T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

YABANCI TELEVİZYON KURULUŞLARININ KIRGIZ TOPLUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bakyt SMAİLOV

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

YABANCI TELEVİZYON KURULUŞLARININ KIRGIZ TOPLUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bakyt SMAİLOV

Dr. Öğr. Üyesi Mert GÜRER

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

YABANCI TELEVİZYON KURULUŞLARININ KIRGIZ TOPLUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Bakyt SMAİLOV

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 26.06.2019-18

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mert Gürer ( )

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Öğr. Üyesi Ahu Berrin ( )

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Fatih Nuri Yaman ( )

KOCAELİ 2019

TEŞEKKÜR

Çalışmam sırasında her zaman bilgileri ile beni yönlendiren, değerli zamanını ayırarak destek ve yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Mert GÜRER hocama sonsuz teşekkür ediyorum. Ayrıca; bu dönem içerisinde her zaman destekte bulunan canım annem, canım babam ve sevgili eşim Zharkynai Beishenbieva'ya şükranlarımı sunarım. Tezimi 19 Mayıs 2019 tarihinde doğan oğlum Turan Mırzabek'e adıyorum.

Bakyt SMAİLOV

30 Mayıs 2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....ii
ÖZET.....iv
ABSTRACT.....v
KISALTMALAR.....vi
TABLOLAR LİSTESİ.....vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....viii
GİRİŞ.....1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA VE İZLEYİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNE GENEL BİR BAKIŞ

1.1 KİTLE İLETİŞİM VE MEDYA.....3

1.1.1 Kitle İletişim Tanımı.....3
1.1.2 Medyanın Toplumdaki Yeri Ve Önemi.....5
1.1.3 Medyanın İşlevleri.....7

1.2 MEDYA ETKİ ARAŞTIRMALARI.....10

1.2.1 Güçlü Etkiler Dönemi.....12
1.2.3 Sınırlı Etkiler Dönemi.....14
1.2.3 Güçlü Etkilere Dönüş Dönemi.....15
1.2.4 Dolaylı Ve Uzun Dönemli Etkiler Dönemi.....16
1.2.4.1 Suskunluk Sarmalı.....16
1.2.4.2 Gündem Belirleme.....17
1.2.4.3 Bağımlılık Modeli.....18
1.2.4.4 Ekme/Yetiştirme Kuramı.....19

İKİNCİ BÖLÜM

2. KIRGIZİSTAN'IN MEDYA SİSTEMİ

2.1 KIRGIZİSTAN'IN TARİHÇESİ.....21

2.1.1 Eski Devirlerde Kırgız Halkı.....21
2.1.2 Sovyet Dönemi.....24
2.1.3 Günümüz Kırgızistan'ın Sosyo-Ekonomik Durumu.....28

2.2 DÜNYADA VE KIRGIZİSTAN'DA RADYO TV YAYINLARI.....31

2.2.1 Dünyada İlk Radyo Yayınları.....31
2.2.2 Kırgızistan'da Radyonun Gelişimi.....33
2.2.3 Dünyada İlk Televizyon Yayınları.....36
2.2.4 Kırgızistan'da Televizyon Gelişimi.....37

2.3 KIRGIZİSTAN'DA MEDYA VE İKTİDAR İLİŞKİLERİ.....40

2.3.1 Bağımsızlığın Erken Dönemlerinde Medya ve İktidar İlişkileri.....40
2.3.2 Medya Kanunları ve Yapılan Düzenlemeler.....43
2.3.3 Medya Özgürlüğünün Bugünkü Hali.....46

2.4 KIRGIZİSTAN'DA YABANCI TELEVİZYON YAYINLARI.....47

2.4.1 Ulusal Televizyon Kuruluşları.....48
2.4.2 Yabancı Televizyon Kuruluşları.....51
2.4.3 Dijital Yayına Geçiş Süreci.....52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA VE BULGULAR: ANKET VE SONUÇLARI

3.1 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....54

3.1.1 Araştırmanın Amacı.....54
3.1.2 Araştırmanın Önemi.....54
3.1.3 Araştırmanın Varsayımları.....55
3.1.4 Araştırmanın Yöntemi.....55
3.1.4.1 Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....56
3.1.4.2 Veri Toplama Aracı.....56

3.2 BULGULAR.....57

3.2.1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....57
3.2.2 Katılımcıların TV İzleme Özellikleri.....60
3.2.3 Katılımcıların Televizyon İzleme Tercihleri.....63
3.2.4 Kırgız TV Kanallarına Karşı Tutumlar.....65
3.2.5 Yabancı Televizyon Yayınlarının Etkileri.....66

SONUÇ.....75
KAYNAKÇA.....78
EKLER.....82
ÖZGEÇMİŞ.....88

ÖZET

Bu çalışmanın önemi, 1991 yılında bağımsızlığını kazanmış bir ülkenin televizyon sektörünün gelişimini, bugünkü durumunu ve sorunlarını aydınlatma isteğinden gelir. Kırgızistan'da televizyon, kitle iletişim araçlarının en yaygını, dolayısıyla en etkilisidir. Televizyon sektörü geçiş dönemini yaşamasından kaynaklanan birçok sorunla karşı karşıyadır. İzleyicilerin bir kısmı arasında Kırgız değil, yabancı televizyon kanallarının popüler olması üzerinde durulacak konuların birisidir. Çalışma, bunu araştırma amacıyla, üç ayrı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel olarak medyanın hayatımızdaki yeri ve öneminden, farklı dönemlerde yapılan kitle iletişim araştırmalarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise Kırgızistan'ın sosyo-ekonomik durumuna, ülkedeki televizyon yayıncılığının tarihsel gelişimine, medya ve iktidar ilişkilerine ve genel olarak televizyon yayıncılığına yer verilmiştir. Tezin üçüncü bölümünde ise niceliksel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Anket yoluyla Kırgızistanlıların televizyon izleme özellikleri, tercihleri, yerli ve yabancı televizyon yayınlarına karşı tutumları, yabancı TV kanallarının Kırgız toplumunu ne denli ve hangi alanlarda etkilediği araştırılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kırgızistan, Medya Sektörü, Televizyon, Yabancı TV Yayınları

ABSTRACT

The importance of this work comes from the desire to enlighten the development, current situation and problems of TV sector of the country, which gained independence in 1991. In Kyrgyzstan, television is the most common type of mass media, and therefore the most effective. The television sector is facing many problems due to the transition period. The popularity of foreign channels rather than national ones among televiewers is one of the issues to be discussed. The thesis consists of three chapters. In the first chapter, the place and importance of media in our life and the mass communication researches of different periods were discussed. In the second chapter, the topics such as socio-economic state of Kyrgyz Republic, historical development of television broadcasting in the country, media and government relations and television broadcasting in general took place. In the last part of the thesis, a quantitative research was conducted. The characteristics of television viewing, preferences, attitudes towards domestic and foreign television broadcasts, the degree to which Kyrgyz society and in which areas is under influence of foreign TV channels have been researched.

