

HABER TELEVİZYONLARINDA ÇEVRE BİLİNCİ: TÜRKİYE'DE YEŞİL ODAKLI PROGRAMLARIN YER ALMA SIKLIĞI

Kenan DUMAN¹

ÖZET:

Medya, geçmişten günümüze bilgilendirme işlevi çerçevesinde kamuoyunun farkındalığını artırmak konusunda önemli görevlerden birine sahiptir. Yazılı basınla başlayan bu görev teknolojinin gelişmesi ile radyo ve televizyon alanı ile devam etmiştir. 1980 sonrası uydu ve kablo teknolojisiyle televizyon dünyası tematik kanallarla tanışırken Türkiye'de de 1990'lı yılların son döneminde belli bir kitleyi hedefleyen tematik televizyon kanalları kurulmuştur. Genel olarak haber televizyonlarından kamusal hizmet sorumluluğu ile topluma olumlu sosyal davranışları özendiren programlarına daha fazla yer vermesi beklenmektedir. Bu sosyal davranışlar arasında çevresel konularda kamu anlayışının oluşmasına yardımcı olacak programlarda yer almaktadır. Çevre haberleri hem uyarıcı hem de soruna çözüm bulunması noktasında kamuoyunu harekete geçirtmeye yönelik olarak medyada yer alması beklenir. Bu çalışmada, Türkiye'deki haber televizyonlarında çevre programlarına verilen önemin hangi boyutta olduğu saptanarak, prime time kuşağında çevre programlarının yer alma sıklığı incelenmiştir. Bu amaçla çalışmanın sorunsalının sınanması için veri toplama tekniği olarak izleyici ölçümlerinde ilk sıralarda yer alan haber kanallarının (NTV-TRT Haber-Haber Türk-CNN Türk) 01.03.2015-30.03.2015 tarihleri arasında aylık yayın akışları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda haber televizyonlarında yer alan çevre programlarının diğer yayın akışlarına göre oldukça az olduğu ortaya çıkmış ve bu durum Türkiye'deki haber kanallarının da alternatif yayın politikalarına kapalı bir yayın akış sürecinin varlığını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevre Haberciliği, Haber televizyonculuğu, Gündem belirleme, Çevre bilinci ve medya, yeşil odaklı habercilik

¹Yard. Doç. Dr. Kenan Duman, İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi

**ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS ON NEWS TELEVISIONS: THE MEDIA
COVERAGE OF GREEN-FOCUSED PROGRAMS IN TURKEY**

Abstract

From the past to present, the media has one of the most important roles in increasing public awareness within the framework of its informative function. This role, which started with the printed media, continued on the radio and television field with the development of technology. After 1980, while the television world with the satellite and cable technology met the thematic channels, thematic television channels aiming at certain target audience were established in Turkey in the last period of the 1990s. In general, news televisions are expected to broadcast more programs encouraging public service responsibility and positive social behaviors. Among these social behaviors, there will also be programs that will help to create public understanding of the environmental issues. Environmental news is expected to take place in the media for both stimulating and activating the public on finding a solution to the issue. In this study, the level of the importance given to the environmental programs by the television channels in Turkey was determined and media coverage of environmental program during prime time was analyzed. For this purpose, monthly broadcasting stream between 01.03.2015 and 30.03.2015 of the news channels which lead according to the audience measurements (NTV-TRT Haber-Haber Türk-CNN Türk) were analyzed with the content analysis method. As a result of the study, it was found out that the environment programs in news televisions are very low compared to other broadcasting stream and this situation revealed that also the news channels in Turkey carry out a broadcasting stream process closed to the alternative broadcasting policies.

Keywords: Environmental journalism, news broadcasting, agenda setting, environmental awareness and media, green-focused journalism

HABER TELEVİZYONLARINDA ÇEVRE BİLİNCİ: TÜRKİYE'DE YEŞİL ODAKLI PROGRAMLARIN YER ALMA SIKLIĞI

Kenan DUMAN²

GİRİŞ

Medya özellikle 18. Yüzyıl sonrası yaşanan gelimeler ile bulunduğu toplum için belirleyici bir unsur olmaya başlamıştır. Yaklaşık 600 yıllık bir tarihi olan gazetecilik mesleği Avrupa'da Hollanda ve Almanya'da ortaya çıkmış kısa bir süre içinde başta ticari liman kentleri olmak üzere hızla yayılmaya başlamıştır. Başlangıçta fikir gazeteciliğinin ağırlıkta olduğu medya ortamı giderek yaşamın içinde gerçekleşen olayların önce fotoğrafın bulunması ardından televizyon ve radyo ile rekabet içinde kitleleşmiştir. Medya araçlarında yer alan yazılan, hazırlanan ve sunulan haber programları sayesinde, her birey kendisini ve içinde yaşadığı toplumu ilgilendiren konulardan haberdar olmaktadır. Medya çalışanları, halkın daha akliselim yargılar içerisinde bulunabilmesi için gerekli temel meseleler hakkında bilgi ve haber sağlamaktadır. Aynı zamanda farklı fikirlerden haberdar olunmasını güvence altına alarak, bu konular üzerinde halkın fikir alışverişinde bulunabileceği bir forum işlevi görür. (O'Neill: 98, 41) Medya alanından program hazırlayan gazetecinin kamusal olarak görevi, haber vermek, bilgilendirmek, eğitmek, denetlemek, eleştirmek böylece kamuoyunun oluşmasında katkıda bulunmak ve oluşan kamuoyunu açıklamak olarak tanımlanabilir. Kitle iletişim araçları sadece insanların bilgisini genişleten ve zenginleştiren bilgi aktarımı yapmamakta, aynı zamanda belirli bir görüşü ortaya koymaktadır. Geleneksel medyanın topluma bilgi aktarışı tek yönlü bir süreçte ilerlerken tüketiciler toplumda edilgen bir rodedir. Bu durum ile medya tarafından

²Yard. Doç. Dr. Kenan Duman, İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi

aktarılan bilgi sürecinde herhangi bir sapma oluştuğunda, bu sapmayı izleyiciler düzeltememektedir. Bu nedenle, gazetecinin çok büyük ahlaki sorumluluğu söz konusudur. (Encabo: 1997, 284)

