldırıyor yerine Radyo Televizyon Üst Kurulu olarak bilenen R.T.Ü.K.'ü koyuyordu.

Radyo Televizyon Üst Kurulu ilk çalışmaya başladığı andan itibaren yeni yasanın çerçevesini çizdiği ilkelere göre yayın yapmayan televizyonlara sürekli ceza veren bir kurum olarak gösterilmiştir. Ancak yasayı hazırlayanlar, yasa hazırlanırken medya sektöründen kişilere, konuyla ilgili makam ve kuruluşlarla akademisyenlere başvurmadıkları için sürekli olarak boy hedefi olarak gösterilmiştir. Ancak zamanla yasa koyucular, 3984 sayılı kanun üzerinde sürekli olarak tadilat yaparak yasayı çok daha düzgün bir zemine oturtmaya başladılar. Bunun sonucu olarak da, en son 15 Mayıs 2002 tarihinde yapılan değişikliklerle kabul edilen 4756 sayılı yasa çok daha çağdaş bir yayıncılık anlayışı getirmesine rağmen, örneğin hâlâ R.T.Ü.K.'ün

yerel televizyon ve radyo kanallarından aldığı reklam payının %5 olarak kalması gibi bazı pürüzleri de içermekte.

En son 15 Temmuz 2003 tarihinde Avrupa Birliği normları göz önünde tutularak yeni bir düzenleme yapıldı ve Türk halkının “(kamu ve özel radyo, televizyon kuruluşları) günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir”<sup>6</sup> hükmü getirilerek başta Kürtçe olmak üzere diğer lehçe ve ağızlarda da devlet denetiminde ve belirli bir süre yayın yapabilecekleri bir hükme bağlandı.

Yerel yayıncılık konusundaki en büyük engel Türkiye’de hâlâ daha frekans planlanmasının yapılamamış olmasıdır. 4756 sayılı kanunla frekans planlamasını yapmak eski adı Telsiz Genel Müdürlüğü olan Telekomünikasyon Kurulu’na bırakılmıştır. Ancak 3984 sayılı yasanın yürürlüğe girdiği 13 Nisan 1994 tarihinden itibaren bu yönde herhangi bir adım atılmamıştır. Bu da çeşitli karmaşalara yol açmaktadır: “(yayın) izni veya (frekans) tahsisi yapılmalıdır ki, örneğin, yayın ilkelerinin ihlâli halinde, izin belgesinin veya tahsisin iptali gibi bazı müeyyideler de yürürlüğe girebilsin”<sup>7</sup>. Dolayısıyla da 1990’ların başındaki yasal olmayan fiili durum (de facto) devam etmektedir.

Yerel medya ve basın konusunda Türkiye’deki en yetkili ağız olarak nitelendirebilecek olan Av. Fikret İlkiz’in yeni yasal düzenlemeler ve yerel televizyon yayıncılığının hukuki boyutuyla ilgili görüşlerine yer vermekte yarar var: “Yayıncılık kamu hizmetidir, kamu hizmeti anlayışıyla yapılması zorunludur. Yerel yayıncılık alternatif yayıncılıktır. Size bu bağlamda çok önemli görevler düşüyor. Yerel yayıncılar, toplumun yerel düzeyde eğitilmesi, belli prensiplerin kabul ettirilmesi, demokrasinin geliştirilebilmesi için çok önemli görevler üstlenmiş vaziyettedir... Siz yayın ilkelerine bağlı olduğunuz sürece, kişilik haklarına dikkat ettiğiniz sürece, herhangi bir yasa ihlali yapmadığınız sürece niye haberi yayınlamayasınız. Kendi oto

---

<sup>6</sup> <http://www.rtuk.org.tr>

<sup>7</sup> <http://www.byegm.gov.tr>

kontrolünüzü kurduktan sonra niye haber yayınlamayasınız? Bu sizin göreviniz. Bütün yerel kuruluşların görevi bu. Yerel medyadan amaç müzik kutuları oluşturmak değil ki, o insanlara belli bir norm kazandırmak. Daha önce de ifade ettim, bir kez daha söylüyorum, Üst Kurul, bu tür normal yayıncılığın daima arkasında, daima koruyor, kolluyor”<sup>8</sup>.



---

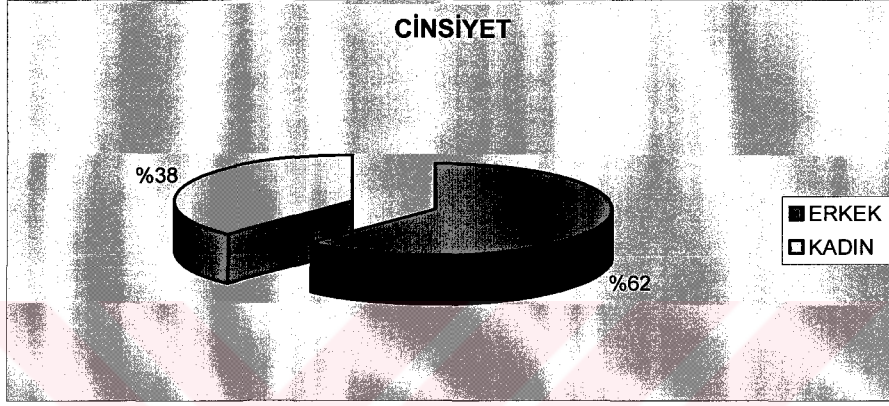
<sup>8</sup> <http://www.byegm.gov.tr>

#### IV. BÖLÜM

### KOCAELİ YEREL TELEVİZYONLARI ÖLÇEĞİNDE İZLEYİCİLERE YÖNELİK UYGULAMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

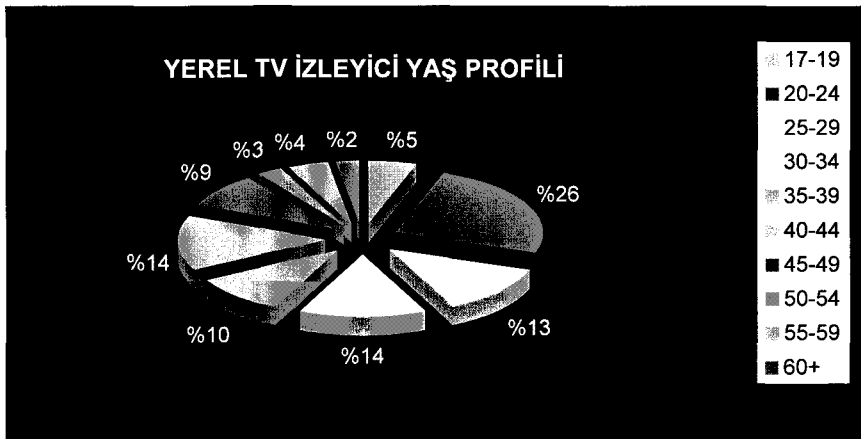
Anketimize katılan 204 kişinin cinsiyet profili aşağıdaki grafikte (Grafik 1) sunulmuştur.

**Grafik 1. Örneklemin Cinsiyet Profili**



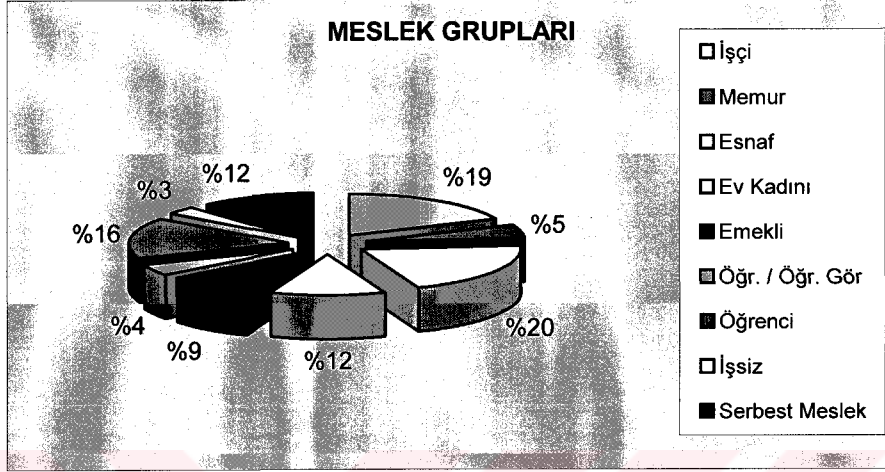
Anketimize katılan izleyicilerinin yaş dağılımı aşağıdaki pasta grafikte görülmektedir. Elde edilen bilgiler ışığında örneklemin Kocaeli evrenini çok büyük bir oranda yansıttığı görülmektedir. (Grafik 2)

**Grafik 2. Yaş**



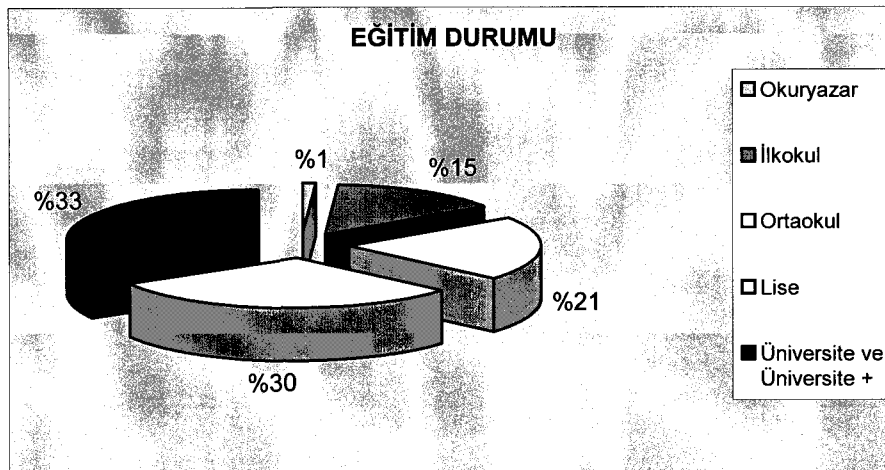
Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı da aşağıdaki grafikte sunulmaktadır (Grafik 3).

**Grafik 3. Örneklemin Meslek Grupları**



Örnekleminiz Kocaeli nüfusuna benzer şekilde ağırlıklı olarak üniversite (%33) ve lise (%30) eğitim düzeyindeki kişilerden oluşmaktadır (Grafik 4).

**Grafik 4. Örneklemin Eğitim Durumu**



Örneklemin %70,6'sı düzenli televizyon izleyicisi olduğunu belirtirken %29,4'ü ise kendilerini düzenli televizyon izleyicisi olarak görmedi. Cinsiyete göre düzenli televizyon izleyicilerini incelediğimizde ankete katılan erkeklerin yaklaşık ¼'ünün düzenli olarak televizyon izlemediği ortaya çıktı. Kadınlarda ise bu oran ⅓ dolayında. (Tablo 1)

**Tablo 1. Düzenli TV İzleme \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET			
		Kadın	Erkek	TOPLAM	
DÜZENLİ OLARAK TELEVİZYON İZLİYOR MUSUNUZ?	EVET	SAYI	49	95	144
		DÜZENLİ TV İZLEME içinde %	%34,0	%66,0	%100,0
		CINSİYET içinde %	%63,6	%74,8	%70,6
		Toplamda %	%24,0	%46,6	%70,6
	HAYIR	SAYI	28	32	60
	DÜZENLİ TV İZLEME içinde %	%46,7	%53,3	%100,0	
	CINSİYET içinde %	%36,4	%25,2	%29,4	
	Toplamda %	%13,7	%15,7	%29,4	
TOPLAM	SAYI	77	127	204	
	DÜZENLİ TV İZLEME içinde %	%37,7	%62,3	%100,0	
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%37,7	%62,3	%100,0	

Günlük hayatımızın vazgeçilmezlerinden olan televizyonu günde ortalama 2-4 saat arasında seyreden kişilerin çoğunlukta olduğu gözlenirken, 1 saatten az ve 6 saatten fazla izlenme oranlarının ise çok düşük olduğu göze çarpıyor (Tablo 2).

**Tablo 2. TV İzleme Süresi**

	SAYI	YÜZDE (%)
BİR GÜNDE TV İZLEMeye ORTALAMA KAÇ SAAT AYIRIYORSUNUZ?	1 saatten az	12 %5,9
	1-2 saat	50 %24,5
	2-4 saat	81 %39,7
	4-6 saat	49 %24,0
	6 saatten fazla	12 %5,9
TOPLAM	204	%100,0

En sık izlenen televizyon kanalı eğitim düzeyleri göz önüne alınarak incelendiğinde tıpkı cinsiyete göre tercih edilen televizyon kanalı sıralamasında (Grafik 6) olduğu gibi yine ATV ilk sırada yer alıyor. Eğitim düzeyi yüksek (üniversite ve üniversite üstü derecesi olan) kişilerin izledikleri kanallar şu şekilde sıralanıyor: ATV, NTV, Kanal D, CNN Türk ve TRT) (Tablo 3)

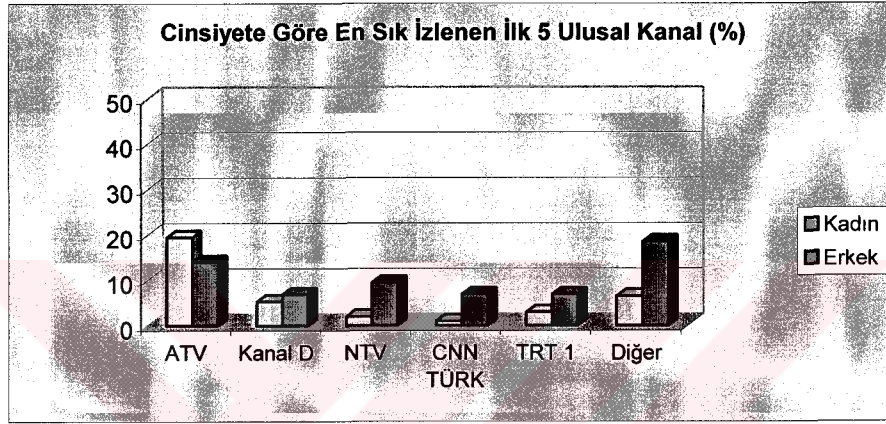
**Tablo 3. En Sık İzlenen TV Kanalı \* Eğitim İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					TOPLAM	
		okuryazar	ilkokul	ortaokul	lise	Üniversite +		
EN SIK İZLEDİĞİNİZ TELEVİZYON KANALINI SÖYLER MİSİNİZ?	ATV	SAYI		13	12	27	17	69
		EĞİTİM içinde %		%41,9	%28,6	%43,5	%25,0	%33,8
		Toplamda %		%6,4	%5,9	%13,2	%8,3	%33,8
	Kanal D	SAYI		3	5	9	8	25
		EĞİTİM içinde %		%9,7	%11,9	%14,5	%11,8	%12,3
		Toplamda %		%1,5	%2,5	%4,4	%3,9	%12,3
	Star	SAYI		3	3		3	9
		EĞİTİM içinde %		%9,75	%7,1		%4,4	%4,4
		Toplamda %		%1,5	%1,5		%1,5	%4,4
	Show TV	SAYI		4	2	4	3	13
		EĞİTİM içinde %		%12,9	%4,8	%6,5	%4,4	%6,4
		Toplamda %		%2,0	%1,0	%2,0	%1,5	%6,4
	CNN Türk	SAYI		1	4	4	7	16
		EĞİTİM içinde %		%3,2	%9,5	%6,5	%10,3	%7,8
		Toplamda %		%0,5	%2,0	%2,0	%3,4	%8
	NTV	SAYI		3	5	3	12	23
		EĞİTİM içinde %		%0,7	%11,9	%4,8	%17,6	%11,3
		Toplamda %		%1,5	%2,5	%1,5	%5,9	%11,3
	TRT 1	SAYI	1	3	6	5	6	21
		EĞİTİM içinde %	%100,0	%9,7	%14,3	%8,1	%8,8	%10,3
Toplamda %		%0,5	%1,5	%2,9	%2,5	%2,9	%10,3	
CNBC-e	SAYI				2	5	7	
	EĞİTİM içinde %				%3,2	%7,4	%3,4	
	Toplamda %				%1,0	%2,5	%3,4	
TRT 2	SAYI					1	1	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
Kanal 7	SAYI		1	2	4	1	8	
	EĞİTİM içinde %		%3,2	%4,8	%6,5	%1,5	%3,9	
	Toplamda %		%0,5	%1,0	%2,0	%0,5	%3,9	
Kral TV	SAYI			1		1	2	
	EĞİTİM içinde %			%2,4		%1,5	%1,0	
	Toplamda %			%0,5		%0,5	%1,0	
STV	SAYI				1	2	3	
	EĞİTİM içinde %				%1,6	%2,9	%1,5	
	Toplamda %				%0,5	%1,0	%1,5	
Meltem TV	SAYI				1		1	
	EĞİTİM içinde %				%1,6		%0,5	
	Toplamda %				%0,5		%0,5	
Işık TV	SAYI					1	1	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
National Geograp hic	SAYI					1	1	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
Kanal 6	SAYI			1			1	
	EĞİTİM içinde %			%2,4			%0,5	
	Toplamda %			%0,5			%0,5	
Fark Etmez SAYI				1	2		3	

	EĞİTİM içinde %			%2,4	%3,2		%1,5
	Toplamda %			%0,5	%1,0		%1,5
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	68	204
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0

Grafik 5'de ise cinsiyete göre en sık izlenen 5 ulusal televizyon kanalı sıralanmaktadır.