Key words: Kyrgyzstan, Media Sector, Television, Foreign TV Broadcasts

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların yaş grupları.....57
Tablo 2. Katılımcıların eğitim durumları.....59
Tablo 3. Televizyon izleme nedeniniz nedir?.....62
Tablo 4. Haber programlarını genelde hangi kanaldan izlersiniz?.....63
Tablo 5. Eğlence programlarını en çok hangi kanaldan izlersiniz?.....64
Tablo 6. Film ve dizileri en çok hangi kanaldan izlersiniz?.....64
Tablo 7. Güncel programları (talk şov, tartışma programları) en çok hangi kanaldan izlersiniz?.....65
Tablo 8. Anadili ve izlenen programların dili çapraz tablo analizi.....67
Tablo 9. Katılımcıların: "Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz" sorusuna verdikleri cevapların dağılımları.....70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Medya etkilerinin tipolojisi.....11
Şekil 2. Katılımcıların cinsiyeti.....57
Şekil 3. Katılımcıların bölgelere göre dağılımı.....58
Şekil 4. Katılımcıların anadilleri.....59
Şekil 5. Tipik bir gün içerisinde kaç saat TV izlersiniz?.....60
Şekil 6. Televizyonunuz sürekli açık mı?.....60
Şekil 7. Katılımcıların TV setlerinde kanalların sayısı.....61
Şekil 8. Katılımcıların program tercihleri.....63
Şekil 9. Kırgız kanallarının uluslararası haberleri hazırlama kalitesi.....66
Şekil 10. Eğlence programlarından memnuniyet derecesi.....66
Şekil 11. Haberleri yabancı TV kanallarından izlerken kendinizi daha bilgili hisseder misiniz?.....68
Şekil 12. Yabancı TV kanallarınıın programlarını ne kadar sık tartışıyorsunuz?.....69

KISALTMALAR

KİA	Kitle İletişim Araçları
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
BM	Birleşik Milletler
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
ŞİÖ	Şanghay İşbirliği Örgütü
İİT	İslam İşbirliği Teşkilatı
TÜRKPA	Türk Dili Konuşan Ülkeler Parlamenter Asamblesi
KTRK	Kamusal Televizyon ve Radyo Kurumu
RFE/RL	Radio Free Europe / Radio Liberty (Özgür Avrupa / Özgürlük Radyosu)
BBC	The British Broadcasting Corporation
MÖ	Milattan Önce

GİRİŞ

Geçen yüzyılın 70'li yıllarında hayatımıza giren televizyon kendine ait özellikleri ile kısa bir süre içerişinde her evin vazgeçilmezine dönüştü. Dünyayi "küresel bir köy" haline getiren televizyon kitle iletişim araçlarının içinden en çok tüketilenidir. Dolayısıyla televizyon birey ve toplumlar üzerinde büyük bir etki gücüne sahiptir. Toplumun bugüne kadar hiç tanık olmadığı yeni imajlar oluşturma ve bunları topluma kabul ettirme konusunda televizyonun başarısı tartışılmamaktadır. Kötü adam, tutucu adam, çağdaş kadın, başarılı çocuk, lider adam, onursuz kadın, başarılı iş adamı, modern genç gibi imajlar, televizyonun özenle ürettiği ve topluma benimsettigi statü ölçüleridir. Televizyonun üstlendiği işlevleri onu toplumun en önemli konumlarına taşımaktadırlar.

Bütün dünyada olduğu gibi, Kırgızistan'da da televizyon en etkili iletişim aracı konumunu korumaktadır. Eskiden Sovyet iktidarının propaganda aracı olan televizyon 1991'de bağımsızlığın ilan edilmesi ile birlikte önemli reformlar yaşadı. Fakat televizyonun gelişimi hızlı olmadı. Bunun en temel sebebi olarak büyük yatırımlara ihtiyacın duyulması ve medya sahiplerinin bu ihtiyacı karşılayamaması olduğu kabul görür. Bağımsızlığın ilk yıllarında medya ve özellikle televizyon kanallarının maddi gelir kazanması çok zordu. Nüfusun düşük satın alma gücü ve reklam sektörünün gelişmemiş olması, pazarın küçüklüğü ve reklam verecek büyük işletmelerin neredeyse yok olması bunun başlıca sebepleridir. Medyanın finansal ve ekonomik durumunun iyileşmesi ülke ekonomisinin kalkınmasına doğrudan ilişkiliydi.

Günümüzde Kırgızistan'da ulusal TV kanalları ile birlikte yabancı ülkelere ait TV kanalları da yayın yapmaktadırlar. Literatür taraması Kırgızistan'daki medya sektörünün yeterince araştırılmadığını göstermektedir. Ayrıca medya ve özellikle televizyonun izleyiciler üzerindeki etkileri alanında çok sınırlı bilgi bulunmaktadır. Bu çalışmanın önemi, 1991 yılında bağımsızlığını kazanmış bir devletin televizyon sektörünün gelişimini, bugünkü durumunu ve sorunlarını aydınlatma isteğinden gelir.

Çalışmanın birkaç amaçları vardır; öncelikle, Kırgız izleyicilerinin TV izleme özelliklerini ve tercihlerini ortaya çıkarmak, TV kanallarına karşı tutumlarını öğrenmek. Kitle iletişim etkilerinin araştırmalarından yola çıkarak yabancı TV

kuruşlarının ne kadar popüler olduklarına, etkili olup olmadıklarına, etkilidirlerse hangi alanlarda ve ne denli etkili olduklarına ilişkin bilgileri elde etmektir. Televizyonun insan hayatının çeşitli alanlarına etki edebilme potansiyelininden yola çıkarsak bazı medya uzmanlarına göre, halkın diğer ülkelerin yayınlarını büyük ölçüde izlemesi hoş olmayan neticeleri getirebilir. Dolayısıyla bu soruyu araştırmanın önemi de bu durumdan kaynaklanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde kitle iletişim ve medyadan bahsedilmiştir, medyanın toplumdaki yeri, önemi ve işlevleri ele alınmıştır. Daha sonra medyanın toplum üzerindeki etkilerine, bu konuya farklı dönemlerdeki yaklaşımlara ve bazı iletişim kuramlarına yer verilmiştir.

İkinci bölümde Kırgızistan'ın tarihçesi, sosyo-ekonomik durumu ve genel olarak medya sistemi ele alınmıştır. Ayrıca dünyadaki ve Kırgızistan'daki radyo ve televizyon gelişmesinden bahsedilmiştir. Kırgızistan'daki durumu daha iyi anlamak için medya kanunlarına, iktidar ve medya ilişkilerine, halen yayında olan TV kanalları hakkında kısaca bilgilere yer verilmiştir.

Son bölümde ise anket yoluyla Kırgızistan'daki yabancı TV yayınları üzerine yapılan araştırmanın bulguları sunulmuştur.

Bu çalışmanın cevap aradığı sorular şunlardır:

1) Kırgızistanlıların TV izleme özellikleri nelerdir?
2) Kırgızistanlıların televizyon izleme tercihleri nelerdir?
3) Kırgızistanlı izleyicilerin Kırgız ve yabancı televizyon yayınlarına tutumu nasıldır?
4) Yabancı televizyon kuruluşları Kırgızistan toplumunu etkiliyorlar mı? Ne denli ve hangi alanlarda etkiliyorlar? Bunun sebepleri nelerdir?

