

İNGİLTERE

KHY temelinde:

- Evrensel hizmet
- programlarda çeşitlilik
- azınlıkların ve dezavantajlı grupların (çocuklar, yaşlılar ve kadınlar) gözetilmesi
- kamunun sürekli ve doğru bilgilendirilmesi
- Kültürel zenginliğe katkı sağlanması

gibi ilkeler etrafında örgütlenmiş bir yayıncılık modelidir. KHY'nın özellikle İngiltere'deki ilk dönemlerine baktığımızda temel hedefin toplumun entellektüel ve kültürel olarak aydınlanmasının sağlanması olduğunu görüyoruz.

(S) 1920'lerde BBC'nin kurulma aşamasındaki belgeleri incelediğimizde İngiliz politikacılarının yayıncılık alanında "kamu çıkarı"ını gözetecek ve kamu tüzel kişiliğine sahip olacak (public corporation) bir yapıyı yayıncılık için en ideal model olarak tartıştıklarını görüyoruz. Neden bu modelin en ideal model olarak görüldüğünü anlamak güç değil. Sonuçta frekans dediğimiz şey kıt bir kaynak ve ekonomik, politik ve kültürel açıdan düşünüldüğünde doğru kullanılması gerekli. Savaştan çıkmış ve kitle iletişim araçlarının propoganda amaçlı olarak kullanılabileceğinin farkında olan bir toplumun politika yapıcılarının yeni kurulacak bir yayıncılık modelinde söz sahibi olmak istemeleri son derece doğal. Buradaki temel mesele devletlerin/hükümetlerin yayıncılıkta söz sahibi olmak istemelerinin ne tür bir kontrol ilişkisine dönüşeceği. İngiltere çelişkiye değil, uzlaşmaya ve tartışmaya dayalı bir politik kültüre sahip olmasından dolayı bu meseleyi olabildiğince iyi organize eden bir ülke olarak karşımıza çıkıyor. Daha 1920'lerde yayıncılığın hükümetin doğrudan kontrolünde olmaması gerektiğine, bunun yerine, yasa ile tanınan bir izin o dönemde Posta İdaresi'nden alınması yoluyla yayıncılığın başlaması öngörülüyor. Bu izin belgesi de yayıncıların genel sorumluluklarını içeren bir belge aslında. Dolayısıyla aynı dönemde Amerika'daki kaotik ve ticari yayıncılık ortamının karşısında İngiltere'de daha en başından iyi düzenlenmiş bir yayıncılık alanının olduğunu görüyoruz. 1922'de İngiliz hükümeti büyük radyo üreticilerine yayın yapmak üzere bir kartel oluşturmaları için Posta İdaresi aracılığıyla lisans veriyor. Adı British Broadcasting Company olan bu kartelin finansmanı için de radyo seti sahibi olanlardan yıllık lisans ücreti toplanmasına karar veriliyor. Bu aslında çok ilginç bir karar, çünkü lisans ücretinin toplanması denilen şey aslında bir tür vergilendirme ve bu sayede ticarileşmenin önüne geçilmek isteniyor. BBC bir şirket olarak 1927 yılına kadar yayınlarına devam ediyor. 1927 yılında ise yasa ile çıkartılan Kraliyet Beratı (Royal Charter) ile yeniden ve bu kez British Broadcasting Corporation olarak düzenleniyor. Böylece BBC aslında bir

anayasal kurum olarak düzenlenmiş oluyor ve sorumluluğunun hükümete ya da parlamentoya değil, asıl halka karşı olduğu tanınmış oluyor. Bu berat on yılda bir yenilenmektedir, 2016 yılında yeni berat yürürlüğe girmiştir.

(Slayt) BBC'ye kurumsal kimliğini kazandıran belkide en önemli isim 1923-1938 yılları arasında genel müdürlük yapan Sir John Reith (1889-1971). (Reith aslında bir İskoç, Calvinist bir aileden geliyor, Protestan, mühendislik eğitimi almış). 1925 yılında İngiltere'de yayıncılığın geleceğinin nasıl olması gerektiğine ilişkin bir rapor hazırlamak üzere kurulan bir komisyona görüş bildirmek üzere çağrılan Reith, bu komisyonda aslında BBC'nin ileleyen yıllarda oluşturacağı anlayışın temel çizgilerini de belirlemiş oluyor. Bu çizgiler şunlar: (Slayt)

- Yayıncılık yüksek bir standarta sahip olmalıdır.
- Sunulan hizmet sadece eğlence odaklı olmamalıdır. Yayıncılığın olabilecek en çok sayıda haneye insanlığın her alandaki kazanımlarını, bilgisini ve gayretini sunması gereklidir. (Seçkici, aydınlanmacı bir bakış açısı)
- Vulgar ve kırıcı bir tondan uzak durulmalı, yüksek ahlaki bir tona sahip olunmalıdır.
- Yayıncılık halkın beğenilerini yönlendirmeli, onların esiri olmamalıdır (to make good popular).
- Yayıncılık eğitici bir rol üstlenmelidir