**Grafik 5. En Sık İzlenen Ulusal TV Kanalları \* Cinsiyet İlişki Grafiği**



Anketimize yanıt veren televizyon izleyicilerinin ulusal televizyon kanalları arasında en çok ATV'yi izledikleri, ATV'nin izlenme oranının da yüksek oluşunda kadınların payının hayli fazla olduğu gözlerden kaçmıyor, program türlerinde izlenme oranlarına bakıldığında dizilerin en çok tercih edilen tür olduğu görülüyor. Bu noktada da ATV'nin program içeriğine bakıldığında dizilerin çeşitliliği ön plana çıkıyor ve bu da ATV'nin daha çok izleniyor oluşunu doğrular nitelik taşıyor. Bu da ATV'nin gösterime koyduğu dizilerin (Asmalı Konak, Zerda vs.) ve kadınlara yönelik yaptığı yayınların nitelikli olmasından kaynaklanmaktadır (Tablo 4)



**Tablo 4. En Sık İzlenen Ulusal TV Kanalları \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
EN SIK İZLEDİĞİNİZ ULUSAL TELEVİZYON KANALINI SÖYLER MİSİNİZ?	<b>ATV</b>	SAYI	40	29	69
		CINSİYET içinde %	%51,9	%22,8	%33,8
		Toplamda %	%19,6	%14,2	%33,8
	<b>Kanal D</b>	SAYI	11	14	25
		CINSİYET içinde %	%14,3	%11,0	%12,3
		Toplamda %	%5,4	%6,9	%12,3
	<b>Star</b>	SAYI	2	7	9
		CINSİYET içinde %	%2,6	%5,5	%4,4
		Toplamda %	%1,0	%3,4	%4,4
	<b>Show TV</b>	SAYI	4	9	13
		CINSİYET içinde %	%5,2	%7,1	%6,4
		Toplamda %	%2,0	%4,4	%6,4
	<b>CNN Türk</b>	SAYI	2	14	16
		CINSİYET içinde %	%2,6	%11,0	%7,8
		Toplamda %	%1,0	%6,9	%7,8
	<b>NTV</b>	SAYI	4	19	23
		CINSİYET içinde %	%5,2	%15,0	%11,3
		Toplamda %	%2,0	%9,3	%11,3
	<b>TRT 1</b>	SAYI	7	14	21
		CINSİYET içinde %	%9,1	%11,0	%10,3
		Toplamda %	%3,4	%6,9	%10,3
	<b>CNBC-e</b>	SAYI	4	3	7
		CINSİYET içinde %	%5,2	%2,4	%3,4
		Toplamda %	%2,0	%1,5	%3,4
	<b>TRT 2</b>	SAYI		1	1
		CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
		Toplamda %		%0,5	%0,5
	<b>Kanal 7</b>	SAYI	1	7	8
CINSİYET içinde %		%1,3	%5,5	%3,9	
Toplamda %		%0,5	%3,4	%3,9	
<b>Kral TV</b>	SAYI	1	1	2	
	CINSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0	
	Toplamda %	%0,5	%0,5	%1,0	
<b>STV</b>	SAYI		3	3	
	CINSİYET içinde %		%2,4	%1,5	
	Toplamda %		%1,5	%1,5	
<b>Meltem TV</b>	SAYI		1	1	
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5	
	Toplamda %		%0,5	%0,5	
<b>Işık TV</b>	SAYI		1	1	
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5	
	Toplamda %		%0,5	%0,5	
<b>National Geographic</b>	SAYI	1		1	
	CINSİYET içinde %	%1,3		%0,5	
	Toplamda %	%0,5		%0,5	
<b>Kanal 6</b>	SAYI		1	1	
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5	
	Toplamda %		%0,5	%0,5	
<b>Fark Etmez</b>	SAYI		3	3	
	CINSİYET içinde %		%2,4	%1,5	
	Toplamda %		%1,5	%1,5	
<b>TOPLAM</b>	SAYI	77	127	204	
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%37,7	%62,3	%100,0	

Program türleri cinsiyete göre ele alındığında televizyonda tercih edilen program türlerinin başında diziler geliyor. Diziler kadın ve erkekler için televizyonların vazgeçilmezi. Erkeklerin ilk sıradaki program tercihi

haberlerdir. Bunlar dışında kadınların spor ve ekonomi programlarıyla hiç ilgilenmedikleri; erkeklerinse, müzik programlarını hiç takip etmedikleri gözlenmiştir. Erkeklerin siyasal içerikli ve ekonomi programlarına sinema kadar ilgi göstermedikleri de bir diğer ilginç sonuç. Hem kadın hem erkek izleyiciler belgesel türü programları çok ilgi çekici bulmamaktalar. (Tablo 5)

**Tablo 5. Tercih Edilen Program Türleri \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	Dizi	SAYI	52	43	95
		PROGRAMLAR içinde %	%54,7	%45,3	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%67,5	%33,9	%46,6
	Toplam	%25,5	%21,1	%46,6	
Haber	SAYI	10	53	63	
	PROGRAMLAR içinde %	%15,9	%84,1	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%13,0	%41,7	%30,9	
	Toplam	%4,9	%26,0	%30,9	
Yarışma	SAYI	4	7	11	
	PROGRAMLAR içinde %	%36,4	%63,6	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%5,2	%5,5	%5,4	
	Toplam	%2,0	%3,4	%5,4	
Sinema	SAYI	3	9	12	
	PROGRAMLAR içinde %	%25,0	%75,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%3,9	%7,1	%5,9	
	Toplam	%1,5	%4,4	%5,9	
Spor	SAYI		4	4	
	PROGRAMLAR içinde %		%100,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %		%3,1	%2,0	
	Toplam		%2,0	%2,0	
Tartışma	SAYI	4	6	10	
	PROGRAMLAR içinde %	%40,0	%60,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%5,2	%4,7	%4,9	
	Toplam	%2,0	%2,9	%4,9	
Siyasal İçerikli	SAYI	1	1	2	
	PROGRAMLAR içinde %	%50,0	%50,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0	
	Toplam	%0,5	%0,5	%1,0	
Müzik	SAYI	1		1	
	PROGRAMLAR içinde %	%100,0		%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5	
	Toplam	%0,5		%0,5	
Belgesel	SAYI	1	1	2	
	PROGRAMLAR içinde %	%50,0	%50,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0	
	Toplam	%0,5	%0,5	%1,0	
Ekonomi	SAYI		1	1	
	PROGRAMLAR içinde %		%100,0	%100,0	
	CİNSİYET içinde %		%0,8	%0,5	
	Toplam		%0,5	%0,5	
Hepsi	SAYI	1	2	3	
	PROGRAMLAR içinde %	%33,3	%66,7	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%1,6	%1,5	
	Toplam	%0,5	%1,0	%1,5	
TOPLAM	SAYI	77	127	204	
	PROGRAMLAR içinde %	%37,7	%62,3	%100,0	
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplam	%37,7	%62,3	%100,0	

Eğitim durumu ne olursa olsun insanlar televizyonu öncelikle dizi seyretmek ve daha sonra da haber almak için kullanıyorlar. Cinsiyete göre

tercih edilen öncelikli program sıralamasında da cinsiyetler arası farklılaşma olmaksızın diziler yine ilk sırada yer alıyordu (Tablo 6).

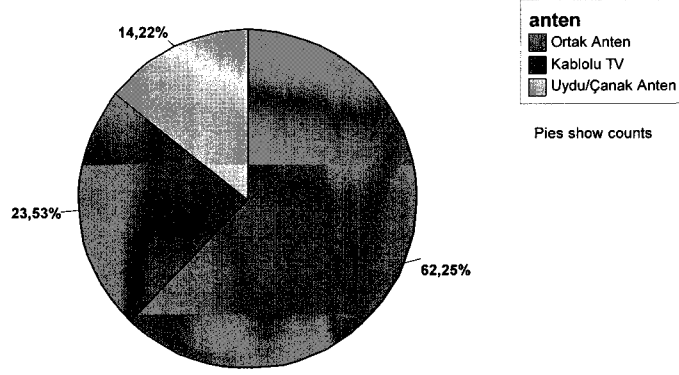
**Tablo 6. Eğitime Göre TV’de İzlenen Program Türleri İlişki Tablosu**

		EĞİTİM DURUMU					TOPLAM	
		Okur yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite / Üniversite +		
TV’DE İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	Dizi	SAYI	1	%15	%16	25	38	95
		PROG. TÜRÜ içinde %	%1,1	%15,8	%16,8	%26,3	%40,0	%100,0
		EĞİTİM içinde %	%100,0	%48,4	%38,1	%40,3	%55,9	%46,6
		Toplamda %	%0,5	%7,4	%7,8	%12,3	%18,6	%46,6
	Haber	SAYI		12	17	20	14	63
		PROG. TÜRÜ içinde %		%19,0	%27,0	%31,7	%22,2	%100,0
		EĞİTİM içinde %		%38,7	%40,5	%32,3	%20,6	%30,9
		Toplamda %		%5,9	%8,3	%9,8	%6,9	%30,9
	Yarışma programı	SAYI			3	6	2	11
		PROG. TÜRÜ içinde %			%27,3	%54,5	%18,2	%100,0
		EĞİTİM içinde %			%7,1	%9,7	%2,9	%5,4
		Toplamda %			%1,5	%2,9	%1,0	%5,4
	Sinema	SAYI		1	2	5	4	12
		PROG. TÜRÜ içinde %		%8,3	%16,7	%41,7	%33,3	%100,0
		EĞİTİM içinde %		%3,2	%4,8	%8,1	%5,9	%5,9
		Toplamda %		%0,5	%1,0	%2,5	%2,0	%5,9
	Spor	SAYI			2	2		4
		PROG. TÜRÜ içinde %			%50,0	%50,0		%100,0
		EĞİTİM içinde %			%4,8	%3,2		%2,0
		Toplamda %			%1,0	%1,0		%2,0
Tartışma Sohbet Programları	SAYI		2	2	2	4	10	
	PROG. TÜRÜ içinde %		%20,0	%20,0	%20,0	%40,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %		%6,5	%4,8	%3,2	%5,9	%4,9	
	Toplamda %		%1,0	%1,0	%1,0	%2,0	%4,9	
Siyasal İçerikli	SAYI		1			1	2	
	PROG. TÜRÜ içinde %		%50,0			%50,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %		%3,2			%1,5	%1,0	
	Toplamda %		%0,5			%0,5	%1,0	
Müzik	SAYI					1	1	
	PROG. TÜRÜ içinde %					%100,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
Belgesel	SAYI					2	2	
	PROG. TÜRÜ içinde %					%100,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %					%2,9	%1,0	
	Toplamda %					%1,0	%1,0	
Ekonomi	SAYI					1	1	
	PROG. TÜRÜ içinde %					%100,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
Hepsi / Fark Etmez	SAYI				2	1	3	
	PROG. TÜRÜ içinde %				%66,7	%33,3	%100,0	
	EĞİTİM içinde %				%3,2	%1,5	%1,5	
	Toplamda %				%1,0	%0,5	%1,5	
TOPLAM	SAYI	1	31	42	62	68	204	
	PROG. TÜRÜ içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	

Kocaeli’nde oturan insanlar televizyon yayınlarına çok büyük bir oranda (%62,25) ortak anten olarak genellediğimiz balkon ya da çatı anteni

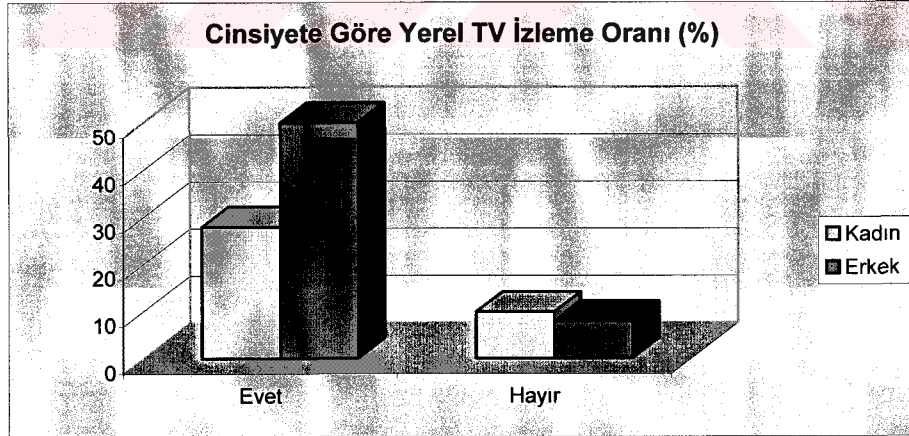
ile ulaşıyor, ortak anteni kablo televizyon yayınları (%23,53) ve en sonda da uydu/çanak anten (%14,22) takip ediyor (Grafik 6).

**Grafik 6. Televizyon Yayınlarına Ulaşma Şekli**



Anketimize katılan izleyicilerin büyük bir çoğunluğu (%82,4) yerel televizyon izlediklerini belirtmişler. Yerel televizyonları daha çok erkek izleyicilerin takip ettikleri açıkça görülüyor. (Grafik 7).

**Grafik 7. Örneklemin Cinsiyete Göre Düzenli Yerel TV İzleme Oranları**



Kocaeli gibi eğitim düzeyi yüksek bir ilde yerel televizyonları takip eden izleyicilerin eğitim düzeylerinin nispeten daha yüksek olması beklenmelidir, nitekim anket sonuçları da bu durumu doğrulamaktadır. (Tablo 7)

**Tablo 7. Yerel Televizyon İzleme \* Eğitim İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					TOPLAM	
		Okur yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite / +		
YEREL TELEVİZYON İZLİYOR MUSUNUZ?	EVET	SAYI	1	26	37	47	57	168
		YEREL TV İZLEME içinde %	%6	%15,5	%22,0	%28,0	%33,9	%100,0
		EĞİTİM içinde %	%100,0	%83,9	%88,1	%75,8	%83,8	%82,4
	Toplamda %	%0,5	%12,7	%18,1	%23,0	%27,9	%82,4	
	HAYIR	SAYI		5	5	15	11	36
		YEREL TV İZLEME içinde %		%13,9	%13,9	%41,7	%30,6	%100,0
EĞİTİM içinde %			%16,1	%11,9	%24,2	%16,2	%17,6	
Toplamda %		%2,5	%2,5	%7,4	%5,4	%17,6		
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	68	204	
	YEREL TV İZLEME içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	

Ankete katılanlara yönelttiğimiz 'Kocaeli'nde kaç tane yerel televizyon var?' sorusuna çok çeşitli cevaplar geldi. Bu rakamların Kocaeli'nde yayın yapan yerel televizyonların varlığı hakkında yurttaşların fikir sahibi olup olmadıkları yolunda bir kanaat oluşturduğuna hüküm veremeyiz, çünkü, anketin ilerleyen sorularında yerel televizyonların isimleri sorulduğunda söyledikleri sayı ile verdikleri isim arasında bir örtüşme söz konusu olmamıştır. Hatta bölgesel yayın yapan bazı televizyon kanallarının da Kocaeli'ne ait yerel televizyonlar olduklarını söylediler. (Tablo 8).

**Tablo 8. Kocaeli'nde Yerel TV Kanal Sayısı**

	SAYI	YÜZDE (%)
KOCAELİ'NDE KAÇ TANE YEREL TV VAR?	1	13 %6,4
	2	97 %47,5
	3	83 %40,7
	4	3 %1,5
	5	1 %0,5
	Bilmiyorum	7 %3,4
<b>TOPLAM</b>	204	%100,0

Kocaeli'ndeki yayın yapan yerel televizyonların bilinirlik oranı aşağıdaki tabloda çok açık bir şekilde dökülmüştür. TV41 ve Kocaeli TV

Kocaeli halkı tarafından en bilinen televizyon kanalları olma özelliğini taşımaktalar. (Grafik 8)

### Grafik 8. Kocaeli'nde Yayın Yapan Yerel TV Kanallarının Bilinirlik Oranı



Yerel televizyon izleyen kişilerin yaklaşık %50,6'sı her gün yerel televizyon izlediğini belirtirken, %49,4'ü her gün yerel televizyon izleyemediğini belirtiyor. (Tablo 9)

Tablo 9. Yerel TV İzleyenler İçinde Her Gün Yerel TV İzleyenlerin Oranı

	HER GÜN YEREL TV İZLEME		TOPLAM
	Evet	Hayır	
YEREL TV İZLEYENLER	%50,6	%49,4	%100,0
TOPLAM	%43,1	%56,9	%100,0

Her gün yerel televizyon izleyen %50,6'lık oranın çoğunlukla 1 saatten az yerel televizyon izledikleri saptanmıştır. 2-4, 4-6 saat arası yerel televizyon izleyenlerin sayısı oldukça düşükken, günde 6 saatten fazla yerel televizyon izleyen kimse yoktur (Tablo 10).