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE İZLEYİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNE GENEL BİR BAKIŞ

1.1 KİTLE İLETİŞİM VE MEDYA

1.1.1 Kitle İletişim Tanımı

İletişim insanlığın ortaya çıkışından günümüze kadar insanlara çeşitli formlarda eşlik etmiştir. Toplumsal bir varlık olan insan sürekli iletişime muhtaçtır. Tarih öncesi dönemindeki mağara resimleri, duman sinyallerine zamanla başkası ile iletişime geçmenin sayısız türleri ve yolları eklendi.

Kitle iletişimi terimi, 1930'ların sonlarında kullanılmaya başlandı, ancak temel özellikleri uzun zamandır iyi bilinmekteydi. Günümüzde medyanın bir şekilde daha az kitlesel hale gelmesine rağmen bu özellikler neredeyse değişmedi. Kitle iletişimin en belirgin özelliği birçok alıcıya ulaşmak için tasarlanmış olmasıdır. Gönderici genellikle kuruluşun kendisi veya istihdam ettiği profesyonel bir iletişimcidir. (gazeteci, sunucu, yapımcı, şovmen vb.). Bunların dışında medyaya erişim verilen ya da satılan toplumun başka bir sesi de gönderici olabilir. (reklamcı, siyasetçi, din adamı ya da herhangi bir fikir sahibi). (McQuail, 2010)

TDK Türkçe Sözlük'de iletişim, "duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon. Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, komünikasyon" olarak tanımlanmaktadır. (Türkçe Sözlük, TDK yayınları, 1983, "İletişim").

"İletişim" kelimesi Türkçede, Batı dillerindeki "communication" kelimesinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. "Communication" da Latince kökenli bir kelimedir ve "communicatio" kelimesinin karşılığıdır. Communicatio ise; "communicus" kelimesinden türemiştir. Communicus, "ortaklaşa yapılan" veya "birçok kişiye veya nesneye ait olan" anlamına gelir. (Güneş, 2010: s. 7).

İletişim sürecinin gerçekleşebilmesi için bazı koşulların olması gerekmektedir. Öncelikle kaynağın (verici, gönderici) araç yoluyla gönderdiği mesajın (ileti) hedef (alıcı) için anlaşılabilir olması iletişimin doğru işlemesi adına önemlidir. Alıcının mesaja gösterdiği tepkiye geribildirim (feedback) denir.

İletişim ilişkinin yapısına ve iletişim için kullanılan araçlara göre farklı biçimler alabilir. Bu biçimlerden biri de kitle iletişimdir. Kitle iletişim 15. Yüzyıl

ortalarında bulunan matbaa ile meydana gelerek, 19. yüzyılda gerçekleşen sanayi devrim sayesinde bugünkü noktaya ulaşmıştır.

Kitle iletişimi temelde iki tanımlayıcı kavramdan oluşur. Bunlar kitle ve iletişimdir. "Kitle" kavramı, birbirinden kopuk, bağımsız, çok sayıdaki insanlarolarak tanımlanır. Kitle iletişimindeki "İletişim" kavramı ise kurumsallaşmış, örgütlü, düşünsel içeriği üretme ve dağıtmayı ifade eder. (Erdoğan, 2014).

Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişmeleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerine iletişim denilmektedir (Özçağlayan, 1998: s. 32).

Genel anlamıyla kitle iletişim gönderecinin kendinden uzak olan büyük kitlelere kitle iletişim araçlarının yardımıyla herhangi bir amaçla mesajı aktarma süreci olarak tanımlanabilir.

Kitle iletişimi, farklı insanlar için farklı anlamlara gelir. Bazıları *kitle* sözcüğüne daha çok odaklanırlar. Yani, kitle iletişiminin 'kitleselliği' insanlık tarihinin diğer iletişim biçimlerinden ayrı kılarak, bir iletişimciyi daha geniş ve coğrafi olarak dağılmış bir alana ulaştırır. T. S. Eliot'un, televizyonun hepimizin "aynı şakaya aynı anda gülmemizi" sağladığına dair ünlü sözü kitle iletişiminin bu yönünü güzel bir şekilde yakalar. Diğerleri için kitle iletişimi terimi bir tezattır. Bu insanlar *iletişime* odaklanırlar. Geleneksel iletişim tanımı değişim fikrine dayandığından ve kitle iletişim teknolojileri (yakın zamana kadar) bilginin sadece bir yönde akmasına izin verdiği için, bu görüşe göre kitle ölçeğinde gerçek iletişim olanaksızdı. Ancak çoğumuz, kitlesel iletişimi üç yoldan biri veya birkaçı olarak düşünüyoruz: bir dizi medya kurumu, toplumsal bir sorun veya akademik bir çalışma alanı. (Chaffee ve Metzger, 2001)

Kitle iletişim genel iletişimin özelliklerini taşımasıyla birlikte sadece kendine ait benzersiz özelliklere sahiptir. Onlar kısaca aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

• İzleyici/dinleyici/okuyucu sayısının büyük olması. İletişimin hiçbir başka türü aynı anda bu kadar çok alıcıya ulaşamamaktadır.

• Kitlenin heterojen olması. Alıcılar kültür, grup sınıf, ırk, yaş ve cinsiyet açısından farklılık gösterebilirler.

• Kitlenin dağınık olması. Alıcılar belli bir yerde toplanmadan ülkenin hatta dünyanın çeşitli coğrafik bölgelerinde olabilirler.

• Mesajın standardize edilmesi ve belli bir strüktüre sahip olması.

• Araçların kullanılması. Kitle iletişim kitle iletişim araçlarının (radyo, televizyon, gezete, dergi vb.) kullanımı ile gerçekleşir.

• Büyük sayıdaki alıcılara aynı anda aynı mesajın gönderilmesi.

• Anındaki geribildirimin olmaması. Kitle iletişimde alıcıların tepkisi hızlı bilinemez.

• Dışa yönelik akım. Kitle iletişimde mesajların akımı genelde dışa yöneliktir. Onun amacı mesajı kurumun dışındaki kitlelere göndermektir.

• Teknolojinin kullanımı. Kitle iletişimde mesajın üretilmesi ve dağıtılması sürecinde çağdaş teknolojinin kullanımı önemlidir. (Croteau ve Hoynes, 2014: s. 11)

1.1.2 Medyanın Toplumdaki Yeri Ve Önemi

İnsanlık tarihine bakıldığında teknoloji, insanlığın var oluşundan bu yana artan bir ivmeyle toplumların ihtiyaçlarını karşılama ile ilişkili olarak hızlı gelişme göstermiştir. Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesinin sonucu olarak ortaya çıkan kitle iletişim araçları günümüzün vazgeçilmez parçasını oluşturmaktadırlar. 1980'li yıllarla birlikte medya kavramı yavaş yavaş kitle iletişim araçları kavramının yerine kullanılmaya başlamış ve gündelik dilde sıklıkla kullanılır olmuştur. Medya sözcüğü Latincede ortam, araç anlamına gelen *"medium"* sözcüğünün çoğulundan türetilmiştir. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre medya, iletişim ortamı, iletişim araçları anlamına gelmektedir. Medya kelimesiyle tüm iletişim araçları ve ortamı kast edilmektedir. (Soydan ve Alpaslan, 2014: s. 57).