Geçmişten günümüze bilgilendirme işlevi çerçevesinde kamuoyunun farkındalığını artırmak konusunda önemli görevlerden birine sahip olan medyanın yazılı basınla başlayan bu görevi teknolojinin gelişmesi ile radyo ve televizyonla devam etmiştir. Yazılı basın alanında olduğu gibi yayıncılık politikaları bağlamında da Avrupa ile Amerika arasında başlangıcından itibaren büyük bir anlayışının farkı oluşmuştur. Amerika'da özel yayıncıların ön planda olduğu bir anlayış oluşurken Avrupa'da BBC örneği ile evrilen kamu hizmeti yayıncılık anlayışı görülmüştür. Reith tarafından ortaya konan bu ilkelere göre yayıncılığın temel anlayışı; (Ersin, 2007, 96) yayıncılığın kâr ve ticari baskılardan korunması toplumun tamamını saran bir hizmet yapısı oluşturması ve yürütmesi, belli bir sınıfın elinde olması yerine devletin elinde olması daha iyi olduğu düşüncesi ve yüksek standartlar taşıması gerekliliği olmasıdır. 1980 sonrası dönemde ise iktidarların uzun yıllar boyunca savunduğu ve desteklediği kamu hizmeti yayıncılık anlayışı eski gözde konumunu yitirmeye başlamıştır. Bu dönemde özel yayıncılığa doğru evrilen değişim yaşanırken 1990'ların ortasında sayıları binleri bulan uydu kanalları ülkeler de oluşmuştur.(Alemdar, Kaya: 1993, 2) Televizyon, önceleri sadece genel yayın yaparken 1980 sonrası uydu ve kablo teknolojisiyle televizyon dünyası tema odaklı kanallarla tanışmıştır. Türkiye'de 1990'lı yılların son dönemine denk gelen bu gelişmeler bir ya da birkaç konuda uzmanlaşan, belli bir kitleyi hedefleyen televizyon kanallarının kurulmasına neden olmuştur. Televizyon alanında tematik yayıncılık tanımsal olarak bir konuda uzmanlaşan ve ortak beğenisi olan kitleye yayın yapan yayıncılık olarak tanımlanır. (Aksel: 2003: 22).

2011 yılında yürürlüğe giren 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu'nun 3. Maddesinin y bendinde tematik yayının tanımı yer alır. Maddeye göre tematik yayın, süresinin en az yüzde yetmişini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, tarih, spor, müzik, sinema, dizi film, pazarlama veya benzeri konularda olmak üzere sadece belli bir türe veya genel izleyici kitlesi dışında belli bir izleyici kesimini hedef alan programlara ayıran yayındır. (Darendeli, 2013, 299)

1990 yılında Star 1 televizyonun kurulmasıyla hem kamu hem özel yayınların olduğu ikili bir yayıncılığa geçilen Türkiye'de 1996 yılına gelindiğinde ilk haber kanalı olan NTV yayına başlamıştır. NTV'nin ardından CNN Türk, SKY Türk, Haber Türk, Ülke TV, Kanal 24 gibi haber kanalları açılmış günümüze gelindiğinde haber kanalı sayısı onlarla ifade edilmeye başlanmıştır. Genel olarak bakıldığında haber televizyonlarından kamusal hizmet sorumluluğu ile topluma olumlu sosyal davranışları özendiren programlarına daha fazla yer vermesi ve yayıncıların bunları özellikle prime-time denilen zaman diliminde yayınlaması sağlanması beklenmektedir.

Ağır sanayi ve teknolojik gelişmelerle çevresel sorunlar gün geçtikçe ağırlaşmakta ve gelecek için kaygı duyulmaktadır. Başta çevre konusu olmak üzere toplum hayatının geleceği hakkında kamuoyunun yeterli bilgiye medya kuruluşlarını ne kadar süre ayırdıkları da önemli bir soru işaretidir. Çevre gazeteciliği, insanlığın kendi türü hariç diğer canlı ya da cansız şeylerle olan iletişimi sonucunda ortaya çıkmış ve bu durumla ilgili oluşan durumları ile ilgili haber toplama, düzenleme ve oluşturma biçimidir. Özellikle yurtiçi ve yurtdışında doğal kaynakların hızlı bir şekilde tüketilmesi, hızlı nüfus artışı, ekolojik dengenin bozulması sonucu ortaya çıkan çevre sorunları dünya gündemi içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. (Temizkan, 502) Çevre sorunlarının insanların gündelik hayatını etkilemesi nedeniyle çevre haberleri hem uyarıcı hem de soruna çözüm bulunması noktasında kamuoyunu harekete geçirtmeye yönelik olarak medyada yer alması gerekmektedir. Çevre konusunda sağlık ve bilim

haberleri ile birlikte değinilen çevre haberciliği için muhabirler de aynı birim içerisinde yer alırlar. İnsanoğlu yakından ilgilendiren bu haberler hem insanları bilinçlendirirken bir yandan da korunmalarını sağlar. Mevcut çevre sorunlarının tümünü kapsayan çevre muhabirliği, yeni tanımlanan sorunlarından da haberdar olmak ve kamuya duyurmak durumundadır. Televizyon haberlerinde de televizyonun görsel yönünü de kullanarak hedef kitlenin çevre bilinçliliğini arttırmak için yayınlara yer verilmektedir.

Tarihsel olarak çevre haberlerine bakıldığında özellikle 19. yüzyılda doğanın önemine yapılan vurguların olduğu yazılara rastlanmaktadır. (Lowenthal: 2000, 27) 20. Yüzyılın ilk yarısı insanoğlunun savaşlar ve kaosu ile betimlenir. Bu dönem aynı zamanda insanoğlunun nükleer ile de karşı karşıya geldiği bir dönemdir. Tam olarak Batıda çevre sorunlarına yer verilen dönem ise 1960'ların sonudur. Doğa hakkında yazarlığın geçmişi, Christopher Columbus'un yazdığı keşif hikâyelerine kadar geri gitse bile, çevre haberciliği 1970'li yıllara kadar tam olarak şekillenmemiştir. Çevre muhabirliğinin bir meslek olarak ortaya çıkması, Rachel Carson'un "Sessiz Bahar" (Silent Spring) adlı kitabının 1962 yılında yayınlanması ile başlatılabilir. (Duman: 2011, 54) 1970'li yıllarda Birleşmiş Milletler (BM) ve UNESCO tarafından yapılan seri toplantılar ve peş peşe başlatılan yeni programların ortaya çıkması ve çevre politikalarının ve yasaların çıkmasıyla birlikte Çevre Haberciliği dikkat çekmeye başlamıştır. New York Times, Chicago Tribune gibi gazetelerin sayfalarında çevre haberlerine ayrılan yerin 1960'ların sonundan başlayarak önemli bir artış gösterdiği gözlenmektedir. Muhabirler, nesli tükenen türler, çevre kirliliği gibi konularla ilgili haberler yapmaya başlamıştır. 1970li ve 1980'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) gazeteleri çevre muhabirleri istihdam etmeye başladı. 1980 sonraki dönemde çevre sorunları üzerinde kamunun ilgisi daha da artarak devam etmiştir. Günümüzde özellikle batı medyasının çevre konusunda uzman yazı işleri ekiplerini istihdam ettiklerini ve bunlarla ilgili haberler hazırlayarak batı medyasında çevre ile ilgilenen