(Slayt) Aslında Reith'in inaç dünyası yayıncılığı neden paternalist ve misyon odaklı bir bakış açısından değerlendirdiğini belli ölçüde açıklayabilir. Ancak o dönemde Matthew Arnold gibi eğitimcilerin kültür tanımlarının da etkisini göz ardı etmemek gerekli. Arnold kültürü insanlığı düşündüğü ve ürettiği şeylerin en iyisi olarak tanımlamıştı. Reith "*yayıncılık kültürün hizmetçisidir*" dediğinde burada kastettiği kültür tam da bu kültürdü. Reith, BBC'nin ticari çıkarlardan özgür olmasının onun yüksek ahlaki ve toplumsal idealleri gözetmesini sağlayacağına inanıyordu. BBC ulusu dini, ahlaki ve eğitim bağlamlarında yönlendirecekti. Bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek (inform, educate, entertain) BBC yayıncılığının – dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığının - üç misyonunu oluşturacaktı.

(Slayt) Bu üç alan için de Reith "Halka ihtiyacı olduğunu düşündüğümüz şeyi vereceğiz, istediklerini değil. Halkın azı ne istediğini, daha da azı ise neye ihtiyacı olduğunu biliyor" demişti. Bu elbetteki son derece elitist bir görüştü ve İngiliz orta sınıfının dünyaya bakışını yansıtıyordu. Bu nedendir ki BBC'nin erken dönem yayınlarında Kraliyet İngilizcesi ile dinleyicilere sesleniliyor, yayın akışında opera, klasik müzik, İngiliz edebiyatı klasikleri gibi eserler eğlence kuşağı içerisinde yer alıyordu. BBC'nin daha popüler yayıncılığa kayışı ancak 2. Dünya savaşı sırasında oldu. Savaşın etkisiyle işçi sınıfına daha çok hitap etmeye başladı.

1926 Genel Grevi ve BBC..

Kitle iletişimi dünyasına giren her yeni araç bir öncekinin iktidarını sarsıyor. Radyo bu anlamda basın karşısında bir tehdit olarak algılanıyor. Radyo ilk başladığında İngiltere’de gazete sahipleri yayıncılığın kısıtlanması için iktidarlara baskı yapıyor. Haberi ilk onlar aktarmak istiyor. Oysa radyo bu iş için daha elverişli.

BBC, *General News* adı altında ilk bültenlerini 1922’de yayınlamaya başlıyor ama bu sırada bir haber kadrosu yok. Reuters haber ajansından gelen akışı aktarıyor sadece. İlk dönemde BBC’nin ancak gazetelerin sabah ve akşam baskılarınının çıkmasından sonra haber yayınlamasına izin verilmiş. Bu haberler de radyoya uygun biçimde seslendirilmiş haber başlıklarından ibaret. Röportaj yok, güncellik yok, dosya haberciliği yok. Zaten bunları gerçekleştirecek kadro da yok. 20. yy. kamusunu gerçek anlamda şekillendiren ilk araç radyo. Olup bitenle eşzamanlı ve zamana bağımlı ilk araç. Oysa basın böyle olduğunu iddia ediyordu. Radyo haberciliği bu anıdalıkla olan ilişkisinden dolayı kitlesine başka türlü seslenmesi gerektiği anlayışını da zamanla geliştiriyor ve bu anlayışla kendisini dönüştürüyor.

BBC bünyesinde bir haber biriminin kurulması da ancak 1926 grevinden sonra gerçekleşiyor. Hükümet BBC’nin kendi haberlerini yapmasına izin vermek zorunda kalıyor çünkü birçok sektör gibi basın da bitmiş durumda.

İngiltere’de radyo haberciliği, gazete baronlarının ve politikacıların görüşlerinin tüm olup bitenleri yorumladığı bir dönemde kendine daha iyimser ve farklı bir ton kazandırarak yepyeni bir araç olarak halkın karşısında konumlandırıyor. Özellikle yayıncılığın ticari baskıda uzak kalması, halkın parasıyla faaliyet göstermesi ve siyasal konulara ilişkin dengeli bir bakış geliştirmesi halkın gözünde güvenilirliğini artırıyor. BBC artık kamusal tartışmanın bir parçası, vatandaşların karar alma süreçlerinde başvurdukları bir kaynak. Gittikçe politikleşen ve ticarileşen basın halkın gözünde de değer kaybediyor. Gazete alınıp satılabilen, sahibine güç kazandıran bir şey. Oysa radyo halka ait.

BBC’nin “az olan fazladır” (less is more) anlayışı da önemli. Bugünün 24 saatlik haber maratonu düşünüldüğünde kavraması güç. 1930’da bir gün “bugün haber yok” anonsunu bile duymuş İngilizler. Bu o gün için kayda değer, haber niteliğinde bir şey olmamış demek. Haber açısı, bakış açısı kavramları 1936’da oluşmaya başlıyor. Özgün haber kavramı ortaya çıkıyor. Bunun oluşmasında elbette haberci kimliklerinin, öncülerin rolü var. Londra’daki bir yangının haberini yapan David Dimbley BBC yöneticilerine “muhabir” (reporter) olarak

adlandırılacak kişilere ihtiyaç duyulduğunu, bu kişilerin beklenmedik olayları halka özgün bir üslupla anlatmaları gerektiğini dile getiriyor.