Medya terimi, genellikle belli bir teknoloji biçimini kullanarak uzakta bulunan kitlesel izleyiciler için üretilmiş olan görseller, dil ve ses ile iletilen kitle iletişim mesajlarına işaret eder. Medya, kaydedilmiş müzik, reklam panoları ve diğer göstergeler, çoğu oyunları, paket etiketlerini ve tüm biçimleriyle reklamları da içermektedir. (İnal, 2009: s. 16).

Medyanın birey ve toplum üzerindeki etkisi farklı dönemlerde birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Çoğunluğu medyanın birey ve toplum üzerinde, toplumsal hayatın bütün alanları üzerinde büyük etkisinin var olması noktasında uzlaşmaktadır.

Sosyoloji perspektifinden bakıldığında, medya gündelik hayatın neredeyse bütün yönlerinde önemli rol oynar. Çağdaş toplumda, medya güçlü bir sosyalleşme aracı olarak hizmet etmektedir. Ortalama bir Amerikalı öğrenci liseden mezun olduğu zaman, televizyon karşısında okuldaki sınıfta geçirdiği zamandan daha fazla zaman geçirmiş durumdadır ve diğer medya türlerini tüketerek daha fazla saat harcamaktadır. Kitleler medyada sunulan bazı değerleri, inançları ve normları öğrenmekte ve özümsemektedirler. (Croteau ve Hoynes, 2014: s. 16)

Günümüz siyasetinde ve genel olarak toplumda, medya demokratik süreçlerin şeffaflığını korumak için esastır. Buna genellikle 'bekçi köpeği' rolü denir. Şeffaflık siyasi katılım, kamuoyu tartışmaları, kurumların ve işlemlerin meşruiyeti, bilgiye erişim de dahil olmak üzere birçok düzeyde vazgeçilmezdir. Medya önemli bir hesap verme mekanizmasıdır: aksi takdirde asla kamuya açıklanmayacak ya da ele alınamayacak önemli sorunları, örneğin yolsuzluğu gündeme getirir. Oy kullanma ve sayma merkezlerinde medyanın varlığı, konuşma özgürlüğünü koruyan tüm önlemlerin güvence altına alınması ve medyanın bağımsız ve tarafsız hareket etmekte serbest olduğu göz önüne alındığında, medya seçim sahtekarlığının önlenmesinde kritik öneme sahiptir. Medya aynı zamanda hükümetleri sosyal politika üzerinde harekete geçmeye teşvik etmede önemli bir role sahiptir. Ancak medya, bazı durumlarda, saygı ve sağlıklı diyalog ve tartışmayı desteklemeyen yanlış ve iltihaplı mesajların ve değerlerin yayılması için bir araç olabilir. Olumsuz mesajlar toplumu bölebilir ve şiddeti besleyen klişeleri devam ettirmeye yardımcı olabilir. (http://aceproject.org/ace-en/topics/me/introduction/me10/me10d 20. 02. 2019)

Medyanın toplumu hem baskı altına almaya hem de özgürleştirmeye, birleştirmeye yanı sıra bölünmeye, değişimi teşvik etmeye ya da engellemeye yardımcı olabileceği görülmektedir. (McQuail, 2010: s. 35)

Günlük hayatın vazgeçilmezine dönüşen medya, insanların birbirleriyle iletişim kurmaları, etrafta olup bitenlerden haberdar olmaları, bilgilerini güncellemeleri gibi birçok işlevlere sahip olmakla birlikte bilgiyi hayatın bir parçası haline getirerek, çeşitli içerikleriyle bireyleri farklı şekilde etkilemektedir. (Karaman ve Karataş, 2009: 800). Medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte insanlar toplumsal yaşamı bu araçlar aracılığı ile algılamaya başlamışlar ve doğal olarak bu "aracıların" gerçekliğine bağımlı hale gelmişlerdir. (Bozkurt, 2007: s. 24)

Günümüz dünyasında medya her insanın ve genel olarak toplumun hayatında önemli yere sahiptir. Medyanın sosyal ilişkiler, aile arası ilişkiler, tüketim alışkanlıkları, kişiliğin oluşması, kamuoyunu oluşturma, sosyal düzeni sağlama vb. alanlar üzerindeki etkisi büyük olduğu düsüncesi araştırmacılar tarafından kabul görür. Bağımsız bir medya, toplumun bilgiye engelsiz erişimini sağlar, diyalogu mümkün kılar, insanları görüşlerini ifade etmeye teşvik eder, daha fazla politik katılım sağlar ve hesap verebilirliği teşvik eder.

1.1.3 Medyanın İşlevleri

Medyanın toplum içindeki rolünü ve önemini daha iyi anlamak için üstlendiği işlevlerini ele alalım. Bu işlevlerin en önemlileri bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme, eğitme, bütünleştirme olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

• *Bilgilendirme işlevi.* Medyanın temel işlevlerinden biri topluma bilgi ve enformasyon vererek bireylerin ve toplumun enformasyon ihtiyacını karşılamaktır.

Çağdaş insan da yaşadığı dünyada neler olup bittiğini bilmek, yakınındaki veya uzağındaki hemcinsleriyle dayanışma içinde olmak ister (Tokgöz, 2003; s. 142). İnsanoğlunun yüzyıllardır devam edem bu temel gereksinimi artık medya tarafından karşılanmakta; kitle iletişim araçları ise bu gereksinimi asli görev olarak üstlenmektedir. Bireyler, dünya üzerindeki her türlü değişimi, gelişimi ve olayı medya aracılığıyla öğrenmektedir. Günümüzde toplumların haber alma hakları en doğal haklardan sayılmakta ve özellikle demokratik düzene sahip toplumlarda bu haklar hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yasa kapsamına alınarak korunmaktadır (Aziz, 2006: s. 70). McQuail, medyanın enformasyon ve bilgi verme göreviyle, dünyada ve toplumdaki durumlar ile olaylar hakkında bilgi sağlamak; yenilikleri, uyumu ve gelişmeyi kolaylaştırmak gibi işlevler üstlendiğini vurgulamaktadır (McQuail, 1983 akt. Erdoğan, 2002: s. 325).

Modadan, sağlığa, siyasetten ekonomiye pek çok alana ilişkin bilgi kitle medya aracılığı ile geniş halk kesimlerine ulaşmaktadır. Sadece ulusal düzeyde değil, uluslar ötesi pek çok bilgi ve haber medya yoluyla bizlere ulaşmakta, depolanmakta, işlenmekte ve dağıtılmaktadır (RTÜK, 2007: s. 26). Böylece kitle iletişim araçları, hem kişilerin hem de toplumun önemli bir özelliği olan bilgi düzeyini ve düşünce planındaki tabloları önemli ölçüde etkilemekte ve şekillendirmektedir (Gökçe, 2002: s. 177).

• *Eğlendirme işlevi.* Medyanin diğer önemli işlevi eğlence. Aslında eğlence, insanlara zevk veren bir performans türüdür. Medya insanların dinlenme, rahatlama ihtiyacını karşılar ve gerginliği azaltmaya yardımcı olur. Gazete ve dergiler, radyo, televizyon ve çevrimiçi medya, izleyicilerini eğlendirmek için hikayeler, filmler, diziler ve çizgi romanlar sunar. Spor, haberler, film incelemeleri, sanat ve moda sütunları büyük eğlence sektörünün diğer örnekleridir. Günümüzde eğlence ve enformasyon kaynaşmasından oluşturulan *infotainment* yani eğlenceli haberler türü meydana geldi.