uzman muhabirler bu konuda haber çalışması yapmakta yazılı, görüntülü ve elektronik medya araçları ile sunmaktadır. Başta çevre felaketleri olmak üzere, hava, su, toprak kirliliği, nükleer silahlar, kimyasal atıklar, genetiği değiştirilmiş gıdalar, ozon tabakası, enerji tasarrufu, tehlikeli atıklar çevre haberlerinin önemli bir bölümünü doldurmuştur. (Bernadette, 1995, 2) Çevre sorunlarını konusundaki haberler basında döngüsel yapıda yer almaktadır. Çevresel ve endüstriyel felaket basında büyük bir kriz olarak yer alır fakat çok uzun zaman geçmeden gündemden kaybolur. (Jarrell: 2007, 32) Çevre ihlalleri harici de bu haberlerin sıklıkla yer aldığını söylemek olanaklı değildir. Çevre sorununu konu alan haberlere medya kanallarının ilgisi de farklılık göstermektedir. Fikir gazeteleri ve haber kanalları çevre sorunlarını ya da bu konudaki tartışmalara diğer medya kuruluşlarına oranla çok daha fazla yer vermektedir. Kitle gazeteleri ve ana akım televizyonlarda ise çevre haberlerinin yer alma oranı oldukça düşüktür. Verilen haberler de çeşitli haber teknikleriyle magazinleştirerek sunulmakta ya da çoğunlukla uzman görüşüne yer vermeden yüzeysel anlatımlarla iletilmekte ve az yer ayrılmaktadır. Temizkan, (2013, 520) çevre sorunlarını konu alan haberlerin basının gündeminde sıklık yer almadığına dikkat çekerken merkez basın olarak adlandırılan çok sayfalı magazin, yorum ve haberlerin olduğu, çok reklam alan gazetelerinde çevre haberleri yer alma sıklığının oldukça düşük olduğunu söyler. Yer alan haberlerde içi sulandırılarak magazin unsurları eklenerek verilmektedir. Özellikle haber televizyonlarının hedef kitlenin televizyon başında olduğu saatte çevre ile ilgili haber ve programlara ne oranda yer ayırdıklarına yönelik sayısal veriler ortaya konulması mevcut araştırma alanının profilini ortaya koyması ileride yapılacak çalışmalar açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada toplumsal sorumluluk yüklenen haber kanallarının yukarı da sözünü ettiğimiz beklenen davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmediğini ölçen bir niceliksel tasarım yapılmış ve bu tasarıma veri toplamak amacıyla nicel içerik analizi tekniği uygulanmıştır. Günümüzde hala önemini koruyan bir kitle iletişim aracı olarak

televizyonun haber kanalları bağlamında çevre konusuna verdikleri bulgular için nicel içerik analizi çalışması ile incelenmektedir.

YÖNTEM VE VARSAYIMLAR

Bu çalışmada, Türkiye'deki haber televizyonlarında çevre programlarına verilen önemin hangi boyutta olduğu saptanarak, akşam kuşağında çevre programı yer alma sıklığı incelenmiştir. Bu amaçla çalışmanın sorunsalının sınanması için izleyici ölçümlerinde ilk sıralarda yer alan haber kanalları (NTV- TRT Haber CNN Türk-Haber Türk) 01.03.2015-30.03.2015 tarihleri arasında aylık yayın akışları Prime Time Kuşağı üzerinden incelenmiştir. Bu içerik analizinde haber televizyonlarında prime time kuşağında çevre programı ve haberlerinin yer alma sıklığının ne kadar olduğu sorusu çözümlenmiştir. İçerik analizi, Berelson'un tanımıyla, iletişimin ifade edilmiş içeriğinin nesnel, sistemli ve niceliksel betimlemesini yapan araştırma tekniğidir. İletişim süreci içerisinde ne söylüyor sorusuna yanıt arayan içerik analizi içeriksel öğelerin nicel dağılımına, bu dağılımın karakterine, içerikteki öğeler arası ilişkilerine bakar. (Erdoğan, 180) Mutlu, (2008, 27) içerik çözümlemesi yönteminin kitle iletişim metnlerinin, belli içerik kategorilerine göre ayrıştırılarak sayılabilir verilere dönüştürülmesi işlemini dile getirir.

Gerbner, televizyonun geniş ve ayrışık bir ulusal topluluğu oluşturan farklı grupların arasındaki temel ortak zemin olduğuna vurgu yapar. (2014: 339) Kitleleri ekran başına toplayan ve 1960'lar da altın çağını yaşayan televizyonun kuşkusuz en önemli programlarından biri haber bültenleridir. Haber bültenlerinin amacı ilk bakışta ülkede ve dünyada gün boyunca olan gelişmeler hakkında bireyi bilgilendirmek olarak görülse de, salt işlevi bu değildir. Türkiye'de özel kanalların gelişmesiyle, haber kanalları da kurulmaya başlanmıştır. Bu kanallar haberi, diğer özel kanallara göre daha sade ve magazinsel olmayan biçimde sunma amacındadırlar. Çevre programları konusunda ki duyarlılığı ölçmeyi hedefleyen ve yaklaşık bir aylık bir dönemde toplam 90 saatlik 4

televizyon kanalının yayın akış ve programının incelendiği bu çalışma, çalışmayı hazırlayan kişi ve bir grup yükseköğretim öğrencileri tarafından hazırlanmıştır. Mertia'nın (2011, 21) konu ile benzer şekilde Hindistan televizyonları üzerine yaptığı "Environment via Television News Media in India" çalışması da Hindistan televizyon medyasının çevreyle ilgili konularda adaletli davranmadığı sonucuna ulaşmıştır. Mertia, niceliksel olarak haber kanallarının çevreyle ilgili konulara çok az yer verdiğine vurgu yapmıştır. Özkoçak ve Tufan'ın (2010) Türkiye'de ki "Çevre Duyarlılığı Kazandırmada Özel Radyo Haberlerinin Rolü" üzerine yaptıkları çalışma da farklı niteliklerdeki 4 radyo istasyonunun 5 günlük haber bülten metinlerinden konularına göre kategorize edilmiş olan toplam 611 haber incelenmiş ve radyolarda bilinç artırıcı önemli bir çabaya rastlanmadığı gözlemlenmiştir. Çalışma da gün içinde yayınlanan tüm bültenlerin ortalamasının yüzde 1 ile yüzde 4 arasında olduğunu ortaya koymuştur. Tunalı'nın (2009) "Yüksek Tirajlı Gazetelerde Çevre Haberciliği" üzerine Türkiye'de ki 8 gazete üzerine içerik analizi de gazetelerde düzenli bir şekilde çevre sayfasına yer verilmediği ve bu sayının diğer haberlerle kıyaslandığında oldukça az sayıda olduğu sonucunu vermiştir. Önce, içerik analizinde uygulanmak üzere oluşturulan kodlama cetveli araştırma materyalinin yüzde 20'si üzerinde sınanmıştır. Yaptığımız araştırmanın hipotezleri ise şöyledir;