**Tablo 10. Günde Yerel TV İzleme Süresi**

	SAYI	YÜZDE (%)
GÜNDE KAÇ SAAT YEREL TV İZLİYORSUNUZ?	1 saatten az	58 %28,4
	1-2 saat	29 %14,2
	2-4 saat	3 %1,5
	4-6 saat	2 %1,0
	Total	92 %45,1
Düzenli izlemediği için cevap veremeyenler	112 %54,9	
<b>TOPLAM</b>	<b>204</b>	<b>%100,0</b>

Kocaeli'nde yaşayan vatandaşların yaşadıkları kentte gerçekleşen olaylarla ilgili bilgiyi öncelikle yerel televizyonlardan aldıklarını, bunu gazetelerin izlediğini daha sonra da radyolardan bilgi aldıkları ortaya çıktı. Lise eğitim düzeyinde çok küçük bir oran farkıyla yerel televizyonların, üniversite seviyesinde ise yerel gazetelerin daha öncelikli tercih edildiği ortaya çıkıyor (Tablo 11).

**Tablo 11. Eğitim Durumu \* Kocaeli'ndeki Olaylarla İlgili Bilgi Sağlamada Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı İlişki Tablosu**

		EĞİTİM DURUMU					TOPLAM		
		Okur yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite / Üniversite +			
KOCAELİ'DE GERÇEKLEŞEN OLAYLARLA İLGİLİ BİLGİYİ NEREDEN SAĞLIYOR- SUNUZ?	Yerel radyolardan	SAYI		6	16	16	16	54	
		BİLGİ SAĞLAMA içinde %		%11,1	%29,6	%29,6	%29,6	%100,0	
		EĞİTİM içinde %		%19,4	%38,1	%25,8	%23,5	%26,5	
		Toplamda %		%2,9	%7,8	%7,8	%7,8	%26,5	
	Yerel TV	SAYI		16	19	20	23	78	
		BİLGİ SAĞLAMA içinde %		%20,5	%24,4	%25,6	%29,5	%100,0	
		EĞİTİM içinde %		%51,6	%45,2	%32,3	%33,8	%38,2	
		Toplamda %		%7,8	%9,3	%9,8	%11,3	%38,2	
	Yerel gazete	SAYI		1	7	5	19	24	56
		BİLGİ SAĞLAMA içinde %		%1,8	%12,5	%8,9	%33,9	%42,9	%100,0
		EĞİTİM içinde %		%100,0	%22,6	%11,9	%30,6	%35,3	%27,5
		Toplamda %		%0,5	%3,4	%2,5	%9,3	%11,8	%27,5
Yerel içerikli internet siteleri portallar	SAYI				1			1	
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %				%100,0			%100,0	
	EĞİTİM içinde %				%1,6			%0,5	
	Toplamda %				%0,5			%0,5	
Ulusal gazete Ulusal TV	SAYI				1	1		2	
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %				%50,0	%50,0		%100,0	
	EĞİTİM içinde %				%1,6	%1,5		%1,0	
	Toplamda %				%0,5	%0,5		%1,0	
Çevreden	SAYI		1	2	3	3		9	
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %		%11,1	%22,2	%33,3	%33,3		%100,0	

	EĞİTİM içinde %	%3,2	%4,8	%4,8	%4,4	%4,4	
	Toplamda %	%0,5	%1,0	%1,5	%1,5	%4,4	
<b>İhtiyaç duymuyorum</b>	SAYI			1	1	2	
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %			%50,0	%50,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %			%1,6	%1,5	%1,0	
	Toplamda %			%0,5	%0,5	%1,0	
<b>Takip etmiyorum</b>	SAYI	1		1		2	
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %	%50,0		%50,0		%100,0	
	EĞİTİM içinde %	%3,2		%1,6		%1,0	
	Toplamda %	%0,5		%0,5		%1,0	
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	68	204
	BİLGİ SAĞLAMA içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0
	EĞİTİM DURUMU içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0
	%						
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0

Bu tablodaki en dikkat çeken husus, izleyicilerin kent ile ilgili bilgi almakta kullandığı kitle iletişim aracı olarak televizyonu tercih etmelerine rağmen (Tablo 11), televizyonlarda yayın içeriği açısından istediğini bulamayan izleyicilerin yerel gazeteleri daha çok takip ettikleri ortaya çıkmıştır. Yayın içeriği açısından üniversite ve üniversite üstü eğitim seviyesindekiler çok büyük oranda yerel gazeteleri tercih ediyorlar. İlkokul ve lise seviyesindeki izleyicilerin ise, televizyon ve gazete arasında yayın içeriği açısından belirgin bir tercihleri yoktur. (Tablo 12).

**Tablo 12. Eğitim Durumu \* Yayın İçeriği Açısından Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					Üniversite / Üniversite üstü	TOPLAM
		Okur Yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite / Üniversite üstü		
YAYIN İÇERİĞİ AÇISINDAN HANGİ YEREL KİTLE İLETİŞİM ARACINI TAKİP ETMEYİ TERCİH EDİYORSUNUZ?	<b>Yerel Radyo</b>	SAYI		3	8	10	7	28
		KİA'lar içinde %	%10,7	%28,6	%35,7	%25,0	%100,0	
		EĞİTİM içinde %	%9,7	%19,0	%16,4	%10,3	%13,8	
		Toplamda %	%1,5	%3,9	%4,9	%3,4	%13,8	
	<b>Yerel TV</b>	SAYI		13	13	22	15	63
		KİA'lar içinde %	%20,6	%20,6	%34,9	%23,8	%100,0	
		EĞİTİM içinde %	%41,9	%31,0	%36,1	%22,1	%31,0	
		Toplamda %	%6,4	%6,4	%10,8	%7,4	%31,0	
	<b>Yerel Gazete</b>	SAYI	1	13	21	24	41	100
		KİA'lar içinde %	%1,0	%13,0	%21,0	%24,0	%41,0	%100,0
		EĞİTİM içinde %	%100,0	%41,9	%50,0	%39,3	%60,3	%49,3
		Toplamda %	%0,5	%6,4	%10,3	%11,8	%20,2	%49,3
<b>Yerel İçerikli İnternet Siteleri / Portallar</b>	SAYI					1	1	
	KİA'lar içinde %					%100,0	%100,0	
	EĞİTİM içinde %					%1,5	%0,5	
	Toplamda %					%0,5	%0,5	
<b>Hiçbiri</b>	SAYI		1		3	3	7	
	KİA'lar içinde %		%14,3		%42,9	%42,9	%100,0	
	EĞİTİM içinde %		%3,2		%4,9	%4,4	%3,4	
	Toplamda %		%0,5		%1,5	%1,5	%3,4	
<b>Fark Etmez SAYI</b>					1		1	



	KİA'lar içinde %				%100,0		%100,0
	EĞİTİM içinde %				%1,6		%0,5
	Toplamda %				%0,5		%0,5
<b>İhtiyaç Duymuyor</b>	SAYI		1		1		3
	KİA'lar içinde %		%33,3		%33,3		%100,0
	EĞİTİM içinde %		%3,2		%1,6		%1,5
	Toplamda %		%0,5		%0,5		%1,5
<b>TOPLAM</b>	SAYI		1	31	42	61	68
	KİA'lar içinde %		%0,5	%15,3	%20,7	%30,0	%33,5
	EĞİTİM içinde %		%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0
	Toplamda %		%0,5	%15,3	%20,7	%30,0	%33,5

Kocaeli'nde tüm eğitim düzeylerinde en çok izlenen yerel televizyon kanalının TV41 olduğu görülmektedir. Ardından Kocaeli TV ve son olarak da Selam TV sıralanmaktadır. Ancak üniversite ve üniversite üstü eğitim düzeyinde TV41'in diğer yerel televizyon kanallarına oranla çok daha fazla tercih edildiği göze çarpmaktadır. (Tablo 13)

**Tablo 13. En Sık İzlenen Yerel Kanal \* Eğitim İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					TOPLAM	
		Okur Yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite Üniversite +		
DÜZENLİ OLARAK EN SIK İZLEDİĞİNİZ YEREL TELEVİZYON KANALI HANGİSİDİR?	<b>TV41</b>	SAYI		19	31	35	51	136
		EN SIK İZLENEN YEREL KANAL içinde %		%14,0	%22,8	%25,7	%37,5	%100,0
		EĞİTİM içinde %		%61,3	%73,8	%56,5	%75,0	%66,7
		Toplamda %		%9,3	%15,2	%17,2	%25,0	%66,7
	<b>Selam TV</b>	SAYI		1		6	2	9
		EN SIK İZLENEN YEREL KANAL içinde %		%11,1		%66,7	%22,2	%100,0
		EĞİTİM içinde %		%3,2		%9,7	%2,9	%4,4
		Toplamda %		%0,5		%2,9	%1,0	%4,4
	<b>Kocaeli TV</b>	SAYI	1	11	11	21	15	59
		EN SIK İZLENEN YEREL KANAL içinde %	%1,7	%18,6	%18,6	%35,6	%25,4	%100,0
		EĞİTİM içinde %	%100,0	%35,5	%26,2	%33,9	%22,1	%28,9
		Toplamda %	%0,5	%5,4	%5,4	%10,3	%7,4	%28,9
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	68	204	
	EN SIK İZLENEN YEREL KANAL içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0	

Kocaeli'nin en sık izlenen televizyon kanalı olan TV41'in kendisini en az iki yıldır takip eden kemikleşmiş bir izleyici kitlesi bulunmaktadır. Toplamda izleyicilerin %46,1 gibi büyük bir oranı TV41'i 2 yıldan fazla süredir takip ederken diğer kanallarda bu oran çok daha düşüktür. (Tablo 14)

**Tablo 14. Sık İzlenen Yerel Televizyon Kanalları \* Takip Ettikleri Süre/Yıl İlişki Tablosu**

		İZLENİLEN YEREL TV'Yİ TAKİP SÜRELERİ/YIL				TOPLAM	
		son 6 aydır	6 ay-1 yıl	1-2 yıl	2 yıldan fazla		
EN SIK İZLENEN YEREL KANAL	TV41	SAYI	11	7	24	94	136
		EN SIK İzlenen Yerel TV içinde %	%8,1	%5,1	%17,6	%69,1	%100,0
		YEREL TV izleme süresi içinde %	%50,0	%50,0	%51,1	%77,7	%66,7
		Toplamda %	%5,4	%3,4	%11,8	%46,1	%66,7
	Selam TV	SAYI		1	3	5	9
		EN SIK İzlenen Yerel TV içinde %		%11,1	%33,3	%55,6	%100,0
		YEREL TV izleme süresi içinde %		%7,1	%6,4	%4,1	%4,4
		Toplamda %		%5,5	%1,5	%2,5	%4,4
	Kocaeli TV	SAYI	11	6	20	22	59
EN SIK İzlenen Yerel TV içinde %		%18,6	%10,2	%33,9	%37,3	%100,0	
YEREL TV izleme süresi içinde %		%50,0	%42,9	%42,6	%18,2	%28,9	
	Toplamda %	%5,4	%2,9	%9,8	%10,8	%28,9	
TOPLAM	SAYI	22	14	47	121	204	
	EN SIK İzlenen Yerel TV içinde %	%10,8	%6,9	%23,0	%59,3	%100,0	
	YEREL TV izleme süresi içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	
	Toplamda %	%10,8	%6,9	%23,0	%59,3	%100,0	

Erkekler de kadınlar da yerel televizyon kanallarında ilk tercihleri arasında öncelikli olarak haber izlemekteler. Yine oransal olarak tartışma programları her iki cinsiyet için de ikinci seçeneği oluşturuyor. Üçüncü tercih sırasında kadınlar sinema izlemeyi yeğlerken, erkekler spor programlarını tercih etmekte. (Tablo 15 a)

**Tablo 15 a. Yerel TV'lerde İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	Dizi	SAYI	2	4	6
		CİNSİYET içinde %	%2,6	%3,1	%2,9
	Haber	SAYI	46	74	120
		CİNSİYET içinde %	%59,7	%58,3	%58,8
	Ekonomi	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET içinde %	%1,3	%2,4	%2,0
	Sinema	SAYI	6	3	9
		CİNSİYET içinde %	%7,8	%2,4	%4,4
	Çocuk	SAYI	1		1
		CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5
	Kadın	SAYI	2		2
		CİNSİYET içinde %	%2,6		%1,0
	Spor	SAYI		13	13
		CİNSİYET içinde %		%10,2	%6,4
	Tartışma	SAYI	9	15	24
		CİNSİYET içinde %	%11,7	%11,8	%11,8
Siyasal İçerikli	SAYI	1	4	5	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%3,1	%2,5	

<b>Müzik</b>	SAYI	2	2	4
	CINSİYET içinde %	%2,6	%1,6	%2,0
<b>Yerel İçerikli</b>	SAYI	2	2	4
	CINSİYET içinde %	%2,6	%1,6	%2,0
<b>Belgesel</b>	SAYI	3	3	6
	CINSİYET içinde %	%3,9	%2,4	%2,9
<b>Eğitim</b>	SAYI		1	1
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>Dini İçerikli</b>	SAYI		1	1
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>Reklam</b>	SAYI	1		1
	CINSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>Yok</b>	SAYI	1	2	3
	CINSİYET içinde %	%1,3	%1,6	%1,5
<b>TOPLAM</b>	SAYI	77	127	204
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0

Yerel televizyon izleyicilerinin ikinci tercihleri sorulduğunda kadınlar tartışma programlarını izlemeyi tercih ederken, erkekler spor programlarını yeğlediler.(Tablo 15 b).

**Tablo 15 b. Yerel TV’lerde İkinci Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	<b>Haber</b>	SAYI		1	1
		CINSİYET içinde %		%1,4	%1,1
	<b>Ekonomi</b>	SAYI		3	3
		CINSİYET içinde %		%4,3	%3,3
	<b>Sinema</b>	SAYI		3	3
		CINSİYET içinde %		%4,3	%3,3
	<b>Kadın</b>	SAYI	6		6
		CINSİYET içinde %	%26,1		%6,5
	<b>Spor</b>	SAYI	2	22	24
		CINSİYET içinde %	%8,7	%31,9	%26,1
	<b>Tartışma</b>	SAYI	11	18	29
		CINSİYET içinde %	%47,8	%26,1	%31,5
	<b>Siyasal İçerikli</b>	SAYI	1	12	13
		CINSİYET içinde %	%4,3	%17,4	%14,1
	<b>Müzik</b>	SAYI	1	6	7
		CINSİYET içinde %	%4,3	%8,7	%7,6
	<b>Yerel İçerikli</b>	SAYI		4	4
		CINSİYET içinde %		%5,8	%4,3
<b>Belgesel</b>	SAYI	1		1	
	CINSİYET içinde %	%4,3		%1,1	
<b>İş İlanı</b>	SAYI	1		1	
	CINSİYET içinde %	%4,3		%1,1	
<b>TOPLAM</b>	SAYI	23	69	92	
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	

Üçüncü tercih olarak, erkekler siyasal içerikli programları tercih ederken, kadınların çok büyük bir bölümü üçüncü bir tercih belirtmediler; ancak verilen yanıtlar arasında (siyasal içerikli, müzik, eğitim) eşit bir dağılım (%33,3) oluştu (Tablo 15 c).

**Tablo 15 c. Yerel TV'lerde Üçüncü Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	<b>Sinema</b>	SAYI	1	1
		CINSİYET içinde %	%5,6	%4,8
	<b>Spor</b>	SAYI	3	3
		CINSİYET içinde %	%16,7	%14,3
	<b>Tartışma</b>	SAYI	3	3
		CINSİYET içinde %	%16,7	%14,3
	<b>Siyasal İçerikli</b>	SAYI	1	8
		CINSİYET içinde %	%33,3	%44,4
	<b>Müzik</b>	SAYI	1	1
		CINSİYET içinde %	%33,3	%4,8
	<b>Belgesel</b>	SAYI		2
		CINSİYET içinde %		%11,1
<b>Eğitim</b>	SAYI	1	1	
	CINSİYET içinde %	33,3	%4,8	
<b>Sağlık</b>	SAYI		1	
	CINSİYET içinde %		%5,6	
<b>TOPLAM</b>	SAYI	3	18	
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	

Kocaeli'ndeki yerel televizyonları takip eden ve ulusal televizyon kanallarından farklı programlar izleyenlerin izledikleri öncelikli olarak takip ettikleri program içinde haberler ilk sırayı alıyor hem kadınlar için hem de erkekler için (Tablo 16 a).