Günümüzde birey yalnızdır, dünyaları ve ilişkileri parçalanmıştır, bireyin dostu, artık kitle iletişim araçlarıdır. Toplumsal ilişkiler, kitle iletişim araçları tarafından yönlendirilip şekillendirilmektedir. Toplumsal yaşantıda karşılaşılan günlük sıkıntı ve sorunları aşma ve gidermede, boş zamanları değerlendirmede ve günlük yaşamın gerçeklerinden kaçma gibi çözümlerde kitle iletişim araçlarından yararlanılmaktadır. (Gökçe, 2002: s. 173). Böylece medya, geniş kitlelerin eğlenmesini, dinlenmesini ve boş zaman geçirmesini sağlayan güçlü bir araç haline gelmiştir. Boş vakit ve eğlence zamanının örgütlenmesi ve kullanılmasında medyanın kendisi hem merkezi bir konuma gelmiş hem de yol gösteren temel bir ajan olmuştur. (Erdoğan, 2002: s. 290).

• *Sosyalleştirme işlevi.* Medyanın sosyalleştirme işlevi norm, değer, davranış kalıplarının ve kültürel kodların birey tarafından benimsenmesini sağlar. Bu işlev insanın sosyal gerçekliğe adapte olmasına yardım eder.

Geleneksel yapıda aile ve okul çocuğun sosyalleşme sürecindeki iki temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Çaplı, 2002: s. 185). Modern zamanlarda çocuk ve medya arasındaki ilişkinin çocuğun toplumsallaşma sürecinde diğer faktörlerden daha baskın hale geldiği görülmektedir (Akçalı, 2009: s. 1). Toplumsallaşma, bir insanın yaşamı boyunca süren bir sosyokültürel doğum olarak nitelendirildiğinde, kitle iletişim araçlarının bu süreçte oynadığı rol oldukça önemlidir. (Gökçe, 2006: s. 126).

• *Eğitme işlevi*. Medyanın eğitme işlevi kitlelere hayatın çeşitli alanları ile ilgili bilgileri aktarması ile gerçekleşir. İnsana ömrü boyunca eşlik eden medya bireyler için en önemli bilgi kayanaklarından birisidir.

Dünya genelinde bileşik görsel-işitsel kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, eğitim ile iletişim arasındaki ilişkileri de arttırmaktadır. Giderek artan bir eğitici

potansiyele sahip olan medya, “eğitici bir ortam” yaratmakta ve eğitim sistemi, eğitim konusundaki tekelci konumunu yitirmektedir (MacBride, 1993: s. 28).

Medyanın eğitme işlevi, topluma bilgi ve enformasyon verme görevinden sonraki en önemli görevdir. Gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerde özellikle radyo ve televizyonun eğitim aracı olarak kullanılmaları en etkin eğitim yöntemi olarak kabul edilirken; kalkınmış ülkelerde kitle iletişim araçları, daha çok temel eğitime yardımcı, tamamlayıcı ve zenginleştirici eğitim işlevi olarak yer almaktadır. (Aziz, 2006: s. 71)

Medya denildiğinde aklımıza radyo, gazeteler, dergiler ve tabi ki en çok tüketilen medya aracı olan televizyon gelir. 21. yüzyılda televizyon yayınının kalitesi önemli ölçüde arttı ve dijital hale geldi.

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre daha etkili konumu aşağıdaki özellikleri ile nitelendirilebilir: (Ulanovskaya, 2009: s. 27)

1) *Hızlılık.* Günümüz enformasyon toplumunda son haberleri bilmek ayrıca önemlidir. Ortaya çıkan herhangi bir olay aynı günde mutlaka haber bülteninde yer alacaktır. Böylesine hızlılıktan basında söz edemeyiz. Elbette, hızlılık bakımından televizyon internetin arkasındadır, fakat bütün toplumun internete ulaşımı olduğu söylenemez ve üstelik internette enformasyon arama çaba gerektirir, televizyonu ise sadece açmamız yeterlidir.

2) *Açıklık ya da aşikarlık.* İzleyici, olayı doğrudan kendi gözleriyle gördüğüne dair izlenimi alıyor ve TV'de gösterileni gerçek olarak algılıyor. Güncel hayatımızda bir şeyden emin olduğumuzda, "bu açıktır, yani gözlerimizle görülür" diyoruz. Kırgız Türkçesi’ndeki ‘Bin duymaktan bir görmek’, ‘Duyduğun her şeye inanma’ gibi atasözleri de toplum olarak görüntülere daha çok önem verdiğimizin kanıtlarıdır. Gözlerimize diğer duyulara oranla daha fazla inanıyoruz. Bu fenomen W. Lippman tarafından "fotoğraf olgusu" olarak tanımlandı: televizyon görüntülerinin bize direkt herhangi bir ‘ara buluculuksuz’ ulaştıklarını düşünüyor ve onları gerçekçi buluyoruz.

3) *İfade gücü.* Televizyonun temel amacı izleyicilerin dikkatini çekmektir. Televizyon kitlenin duygularını etkileyebilecek çeşitli yöntemlere sahiptir. Örneğin, doğru seçilmiş bir renk insanın mantığına değil, duygularına hitap ederek izleyiciyi bilinçaltı düzeyinde etkiler.

4) *Tarafsızlık izlenimi.* Televizyon programında herhangi bir konu tartışılırken genelde iki taraflı görüşe yer verilir. Bu televizyon kanalının yanlı olmadığına dair izlenim oluşturmakta ve izleyicileri yayının tarafsızlığına inandırmaktadır.

5) *Gerçeklikten kaçış.* Televizyon izleyiciyi dünyanın herhangi bir noktasına 'götürebilir'. Bu tür programları izlerken insan kendisini katılıyormuş gibi hisseder ve gündelik hayatında yaşamadığı duygulara kapılır.

1.2 MEDYA ETKİ ARAŞTIRMALARI

Ortalama bir insan genellikle kamusal yaşamının bütün gidişatını bizzat kendisi deneyimleyemez. Neticede çevremizdeki dünyada olup bitenlerden haberdar olmak için kısmen medyaya güvenmekteyiz. Bir demokrasideki vatandaşın bilinçli karar vermesi ve uygun politik önlemleri alması için yeterli bilgiye ihtiyacı vardır. Bu nedenle medya demokratik süreç için özellikle önemlidir. Medyanın siyasi süreçte merkez rol oynaması araştırmacıların medya etkilerine odaklanmalarının ana sebeplerinden birisidir. Birçok araştırmacılar medyanın insanları nasıl etkilediğine dair sorular sormuşlar ve bu soruların cevapları direk medya etkisini vurgulayan basit modellerden medya ve kitlelerin etkileşimi üzerinde duran sofistike analizlere kadar zaman içerisinde değişim göstermişlerdir. (Croteau ve Hoynes, 2014: s. 112)