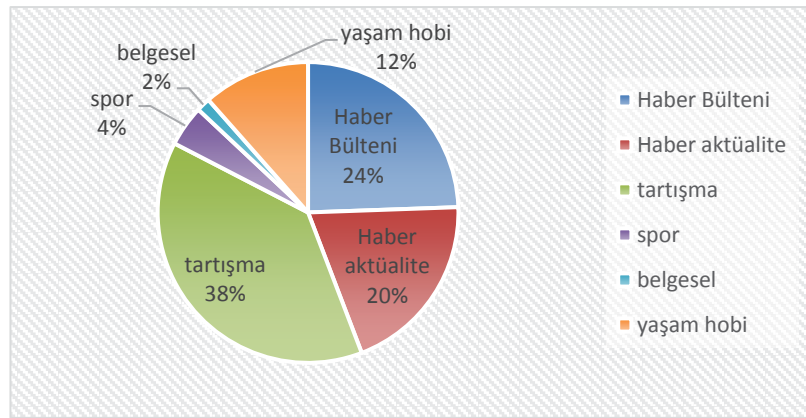
- Haber televizyonlarının çevre programları, diğer yayın program yapılarına göre azdır.
- Haber televizyonlarının yayın politikalarında alternatif yayın politikaları azdır.

01.03.2015-30.03.2015 tarihleri arasında aylık yayın akışları Prime Time Kuşağı üzerinden incelenen NTV, TRT Haber, Habertürk, CNN Türk televizyonları toplam 360 saatlik prime time yayın akışının içeriği çözümlenmiştir. İncelenen yayın kanalları içerisinde Doğu Grubuna ait olan NTV, Ciner Grubu'na ait olan Habertürk, Doğan

Grubu'na ait olan CNN Türk ve kamu hizmeti yayıncısı olarak görev yapan TRT Haber kanalları yer almaktadır. İçerik Analizi için belirlediğimiz yayın akışı kategorileri haber bülteni, haber aktüalite, tartışma söyleşi, spor, belgesel ve yaşam hobi olmuştur. İzlenen ve incelenen programlar yukarıda söz edilen kategorilere ayrıştırılmış ardından programlar içerisinde çevre odaklı yayınlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

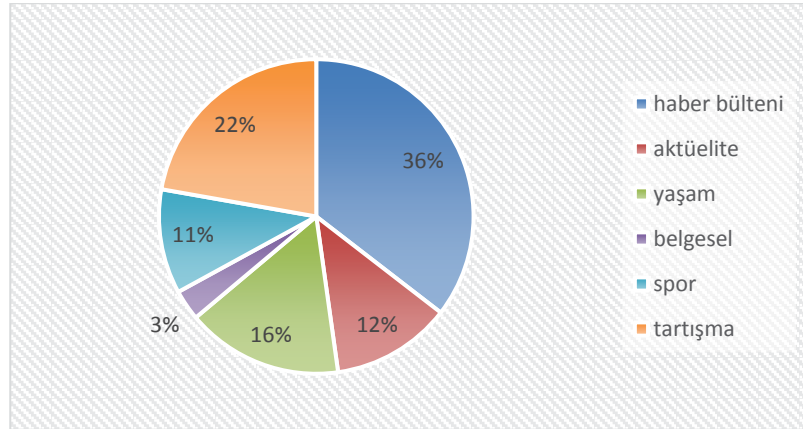
Tablo 1'de görüldüğü gibi Türkiye'de inceleme yapılan dönemde haber programlarının önemli bir bölümünü tartışma ve haber bültenleri kaplamaktadır. Bu durum haber kuruluşlarının yayın politikalarında haber önceliği önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Neşe Kars, (2010, 136) haber önceliğinde iletişim sisteminde var olan eğilim ve değer yargılarına bağlılığın önemine vurgu yapar. Özellikle Türkiye'deki haber kanallarında siyasi ve ekonomik haberlere eğilim gözle görülür bir şekildedir. Kanalların yayın saatlerinin çoğunluğunu televizyon haber stüdyolarında birbirleri ile fikir yarışına giren gazeteci, akademisyen, siyasetçi ve fikir önderleri kaplamaktadır. Mayıs 2015 tarihinde dakika bazlı olarak ele aldığımızda haber kanallarının yayın akış yapısı şu şekildedir. Haber bülteni 5279, Haber aktüalite 4266, 8295 dakika tartışma söyleşi 950 spor, Belgesel 320 dakika, Yaşam hobi 2490.



Tablo 1: Televizyon Yayın Akış Ağırlık Tablosu

NTV Televizyonu

Türkiye’de yayın hayatına haber kanalı olarak başlayan ilk televizyon 1996’da yayın hayatına başlayan NTV’dir. Bankacılık ve finans, otomotiv, inşaat, turizm ve hizmetler, enerji gibi çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren Doğu Grubu’nun sahibi olduğu kanal daha çok A sınıfı olarak nitelenen gelir düzeyi yüksek olan çalışan sınıfa yönelik haber yayını yapmaktadır. Kanalda 1-30 Mart 2015 tarihleri arasında yaptığımız incelemeye göre haber bülteni ve tartışma programı ağırlıktadır. Kanal prime time yayın politikası içinde spor yaşam hobi haber aktüalite dengeli bir şekilde yayılmıştır. Bu oranların dakikalara göre verileri ise şöyledir; Haber bülteni 1815 dakika (%36), tartışma ve söyleşi 1200 dakika (%22), haber aktüalite 665 (%12), yaşam-hobi 870 dakika (%16) belgesel 170 dakika (% 3), Spor 580 dakika (%11)



Tablo 2: NTV Mart Ayı Program Akışı Tablosu

NTV Kanalının prime time yayın kuşağı içerisinde 5400 dakikalık zaman diliminde çevre sorunlarına yer verdiği program sayısı ikidir. Bu programların birisi

yaşam kategorisi içerisinde yer alan *Müze Ziyaretçisi* programı diğeri de belgesel kuşak içerisinde yer alan *Cosmos* olmuştur. Bu programlarda 60'ar dakikalık yayın akışı içerisinde ekrana gelmişlerdir. Bu durumda tüm prime time saatleri içerisinde NTV'nin çevre bilinci üzerine yayın akış oranı yüzde 2, 5 olarak ölçülmüştür. Müze Ziyaretçisi programı Anadolu Tarihi'ni arkeolojik ören yerleri ve müzeleri gezerek anlatan 13 bölümlük bir proje olarak hazırlanmış ve NTV'nin prime time saatinde yer almıştır. Proje, insanoğlunun uygarlık serüvenine tanıklık etmiş antik yerleşim yerleri ile buralardaki kazılardan elde edilen eser ve objeleri genç kuşaklara tanıtmaya amaç ile hazırlanmıştır. Bir diğer çevre odaklı program NTV Belgesel Kuşağı içerisinde gösterilen: *Cosmos: A Spacetime Odyssey*; insanoğlunun kuşaklar boyunca uzay ve zamandaki yerini keşfedip doğa kanunlarını anlamaya başlayışın hikâyesini 13 bölümlük belgesel boyunca araştırmıştır.