**Tablo 16 a. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı İzlenen Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARINDA ULUSAL KANALLARDAN FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	<b>Dizi</b>	SAYI	2	2
		CINSİYET içinde %	%2,6	%1,0
	<b>Haber</b>	SAYI	37	65
		CINSİYET içinde %	%48,1	%51,2
	<b>Ekonomi</b>	SAYI		1
		CINSİYET içinde %		%0,8
	<b>Sinema</b>	SAYI	4	2
		CINSİYET içinde %	%5,2	%1,6
	<b>Çocuk</b>	SAYI	1	1
		CINSİYET içinde %	%1,3	%0,5
	<b>Kadın</b>	SAYI	6	6
		CINSİYET içinde %	%7,8	%2,9
	<b>Spor</b>	SAYI		12
		CINSİYET içinde %		%9,4
	<b>Tartışma</b>	SAYI	11	15
		CINSİYET içinde %	%14,3	%11,8
	<b>Siyasal İçerikli</b>	SAYI		3
CINSİYET içinde %			%2,4	
<b>Müzik</b>	SAYI		2	
	CINSİYET içinde %		%1,6	
<b>Yerel İçerikli</b>	SAYI	3	7	
	CINSİYET içinde %	%3,9	%5,5	
<b>Belgesel</b>	SAYI		5	
	CINSİYET içinde %		%3,9	

<b>Eğitim</b>	SAYI		1	1
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>Sağlık</b>	SAYI		1	1
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>Dini içerikli</b>	SAYI		1	1
	CINSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>Reklam</b>	SAYI	1		1
	CINSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>İş İlanı</b>	SAYI	1	1	2
	CINSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0
<b>Farklı Program Yok</b>	SAYI	10	11	21
	CINSİYET içinde %	%13,0	%8,7	%10,3
<b>Teletekst</b>	SAYI	1		1
	CINSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>TOPLAM</b>	SAYI	77	127	204
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0

Ulusal televizyon kanallarından farklı olarak yerel televizyonlarda izlenen programlar içinde ikincil öneme sahip olan programlar erkekler için spor ve tartışma programları (her ikisi de %31,7 oranına sahip); kadınların ikincil tercihleri de tartışma programları ve kadın programları (%26,7 ile) (Tablo 16 b).

**Tablo 16 b. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı İkinci Derecede İzlenen Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CINSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
YEREL TV KANALLARINDA ULUSAL KANALLARDAN FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	<b>Ekonomi</b>	SAYI		1	1
		CINSİYET içinde %		%2,4	%1,8
	<b>Sinema</b>	SAYI		1	1
		CINSİYET içinde %		%2,4	%1,8
	<b>Çocuk</b>	SAYI		1	1
		CINSİYET içinde %		%2,4	%1,8
	<b>Kadın</b>	SAYI	4		4
		CINSİYET içinde %	%26,7		%7,1
	<b>Spor</b>	SAYI	2	13	15
		CINSİYET içinde %	%13,3	%31,7	%26,8
	<b>Tartışma</b>	SAYI	4	13	17
		CINSİYET içinde %	%26,7	%31,7	%30,4
	<b>Siyasal İçerikli</b>	SAYI	3	9	12
		CINSİYET içinde %	%20,0	%22,0	%21,4
	<b>Müzik</b>	SAYI	1	2	3
		CINSİYET içinde %	%6,7	%4,9	%5,4
	<b>Yerel İçerikli</b>	SAYI	1	1	2
		CINSİYET içinde %	%6,7	%2,4	%3,6
	<b>TOPLAM</b>	SAYI	15	41	56
		CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0

Üçüncü derece olarak erkekler tartışma ve siyasal içerikli programları tercih ederken, tek bir kadın izleyici üçüncü derece tercih olarak müzik programını izlediğini belirtmiş (Tablo 16 c).

**Tablo 16 c. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Kanallardan Farklı Üçüncü Derecede İzlenen Programlar \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CİNSİYET		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARINDA	<b>Spor</b>	SAYI	1	1
		CİNSİYET içinde %	%14,3	%12,5
ULUSAL KANALLARDAN	<b>Tartışma</b>	SAYI	3	3
		CİNSİYET içinde %	%42,9	%37,5
FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	<b>Siyasal İçerikli</b>	SAYI	3	3
		CİNSİYET içinde %	%42,9	%37,5
	<b>Müzik</b>	SAYI	1	1
		CİNSİYET içinde %	%100,0	%12,5
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	7	8
		CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0

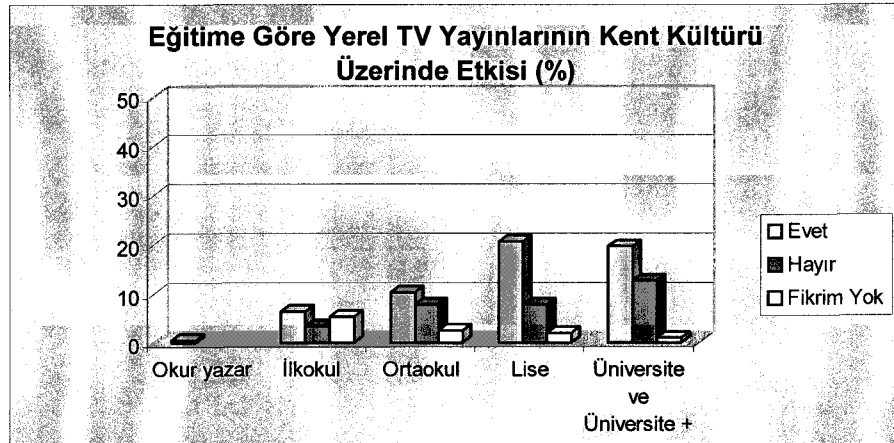
İzleyicilerden Kocaeli’nde yayın yapan üç yerel televizyonun program çeşidi, program içeriği ve görsellik kriterleriyle “zayıf, orta, iyi, çok iyi ve fikrim yok” şeklinde değerlendirme yapmaları istendi. Kocaeli TV program tür/çeşidi açısından izleyenler tarafından ağırlıklı olarak %30,4 orta düzeyde kabul ediliyor. TV41 program tür/çeşidi olarak %36,3'lük bir oranda iyi bulunurken, Selam TV'nin program tür/çeşidi olarak dağılımına bakıldığında fikri olmayan izleyiciler hayli ağırlıklı. Yine bu üç kanala program içeriği açısından bakıldığında Kocaeli TV %28,9 ile orta düzeyde, TV41 ise %38,2 ile iyi düzeyde yer almakta. İzleyenlerin %52,5'lik bir oranı Selam TV'nin program içeriği hakkında herhangi bir fikre sahip değil. İzleyicilerin yerel televizyonları görsellik (görüntü kalitesi, ses, ışık) açısından değerlendirmeleri istendiğinde ise Kocaeli TV'nin görsellik açısından zayıf olduğu, TV41'in iyi olduğu, Selam TV'nin görselliği açısından izleyicilerin bir fikre sahip olmadığı sonucuna ulaşıldı (Tablo 17).

**Tablo 17. Yerel Televizyon Kanallarının Verilen Ölçütlere Göre İncelenmesi**

		YEREL TELEVİZYON KANALLARINI VERİLEN ÖLÇÜTLERE GÖRE İNCELEDİĞİNİZDE NASIL BULUYORSUNUZ?					TOPLAM
		Zayıf	Orta	İyi	Çok İyi	Fikrim Yok	
KOCAELİ TV	Program Türü / Çeşidi	SAYI 44 % İÇİNDE ORANI %21,6	62 %30,4	47 %23,0	4 %1,5	48 %23,5	204 %100,0
	Program İçeriği	SAYI 43 % İÇİNDE ORANI %21,1	59 %28,9	52 %25,5	4 %2,0	46 %22,5	204 %100,0
	Görsellik (görüntü kalitesi, ses, ışık)	SAYI 72 % İÇİNDE ORANI %35,3	59 %28,9	43 %21,1	3 %1,5	27 %13,2	204 %100,0
TV41	Program Türü / Çeşidi	SAYI 32 % İÇİNDE ORANI %15,7	66 %32,4	74 %36,3	7 %3,4	25 %12,3	204 %100,0
	Program İçeriği	SAYI 36 % İÇİNDE ORANI %17,6	63 %30,9	78 %38,2	4 %2,0	23 %11,3	204 %100,0
	Görsellik (görüntü kalitesi, ses, ışık)	SAYI 52 % İÇİNDE ORANI %25,5	45 %22,1	79 %38,7	11 %5,4	17 %8,3	204 %100,0
SELAM TV	Program Türü / Çeşidi	SAYI 31 % İÇİNDE ORANI %15,2	31 %15,2	29 %14,2	6 %2,9	107 %52,5	204 %100,0
	Program İçeriği	SAYI 32 % İÇİNDE ORANI %15,7	33 %16,2	26 %12,7	6 %2,9	107 %52,5	204 %100,0
	Görsellik (görüntü kalitesi, ses, ışık)	SAYI 51 % İÇİNDE ORANI %25,0	34 %16,7	25 %12,3	5 %2,5	89 %43,6	204 %100,0

Hemşehrilik bağlarına vurgu yapmayan yerel televizyonların kent kültürü üzerindeki etkilerini gösteren tabloda lise ve üzerinde eğitime sahip olan kişilerin ezici bir çoğunlukla yerel televizyonların kent kültürü üzerinde etkisi olduğu yönünde bir kanaate sahipler (Grafik 9).

**Grafik 9. Yerel Televizyonların Kent Kültürü Üzerinde Etkisi \* Eğitim**



Kadın ve erkek izleyicilerin yerel televizyonlarda görmek istedikleri ancak yayınlanmayan programların ilk sırasında yarışma programları geliyor. Erkekler “yeni ve alternatif mekân tanıtımı yapan” programları görmek isterken, kadın izleyiciler sağlık programı izlemek istediklerini belirttiler. (Tablo 18 a)

**Tablo 18 a. Yerel Tv Kanallarında Görmek İstedığınız Program Türleri \* Cinsiyet İlişkisi**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAMLAR NELERDİR?	Yarışma	SAYI	14	24	38
		CİNSİYET içinde %	%18,2	%18,9	%18,6
	Müzik	SAYI	8	8	16
		CİNSİYET içinde %	%10,4	%6,3	%7,8
	Hukuk	SAYI	6	7	13
		CİNSİYET içinde %	%7,8	%5,5	%6,4
	Sağlık	SAYI	9	6	15
		CİNSİYET içinde %	%11,7	%4,7	%7,4
	Kitap Tanıtım	SAYI	6	6	12
		CİNSİYET içinde %	%7,8	%4,7	%5,9
	Bilgisayar / Teknoloji	SAYI	2	7	9
		CİNSİYET içinde %	%2,6	%5,5	%4,4
	Yeni ve Alternatif Mekan Tanıtımı	SAYI	8	13	21
		CİNSİYET içinde %	%10,4	%10,2	%10,3
	Çocuk	SAYI	5	3	8
		CİNSİYET içinde %	%6,5	%2,4	%3,9
	Belgisel	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET içinde %	%1,3	%2,4	%2,0
	Dini İçerikli	SAYI		4	4
		CİNSİYET içinde %		%3,1	%2,0
	Tartışma / Sohbet	SAYI		4	4
		CİNSİYET içinde %		%3,1	%2,0
	Gündem	SAYI	2	7	9
		CİNSİYET içinde %	%2,6	%5,5	%4,4
	Yerel İçerikli	SAYI	1	11	12
		CİNSİYET içinde %	%1,3	%8,7	%5,9
Eğitim	SAYI		8	8	
	CİNSİYET içinde %		%6,3	%3,9	
Reklam	SAYI	1		1	
	CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5	
Ekonomi	SAYI	1	2	3	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%1,6	%1,5	
Kadın	SAYI	2		2	
	CİNSİYET içinde %	%2,6		%1,0	
Kültür Sanat	SAYI	1	4	5	
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%3,1	%2,5	
Dizi	SAYI		1	1	
	CİNSİYET içinde %		%0,8	%0,5	
Fikrim Yok	SAYI	10	9	19	
	CİNSİYET içinde %	%13,0	%7,1	%9,3	
TOPLAM	SAYI	77	127	204	
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	

Hem kadın hem erkek izleyicilerin ikinci derecede yerel televizyon kanallarında görmek istedikleri program türü aynı: sağlık programları (Tablo 18 b).



**Tablo 18 b. Yerel TV Kanallarında İkinci Derecede Görmek İstedığınız Program Türleri \* Cinsiyet İlişkisi**

		SAYI	CİNSİYET		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAMLAR NELERDİR?	Müzik	SAYI		3	3
		CİNSİYET içinde %		%9,1	%4,9
	Hukuk	SAYI	2	2	4
		CİNSİYET içinde %	%7,1	%6,1	%6,6
	Sağlık	SAYI	6	7	13
		CİNSİYET içinde %	%21,4	%21,2	%21,3
	Kitap Tanıtımı	SAYI	4	2	6
		CİNSİYET içinde %	%14,3	%6,1	%9,8
	Bilgisayar / Teknoloji	SAYI	4	4	8
		CİNSİYET içinde %	%14,3	%12,1	%13,1
	Yeni ve Alternatif Mekan Tanıtımı	SAYI	3	6	9
		CİNSİYET içinde %	%10,7	%18,2	%14,8
	Çocuk	SAYI	2	1	3
		CİNSİYET içinde %	%7,1	%3,0	%4,9
	Sinema	SAYI	1	1	2
		CİNSİYET içinde %	%3,6	%3,0	%3,3
	Dini İçerikli	SAYI		1	1
		CİNSİYET içinde %		%3,0	%1,6
	Yerel İçerikli	SAYI	1		1
		CİNSİYET içinde %	%3,6		%1,6
Eğitim	SAYI		3	3	
	CİNSİYET içinde %		%9,1	%4,9	
Kadın	SAYI	4		4	
	CİNSİYET içinde %	%14,3		%6,6	
Kültür Sanat	SAYI	1	3	4	
	CİNSİYET içinde %	%3,6	%9,1	%6,6	
TOPLAM	SAYI	28	33	61	
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	

Hem kadın hem erkek izleyicilerin üçüncü derecede yerel televizyon kanallarında görmek istedikleri program tür tercihleri ortak: yeni ve alternatif mekân tanıtım programları. (Tablo 18 c).

**Tablo 18 c. Yerel Tv Kanallarında Üçüncü Derecede Görmek İsteddiğiniz Program Türleri \* Cinsiyet İlişkisi**

		SAYI	CİNSİYET		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	Sağlık	SAYI	1	1	2
		CİNSİYET içinde %	%11,1	%9,1	%10,0
	Kitap Tanıtımı	SAYI	1	2	3
		CİNSİYET içinde %	%11,1	%18,2	%15,0
	Bilgisayar / Teknoloji	SAYI	1	1	2
		CİNSİYET içinde %	%11,1	%9,1	%10,0
	Yeni ve Alternatif Mekan Tanıtımı	SAYI	5	3	8
		CİNSİYET içinde %	%55,6	%27,3	%40,0
	Çocuk	SAYI	1	1	2
		CİNSİYET içinde %	%11,1	%9,1	%10,0
	Belgesel	SAYI		2	2
		CİNSİYET içinde %		%18,2	%10,0
	Gündem	SAYI		1	1
		CİNSİYET içinde %		%9,1	%5,0
	TOPLAM	SAYI	9	11	20
CİNSİYET içinde %		%100,0	%100,0	%100,0	

Kocaeli'nde yaşayan halk için öncelikli sorun işsizlik, işsizliği daha sonra altyapı, çevre, kentin plansızlığı ve eğitim izlemektedir. Ankette seçenek olarak sunulan başlıkların hepsinin Kocaeli'nin birinci derecede önemli sorun olduğunu söyleyenler ise halkın %6,9'unu oluşturuyor. Kadın ve erkekler çok büyük bir oranda işsizliğin kentin en önemli sorunu olduğunu düşünmekte (Tablo 19 a).

**Tablo 19 a. Kocaeli'nin Sorunları \* Cinsiyet**

SİZCE KOCAELİ'NİN SORUNLARI NELERDİR?		CİNSİYET		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
<b>İşsizlik</b>	SAYI	33	61	94
	CİNSİYET içinde %	%42,9	%48,0	%46,1
<b>Altyapı</b>	SAYI	20	22	42
	CİNSİYET içinde %	%26,0	%17,3	%20,6
<b>Eğitim</b>	SAYI	6	2	8
	CİNSİYET içinde %	%7,8	%1,6	%3,9
<b>Çevre</b>	SAYI	4	13	17
	CİNSİYET içinde %	%5,2	%10,2	%8,3
<b>Sağlık</b>	SAYI		2	2
	CİNSİYET içinde %		%1,6	%1,0
<b>Kentin Plansızlığı</b>	SAYI	3	7	10
	CİNSİYET içinde %	%3,9	%5,5	%4,9
<b>Ulaşım</b>	SAYI	2	4	6
	CİNSİYET içinde %	%2,6	%3,1	%2,9
<b>Hepsi</b>	SAYI	4	10	14
	CİNSİYET içinde %	%5,2	%7,9	%6,9
<b>İnsan İlişkileri</b>	SAYI		3	3
	CİNSİYET içinde %		%2,4	%1,5
<b>Ekonomi</b>	SAYI	1		1
	CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>Trafik</b>	SAYI		1	1
	CİNSİYET içinde %		%0,8	%0,5
<b>İyi Yönetilmemek</b>	SAYI	1		1
	CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>Kocaelispor</b>	SAYI	1		1
	CİNSİYET içinde %	%1,3		%0,5
<b>Fikrim Yok</b>	SAYI	1	1	2
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0
<b>Sosyal Faaliyet Azlığı</b>	SAYI	1	1	2
	CİNSİYET içinde %	%1,3	%0,8	%1,0
<b>TOPLAM</b>	SAYI	77	127	204
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0

Kocaeli'nde yaşayan insanların ikinci derecede önemli buldukları sorun ise, çevre. Çevreyi sırasıyla altyapı, eğitim, kentin plansızlığı, ulaşım, insan ilişkileri, Kocaelispor ve trafik sorunları takip ediyor. Buradaki en ilginç nokta Kocaelispor'un kentin en önemli ikinci derece sorunları arasında yer alması (Tablo 19 b).