Radyo haberciliği 2. Dünya Savaşı sırasında yükseliyor, habere duyulan korkunç bir ihtiyaç var. Bu tarihlerde BBC'nin 62 kişilik bir savaş haber kadrosu var, bunlardan 48i muhabir. BBC haber departmanı ise 1934'te kuruluyor. BBC'nin haberler için ayrı bir departman kurmasının nedeni dengeli ve tarafız habercilik anlayışı konusunda halkın güvenini kazanmak. Bu elbetteki medya endüstrisi ve devlet ile olan ilişkisini dönüştüren bir şey oluyor.

Yayıncılığın kamusal tartışmanın odağında olması haberciliğe ilişkin her zaman süren bir sevgi-nefret çatışmasını da yaratıyor. Toplumsal sorunların ele alınması demokrasiyi geliştiren bir şey olabileceği gibi demokratik hesapverilebilirliğin olmadığı yayıncılık ortamlarında haberciliğin devlet ve şirket elitlerinin çıkarı doğrultusunda şekillendiğini görüyoruz.

(Slayt) İngiltere'de televizyon yayıncılığının başladığı tarih ise 1936. 40 ile 400 mil çapı ile yaklaşık sadece 400 haneye ulaşabilen bir yayın bu. Bu kadar az haneye ulaşabilmesinin temel nedeni teknolojik değil aslında, maddi. O tarihte bir TV alıcısının fiyatı 35-100 Sterlin arasında değişiyor ve bu da bir araba parası demek. Yayın kalitesi de son derece kötü. Günde sadece iki saat yayın var (ardışık değil) ve Pazar günü hiç yayın yok. Bu dönemdeki televizyon yayıncılığına "resimli radyo" diyenler de var. BBC kamerasının ilk stüdyonun dışına çıkması George VI'nın 1937'deki taç giyme töreni, yaklaşık 50bin izleyiciye ulaşmış bir yayın bu. İkinci Dünya Savaşı ile birlikte yayınlara son veriliyor. Tüm bu zayıf başlangıça rağmen ilk üç yıl içerisinde yaklaşık 20bin TV satılıyor.

Video 1 göster <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8159406.stm>

Haziran 1946'da yayınlar tekrar başladı. Ancak 1947'de tüm ülkedeki TV sayısı 20bin'den az bu TV alıcılarının hepsi Londra'da. Halk TV almak istiyor ama savaş sonrasında üretim çok az. Ancak 1949'dan sonra artış oluyor ve günde yaklaşık 1000 TV üretilmeye başlanıyor. Bu dönemde TV'nin İngiltere'de radyonun gölgesinde kaldığını söylemek mümkün. O dönemde BBC Genel Müdürü bile TV'yi radyonun karşısında bir tehdit olarak görüyor. BBC dışında müzikhol sahipleri, gazete patronları, tiyatro ve sergi salonu sahipleri, film yapımcıları hepsi TV'nin popülerliğinin artmasından endişe duyuyorlar.

BBCnin 1948 Londra olimpiyatları yayını TV'nin gücünü göstermesi açısından önemli. Yeni verici teknolojisi de 1950'lerde önemli. 1950'lerin başında Tv yayınları bir saatlik bir

programla açılıyor, saat 3te bir saat daha yayın var, akşam da 8:30-10 arası yayın yapılıyor. 1950 yılında 350.000 haneye yayın yapılıyor, bir milyon sınırına ise 1951 sonunda ulaşıyor. Bu artık düşük gelir seviye gruplarında da televizyonun yaygınlaşması demek.

Olimpiyat <http://www.youtube.com/watch?v=Des2ggeJsc8>

1951 Muhafazakarlar iktidara geldi.

1950'lerin politik kültürü farklı: tüketici taleplerine açık, liberalleşme taraftarı, farklı politik katılımları talep eden bir ortam var. BBC tekeli tam da böyle bir ortamda tartışılmaya başlandı. 1952-54 arası BBC tekelinin korunmasını isteyenlerle yıkılmasını isteyenler arasında bir lobi savaşı yaşandı ve bu karşıtlığı belirleyen tartışmalar İngiliz yayıncılık kültürüne yerleşti. Ekonomik açıdan reklamın öneminin farkedilmesi de bu dönem açısından belirleyici. Reklam ekonomiyi canlandıracak, büyümeyi teşvik edecek bir şey olarak görülüyor (Amerika'da da aynı dönemde bu var). BBC Elizabeth'in taç giyme töreni yayını tam da bu tartışmaların ortasında 1953'te gerçekleştiriyor. BBC bu yayını bir medya olayına dönüştürüyor. İlk defa o sene TV satışları radyo satışlarının önüne geçiyor.

ITV Eylül 1955'te yayına başlıyor. Farklı bir yayıncılı modeli bu, özel bir sitem. ITV zamanla BBC'den izleyici çalmaya başlıyor.