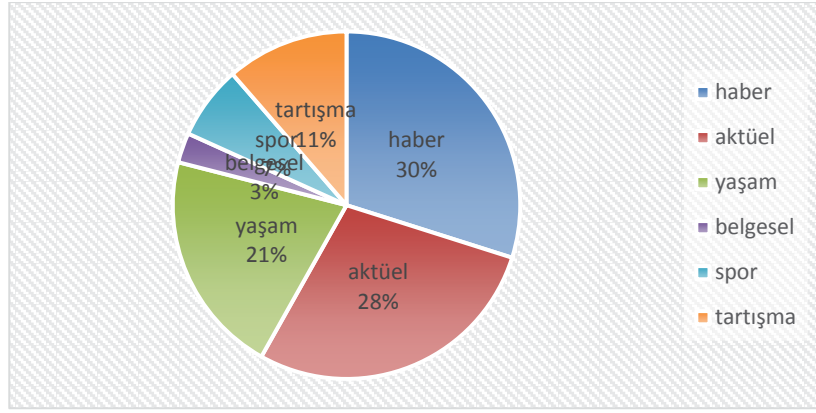
NTV, 2008 yılından itibaren özellikle yaz yayın döneminde çevre sorunları ve çözüm önerileri üzerine programlar, doğal ve kültürel zenginlikler üzerine özel yapımlar, doğada tek başına hayatta kalmanın yolları, çevre konulu açık oturumlar, gezi rehberi, doğa dostu kullanım alışkanlıkları, projeleri ve uygulamaları tanıtan programlar ve belgeselleri yayınlamaktadır. NTV televizyonu yaz yayın kuşağında ki bu yayınları Doğuş Grubunun sosyal sorumluluk çalışmaları içerisinde yapmaktadır. Projenin amacı; çevresel sorunlara dikkat çekmek, çevre ile ilgili konularda toplumsal farkındalığın artırılmasını sağlayarak "yeşil" konularla ilgili tüm sorulara yanıt bulmak ve yanlış bilinenleri düzeltmektir. NTV, yayın akışında, küresel ısınma, yenilenebilir enerji, organik gıdalar, yeşil tatiller gibi pek çok farklı konuda çeşitli programlara yer vermektedir¹. Kalan, NTV yeşil ekran projesinin özellikle yaz döneminde yayınlanmasının televizyon izlenme oranlarının az olduğu bir döneme rastlaması nedeniyle eleştirmektedir. Kalan, bu durumun verilen önem açısından düşündürücü

¹ <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/ntv-yesil-ekran-projesi>

olduğunun ayrıca programların içeriklerinde ünlülerin kullanılmasının ve program formatlarının ciddiyyetten uzaklığının çevre hareketleri konusunda popülist bir yaklaşımın izlerinin taşıdığını vurgular. (Kalan: 2012, 105)

TRT Haber Televizyonu

2010 yılında TRT'nin 1986 yılından beri yayın hayatını sürdüren 2. Kanalının yerine yayın hayatına başlayan kamu hizmeti yayıncılığı yapan haber kanalı TRT Haber 24 saat haber yayıncılığı yapmaktadır. TRT'nin gerçekleştirdiği kamu hizmeti yayıncılığı; genellikle bir kamu kuruluşu olarak örgütlenmiş, topludaki herkesin eşit bir biçimde yayınlara erişebildiği, yayınlarda, haber ve bilgi verme, eğitime ve eğlendirme işlevlerine göre dengeli program türü dağılımı sunması ve politik konularda tarafsızlığı ve dengeliliği gözeten yayıncılık anlayışı olarak tanımlanır. (Beybin Kejanlıoğlu: 2004, 693) Dünyadaki kamu hizmeti yayıncılıkları geçmişten günümüze sürekli izlenme oranı ve farklılık arasındaki dengeyi bulma çabaları içinde olmuşlardır. Ticari yayıncılar nispeten daha geniş program yapıları ile aldıkları reklamlarla mali açıdan daha rahat hareket ederlerken, kamu hizmeti yayıncılarının mücadelesi sadece izleyiciden daha fazla pay almak değil bir de programcılık anlamında daha özgün bir programlama yapısı oluşturmaktadır. Ayrıca kamu yayıncılarından pazar yapılarını ve programlarını oluştururken toplumunun genel amaçlarına bağlı kalmaları beklenmektedir. Kamu hizmeti yayıncıları yüksek kalitede, kapsamlı ve çeşitli programlar sunmaları gereklidir. Böylece kamu yayıncıları ulusal kültürün devam etmesine yardım etmektedirler. (McKinsey: 21) 2015 yılı Mart ayı içerik analizi çalışmamızda da en dengeli yayıncılık akış yapısı TRT Haber kanalında görülmüştür. TRT Haber kanalının dakikalara göre yayın akış verileri ise şöyledir; Haber bülteni 1614 dakika (%30), tartışma ve söyleşi 615 dakika (%12), haber aktüalite 1526 dakika (%28), yaşam-hobi 1125 dakika (%21) belgesel 150 dakika (% 3), spor 370 dakika (%7)



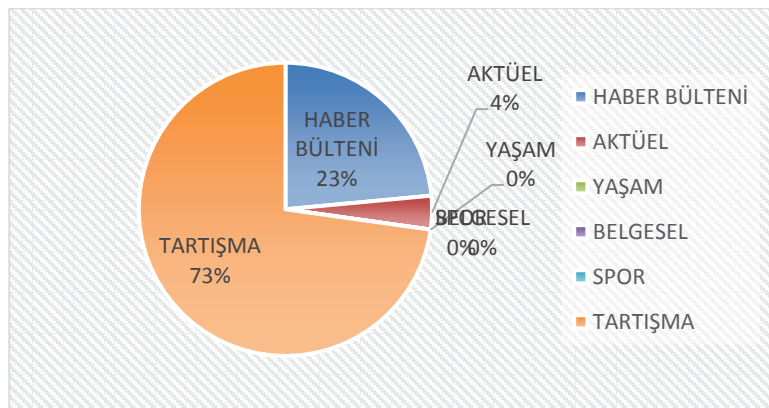
Tablo 3: TRT Mart Ayı Program Akışı Tablosu