**Tablo 19 b. Kocaeli'nin İkinci Derecede Sorunları \* Cinsiyet**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
SİZCE KOCAELİ'NİN SORUNLARI NELERDİR?	Altyapı	SAYI	9	16	25
		CİNSİYET içinde %	%20,0	%21,3	%20,8
	Eğitim	SAYI	4	14	18
		CİNSİYET içinde %	%8,9	%18,7	%15,0
	Çevre	SAYI	20	15	35
		CİNSİYET içinde %	%44,4	%20,0	%29,2
	Sağlık	SAYI	4	4	8
		CİNSİYET içinde %	%8,9	%5,3	%6,7
	Kentin Plansızlığı	SAYI	2	12	14
		CİNSİYET içinde %	%4,4	%16,0	%11,7
	Ulaşım	SAYI	5	8	13
		CİNSİYET içinde %	%11,1	%10,7	%10,8
	İnsan İlişkileri	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET içinde %	%2,2	%4,0	%3,3
Trafik	SAYI		1	1	
	CİNSİYET içinde %		%1,3	%0,8	
Kocaelispor	SAYI		2	2	
	CİNSİYET içinde %		%2,7	%1,7	
TOPLAM	SAYI	45	75	120	
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	

Kentin üçüncü derecedeki sorunları arasında ilk sırayı kentin plansızlığı alıyor. Ulaşım, çevre, sağlık, eğitim, ekonomi ve trafik sırasıyla kentin plansızlığını takip etmektedir (Tablo 19 c).

**Tablo 19 c. Kocaeli'nin Üçüncü Derecede Sorunları \* Cinsiyet**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
SİZCE KOCAELİ'NİN SORUNLARI NELERDİR?	Eğitim	SAYI	2	3	5
		CİNSİYET içinde %	%9,1	%7,1	%7,8
	Çevre	SAYI	1	11	12
		CİNSİYET içinde %	%4,5	%26,2	%18,8
	Sağlık	SAYI	4	3	7
		CİNSİYET içinde %	%18,2	%7,1	%10,9
	Kentin Plansızlığı	SAYI	10	11	21
		CİNSİYET içinde %	%45,5	%26,2	%32,8
	Ulaşım	SAYI	5	11	16
		CİNSİYET içinde %	%22,7	%26,2	%25,0
	Ekonomi	SAYI		2	2
		CİNSİYET içinde %		%4,8	%3,1
	Trafik	SAYI		1	1
		CİNSİYET içinde %		%2,4	%1,6
TOPLAM	SAYI	22	42	64	
	CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	

Anketimize katılan yerel televizyon izleyicileri, yerel televizyon kanallarının programlarının ve içeriklerinin öncelikle Kocaelispor üzerinde etkili olduğu görüşündeler. Daha sonra, güncel konular üzerinde etkili olduğu iddia

ediyorlar.Ancak, %64,2 ile yerel televizyon kanallarının izleyici eğitimi üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığı konusunda birleşiyorlar. Yerel televizyonların bir diğer etkisiz gözüktüğü konu da sanayinin çevreye verdiği zararlar (%52) (Tablo 20).

**Tablo 20. Yerel Televizyon Kanallarının Veriler Üzerindeki Etkisi**

		Evet	Hayır	Fikrim Yok	TOPLAM
YEREL TELEVİZYON PROGRAMLARININ VE İÇERİKLERİNİN VERİLER ÜZERİNDE ETKİLİ OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ?	<b>İZLEYİCİ YÖNLENDİRMEDE</b>	SAYI 106	SAYI 84	SAYI 14	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%52,0	%41,2	%6,9	%100,0
	<b>ŞEHİR YÖNETİCİLERİ</b>	SAYI 109	SAYI 73	SAYI 22	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%53,4	%35,8	%10,8	%100,0
	<b>ŞEHİR EKONOMİK YAPISI</b>	SAYI 95	SAYI 91	SAYI 18	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%46,6	%44,6	%8,8	%100,0
	<b>ŞEHİR KÜLTÜR VE SANAT YAŞAMI</b>	SAYI 118	SAYI 68	SAYI 18	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%57,8	%33,3	%8,8	%100,0
	<b>ŞEHİR SİYASETÇİLERİ</b>	SAYI 98	SAYI 82	SAYI 24	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%48,0	%40,2	%11,8	%100,0
	<b>ŞEHİR SPOR TAKIMLARI</b>	SAYI 142	SAYI 41	SAYI 21	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%69,6	%21,1	%10,3	%100,0
	<b>ŞEHİR SORUNLARI</b>	SAYI 133	SAYI 51	SAYI 10	SAYI 204
	% İÇİNDE ORANI	%65,2	%29,9	%4,9	%100,0
<b>GÜNCEL KONULAR</b>	SAYI 130	SAYI 55	SAYI 19	SAYI 204	
% İÇİNDE ORANI	%63,7	%27,0	%9,3	%100,0	
<b>ŞEHİR TANITIMI</b>	SAYI 97	SAYI 91	SAYI 16	SAYI 204	
% İÇİNDE ORANI	%47,5	%44,6	%7,8	%100,0	
<b>İZLEYİCİNİN EĞİTİMİ</b>	SAYI 57	SAYI 131	SAYI 16	SAYI 204	
% İÇİNDE ORANI	%27,9	%64,2	%7,8	%100,0	
<b>SANAYİNİN VERDİĞİ ZARARLAR</b>	SAYI 78	SAYI 106	SAYI 20	SAYI 204	
% İÇİNDE ORANI	%38,2	%52,0	%9,8	%100,0	

Yerel televizyon izleyicilerinin yerel televizyonların yaptıkları yayınlara duydukları güven ile güvensizlik birbirlerine yakın oranlarda (%53,9 güveniyor; %46,1 güvenmiyor). Bununla birlikte, kadınlar her ne kadar daha az yerel televizyon seyretse de yerel televizyonların yaptıkları yayınlara erkeklerden daha çok güveniyorlar. Yapılan anketi kadınlar ve erkekler içinde ayrı ayrı değerlendirdiğimizde kadınlar erkeklere oranla yerel televizyon yayınlara daha fazla güveniyorlar (77 kadın izleyici içinde %67,5; 117 erkek izleyici içinde %45,7'si yerel televizyon yayınlara güven duymaktadır) (Tablo 21).

**Tablo 21. Yerel TV'lere Güven \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CİNSİYET			
			Kadın	Erkek	TOPLAM
YEREL TV'LERİN YAYINLARINA GÜVEN DUYUYOR MUSUNUZ?	EVET	SAYI	52	58	110
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%47,3	%52,7	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%67,5	%45,7	%53,9
		Toplamda %	%25,5	%28,4	%53,9
Yayınlar Nesnel Değil / Tarafı Yayın Yapıyor	HAYIR	SAYI	13	46	59
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%22,0	%78,0	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%16,9	%36,2	%28,9
		Toplamda %	%6,4	%22,5	%28,9
Yerel TV Olarak Yerel Konu ve Sorunlarda İşlevsel Değil	HAYIR	SAYI	4	8	12
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%33,3	%66,7	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%5,2	%6,3	%5,9
		Toplamda %	%2,0	%3,9	%5,9
Yayınları İnanırcı Değil	HAYIR	SAYI	5	6	11
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%45,5	%54,5	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%6,5	%4,7	%5,4
		Toplamda %	%2,5	%2,9	%5,4
Profesyonel Yayıncılık Yapmıyorlar	HAYIR	SAYI	2	3	5
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%40,0	%60,0	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%2,6	%2,4	%2,5
		Toplamda %	%1,0	%1,5	%2,5
Şehir Yöneticileri Yerel TV'leri Etkilemeli	HAYIR	SAYI		1	1
		GÜVEN içinde %		%100,0	%100,0
		CİNSİYET içinde %		%0,8	%0,5
		Toplamda %		%0,5	%0,5
Cevapsız Bilmiyorum	HAYIR	SAYI	1	5	6
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%16,7	%83,3	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%1,3	%3,9	%2,9
		Toplamda %	%0,5	%2,5	%2,9
TOPLAM		SAYI	77	127	204
		YEREL TV'LERE GÜVEN içinde %	%37,7	%62,3	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0
		Toplamda %	%37,7	%62,3	%100,0

Üniversite eğitimi almış olan yerel televizyon izleyenlerinin yerel televizyonlara daha az güvendikleri ortaya konmuştur. Bunun sebebi olarak da en çok tarafı ya da yanlı yayın yaptıkları ileri sürülmüştür. Lise düzeyi eğitime sahip kişilerde ise yerel televizyon yayınlarına güven oranı güvenmeyenlere göre oldukça yüksek. Lise düzeyinde yerel televizyon yayınlarına güven duymayanlar da sebep olarak yine televizyonların tarafı ya da yanlı yayın yaptıklarını gösteriyorlar (Tablo 22).

**Tablo 22. Yerel Televizyonlara Güven \* Eğitim İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					TOPLAM	
		Okur Yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite Üniversite +		
YEREL TV'LERİN YAYINLARINA GÜVEN DUYUYOR MUSUNUZ?	<b>EVET</b>	SAYI	1	19	19	40	31	110
	GÜVEN içinde %	%0,9	%17,3	%17,3	%36,4	%28,2	%100,0	
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%61,3	%45,2	%64,5	%45,6	%53,9	
	Toplamda %	%0,5	%9,3	%9,3	%19,6	%15,2	%53,9	
	<b>HAYIR</b>	SAYI		8	14	12	25	59
	Yayınlar Nesnel GÜVEN içinde %		%13,6	%23,7	%20,3	%42,4	%100,0	
	Değil/Tarafı Yayın EĞİTİM içinde %		%25,8	%33,3	%19,4	%36,8	%28,9	
	Yapıyor Toplamda %		%3,9	%6,9	%5,9	%12,3	%28,9	
	<b>HAYIR</b>	SAYI		1	3	1	7	12
	YTV Olarak Yerel GÜVEN içinde %		%8,3	%25,0	%8,3	%58,3	%100,0	
	Konu / Sorunlarda EĞİTİM içinde %		%3,2	%7,1	%1,6	%10,3	%5,9	
	İşlevsel Değil Toplamda %		%0,5	%1,5	%0,5	%3,4	%5,9	
	<b>HAYIR</b>	SAYI			5	4	2	11
	Yayınları İnanırcı GÜVEN içinde %			%45,5	%36,4	%18,2	%100,0	
	Değil EĞİTİM içinde %			%11,9	%6,5	%2,9	%5,4	
	Toplamda %			%2,5	%2,0	%1,0	%5,4	
	<b>HAYIR</b>	SAYI			1	2	2	5
	Profesyonel GÜVEN içinde %			%20,0	%40,0	%40,0	%100,0	
	Yayıncılık EĞİTİM içinde %			%2,4	%3,2	%2,9	%2,5	
	Yapmıyorlar Toplamda %			%0,5	%1,0	%1,0	%2,5	
<b>HAYIR</b>	SAYI				1		1	
Şehir Yöneticileri GÜVEN içinde %				%100,0		%100,0		
YTV'leri Etkilemeli EĞİTİM içinde %				%1,6		%0,5		
Toplamda %				%0,5		%0,5		
<b>HAYIR</b>	SAYI		3		2	1	6	
Cevapsız GÜVEN içinde %			%50,0		%33,3	%16,7	%100,0	
Bilmiyorum EĞİTİM içinde %			%9,7		%3,2	%1,5	%2,9	
Toplamda %			%1,5		%1,0	%0,5	%2,9	
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	68	204	
GÜVEN içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0		
EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0		
Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3	%100,0		

Anketimizin bu sorusuna geçmeden önce katılımcılara aslen nereli oldukları soruldu. Ankete katılan 204 kişinin 117'sine (%57,4) göre yerel televizyonların yayınlarıyla hemşehrilik bağları üzerinde etkili olduğu görüşü ortaya çıkıyor. Ancak 22 izleyici (%10,8) bu konuda fikrini dile getiremiyor (Tablo 23).

**Tablo 23. Hemşehrilik Bağları**

	SAYI	YÜZDE (%)
<b>EVET</b>	117	%57,4
<b>HAYIR</b>	65	%31,9
<b>FIKRİM YOK</b>	22	%10,8
<b>TOPLAM</b>	204	%100,0

Kocaeli’ndeki yerel televizyonların öncelikli yayın sebebi “Kocaeli’ne ve Kocaeli halkına hizmet etmek” (bu aynı zamanda kadınların yerel televizyon kanallarının yayın nedeni olarak gösterdiği ilk tercih) olarak gözüküyor; ancak bu durumu cinsiyete göre ele alırsak erkekler için öncelikli sebep “Kendilerine Nüfuz ve Menfaat Sağlamak” (Tablo 24 a).

**Tablo 24 a. Yerel Televizyon Kanallarının Yayın Sebebi \* Cinsiyet İlişkisi**

		CINSİYET		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	Kocaeli’ne ve Kocaeli Halkına Hizmet İçin	SAYI 30	SAYI 35	SAYI 65
		CINSİYET içinde % %39,0	CINSİYET içinde % %27,6	CINSİYET içinde % %31,9
	Topluma Yararlı Olmak İçin	SAYI 10	SAYI 6	SAYI 16
		CINSİYET içinde % %13,0	CINSİYET içinde % %4,7	CINSİYET içinde % %7,8
	İnsanları Çeşitli Konularda Daha Duyarlı Hale Getirmek İçin	SAYI 10	SAYI 5	SAYI 15
		CINSİYET içinde % %13,0	CINSİYET içinde % %3,9	CINSİYET içinde % %7,4
	Haber/Bilgi Vermek İçin	SAYI 9	SAYI 24	SAYI 33
		CINSİYET içinde % %11,7	CINSİYET içinde % %18,9	CINSİYET içinde % %16,2
	Kendilerine Nüfuz/Menfaat Sağlamak İçin	SAYI 10	SAYI 36	SAYI 46
		CINSİYET içinde % %13,0	CINSİYET içinde % %28,3	CINSİYET içinde % %22,5
	Para Kazanmak İçin	SAYI 5	SAYI 14	SAYI 19
		CINSİYET içinde % %6,5	CINSİYET içinde % %11,0	CINSİYET içinde % %9,3
	Hepsi	SAYI 2	SAYI 3	SAYI 5
		CINSİYET içinde % %2,6	CINSİYET içinde % %2,4	CINSİYET içinde % %2,5
	Kendilerini Eğlendirmek İçin	SAYI	SAYI 1	SAYI 1
		CINSİYET içinde %	CINSİYET içinde % %0,8	CINSİYET içinde % %0,5
Kocaeli’de Yerel Televizyon Olsun Diye	SAYI	SAYI 1	SAYI 1	
	CINSİYET içinde %	CINSİYET içinde % %0,8	CINSİYET içinde % %0,5	
Fikrim Yok	SAYI 1	SAYI 2	SAYI 3	
	CINSİYET içinde % %1,3	CINSİYET içinde % %1,6	CINSİYET içinde % %1,5	
<b>TOPLAM</b>	SAYI 77	SAYI 127	SAYI 204	
	CINSİYET içinde % %100,0	CINSİYET içinde % %100,0	CINSİYET içinde % %100,0	

Yerel televizyon kanallarının yayınlarını ikinci öncelikli nedeni hem kadınlar için hem de erkekler için “para kazanmak”. Bu nedeni daha sonra “haber ve bilgi vermek” seçeneği izliyor (Tablo 24 b).

**Tablo 24 b. Yerel Televizyon Kanallarının İkinci Dereceli Yayın Sebebi \* Cinsiyet İlişkisi**

			CINSİYET		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	Topluma Yararlı Olmak İçin	SAYI CINSİYET içinde %	4 %10,8	5 %7,6	9 %8,7
	İnsanları Çeşitli Konularda Daha Duyarlı Hale Getirmek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	7 %18,9	3 %4,5	10 %9,7
	Haber/Bilgi Vermek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	9 %24,3	11 %16,7	20 %19,4
	Kendilerine Nüfuz/Menfaat Sağlamak İçin	SAYI CINSİYET içinde %	3 %8,1	8 %12,1	11 %10,7
	Para Kazanmak İçin	SAYI CINSİYET içinde %	12 %32,4	32 %48,5	44 %42,7
	İnsanları Eğlendirmek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	1 %2,7	2 %3,0	3 %2,9
	Siysal Propaganda İçin	SAYI CINSİYET içinde %	1 %2,7	2 %3,0	3 %2,9
	Şehrin Tanıtımını/Gelişim ini Sağlamak İçin	SAYI CINSİYET içinde %		1 %1,5	1 %1,0
	Bazı Kişileri Koruyup Bazılarını Karalamak İçin	SAYI CINSİYET içinde %		1 %1,5	1 %1,0
	Yerel Televizyonlar Hizmet Yapmıyor	SAYI CINSİYET içinde %		1 %1,5	1 %1,0
	<b>TOPLAM</b>	SAYI CINSİYET içinde %	37 %100,0	66 %100,0	103 %100,0

Erkekler ve kadınların üzerinde durduğu 3. derecede önemli sebeplerde “para kazanmak için” olarak çıktı (Tablo 24 c).