Medyanın kitle üzerindeki etkisi uzun zamandan beri araştırılmakta ve tartışılmaktadır. Bu konuda farklı görüşlere sahip araştırmacılar vardır. Örneğin; Hesmondhalgh güvenli bir şekilde : *"bu tartışmalara katkı sağlayanlar medya etkilerinin karmaşık, dolaylı ve göreceli doğasını öne sürüyorlar, fakat bir şeyden şüphe edilemez – medyanın kitle üzerinde etkisi vardır"* demektedir. (Hesmondhalgh, 2002:) Medya etkilerine eleştirel perspektiften bakan Burton (2010) bu konudaki görüşleri aşağıdaki şekilde özetlemiştir:

● *Medya etkileri iyi (pozitif) olduğu kadar ters (negatif) olabilir.*

● *Medya herhangi bir tek kitle iletişim aracının ya da metnin aracılığıyla değil toplu bir şekilde etkilemektedir. Dolayısıyla medya etkisi kolektiftir.*

● *Medya, etkisine tesir eden bir sürü kültürel ve toplumsal etkenle beraber toplu bir şekilde çalışmaktadır.*

● *Medyanın etkisi, bireyin kişisel durumları ve yetişme özellikleri dahil olmak üzere çeşitli kişisel ve sosyal faktörlerle koşullandırılır.*

● *Medya etkisi bireyin mesajı alma bağlamıyla şartlandırılır.*

● *Medya metni bireyin zaten var olan değer ve tutumları hakkında olduğu zaman etkinin ortaya çıkma ihtimali daha yüksektir.*

● *Medya mesajına davranışsal tepkiyi görebiliriz, örneğin; yardım kampanyaları, fakat bu tutumsal değişimi göstermemektedir.* (Burton, 2010: s. 100)

Denis McQuail medyanın düşünce ve inanımları etkilemesini aşağıdaki şekilde özetlemiştir:

● amaçlanan değişime neden olur (görüşlerin dönüşümü)

● amaçlanmayan değişime neden olur

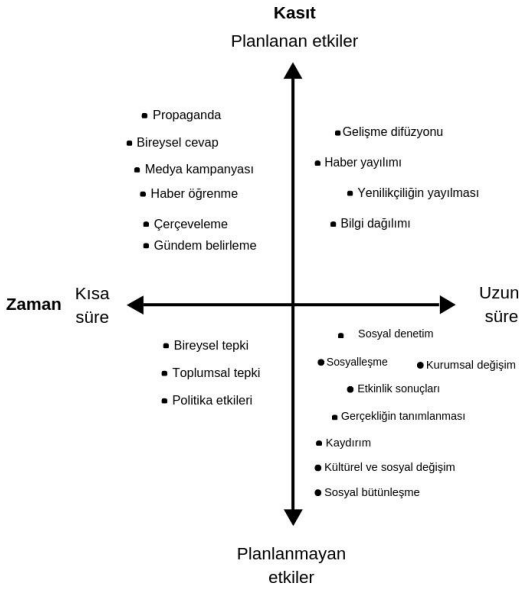
● küçük değişikliklere neden olur (görüşler biçiminde veya onların güçlülüğünde)

● fikir değişmesini kolaylaştırır (istenilse ya da istenilmese de)

● var olan görüşleri pekiştirir

● görüşlerin değişmesini önler. (McQuail, 2000)

Golding (1981) tarafından farklı haber kavramlarını ve etkilerini ayırt etmeye yardımcı olacak iki boyutlu grafik önerildi. Etkiler zaman açısından kısa süreli/uzun süreli ve kasıt açısından planlanan ve planlanmayanlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar.



Şekil 1. Medya etkilerinin tipolojisi. (Golding, 1981)

Burton, değişimin türüne göre toplum ve sosyal gruplar üzerindeki medyanın daha geniş etkilerini aşağıdaki şekilde açıklar.

a) *Tutum değişikliği:* insanların belirli fikirlere veya davranışlara yönelmesi veya bunlara karşı yönlendirilmesi.

b) *Bilişsel değişim*: insanların değer ve inanışlarına olan etki – birisinin konu hakkında nasıl düşündüğü.

c) *Duygusal değişim:* izleyicinin duygusal durumu üzerindeki etkileri: bu, sosyal gruplar veya metalar gibi konular için veya bunlara karşı duygusal bir referans çerçevesinin üretimini içerebilir.

d) *Gündem belirleme:* özellikle haber yoluyla, kamusal alan için öncelikli bir konu dizisinin oluşturulması ve diğer konuların öneminin inkar edilmesi.

e) *Ahlaki panik:* medya herhangi bir sosyal gruplar, sosyal davranışlar veya sosyal fenomenler hakkında temelsiz endişelere yol açmaktadır.

f) *Sosyalleşme:* medya belirli normların, belirli davranış türlerinin, bazı sosyal ilişki türlerinin benimsenmesi gerektiğine kitleleri ikna etmektedir.

g) *Gerçekliğin oluşumu:* medya neyin 'gerçek' olduğu ile ilgili, özellikle toplumsal gerçeklik ve sosyal normlarla ilgili olarak bir dizi fikir üretmektedir.

h) *Sosyal kontrol:* medya devlet ile toplum arasındaki, sosyal gruplar arasındaki 'uygun' ilişki hakkında, hukuk ve düzene ilgili belirli fikirlere vurgu yaparak bir fikir birliği oluşturma mekanizmasıdır.

i) *İdeolojinin onaylanması:* dünyaya belirli bir bakış açısına katkıda bulunan bir dizi değerin pekiştirilmesi: bu, sosyal zeminler arasındaki güç ilişkileri ve gruplar arasındaki farklar hakkındaki görüşlerin güçlendirilmesini içerir. (Burton, 2002: s. 103)

1.2.1 Güçlü Etkiler Dönemi

Medyanın ortaya çıkmasından itibaren onun etkilerini inceleyen birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar medyanın toplum üzerindeki etkilerini analiz etmeye yönelikti. 1930'lara kadar süren kitle iletişim araştırmalarının erken döneminde medyanın toplum üzerinde güçlü, neredeyse sınırsız bir etkisi olduğu görüşü ortak kabul görmüştür.

Medya etki araştırmalarının ilk dönemlerinde dikkat çeken isimlerin başında Harold Lasswell gelmektedir. Birinci Dünya Savaşı esnasındaki propaganda etkilerini göz önünde bulundurarak kaleme aldığı kitabında, Lasswell savaşta kullanılan insan gücü ve maddi kaynaklarının iletimi kadar bilgi iletiminin de mühim olduğunu vurgular. Savaş boyunca İngilizlerin ve Amerikalıların uyguladıkları aktif propagandayla Almanları düşürdükleri güç vaziyetten bahseder. Lasswell her ne kadar kitle iletişimin tesirlerini ölçme hususunda gözle görülür araştırmalar yapmadıysa da gazete muhtevası doğrultusunda çözümlemeleriyle, geliştirdiği formülle, işlevlerine ilintili tasnifiyle kitle iletişim sahasında daha sonra yürütülecek çalışmalar için epey sağlam bir kuramsal esas tertip etmiştir. (Güngör, 2013)

Medya etkilerine karşı ilk dönemdeki yaklaşım "hipodermik iğne" ya da "sihirli mermi" olarak bilinmektedir. Bu modele göre kitle iletişim araçlarının bir iğne gibi izleyicilere hemen etki ettiği ve onlara istediği görüşleri kolayca benimsetebildiği ileri sürülüyordu. Başka bir deyişle kitle iletişim araçları ile izleyiciler arasında mekanik bir etki-tepki ilişkisi olduğu ima ediliyordu. Modele göre, gönderici mesajı dizayn ederek kitlelere "şırınga" edip istediği davranışı elde edebilir. Mesajın kitledeki bütün bireyleri anlam kayması olmadan aynı şekilde etkilediği varsayılırdı. Dolayısıyla, kitle iletişim araçlarını elinde bulunduran egemen güçler toplumu istedikleri şekilde yönetebileceği kabul görüyordu.