TRT Haber Kanalının prime time yayın kuşağı içerisinde 5400 dakikalık zaman diliminde çevre sorunlarına yer verdiği dakika sayısı 450 dakikadır. Bu da tüm zaman dilimine oranı yüzde 8'dir. Prime time zaman dilimi içerisinde 7 program içerisinde toplam 13 frekans çevre odaklı program yer almıştır. Bu programlar; *Çizgiyi Aşanlar* belgeseli, *Doğada İnsan* programı, *Yaşayan İnsan Hazinesi* programı, *Yoldan Çık* Programı, *Nükleer Serüvenin İlk Kahramanları* Belgeseli ve *Fazla Mesai* haber aktüalite programı içerisinde yer almıştır. Programlar tür ve özelliklerine göre değerlendirilirse programların yüzde 64'ü yaşam ve hobi programı (290 dakika), yüzde 22'si belgesel program (100 dakika), yüzde 14'ü (60 dakika) haber aktüalitedir. *Çizgiyi Aşanlar* Belgeseli 30 dakikalık yayın ile çözümleme yapıldığı dönemde iki kere prime time kuşağında yayınlanmıştır. Başta Kuzey Amerika, Bolivya, Çin, Tayland, Fas ve Norveç olmak üzere farklı ülkelerde sıra dışı sporcuların maceralarını konu alan program spor, felsefe ve sanat arasındaki ince çizgiyi manzara ile buluşturmayı hedefliyor. *Doğadaki İnsan* Programı Anadolu topraklarında geçmişin izini sürerken doğada yaşayan insanın mücadelesini anlamaya ve anlatmaya çalışıyor. Ayrıca bölgede doğadaki insanı ve yaşam tarzını anlatmaya çalışıyor. 40 dakikalık program 5 kere prime time kuşağında yer verilmiştir. *Yaşayan İnsan Hazinesi* programı, *Yoldan Çık* Programı 2 kere

yayınlanmıştır, *Nükleer Serüvenin İlk Kahramanları* Belgeseli, *Fazla Mesai* haber aktüalite programı içerisinde 2 kez çevre odaklı olaylardan söz edilmiştir.

Habertürk Televizyonu

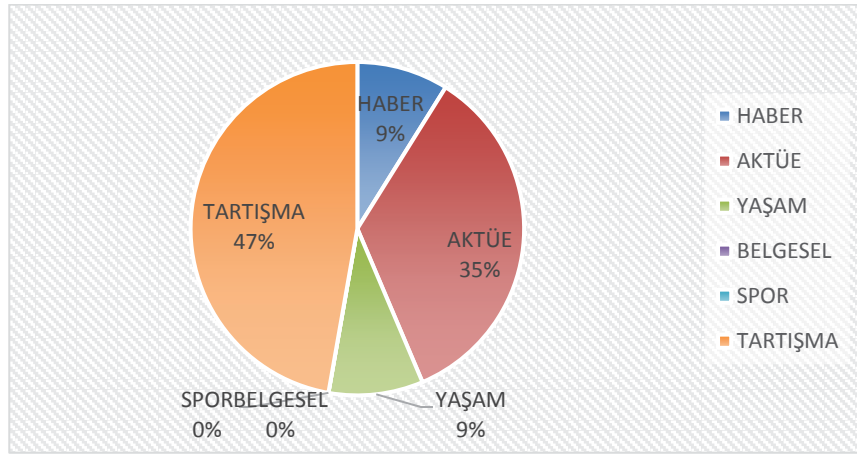
Ciner Grubu tarafından yönetilen Habertürk Televizyonu medya sektörü dışında enerji, madencilik, turizm, sanayi ve ticaret sektörlerinde de hizmet göstermektedir. Bir dönem Türkiye'nin en çok izlenen kanalları arasında yer alan atv kanalının da elinde tutan grup bugün kanallar ile yoluna devam etmektedir. Habertürk kanalının prime time yayın akışının büyük çoğunluğunu gündeme dair konuların stüdyoda tartışıldığı programlar oluşturmaktadır. Bu yayınların tüm yayın akışı içerisinde oranı yüzde 73'tür. Haber tartışma programlarının yanı sıra kanalın ikinci yayın akış biçimi haber bülteni yayınlamak üzere kurulmuştur. Haber bülteni oranı da yüzde 23'tür. Aktüel programlar yüzde 4 oranında yer verilirken belgesel, yaşam ve spor haber programlarına prime time saatte yer verilmemiştir. Kanalın yayın politikası genellikle stüdyoda yapılan programlar üzerinden yürütülmektedir. 30 gün boyunca incelenen programlar içerisinde çevre üzerine odaklı bir program bulgusuna ise ulaşamamıştır.



Tablo 4: Habertürk Mart Ayı Program Akışı Tablosu

CNN TÜRK Televizyonu

CNN Türk 1999 yılında CNN'in sahibi olan Turner Broadcasting Doğan Medya Grubunun ortaklaşa kurdukları yabancı ortaklı televizyon yatırımı olmuştur. 2015 yılı Mart ayı için CNN Türk Haber kanalının dakikalara göre yayın akış verileri ise şöyledir; Haber bülteni 480 dakika (%9), tartışma ve söyleşi 2550 dakika (%47), haber aktüalite 1875 dakika (%35), yaşam-hobi 495 dakika (%9) belgesel ve spor programı yer almamaktadır.



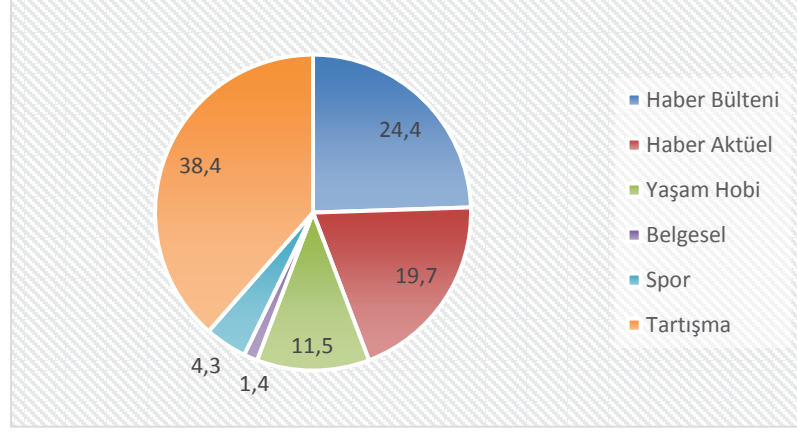
Tablo 5: CNNTÜRK Mart Ayı Program Akışı Tablosu

CNNTÜRK Kanalının prime time yayın kuşağı içerisinde 5400 dakikalık zaman diliminde çevre sorunlarına yer verdiği program sayısı ikidir. Bu programların birisi yaşam kategorisi içerisinde yer alan *Yeşil Doğa* programı diğeri de haber aktüalite içerisinde yer alan *Para Dedektifi* olmuştur. Bu programlarda 45'er dakikalık yayın akışı içerisinde ekrana gelmişlerdir. Bu durumda tüm prime time saatleri içerisinde CNNTÜRK'ün çevre bilinci üzerine yayın akış oranı yüzde 4, 5 olarak ölçülmüştür. *Yeşil Doğa* programı, Türkiye'nin çevre sorunlarını ekrana taşıma amacıyla ekrana geliyor.