**Tablo 24 c. Yerel Televizyon Kanallarının Üçüncü Dereceli Yayın Sebebi \* Cinsiyet İlişkisi**

			CINSİYET		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	İnsanları Çeşitli Konularda Daha Duyarlı Hale Getirmek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	1 %8,3	2 %10,0	3 %9,4
	Haber/Bilgi Vermek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	5 %41,7	2 %10,0	7 %21,9
	Kendilerine Nüfuz / Menfaat Sağlamak İçin	SAYI CINSİYET içinde %		2 %10,0	2 %6,3
	Para Kazanmak İçin	SAYI CINSİYET içinde %	5 %41,7	8 %40,0	13 %40,6
	İnsanları Eğlendirmek İçin	SAYI CINSİYET içinde %		4 %20,0	4 %12,5
	Siysal Propaganda İçin	SAYI CINSİYET içinde %		1 %5,0	1 %3,1
	Şehrin Tanıtımını/Gelişimini Sağlamak İçin	SAYI CINSİYET içinde %		1 %5,0	1 %3,1
	Kendilerini Eğlendirmek İçin	SAYI CINSİYET içinde %	1 %8,3		1 %3,1



<b>TOPLAM</b>	<b>SAYI</b>	12	20	32
	<b>CINSİYET içinde %</b>	%100,0	%100,0	%100,0

Tüm eğitim düzeylerinde yerel televizyon kanallarındaki programların içerik ve tür açısından beklentileri karşılama durumu incelendiğinde yerel televizyon kanallarındaki yayınların izleyicilerin beklentilerini karşılayamadığı görülüyor (Tablo 25 a). %22,5'le yerel televizyonların program içerik ve türlerinin zayıf oluşu en belirgin sebep olarak ortaya çıkıyor (Tablo 25 b). Aynı sonuç cinsiyete göre beklentileri karşılamama durumunun da sebebi olarak karşımıza çıkıyor (Tablo 26).

**Tablo 25 a. Beklentileri Karşılama \* Eğitim İlişki Tablosu**

		YEREL TV'LER TÜR VE İÇERİK AÇISINDAN BEKLENTİ KARŞILIYOR MU?		
		Evet	Hayır	TOPLAM
EĞİTİM DURUMU	<b>Okuryazar</b>		%100,0	%100,0
	<b>İlkokul</b>	%32,3	%67,7	%100,0
	<b>Ortaokul</b>	%26,2	%73,8	%100,0
	<b>Lise</b>	%21,0	%79,0	%100,0
	<b>Üniversite / +</b>	%25,0	%75,0	%100,0
<b>TOPLAM</b>		%25,0	%75,0	%100,0

**Tablo 25 b. Beklentileri Karşılama \* Eğitim İlişki Tablosu**

		EĞİTİM					TOPLAM	
		Okur Yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite / Üniversite +		
YEREL TV KANALLARINDAKİ PROGRAMLAR İÇERİK VE TÜR AÇISINDAN BEKLENTİLERİNİZİ KARŞILIYOR MU?	<b>EVET</b>	SAYI	10	12	13	17	52	
		BEKLENTİ içinde %	%19,2	%23,1	%25,0	%32,7	%100,0	
		EĞİTİM içinde %	%32,3	%28,6	%21,0	%25,0	%25,5	
		Toplamda %	%4,9	%5,9	%6,4	%8,3	%25,5	
	<b>HAYIR</b>	SAYI	2	2	2	7	13	
		BEKLENTİ içinde %	%15,4	%15,4	%15,4	%53,8	%100,0	
		EĞİTİM içinde %	%6,5	%4,8	%3,2	%10,3	%6,4	
		Toplamda %	%1,0	%1,0	%1,0	%3,4	%6,4	
	<b>HAYIR</b>	SAYI	1	1	9	10	21	
		BEKLENTİ içinde %	%4,8	%4,8	%42,9	%47,6	%100,0	
		EĞİTİM içinde %	%3,2	%2,4	%14,5	%14,7	%10,3	
		Toplamda %	%0,5	%0,5	%4,4	%4,9	%10,3	
	<b>HAYIR</b>	SAYI			1	4	1	6
		BEKLENTİ içinde %			%16,7	%66,7	%16,7	%100,0
		EĞİTİM içinde %			%2,4	%6,5	%1,5	%2,9
		Toplamda %			%0,5	%2,0	%0,5	%2,9
	<b>HAYIR</b>	SAYI	1	6	14	12	13	46
		BEKLENTİ içinde %	%2,2	%13,0	%30,4	%26,1	%28,3	%100,0
EĞİTİM içinde %		%100,0	%19,4	%33,3	%19,4	%19,1	%22,5	
	Toplamda %	%0,5	%2,9	%6,9	%5,9	%6,4	%22,5	
<b>HAYIR</b>	SAYI		3	1	5	3	12	

Ekonomik	BEKLENTİ içinde %	%25,0	%8,3	%41,7	%25,0	%100,0
Yetersizlikler	EĞİTİM içinde %	%9,7	%2,4	%8,1	%4,4	%5,9
Yayınlara	Toplamda %	%1,5	%0,5	%2,5	%1,5	%5,9
Yansıyor						
<b>HAYIR</b>	SAYI	1	4	7	12	24
Yerel	BEKLENTİ içinde %	%4,2	%16,7	%29,2	%50,0	%100,0
Televizyon	EĞİTİM içinde %	%3,2	%9,5	%11,3	%17,6	%11,8
Olarak	Toplamda %					
İşlevlerini						
Yerine		%0,5	%2,0	%3,4	%5,9	%11,8
Getiremiyor						
<b>HAYIR</b>	SAYI	4	1	5	3	13
Cevapsız	BEKLENTİ içinde %	%30,8	%7,7	%38,5	%23,1	%100,0
	EĞİTİM içinde %	%12,9	%2,4	%8,1	%4,4	%6,4
	Toplamda %	%2,0	%0,5	%2,5	%1,5	%6,4
<b>HAYIR</b>	SAYI	4	6	5	2	17
Televizyondan	BEKLENTİ içinde %	%23,5	%35,3	%29,4	%11,8	%100,0
Beklentilerimi	EĞİTİM içinde %	%12,9	%14,3	%8,1	%2,9	%8,3
Karşılaya-	Toplamda %	%2,0	%2,9	%2,5	%1,0	%8,3
mıyor						
<b>TOPLAM</b>	SAYI	1	31	42	62	204
	BEKLENTİ içinde %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3
	EĞİTİM içinde %	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0	%100,0
	Toplamda %	%0,5	%15,2	%20,6	%30,4	%33,3

Kocaeli'ndeki yerel televizyon kanallarının sanıldığı gibi aksine beklentileri karşılayamadığı çok açık bir biçimde ortaya çıkmıştır (Tablo 25). İzleyiciler en çok yerel televizyon kanallarında yayınlanan programların içerik ve türlerinin zayıf oluşundan ve yerel yayın yapan kuruluşlar olarak işlevlerini yerine getiremediklerinden dolayı beklentilerinin karşılanmadığını düşünüyorlar. Tablo 26 bu olumsuz durumu izleyicilerin beklentileri ile birlikte ortaya koyuyor.

**Tablo 26. Beklentileri Karşılama \* Cinsiyet İlişki Tablosu**

		CİNSİYET		TOPLAM	
		Kadın	Erkek		
		Sayı	24	28	52
YEREL TV		BEKLENTİ			
KANALLARINDAKİ	<b>EVET</b>	KARŞILAMA içinde %	%46,2	%53,8	%100,0
PROGARAMLAR		CİNSİYET içinde %	%31,2	%02,0	%25,5
İÇERİK VE TÜR		Toplamda %	%11,8	%13,7	%25,5
AÇISINDAN	<b>HAYIR</b>	Sayı	7	6	13
BEKLENTİLERİNİZİ	Nitelikli Eleman	BEKLENTİ			
KARŞILIYOR MU?	Bakımından	KARŞILAMA içinde %	%53,8	%46,2	%100,0
	Yetersiz	CİNSİYET içinde %	%9,1	%4,7	%6,4
		Toplamda %	%3,4	%2,9	%6,4
	<b>HAYIR</b>	Sayı	6	15	21
Profesyonel		BEKLENTİ			
Değiller		KARŞILAMA içinde %	%28,6	%71,4	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%7,8	%11,8	%10,3
		Toplamda %	%2,9	%7,4	%10,3
	<b>HAYIR</b>	Sayı	1	5	6
Yanlı/Tarafı		BEKLENTİ			
Yayın Yapılıyor		KARŞILAMA içinde %	%16,7	%83,3	%100,0
		CİNSİYET içinde %	%1,3	%3,9	%2,9
		Toplamda %	%0,5	%2,5	%2,9

<b>HAYIR</b>	Sayı	20	26	46
Program	BEKLENTİ			
İçerikleri ve	KARŞILAMA içinde %	%43,5	%56,5	%100,0
Türleri Zayıf	CINSİYET içinde %	%26,0	%20,5	%22,5
	Toplamda %	%9,8	%12,7	%22,5
<b>HAYIR</b>	Sayı	2	10	12
Ekonomik	BEKLENTİ			
Yetersizlikler	KARŞILAMA içinde %	%16,7	%83,3	%100,0
Yayınlar	CINSİYET içinde %	%2,6	%7,9	%5,9
Yansıyor	Toplamda %	%1,0	%4,9	%5,9
<b>HAYIR</b>	Sayı	7	17	24
Yerel	BEKLENTİ			
Televizyon	KARŞILAMA içinde %			
Olarak	CINSİYET içinde %	%29,2	%70,8	%100,0
İşlevlerini	Toplamda %	%9,1	%13,4	%11,8
Yerine		%3,4	%8,3	%11,8
Getiremiyor				
<b>HAYIR</b>	Sayı	4	9	13
Cevapsız	BEKLENTİ			
	KARŞILAMA içinde %	%30,8	%69,2	%100,0
	CINSİYET içinde %	%5,2	%7,1	%6,4
	Toplamda %	%2,0	%4,4	%6,4
<b>HAYIR</b>	Sayı	6	11	17
TV'den	BEKLENTİ			
Beklentilerimi	KARŞILAMA içinde %	%35,3	%64,7	%100,0
Karşılayamıyor	CINSİYET içinde %	%7,8	%8,7	%8,3
	Toplamda %	%2,9	%5,4	%8,3
<b>TOPLAM</b>	Sayı	77	127	204
	BEKLENTİ			
	KARŞILAMA içinde %	%37,7	%62,3	%100,0
	CINSİYET içinde %	%100,0	%100,0	%100,0
	Toplamda %	%37,7	%62,3	%100,0

## V. BÖLÜM

### KOCAELİ YEREL TELEVİZYONLARI ÖLÇEĞİNDE YEREL TELEVİZYON ÇALIŞANLARINA YÖNELİK UYGULAMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

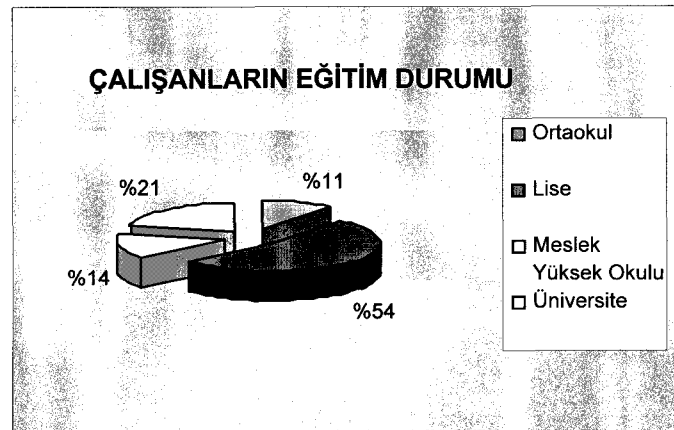
Kocaeli'ndeki yerel televizyonlarda çalışanların yaş ortalaması ağırlıklı olarak 18-29 yaş arasında dağılmış. Dolayısıyla da yerel televizyon çalışanlarının genç bir kitle olduğunu söyleyebiliriz. (Grafik 1).

**Grafik 1. Yerel Televizyon Çalışanlarının Yaş Profili**



Yerel televizyonlarda çalışanların çok büyük bir bölümünü (%53,6) lise mezunları oluşturuyor. Bunu üniversite (%21,4) ve meslek yüksekokulu (14,3) mezunları takip ediyor. (Grafik 2 ve Tablo 1).

**Grafik 2. Yerel Televizyon Çalışanlarının Eğitim Durumları**



**Tablo 1. Yerel Televizyon Çalışanlarının Eğitim Durumu**

		SAYI	YÜZDE (%)
EĞİTİM DURUMU	İlkokul	-	-
	Ortaokul	3	%10,7
	Lise	15	%53,6
	Meslek Yüksek Okulu	4	%14,3
	Üniversite	6	%21,4
<b>TOPLAM</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon kanallarında çalışan örneklemin çok büyük bir kısmı tecrübeli olarak adlandırılabilir bir süredir bu sektörde çalışmaktadırlar. (Tablo 2).

**Tablo 2. Yerel Televizyondaki Çalışma Süresi**

		SAYI	YÜZDE (%)
NE KADAR ZAMANDIR BU TV KANALINDA ÇALIŞIYORSUNUZ?	6 ay-1 yıl	3	%10,7
	1-3 yıl	8	%28,6
	3-5 yıl	10	%35,7
	5 yıl +	7	%25,0
<b>TOPLAM</b>		<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Daha önce medya sektöründe deneyimi olan yerel televizyon çalışanlarıyla deneyimi olmayan yerel televizyon çalışanlarının oranı birbirine hayli yakındır. (Tablo 3)

**Tablo 3. Çalışanların Sektörel Deneyimleri**

		SAYI	YÜZDE (%)
DAHA ÖNCE BU SEKTÖRDE İŞ DENEYİMİNİZ VAR MI?	EVET	15	%53,6
	HAYIR	13	%46,4
<b>TOPLAM</b>		<b>28</b>	<b>%100,0</b>

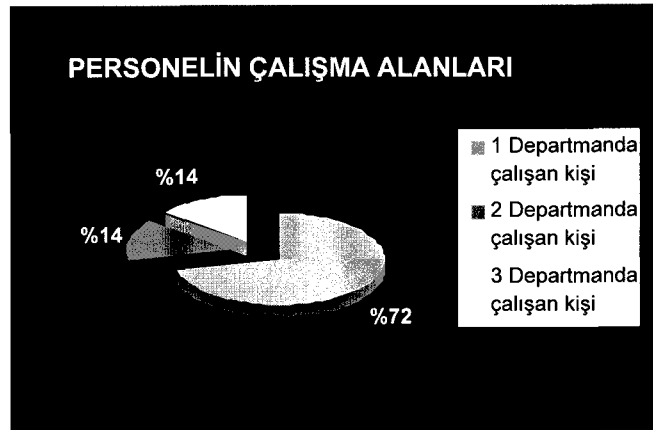
Daha önce medya sektöründe çalışmış olan yerel televizyon çalışanları içinde televizyonda çalışmış olanların oranı hemen göze çarpmaktadır. (Tablo 4)

**Tablo 4. Daha Önceki Sektörel Deneyimin Yaşandığı Yer**

		SAYI	YÜZDE (%)
NEREDE ÇALIŞTINIZ?	Televizyon	10	%35,7
	Gazete	1	%3,6
	Radyo	1	%7,1
	Diğer	2	%7,1
<b>TOPLAM</b>		<b>15</b>	<b>%53,6</b>

Yerel televizyon çalışanları arasında işbölümü/iş paylaşımı ve uzmanlık alanı gözle görülebilir bir hale gelmiştir. Birden fazla departmanda çalışan eleman sayısı %28 olarak belirlenmiştir. (Grafik 3).

**Grafik 3. Yerel Televizyon Çalışanlarının Departman Paylaşımı**



Yerel televizyon çalışanlarının %53,6'sı yaptıkları işten ve çalışma düzenlerinden memnundur; yaptıkları işten ve çalışma düzenlerinden memnun olmayanların çoğunlukla manevi tatminsizlik yaşadıkları, ortamın amatör olmasından şikayet ettikleri görülüyor. Bu durumu eşit oranlarda maddi açıdan tatminsizlik, mesai yoğunluğu ve teknik imkânsızlıklar takip ediyor. (Tablo 5)

**Tablo 5. Yapılan İşten Elde Edilen Tatmin**

		SAYI	YÜZDE (%)
YAPTIĞINIZ İŞ VE ÇALIŞMA DÜZENİNİZ SİZİ TATMİN EDİYOR MU?	<b>EVET</b>	15	%53,6
	<b>HAYIR</b> Maddi açıdan tatmin edmiyor	2	%7,1
	<b>HAYIR</b> Çok yoğun mesaiyle çalışılıyor	2	%7,1
	<b>HAYIR</b> Teknik imkansızlıklar var	2	%7,1
	<b>HAYIR</b> Manevi tatminsizlik yaşıyorum	4	%14,3
	<b>HAYIR</b> Amatör bir çalışma düzeni var	3	%10,7
	<b>TOPLAM</b>	28	%100,0

Yerel televizyon çalışanlarının çok büyük bir kısmı çalıştıkları kanalların izledikleri yayın politikasından memnun (%85,7). Kanallarının yayın politikasından memnun olmayanların memnuniyetsizliği ise, yayın anlayışlarının aşırı yerel kalışı ve program çeşitliliğinin bulunmayışı olarak sıralanıyor. (Tablo 6)

**Tablo 6. Kanalinizin Yayın Politikası**

	SAYI	YÜZDE (%)
KANALINIZIN İZLEDİĞİ YAYIN POLİTİKASINDAN MEMNUN MUSUNUZ?	<b>EVET</b>	24 %53,6
	<b>HAYIR</b> Yayın anlayışı fazla yerel	2 %7,1
	<b>HAYIR</b> Program çeşitliliği yok	2 %7,1
	<b>TOPLAM</b>	28 %100,0

Yerel televizyon çalışanlarının büyük bir çoğunluğu çalıştıkları alanla ilgili yayınlanan materyalleri takip ettiklerini söylüyorlar; takip etmeyenler ise gerekçe olarak, öncelikle, okumaya vakit bulamadıklarını ve okuma alışkanlıklarının olmayışını gösteriyor. (Tablo 7).