Türlü deneylerle insan davranışlarını belirli uyaranlara ilişkilendirerek araştırmacılar bu modeli test etmişlerdir. Mesela, araştırmacılar, bir ürünün satışa indirimli bir fiyatla sunulduğunu bildiren bir mesajın, kişilerin gerek duymayacakları ya da başka türlü istemeyecekleri bir ürünü satın almalarıyla sonuçlanabileceğini ispat etmeye çalışmışlardır. Bunun gibi araştırmalar ve ulaşılan neticeler, araştırmacıları toplum ve birey üzerindeki mutlak gücün medyada olduğu fikrini sorgulamaya sevk etmiştir. Sonuç olarak kitle iletişim araçlarının kişilerin fikirlerini, yaşam tarzlarını ve inançlarını başkalaştırabilecek kadar kuvvetli olduğu "şırınga" ya da "sihirli mermi" yaklaşımının yetersizliği destek bulmuştur. (Işık, 2007: s. 51)

İlerki zamanlardaki iletişim araştırmalarına kaynaklık etmesine karşın ilk dönem araştırmaların en mühim niteliği iletişim seyrini sadece bir bilgi akışı şeklinde tanımlayan indirgeyici perspektiftir. Bilhassa savaş ve sonrası propaganda dönemi araştırmalarının izah ettiği haberleşme sürecinde etkin gönderici - pasif izleyici anlayışı baskındır. Bu perspektifle iletişim süreci düz bir sebep sonuç ekseninde

ilerleyerek bu süreci etkileyen birçok faktörün göz önünde bulundurulmaması neticesinde toplumsal gerçeklikle alakalı açıklamalar yetersiz kalmaktadır. (McQuail ve Windahl, 2010)

1.2.2 Sınırlı Etkiler Dönemi

Medya araştırmalarındaki ikinci dönemde kitle iletişim araçlarının etkisinin var olduğu ancak ilk dönem araştırmalarında iddia edildiği gibi toplumu tek başına değiştirici güce sahip olmadığı tezi savunulmuştur. Bu dönemin kurucu ismi Paul Lazarsfeld (1901-1976)'dir. Seçmenlerin davranışlarını araştıran The People's Choice (Halkın Seçimi) adlı çalışmasında Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet (1948) medyanın etkisi güçsüz ve kısa süreli olduğunu dile getirdiler. Onlara göre medya tutum değiştirmede değil var olan tutumları pekiştirmede başarılıdır. Araştırmacılar seçmenlerin davranışlarını sınıf ve din gibi sosyal özellikleri medya mesajlarına göre daha çok etkilediğini savunmuşlardır. (Croteau ve Hoynes, 2014: s. 236).

1940 yılında Amerika'daki başkanlık seçimlerinde bir kasabadaki seçim kampanyasının etkisini araştıran Lazarsfeld ve arkadaşları, çalışma sonucunda kitle iletişim araçlarının etkisinin çok az olduğu sonucuna vardı. Medya aracılığıyla gerçekleşen seçim kampanyaları, seçmenlerin davranışlarını büyük bir ölçüde etkilememişti. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının oldukça sınırlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varıldı. Bu araştırmada kişiler arası ve iki aşamalı bir iletişimin çok daha fazla etkiye sahip olduğu anlaşıldı. İki aşamalı akış modeli fikirlerin iletişim araçlarından kanaat önderlerine, ondan da geniş nüfusa yayıldığı görüşünü ileri sürer. (Yıldız, 2014)

İki aşamalı akış kuramı, kitle toplumu ile ilgili ortaya atılan kuramlar tersine, çoğulcu bir toplumda kitle iletişimindeki iletilerin toplumdaki güç odaklarınca dolayımlandığını öne süren bir yaklaşımdır. Bu kavramlaştırmaya göre kitle iletişim araçlarından yayılan enformasyonlar iki temel safhadan geçmektedir. (Mutlu, 2004) Araştırmacılar, bu ilk evrede, kitle iletişim araçlarının iletilerinin, öncelikle düşünce liderlerine ulaştığını, daha sonra da bu düşünce liderlerinin, çeşitli iletileri, kendilerinin etkili olduklarını düşündükleri, arkadaşlarına ya da takipçilerine ulaştırdıklarını ileri sürmüşlerdir. İki aşamalı akış modeli daha sonra Katz ve Lazarsfeld tarafından yeniden değerlendirilmiş ve daha net şekilde tanımlanmıştır. (Terkan, 2005).

Lazarsfeld ve arkadaşlarının yaptığı araştırmanın sonucunda kitle iletişim araçlarının seçmenin tutumunu değiştirmenin yerine var olan tutumunu pekiştirmede başarılı olduğu ileri sürülmüştür. Araştırma sonucu medyayi programlarını sunma tarzını değiştirmeye yöneltti. Neticede medya kanaat önderlerine daha çok odaklanmaya ve mesajlarını hedef kitlelere aktarırken ünlü insanları kullanmaya başladı. (Vorobyev, 2018: s. 168)

Daha önceki hipodermik iğne modelindeki sorun alıcı kitlenin aktifliğinin dışlanmasıydı. Bir başka deyişle, erken model okuyucu/dinleyicinin önceki dünya görüşlerini ve tutumlarını önemsemekteydi. Sınırlı etki döneminde ise okuyucunun medya içeriğini seçme ve değerlendirme becerilerine büyük rol verilmiştir. Okuyucu medya mesajlarını tüketen pasif bir sünger değil, medya mesajlarını görmezden gelebilecek veya direnç gösterebilecek aktif, düşünen bir bireydir. (Croteau Ve Hoynes, 2014: s. 237).

Bu dönemde yapılan araştırmaların genel sonucu kitle iletişim araçlarının etkilerinin kişisel farklılıklara, sosyal çevre vb. farklı değişkenlere bağlı olarak değiştiği yönündedir. Sınırlı etkiler dönemindeki araştırmalar, kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini kabul etmekte ancak, toplumsal değişimde tek ve yeterli faktör olmadığı görüşünü savunmaktadır.