Türkiye’yi doğası, insanı, kültürü ve tarihiyle keşfederken yok olan değerlerin peşinden giderek prime time saatinde yer almıştır. Yeşil Doğa Programının sunucusu Güven İslamoğlu, balıkçı ağlarına takılan yaralı balinanın kurtarma operasyonunu konu alan “Balina Operasyonu” adlı belgesel uluslararası WWF (World Wide Foundation) tarafından “En İyi Belgesel Ödülü”nü alırken Yeşil Doğa programı 2011 yılında “Eurosolar 2011 Güneş Ödülü”nü Berlin’e layık görülür. Bir diğer çevre odaklı program haber aktüalite programı içerisinde gösterilen *Para Dedektifi* programı içerisinde iki programda çevre sorunlarına değinmiştir. Para Dedektifi programı Ekonomiyi doğayla buluşturan program sloganıyla ekrana gelirken çarşı ve pazarda yer ana ürünlerin üretim aşamasını göz önüne seriyor.

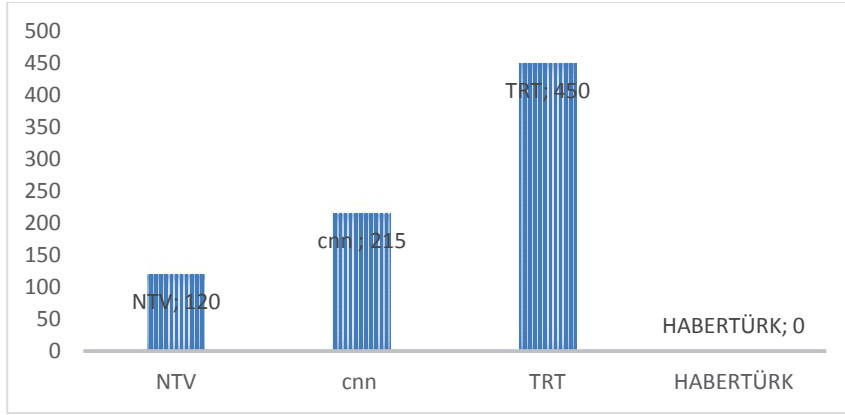
Medyanın önemli işlevlerinden biri kamuoyu oluşturma ve açıklamadır. Bu işlev, medya araçlarına, demokratik ortamların devamı ve gelişmesi açısından büyük görev ve sorumluluklar yüklemektedir. Bunun için, toplumun bütün kesimlerinin ve bireylerin bir anlamda gözü, kulağı ve dili olmak, herkesin özgürce görüş ve düşüncelerini ifade edebilecekleri bir ortam hazırlamak kitle iletişim araçları için kaçınılmaz olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının, okuyucuların ne hakkında düşüneceklerini ve neyi önemli olarak algılayacaklarını etkilemesine gündem belirleme denir. (Atabek, 1998, 171) Bu yaklaşıma göre, medyanın gündeme getirdiği konularla, okuyucu ve izleyicilerin bu konulara verdikleri önemlilik sırası arasında doğrusal bir ilişki bulunur. Bir anlamda medya gündem sınırlarını oluşturmada birincil derecede harekete geçiricidir. Medya kuruluşları, insanların çoğunluğunun ne hakkında konuşacağına gerçekleri ne olarak düşüneceğine ve insanın sorunlarla mücadele etmede hangi yolu kabul edeceğine karar vermede en büyük paya sahiptir” şeklindeki ifadesinde görülmektedir. (Severin, Tankard, 1994, 367) 2015 Mart ayı üzerine gerçekleştirdiğimiz çözümleme özellikle çevre sorunları ya da çevreye dair konuları gündeme getirme bağlamında haber televizyonlarının azınlık bir konu olarak konuyu ele aldıkları görülmektedir. Medya

kuruluşları haber öncelikler ve gündem konuları tartışmalarında çevre konularına sınırlı bir alanda gündeme getirdikleri gözlenmektedir.



Tablo 6: Haber Televizyonu Çevre Odaklı Yayın Akışı Oranı Tablosu

2015 yılı Mart ayı haber televizyonları üzerine çözülemeye göre 4 haber kanalı yayınlarının büyük çoğunluğunu haber bültenleri ve tartışma programlarına yer vermektedir. Bu programlarının çoğunluğunu siyasi ve ekonomik konular oluşturmaktadır. 2. hipotezde haber televizyonları yayın politikaları alternatif yayın politikalarına kapalı olduğuna vurgu yapılmıştır. Tablo 6'dan da anlaşılacağı gibi Türkiye'de haber kanalları stüdyo içerisinde yapılan tartışma programlarına ve haber bültenleri ile yayın akışını tamamlamaktadır. Bu oran yüzde 65'i bulmaktadır. Geriye kalan yayın alanı da haber aktüel, yaşa hobi, spor ve belgesel programlarından oluşmaktadır.