**Tablo 7. Sektörel Yayın Takibi**

	SAYI	YÜZDE (%)
ÇALIŞTIĞINIZ ALANLA İLGİLİ YAYINLANAN KİTAPLARI, SEKTÖREL DERGİLERİ TAKİP EDİYOR MUSUNUZ?	<b>EVET</b>	19 %67,9
	<b>HAYIR</b> Vakit Bulamadığım İçin	6 %21,4
	<b>HAYIR</b> Okuma Alışkanlığım Olmadığı İçin	2 %7,1
	<b>HAYIR</b> Cevap Yok	1 %3,6
<b>TOPLAM</b>	28	%100,0

Kişilerin yalnızca bir televizyon kanalını izlemeye bağlı kalmadıkları düşüncesinden yola çıkarak sorduğumuz “en çok hangi televizyon kanalını izliyorsunuz sorusuna yanıt olarak yerel televizyon çalışanlarından sırayla tercih ettikleri ilk 3 (üç) televizyon kanalını belirtmeleri istendi. Buna bağlı olarak ilk tercihlerinde %32,1 ile NTV ilk sırada yer alırken, ATV ikinci sırada



yer alıyor. Yerel televizyon çalışanlarının yalnızca %14,3'ü ilk tercih olarak kendi çalıştıkları televizyon kanallarını izlediklerini belirtmişler. (Tablo 8 a)

**Tablo 8 a. En Çok İzlenen Televizyon Kanalı**

	SAYI	YÜZDE (%)
EN ÇOK HANGİ TV KANALLARINI İZLEMİYİ TERCİH EDİYORSUNUZ? (I. TERCİH)	NTV	9 %32,1
	ATV	7 %25,0
	MTV	2 %7,1
	STAR	2 %7,1
	KOCAELİ TV	2 %7,1
	KANAL 7	1 %3,6
	CNN TÜRK	1 %3,6
	TRT	2 %7,1
	TV41	1 %3,6
	SELAM TV	1 %3,6
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon çalışanları ikinci tercih olarak en çok CNN Türk'ü izlemekteler. (Tablo 8 b).

**Tablo 8 b. En Çok İzlenen İkinci Derece Televizyonlar**

	SAYI	YÜZDE (%)
EN ÇOK HANGİ TV KANALLARINI İZLEMİYİ TERCİH EDİYORSUNUZ? (II. TERCİH)	CNN TÜRK	6 %21,4
	KANAL D	5 %17,9
	NTV	4 %14,3
	CNBC-E	3 %10,7
	TV 41	2 %7,1
	TRT	1 %3,6
	OLAY TV	1 %3,6
	KRAL TV	1 %3,6
	CEVAP YOK	5 %17,9
	<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>

Yerel televizyon çalışanları üçüncü tercih olarak en çok Show TV'yi izlemekteler. (Tablo 8 c)

**Tablo 8 c. En Çok İzlenen Üçüncü Derece Televizyonlar**

	SAYI	YÜZDE (%)
EN ÇOK HANGİ TV KANALLARINI İZLEMİYİ TERCİH EDİYORSUNUZ? (III. TERCİH)	SHOW TV	5 %17,9
	TRT	3 %10,7
	NTV	2 %7,1
	CNN TÜRK	2 %7,1
	ATV	1 %7,1
	CNBC-E	1 %3,6
	KANAL 7	1 %3,6
	TV 41	1 %3,6
	DISCOVERY	1 %3,6
	KANAL D	1 %3,6
	CEVAP YOK	9 %32,1
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon çalışanları çok büyük bir çoğunlukla (%96,4) çalıştıkları televizyon kanalının kent kültürü üzerinde etkili olduğunu belirttiler. (Tablo 9)

**Tablo 9. Yerel Televizyonların Kent Kültürü Üzerindeki Etkisi**

	SAYI	YÜZDE (%)
SİZCE KANALINIZ KENT KÜLTÜRÜ ÜZERİNDE ETKİLİ Mİ?	EVET	27 %96,4
	HAYIR	1 %3,6
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon çalışanları, kamuoyu üzerinde en çok etkiye sahip olan kitle iletişim aracının televizyon olduğu konusunda fikir birliği içindeler

(%78,6). Kamuoyunu en çok etkileyen diğer kitle iletişim aracınınsa gazete olduğu ortaya çıktı. (Tablo 10).

**Tablo 10. Kamuoyu Üzerindeki En Etkili Kitle İletişim Aracı**

	SAYI	YÜZDE (%)
SİZCE KAMUOYU ÜZERİNDE EN FAZLA ETKİYE SAHİP OLAN KİTLE İLETİŞİM ARACI HANGİSİDİR?	Gazete	5 %17,9
	Dergi	- -
	Radyo	- -
	Televizyon	22 %78,6
	İnternet	1 %3,6
	Diğer	- -
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon çalışanlarına göre, yerel televizyonların en önemli işlevleri halkı bilinçlendirmek/bilgilendirmek ve yerel gündemi halka yansıtmak. (Tablo 11).

**Tablo 11. Yerel Televizyonların İşlevleri**

	SAYI	YÜZDE (%)
BİR YEREL TELEVİZYON ÇALIŞANI OLARAK SİZCE YEREL TELEVİZYONUN İŞLEVİ NEDİR?	Halkı bilinçlendirmek / bilgilendirmek	11 %39,3
	Yerel değerleri ön plana çıkartmak	2 %7,1
	Halkla içiçe olmak	3 %10,7
	Ulusal kanallara temel oluşturmak	2 %7,1
	Yerel gündemi halka yansıtmak	10 %35,7
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Kanallarının yukarıda tanımlamaya/anlatmaya çalıştıkları işlevleri yerine getirdiğini savunan yerel televizyon çalışanları çoğunluktadır (%85,7). (Tablo 12).

**Tablo 12. Yerel Televizyonlar İşlevleri Yerine Getiriyorlar mı?**

		SAYI	YÜZDE (%)
KANALINIZIN BU İŞLEVİ YERİNE GETİREBİLDİĞİNE İNANIYOR MUSUNUZ?	EVET	24	%85,7
	HAYIR	4	%17,3
<b>TOPLAM</b>		<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Yerel televizyon çalışanları yaptıkları işin onları maddi yönden tatmin etmediği görüşünde (%85,7). (Tablo 13).

**Tablo 13. Çalışanların Maddi Açıdan Tatmini**

		SAYI	YÜZDE (%)
YAPTIĞINIZ İŞ SİZİ MADDİ AÇIDAN TATMİN EDİYOR MU?	EVET	4	%14,3
	HAYIR	24	%85,7
<b>TOPLAM</b>		<b>28</b>	<b>%100,0</b>

Anketimize katılan tüm yerel televizyon çalışanları, yerel televizyon kanallarının programlarının ve içeriklerinin öncelikle şehrin sorunları üzerinde etkili olduğu görüşündeler. Daha sonra, izleyici yönlendirmede ve şehrin spor takımları üzeri etkili olduğu iddia ediliyor. Bir alt kademedede ise, şehrin yöneticileri, şehrin kültür ve sanat yaşamı, şehrin siyasetçileri üzerinde etkili olduğu öne sürülüyor. Güncel konular ve sanayinin çevreye verdiği zarar üzerinde etkili olduğu yolundaki görüş ankete katılan çalışanların %75'i tarafından dile getirilmiş. Yerel televizyonların sırasıyla izleyicinin eğitimi, şehrin tanıtımı ve şehrin ekonomik yapısı üzerinde etkili olduğu da daha düşük oranlarla ortaya konmuştur.

Önemli bir nokta da, bazı yerel televizyon çalışanlarının çalıştıkları kanalların hangi konularda etkisi olup olmadığına yönelik bir fikri bile yok. (Tablo 14)

**Tablo 14. Yerel Televizyonların Program ve İçeriklerinin Etkisi**

			Evet	Hayır	Fikrim Yok	TOPLAM
YEREL TELEVİZYON PROGRAMLARININ VE İÇERİKLERİNİN VERİLER ÜZERİNDE ETKİLİ OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ?	İZLEYİCİ YÖNLENDİRMEDE	SAYI % İÇİNDE ORANI	26 %92,9	2 %7,1		28 %100,0
	ŞEHİR YÖNETİCİLERİ	SAYI % İÇİNDE ORANI	22 %78,6	6 %21,4		28 %100,0
	ŞEHİRİN EKONOMİK YAPISI	SAYI % İÇİNDE ORANI	8 %28,6	18 %64,3	2 %7,1	28 %100,0
	ŞEHİRİN KÜLTÜR VE SANAT YAŞAMI	SAYI % İÇİNDE ORANI	22 %78,6	6 %21,4		28 %100,0
	ŞEHİRİN SİYASETÇİLERİ	SAYI % İÇİNDE ORANI	22 %78,6	6 %21,4		28 %100,0
	ŞEHİRİN SPOR TAKIMLARI	SAYI % İÇİNDE ORANI	26 %92,9	1 %3,6	1 %3,6	28 %100,0
	ŞEHİRİN SORUNLARI	SAYI % İÇİNDE ORANI	28 %100,0			28 %100,0
	GÜNCEL KONULAR	SAYI % İÇİNDE ORANI	21 %75,0	6 %21,4	1 %3,6	28 %100,0
	ŞEHİRİN TANITIMI	SAYI % İÇİNDE ORANI	16 %57,1	12 %42,9		28 %100,0
	İZLEYİCİNİN EĞİTİMİ	SAYI % İÇİNDE ORANI	18 %64,3	8 %28,6	2 %7,1	28 %100,0
	SANAYİNİN VERDİĞİ ZARARLAR	SAYI % İÇİNDE ORANI	21 %75,00	7 %25,0		28 %100,0

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

## VI. BÖLÜM

### GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İzleyiciler üzerinde ardından da yerel televizyon çalışanları üzerinde yapılan anketlerde her iki gruba da bazı ortak sorular sorulmuştur. Bu sorularla amaçlanan televizyon izleyicilerinin yerel televizyonlar hakkındaki görüşleriyle yerel televizyon kanallarında çalışanların görüşlerinin örtüşüp örtüşmediğini görmektir. Televizyon kanalları kendilerini ne kadar ifade edebiliyorlar, izleyiciler televizyon kanallarının politikalarını ne kadar anlayabiliyorlar? Yerel televizyon çalışanlarının problem ve beklentileri neler, izleyicilerin beklentileri neler? Yerel televizyonlar kendilerince işlevlerini ne kadar yerine getirebiliyorlar, izleyiciler yerel televizyonların işlevlerini nasıl tanımlıyorlar? Kısacası yayın yaparken izleyicinin beklentilerinden ne kadar haberdarlar, ne kadar bu beklentileri yerine getirebiliyorlar?

Yerel televizyon izleyicileri ve çalışanlarının en çok tercih ettikleri ulusal kanallar sıralamasında ATV ve NTV ilk iki sırada yer almaktadır. Ulusal kanallar yönünde hem izleyicilerin hem de çalışanların beğenileri aynı yöndedir.

İkinci bir ortak soru da, yerel televizyonların işlevlerinin ne olduğu yönündeydi. Yerel televizyon çalışanları bu konuda halkı bilinçlendirmek/bilgilendirmek derken, yerel televizyon izleyicileri Kocaeli'ne ve Kocaeli halkına hizmet için yayın yaptıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. İzleyiciler ikinci sırada yerel televizyonların, yerel televizyon sahiplerinin kendilerine menfaat ve nüfuz sağladıklarını düşünmektedirler. Çalışanlar ise, yerel gündemi halka yansıtmanın yerel televizyonun ikinci önemli işlevi olduğu yönünde fikir beyan etmişler. Yerel televizyonun çalışanlar tarafından asıl işlevi olarak görülen "haber ve bilgi vermek seçeneği" izleyiciler tarafından üçüncü öneme sahip konu olarak görülmektedir.

Yerel televizyonların izleyicileri de çalışanları da yerel yayınların kent kültürü üzerinde etkili olduğu konusunda çok büyük bir çoğunlukla hemfikirler.

İzleyiciler yayın içeriği açısından tercih ettikleri kitle iletişim aracını yüksek oranda gazete olarak belirlerken; çalışanlar, televizyonun kamuoyu üzerinde çok büyük bir öneme sahip olduğunu savunmaktadırlar.

Her iki gruba da aynı verileri içeren “yerel televizyonun etkileri” üzerine 11 soru sorulmuştur. Bu sorulara “evet, hayır ya da fikrim yok” diye yanıt vermeleri istenmiştir. Her iki grup için de yerel televizyon programlarının ve içeriklerinin şehrin spor takımları ve şehrin sorunları üzerinde etkisi büyük. İzleyiciler için güncel konularda yerel televizyonun etkisi göz ardı edilemezken çalışanlar bu konuda çok da etkili olduklarını düşünmüyorlar. Çalışanlar izleyicileri yönlendirebildiklerini düşünürken, izleyiciler televizyonların bu konuda etkisiz kaldığını savunuyorlar. Şehrin kültür ve sanat yaşamı ile şehir yaşamı üzerindeki etkileri konusunda ise, yerel televizyonların aynı oranda bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkün. Şehrin ekonomik yapısı, şehrin tanıtımı, izleyicinin eğitimi ve sanayinin çevreye verdiği zararlar üzerinde yerel televizyonların izleyiciler ve çalışanlar gözünde etkisi az olmakla birlikte bu veriler için değerlendirmeleri birbirlerinden çok farklı değildir.

Çalışmamızın karşılaştırılan noktalarında izleyici beklentileri ve düşünceleriyle, çalışanların düşünce ve beklentilerinin birbirleriyle yeterince örtüşmektedir, ancak bu noktada unutulmaması gereken önemli bir konu vardır ki, bu da yerel televizyon çalışanlarının sahip oldukları nitelikler bakımından sektörün eğitilmiş ve profesyonel kesiminden değil, şu anda hizmet verdikleri halkın içinden geldikleridir. Şunu da belirtmekte yarar var ki, halkın içinden gelmeleri nedeniyle yalnızca halkın beklentilerini karşılayacak kadar yayın yapıyorlar, dolayısıyla da halka düzeyli ve kaliteli bir yayıncılık anlayışıyla hizmet etmiyorlar. Yerel televizyonların kanımızca en büyük sorunu olan yetişmiş iş gücü gereksinimi karşılayabilmek için yerel televizyon kanallarında istihdam edilmiş olan personele Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından öncelikli olarak fakültenin tüm bölümlerine ait ders programlarının yerel televizyon kanallarına dağıtılması isteyen personelin

uygun saatlerdeki derslere katılımının sağlanması gerekmektedir. Daha sonra eğer ihtiyaç duyuluyorsa Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim elemanları tarafından yerel televizyon kanallarında bizzat yerinde ya da İletişim Fakültesi stüdyosu ya da laboratuvarlarında uygulamalı seminer ve kurslar verilmesi. Çünkü yerel televizyon kanallarında çalışan personelin yerel televizyon çalışanlarıyla yapılan ankette çıkan sonuçlara göre büyük bir bölümü hem İletişim Fakültesi mezunu değil hem de bu sektördeki iş deneyimlerini yalnızca çalıştıkları televizyon kanallarında gördükleri ve edindikleri açısından bilebiliyorlar. Dolayısıyla da yukarıda adı geçen ders katılımının sağlanması hem sektördeki insanlarla televizyonculuk ya da iletişim sektörünün birer neferi olacak olan öğrencilerin kaynaşması, hem de üniversite-sektör ve sanayi arasındaki bağın güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

Bir başka çözüm önerisi yerel televizyon kanallarının paket program sorunu bu sorun için de üniversite ve sektör işbirliğine gidilmesi gerekmektedir. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü öğrencilerinin çektiği belgesel filmler ya da kısa deneysel filmler kuşaklar yerel televizyon kanallarında yayınlanabilir ve izleyici kitlesine sunulmuş olur. Bu da hem yerel televizyon kanallarının paket program sıkıntısını çözer hem büyük bir izleyici kitlesine ulaşamayan öğrenci çalışmalarının sergilenmesine ve onları yüreklendirip motivasyon kazanmalarına yardımcı olur. Hem maddi açıdan yerel televizyon kanallarını rahatlatacaktır hem de manevi açıdan öğrenciler üzerinde teşvik edici bir etkisi bulunacaktır.

Mali ya da ekonomik açıdan bir çözüm önerim bulunmamakla birlikte yerel televizyon kanalları kendilerine gereken maddi kaynakları bulmak konusunda iyi yolda oldukları gözlenmiştir. Daha öncede belirtildiği üzere, TV 41, Türkiye'nin çeşitli illerinde yayın yapan 23 yerel televizyon kanalıyla birlikte Medaş isimli bir şirket kurup reklam pastasından pay kazanmaya çalışmaktadır. Keza, Kocaeli TV yeni yeni başladıklarını söyledikleri reklam



filmi çekimleri sayesinde düzenli bir maddi gelire sahip konuma gelmiştir. Selam TV yetkilileri ise mali kaynakları konusunda fazla bir bilgi vermediler.

Yerel televizyon kanalları, bu reklam çekimleri ve barter anlaşmaları sayesinde teknolojilerini yenileme fırsatı bulup daha teknik açıdan daha kaliteli bir yayına kavuşabilirler.



## EKLER

### EK-1 (İzleyici Anket Formu)

#### BÖLÜM 1

1- Kaç yaşındasınız?

.....

2- Mesleğiniz ?

- a) İşçi
- b) Memur
- c) Esnaf / Zanaatkar
- d) Ev Kadını
- e) Emekli
- f) Öğretmen / Öğretim Görevlisi
- g) Öğrenci
- h) İşsiz
- i) Serbest Meslek (Doktor, Avukat, Mimar, Mühendis, Müteahhit vs.)
- j) Diğer.....

3- Eğitim durumunuz?

- a) Okuryazar değil
- b) Okuryazar
- c) İlkokul
- d) Ortaokul
- e) Lise
- f) Üniversite/ üniversite + .....

4- Hangi şehirde oturuyorsunuz?

- a) Kocaeli
- b) Diğer.....

## BÖLÜM 2

5- Düzenli olarak televizyon izliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

6- Bir günde televizyon izlemeye ortalama kaç saat ayırıyorsunuz?

- a) 1 saatten az
- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat
- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla

7- Hangi ulusal televizyon kanallarını seyrediyorsunuz?

- a) ATV
- b) Kanal D
- c) Star
- d) Show TV
- e) CNN Türk
- f) NTV
- g) TRT 1
- h) CNBC-e
- i) Diğer.....

8- En sık izlediğiniz ulusal TV kanalını söyler misiniz?

.....

9- Televizyonda izlemeyi tercih ettiğiniz program türleri nelerdir?

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Yarışma Programları
- d) Sinema
- e) Çocuk Programları/Çizgi film

- f) Kadın Programları
- g) Spor Programları
- h) Tartışma/Sohbet Programları
- i) Siyasal İçerikli Programlar
- j) Diğer.....

10- Televizyon yayınları size hangi yolla ulaşıyor?

- a) Ortak anten
- b) Kablolu Televizyon
- c) Digitürk
- d) Uydu/Çanak anten

### BÖLÜM 3

11- Yerel televizyon izliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

12- Kocaeli'nde kaç yerel televizyon var?

.....

13- Kocaeli'nde yayın yapan yerel televizyon kanallarının isimleri nelerdir?

.....

14- Her gün yerel televizyon izliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır (ANKETÖR DİKKAT! Soru 16'dan devam et)

15- Günde ne kadar yerel televizyon izliyorsunuz?

- a) 1 saatten az
- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat

- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla
- f) Diğer .....

16- Kocaeli'nde gerçekleşen olaylarla ilgili bilgiyi nereden sağlıyorsunuz?  
(ANKETÖR DİKKAT! Üç (3) Şık işaretlenecek)

- a) Yerel radyolardan
- b) Yerel televizyonlardan
- c) Yerel gazetelerden
- d) Yerel dergilerden
- e) Yerel içerikli internet sitelerinden/portallardan
- f) Ulusal gazete ve ulusal televizyonlardan
- g) Diğer .....

17- Yayın içeriği açısından hangi yerel kitle iletişim aracını takip etme-yi tercih ediyorsunuz?

- a) Yerel radyolardan
- b) Yerel televizyonlardan
- c) Yerel gazetelerden
- d) Yerel dergilerden
- e) Yerel içerikli internet sitelerinden/portallardan
- f) Diğer .....

18- Düzenli olarak en sık izlediğiniz yerel televizyon kanalları hangileridir?

- a) TV 41
- b) Selam TV
- c) Kocaeli TV

19- Düzenli olarak en sık izlediğiniz yerel televizyon kanalını ne kadar süredir takip ediyorsunuz?

- a) Son 6 aydır
- b) 6 ay-1 yıl

- c) 1-2 yıl
- d) 2 yıldan fazla

20- Yerel televizyon kanallarında izlemeyi tercih ettiğiniz program türleri nelerdir?

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Ekonomi Programları
- d) Sinema
- e) Çocuk Programları/Çizgi film
- f) Kadın Programları
- g) Spor Programları
- h) Tartışma/Sohbet Programları
- i) Siyasal İçerikli Programlar
- j) Diğer.....

21- Yerel televizyon kanallarında ulusal kanallardan farklı hangi programları izliyorsunuz?

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Ekonomi Programları
- d) Sinema
- e) Çocuk Programları/Çizgi film
- f) Kadın Programları
- g) Spor Programları
- h) Tartışma/Sohbet Programları
- i) Siyasal İçerikli Programlar
- j) Diğer.....

22- Yerel televizyon kanallarını verilen ölçütlere göre incelediğinizde nasıl buluyorsunuz?

22 a) Kocaeli TV

Ölçüt/Değer	Zayıf	Orta	İyi	Çok İyi	Fikrim Yok
Program türü/çeşidi					
Program içeriği					
Görsellik (görüntü, ses kalitesi, ışık, kostüm, dekor vs.)					

22 b) TV 41

Ölçüt/Değer	Zayıf	Orta	İyi	Çok İyi	Fikrim Yok
Program türü/çeşidi					
Program içeriği					
Görsellik (görüntü, ses kalitesi, ışık, kostüm, dekor vs.)					

22 c) Selam TV

Ölçüt/Değer	Zayıf	Orta	İyi	Çok İyi	Fikrim Yok
Program türü/çeşidi					
Program içeriği					
Görsellik (görüntü, ses kalitesi, ışık, kostüm, dekor vs.)					

23. Yerel televizyon kanallarının yayınlarıyla kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

a) Evet                      b) Hayır                      c) Fikrim yok

24. Yerel televizyon kanallarında görmek istediğiniz ancak yayınlanmayan programlar nelerdir?

- a) Yarışma programları
- b) Müzik programları
- c) Hukuk programları
- d) Sağlık programları
- e) Kitap tanıtım programları
- f) Bilgisayar / teknoloji programları

- g) Yeni ve alternatif mekânları tanıtan programlar
- h) Çocuk
- i) Diğer.....

25. Sizce Kocaeli'nin sorunları nelerdir?

- a) İşsizlik
- b) Altyapı (yol, su, elektirk, kanalizasyon)
- c) Eğitim
- d) Çevre sorunları, belediye hizmetleri
- e) Sağlık
- f) Kentin plansızlığı
- g) Ulaşım
- h) Diğer.....

26. Yerel televizyonların programlarının ve içeriklerinin aşağıdaki veriler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

Veriler	Evet	Hayır	Fikrim Yok
İzleyici Yönlendirmede			
Şehir Yöneticileri Üzerinde			
Şehrin ekonomik yaşamı üzerinde			
Şehrin kültür ve sanat yaşamı üzerinde			
Şehrin siyasetçileri üzerinde			
Şehrin spor takımları üzerinde			
Şehrin sorunları üzerinde			
Güncel konular üzerinde			
Şehrin tanıtımı (turizm vs.)			
İzleyicinin eğitiminde			
Sanayinin çevreye verdiği zararlar üzerinde			

27. Yerel televizyon kanallarının yayınlarına güven duyuyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır / NEDEN?.....

28. Aslen nerelisiniz? (Sivas, Urfa, Giresun, vs.)

.....



29. Yerel televizyon kanallarının “KOCAELİLİK” ya da hemşehrlik bağlarını vurguladığını düşünüyor musunuz?

- a) Evet                      b) Hayır                      c) Fikrim yok

30. Yerel televizyon kanalları sizce ne için yayın yapıyor?

- a) Kocaeli'ne ve Kocaeli halkına hizmet için  
b) Topluma yararlı olmak için  
c) İnsanları çeşitli konularda daha duyarlı hale getirmek için  
d) Haber / bilgi vermek için  
e) Kendilerine nüfuz / menfaat sağlamak için  
f) Para kazanmak için  
g) İnsanları eğlendirmek için  
h) Diğer .....

31. Yerel televizyon kanallardaki programlar içerik ve tür açısından sizi tatmin ediyor mu, beklentinizi karşılıyor mu?

- a) Evet                      b) Hayır / NEDEN? .....

ANKETİMİZ BİTTİ. İlginiz için Teşekkür Ederiz.

## EK-2 Çalışan Anket Formu

1- Kaç yaşındasınız?

.....

2- Eğitim durumunuz?

- a) İlkokul
- b) Ortaokul
- c) Lise (Meslek Lisesi ise belirtiniz).....
- d) Meslek Yüksel Okulu (Branş belirtiniz).....
- e) Üniversite (Branş belirtiniz).....

3- Ne kadar süredir bu televizyon kanalında çalışıyorsunuz?

- a) 6 ay-1 yıl
- b) 1-3 yıl
- c) 3-5 yıl
- d) 5 yıl +

4- Daha önce bu sektörde iş deneyiminiz var mı?

- a) Evet
- b) Hayır

**(DİKKAT! Cevap “evet” ise 4a ve 4b sorulacak)**

4a- Nerede çalıştınız?

.....

4b- Hangi departmanda çalıştınız?

.....

.....

.....

5- Şu anda hangi departmanda çalışıyorsunuz?

a).....

b).....

c).....

6- Yaptığınız iş ve çalışma sisteminiz sizi tatmin ediyor mu?

a) Evet

b) Hayır / NEDEN?.....

7- Kanalınızın izlediği yayın politikasından memnun musunuz?

a) Evet

b) Hayır / NEDEN?.....

8- Çalıştığınız alanla ilgili yayınlanan kitapları, sektörel dergileri takip ediyor musunuz?

a) Evet

b) Hayır / NEDEN?.....

9- En çok hangi televizyon kanallarını takip ediyorsunuz? (En çok 3 adet)

i).....

ii).....

iii).....

10- Sizce kanalınız kent kültürü üzerinde etkili mi?

a) Evet

b) Hayır / NEDEN?.....

11- Sizce kamuoyu üzerinde en fazla etkiye sahip olan kitle iletişim aracı aşağıdakilerden hangisi?

- a) Gazete
- b) Dergi
- c) Radyo
- d) Televizyon
- e) İnternet
- f) Diğer.....

12- Bir yerel televizyon çalışanı olarak sizce yerel televizyonun işlevi nedir?

.....  
.....

13- Kanalınızın bu işlevi yerine getirebildiğine inanıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

14- Yaptığınız iş sizi maddi açıdan tatmin ediyor mu?

- a) Evet
- b) Hayır

15- Yerel televizyonların programlarının ve içeriklerinin aşağıdaki veriler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

Veriler	Evet	Hayır	Fikrim Yok
İzleyici Yönlendirmede			
Şehir Yöneticileri Üzerinde			
Şehrin ekonomik yaşamı üzerinde			
Şehrin kültür ve sanat yaşamı üzerinde			
Şehrin siyasetçileri üzerinde			
Şehrin spor takımları üzerinde			
Şehrin sorunları üzerinde			
Güncel konular üzerinde			
Şehrin tanıtımı (turizm vs.)			
İzleyicinin eğitiminde			
Sanayinin çevreye verdiği zararlar üzerinde			

Anketimize katıldığınız için teşekkür ederiz.

## YARARLANILAN YAYINLAR

Akarcalı, Sezer. **Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo Televizyona Geçiş Süreci**, Ankara: 1997.

Alankuş, Sevda (der.). **Medya ve Toplum**, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

Alankuş, Sevda. “Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya”, [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm), 2001.

Alankuş, Sevda. “Alternatif Olarak Yerel Medya ve BİA”, [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm), 2001.

Aslanoğlu, Rana. **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2000.

Bağardı, Seyhan. “Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri”, **Kurgu Dergisi**, Sayı:16, ss. 91-109, 1999.

Baumann, Zygmunt. **Küreselleşme**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

Brunsdon, Charlotte. “Television Studies”, <http://www.museum.tv/archieves/etv/index.html>.

Burhan, Sinan. “Yerel Televizyonlar ve Demokrasi”, <http://www.jurnal.net>

Burton, Graeme. **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**, çev. Nefin Dinç, İstanbul: Alan Yayıncılık, 1995.

Çaplı, Bülent. **Televizyon ve Siyasal Sistem**, Ankara: İmge Kitapevi, 1995.

Çaplı, Bülent. **Medya ve Etik**, Ankara: İmge Kitapevi, 2002.

Erdoğan, İrfan. “Evrim, Devrim, Toplum ve Değişim”, <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/makaleler.htm>

Erdoğan, İrfan. **İletişim Egemenlik ve Mücadeleye Giriş**, Ankara: İmge Kitapevi, 1997.

Erdoğan, İrfan. “Televizyonda Dışa Bağımlılık ve Alternatif Olasılıkları”, <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/televizyon.html>

Eryılmaz, Bilal. **Kamu Yönetimi**, İstanbul: 2002.

Giddens, Anthony. **Sosyoloji**, çev. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel, Ankara: Ayrıç Yayınevi, 2000.

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

Görmez, Kemal. **Kent ve Siyaset**, Ankara: Gazi Kitapevi, 1997.

Işık, Metin. "1980 Sonrası Batı Avrupa Medya Sistemindeki Değişimler ve Türk Medya Sistemine Yansımaları", **Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**, No. 1, ss. 33-47.

İlkiz, Fikret. "Basın-Yayın ve Hukuk", [http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli\\_ix/tunceli\\_17.htm](http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_17.htm)

İnal, Ayşe. "Yerel Medya İçin Alternatif Arayışları", [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm), 2001.

İnuğur, Nuri. **Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.

Kaypakoğlu, Serdar. **Kimlik Sorunları ve İletişim**, İstanbul: Der Yayınları, 2000.

Kejanlıoğlu, Beybin. "Radyo Televizyon Yayıncılığı Siyaseti", [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm), 2001.

Kellner, Douglas. "Globalization and The Postmodern Turn", <http://www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/dk/GLOBPM.htm>

Kongar, Emre. **Kültür ve İletişim**, İstanbul: Say Yayınları, 1986.

MacBride, Sean. **Many Voices One World**, London: Kogan Page, 1980.

McLuhan, Marshall ve Bruce R. Povers. **Global Köy**, çev. Bahar Öcal Düzgören, İstanbul: Scala Yayıncılık, 2001.

Marshall, Gordon. **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.

Morley, David ve Kevin Robins. **Kimlik Mekânları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**, çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997.

Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**, 3.b., Ankara: Ark Yayınları, 1998.

Mutlu, Erol. "Yerel Basın ve Demokrasi", <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt11.htm>

Ozan, Rengin İskeçe. "Türkiye'de Yerel Televizyonculuk ve Anlayışı ve Demokratik Yaşam İçindeki Yeri," (Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2000).

Özcan, Zafer. **Uluslararası Haberleşme ve Azgelişmiş Ülkeler**, Ankara: Dayanışma Yayınları, 1983.

Postman, Neil. **Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994.

Powell, Jon T. ve Wally Gair (ed.) **Public Interest and The Business of Broadcasting: The Broadcast Industry Looks At Itself**, Connecticut: Quorum Books, 1988.

Swingewood, Allen. **Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 1998.

Şenyapılı, Önder, Aysel Aziz ve İnci Gürel, **Televizyonun Türk Toplumuna Etkileri**, İstanbul: Milliyet Yayınları, 1977.

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

Timisi, Nilüfer. "Dünya'da Yerel Medya Örnekleri", [http://www.bianet.org/index\\_root.htm](http://www.bianet.org/index_root.htm), 2001.

Tokgöz, Oya. "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi", **Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi**, No. 9 Bahar Sayısı, ss. 5-40.

Turam, Emir. **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de Televizyon**, İstanbul: Altın Yayınları, 1996.

**Türkçe Sözlük**, Ankara: Türk Dil Kurumu, 1992.

Vural, Ali Murat. **Yerel Basın ve Kamuoyu**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, 1999.

Zaman Gazetesi. <http://www.zaman.com.tr>

## ÖZGEÇMİŞ

18 Nisan 1974'te İstanbul'da doğdum. İlk, orta ve lise eğitimimi İstanbul'da tamamladım. Boğaziçi Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü'nden 1998 yılında mezun oldum. Aynı yıl Yıldız Teknik Üniversitesi'nde Yabancı Diller Yüksek Okulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaya başladım. 2000 yılı Mart ayında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programına ve Ağustos ayında ise Araştırma Görevlisi olarak İletişim Fakültesi'nde göreve başladım. İyi derecede İngilizce bilmekteyim.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
DOKÜMANTASYON MERKEZİ