Tablo 7: Haber Televizyonu Çevre Odaklı Yayın Akışı Oranı Tablosu

2015 Mart ayı için incelediğimiz 4 ulusal haber kanalı genel olarak değerlendirildiğinde toplam 360 Saat ve 21.600 dakika üzerinden yapılan incelemede Şekil 6'da da görüldüğü gibi toplam 785 dakika kanallarda çevre odaklı yayın akışı yer aldığı tespit edilmiştir. Bu sayının yüzde 57'si kamu hizmeti yayıncısı TRT Haber'e aittir. TRT Haber prime time yayın akışı içerisinde toplam 450 dakika çevre odaklı yayın gerçekleştirmiştir. Tecimsel nitelikte haber kanalları içerisinde CNN Türk yüzde 28 oranında 215 dakika yayın yaparken NTV 120 dakika (yüzde 15) yeşil ekran programı ekrana getirmiştir. Toplam prime time yayın akışı içerisinde araştırmada incelediğimiz çevre programlarının oranı yüzde 4 olarak tespit edilmiştir. 1. hipotezimizde haber televizyonlarının çevre programları diğer yayın program yapılarına göre azınlıkta olduğu vurgulanmıştır. 2015 yılı Mart ayı haber televizyonları üzerine çözümlemeye göre yukarıda söz ettiğimiz gibi bu oran toplam oran içinde yüzde 4'tür. Bu oran özellikle kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT Haber'in yüzde 8'lik program içeriği ile sağlanmıştır. 3 tecimsel özel televizyonun kendi yayın akışları içerisinde bir orantılamaya yapıldığında bu oran yüzde 2'ye düşmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Kitle iletişim araçları yaptıkları yayınlarla haberleri sunuş şekliyle olaylar ve sorunlara dair algılamamızı etkiler. Bundan yola çıkarak denilebilir ki, bir konu, olay, kısaca bir mesaj, medyadan hedef kitleye iletilmeden önce sınırlandırılmakta, diğer bir deyişle mesajlar filtre edilerek; belli mesajların geçmesine izin verilmekte, diğerleri ise engellenmektedir. Böylece genelde medya kuruluşları toplumun “eşik bekçiliği” rolünü üstlenmektedir. Örneğin bir haberin gazetenin ön sayfasında büyük puntolarla manşet olarak ve fotoğraflarla süslenerek verilmesi ya da televizyon haberlerinde ilk sırada görsel efektlerle zenginleştirilerek sunulması dikkati bu habere çekerek, alıcının ilgisini ve haberin içindeki mesajı, gönderenin isteği doğrultusunda biçimlendirir. 2015 yılı Mart ayında en çok izlenen 4 haber kanalı üzerine incelemesinde Türkiye’de genel olarak haber televizyonlarını yayın akış politikaları haber ve tartışma programları yer aldığı tespit edilmiştir. Çevre konusuna odaklanan programları haber aktüalite ve yaşam hobi kategorisinde çoğunlukla kendisine yer bulmaktadır. İncelenen 4 haber kanalı içerisinde Habertürk televizyonu hariç diğer 3 haber kanalı olan NTV, TRT Haber ve CNN Türk’de çevre konusu ile ilgili programa rastlanmıştır. Sadece çevre konusuna değinilen programlar TRT Haber ve CNN Türk kanalında yer almaktadır. Diğer kanallarda farklı program yapılarının içinde değinilen programlar tespit edilmiştir. Kısaca 21 600 dakikalık yayın akışı içerik analizinin içerisinde 785 dakikalık bir alanın çevre konularına ayrıldığı tespit edilmiştir. Çoğulcu farklı yapılarında ekran içerisinde yer alabilmesi için haber kanallarına büyük görev düşmektedir.

Çevre yayıncılığı konusunda program çeşitliliğinin azlığı, bu konuya yönelik çalışmaların artırılması ve bilimsel ortamlarda ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Çevre yayıncılığını geliştirilmesi için aynı zamanda yayıncılık alanının düzenleyici kuruluşu RTÜK’e de görevler düşmektedir. Türkiye’de yayıncılık

düzenlemelerinde çevre ile programlar sadece cezalandırılan kuruluşların normal akışlarının yerine yayınlarında çevre programlarına yer vermelerinden ibarettir. Başta çevre olmak üzere diğer önemli konularda duyarlılığı arttırıcı yayınların arttırılmasında yasal düzenlemelere ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışmada ortaya çıkan yaklaşık yüzde 4'lük oranın daha da çoğalması gerekir. Çalışmanın girişinde hipotezlerde belirttiğimiz haber televizyonlarının çevre programları diğer yayın akışlarına göre azınlıktadır vurgusu ve haber televizyonları yayın politikaları alternatif yayın politikalarına kapalı olduğu düşüncesi kısmen çalışmanın sonucunda ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

Aksel, Hakan, (2003) Tematik Yayıncılık Örneği Olarak Televizyon Haber Kanalları, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Alemdar Korkmaz, Kaya, Raşit, Radyo-Televizyonda Yeni Düzen, Ankara, TOBB Yayınları, 1993

Atabek, Nejdet, "Gündem Belirleme Yaklaşımı", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 7, 1998, 155-174.

Bernadette West, Peter M. Sandman, Michael R. Greenberg, The Reporter's Environmental Handbook, New Jersey: Rutgers, University Press, 1995.

Darendeli Abdülvahap, (2013) Görsel-İşitsel Medya Özgürlüğü Uluslar Arası Düzenlemeleri, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 37, 268-308.

Duman, Kenan, (2011), “Çevre Gazeteciliğinin Gelişimi ve Mesleki Örgütlenme Çalışmaları” Medya Ve Gündelik Yaşamda Çevre Gerçeği, Editör: Serkan Kırılı, Ümit Sarı, İstanbul, Aya Kitap, 49-64.

Cengiz Temizkan, Ayşe, (2013), “Dünyanın Geleceği için Yeşil Bir Bakış: Çevre Gazeteciliği” Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları, Editör: Şebnem Çağlar, Konya, Literatürk İnceleme Araştırma, 501-532.

Encabo Manuel Nunez, (1997), “Gazetecilik Etiği Ve Demokrasi”, Medya Kültür Siyaset, Derleyen: Süleyman İrvan, Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 443-467.

Ergül, Hakan, (2000) Televizyonda Haberin Magazinleşmesi, İstanbul, İletişim Yayınları.

Jarrell, Melissa L. (2007) Environmental Crime and the Media : News Coverage of Petroleum Refining Industry Violations. New York, NY, USA: LFB Scholarly Publishing LLC.

Kalan, Özlem Gündüz, Çevre Bilinci-Tüketim ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi:NTV Yeşil Ekran Örneği, Medya Ve Gündelik Yaşamda Çevre Gerçeği, Editör: Serkan Kırılı, Ümit Sarı, İstanbul, Aya Kitap, 91-109.

Kars, Neşe, (2010) Radyo Televizyon Haberciliği, İstanbul, Derin Yayınları.

Kejanlıoğlu, Beybin (2004) “Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı”, Kamusal Alan, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.

Lowenthal, David, (2000) Nature and morality from George Perkins Marsh to the millennium., *Journal of Historical Geography*, 13–27.

Morgan, M. Medyaya Karşı George Gerbner, Çev: Veysel Batmaz, Güneş Ayas, İsmail Kovacı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014.

Mutlu, Erol, Televizyonu Anlamak, Ayraç Yayınları, Ankara, 2008.

O'Neill, John, (1998) "Piyasada Gazetecilik Yapmak", Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, der. A. Belsey, R. Chadwick, çev. Nurçay Türkoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 30-50.

Özkoçak Yelda, Tufan Fırat "Çevre Duyarlılığı Kazandırmada Kitle İletişim

Araçlarının Rolü: Radyo Haberciliği" 1. Ulusal, İletişim Ortamlarında Çevre Etkileşimi

Sempozyumu İstanbul, Haziran, 2010.

Tunalı, Nilüfer, Yüksek Tirajlı Gazetelerde Çevre Haberciliği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Genel Gazetecilik Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2009.

Werner Severin, James Tankard, (1994) İletişim Kuramları, Çev: Ali Atif Bir, Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Kibele Sanat Merkezi.