1.2.3 Güçlü Etkilere Dönüş Dönemi

Sınırlı etkiler yaklaşımı 1960'lara, araştırmacılar medyanın gündem oluşturma rolünü kabul ettiklerine kadar hüküm sürdü. Zamanın ünlü isimi Bernard Cohen klasik tartışmasında haberlerin insanlara nasıl düşünmeleri gerektiğini söylemede başarılı olmayabildiğini fakat ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemede şaşırtıcı derecede başarılı olduğunu ileri sürmüştür. (Cohen, 1963: s. 13)

Medyanın birey ve toplum üzerindeki uzun dönemli etkisi geçen yüzyılın 60'lı yıllarından başlayarak araştırmacıların odak noktası haline gelip kitle iletişim araçlarının güç sahibi olma yolunda tesirli bir araç olduğuna dair inanç artmıştır. (Keskin, 2017: s. 18)

1960'ların başında İngiliz profesör Marshall McLuhan medya araştırmalarını büyük ölçüde etkileyen iki kitap yazdı: *Gutenberg Galaksisi* ve *Medyayi Anlamak.* McLuhan'ı ünlü eden "araç mesajdır" ve "küresel köy" ifadeleri da bu zamanda dile

getirildi. McLuhan, özellikle elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte, dünyanın küçük bir topluluk gibi olacağına inanmıştır. Örneğin, dünyanın pek çok farklı yerindeki insanlar, televizyon programları yoluyla aynı haber ve olayları izlemektedirler.

Bu dönemde, kitle iletişim araçları birer kurum olarak düşünülmeye başlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının siyasal ve toplumsal sistemler doğrultusunda biçimlendiği ve toplumsal süreçlerden bağımsız olmayıp, onları da etkilediği görüşü yaygınlık kazanmıştır. (Yumlu, 1994). Bu bağlamda toplumbilimciler kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini toplumsal medya kuramları çalışmaları ile açıklamaya çalışmışlardır (Irvan, 1994: s. 211-230).

1.2.4 Dolaylı Ve Uzun Dönemli Etkiler Dönemi

Bu dönemde kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkilerine çeşitli yönlerden bakan bir takım yaklaşım geliştirilmiştir. Onların en önemlileri; suskunluk sarmalı, gündem belirleme, bağımlılık modeli ve yetiştirme modeline odaklanalım.

1.2.4.1 Suskunluk Sarmalı

İnsan sosyal bir varlıktır ve başkalarına muhtaçtır. Kişinin benliğinde doğuştan var olan ‘genel-geçer görüşe uyum gösterme’ duygusundan dolayı belki de insan hayatındaki en büyük korkularından biri dışlanma korkusudur. Doğası gereği, insan çevresi tarafından saygı görme beklentisi içindedir. Elisabeth Noelle Neumann’a göre dışlanma riskine kapılmamak, çevresi içinde ‘popülaritesini’ ve saygınlığını korumak için, bireyler çevrelerini, çevrelerindeki değişimleri dikkatle takip eder. Ne tür ‘görüş’ ve ‘tarz’ların yaygın olduğunu ve yeni görüş, yeni tarzların gelip gelmediğini sürekli kontrol eder. Eğer ‘yeni’ler geldiyse, bunları keşfeder keşfetmez hemen uyum gösterir ve toplumda ‘yabancı’ durumuna düşmemeye çalışır. ‘Sarmal’ sürekli değişim halinde olan bir süreçtir. Kişiler ve/veya gruplar çevrelerindeki değişimi takip ederek kendilerini bunlara uydurmaya çalışır. Bir görüş artık yaygınlığını kaybedip geri plana düşmeye başladığında kişiler saf değiştirip ‘yükseliş trendine’ giren görüşe yaklaşır. Teori içinde; ‘yaygınlığını kaybeden görüşü her koşulda/daima savunan’ kişi/grupların yeri bir istisnadır. Sayıları çok az olan bu

kişiler için toplum tarafından ‘dışlanmak’ veya ‘saygı görmek’ önemli değildir. (Noelle-Neumann, 1977: s. 143)

Diğer insanlardan farklı konuma düşmemek, dışlanmamak dürtüsüyle insanlar, sahip oldukları görüşlerin, kanaatlerin, inançların ne ölçüde kabul gördüğünü belirlemek için diğerlerine bakma ve gözlemleme eğilimindedirler. Bunu yaparken iki kaynaktan yararlanırlar. Birincisi, doğrudan gözlemledikleri çevre, ikincisi ise kitle iletişim araçlarıdır. Suskunluk sarmalı gündelik hayatta çoğu durumda doğal olarak oluşur: okulda, fabrikada, iş yerlerinde. Fakat toplum genelindeki makro düzeyde suskunluk sarmalının mevcudiyeti siyaset bilimcileri, medya sahipleri v.b. güçler tarafından kendi çıkarları için kullanılabilir. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşen bu süreç manipülatif amaçları gözler. Bir başka deyişle, televizyon, radyo, gazete ve bunların arkasında duran güçler hem gündem oluşturma hem de belirli kanaat ve görüşleri daha ön plana çıkarma yetkisine sahiplerdir. Böylece bu görüşlerin toplumda daha yaygın olduğunu göstererek, istedikleri konuda ‘genel-geçer’ kamuoyunu oluşturabilirler. Tartışmalı bir konuda medyada baskın olarak temsil edilen bir kanaat kendisini daha kolay kabul ettirir, çünkü destekleyicilerine gereken argüman ve sloganları sunar. Toplumda bu insanlarla konuşmak, görüşleri temsil olunmayanlara göre daha kolay olur. Böylece aksi görüşte olanlara yapay yollarla suskunluk sarmalı yaratılır. (Strigankova, 2011: s. 37)

1.2.4.2 Gündem Belirleme

Gündem belirleme modelinde “gündem”, *“zamanın belirli bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş konu ya da olayların listesi”* biçiminde tanımlanır (Mutlu, 2004: s. 119).

Kitle iletişim araçlarının etkisi izler kitlenin düşünme şeklini etkilemesiyle sınırlanmamaktadır. Medya toplumun dikkatini herhangi bir sorulara çekme yetkisine de sahiptir. Enformasyon akışından belli bir olayları seçerek medya toplumun gündemini belirleyebilmektedir. Küçük, önemli olmayan bir olay medyanın oluşturduğu gündemden yer aldığı zaman toplumun gündemine gelebilir ve tersine, dikkate değer bir olay medyadan yer almadığı halde fark edilmeden geçebilir.

Gündem belirleme kuramı ilk kez iletişimci Walter Lippmann’ın 1921 yılında yazdığı “Kamuoyu” (Public Opinion) kitabında tarif edildi. Lipmann kitle iletişim

araçlarının dünyadaki olaylar ve toplum arasındaki bağlantı olduklarına inanmıştır. Bu olayların insanlara nasıl yansıtılacağını medyanın belirlemekte olduğu görüşünü ileri sürmüştür. (Lippmann, 1921: s. 27)

Gündem oluşturma modeline göre kitle iletişim araçları aracılığıyla gündemde olması istenilen birtakım konuları hedef kitlelere aktarılarak insanların ilgileri kısa sürede gündemde olması istenilen konuya çekilir. İzleyicilerin de konuya yeterince ilgi göstermesi durumunda toplumda kısa süre içerisinde o konuyla ilgili birtakım kanaatler ortaya çıktığı gözlemlenir. Ortaya çıkan bu kanaatler doğrultusunda da bir kamuoyu oluştuğu gözlenir. Toplum gündemine sunulan konu önemine ve tartışabilirlik özelliğine göre de aynı taraftar veya muhalif kamuoyunun doğmasına yol açabilir. (Güngör, 2013)

Siyaset bilimci Bernard Cohen'in 1963'te yayınlanan "The Press and Foreign Policy" (Basın ve Dış Siyaset) adlı çalışmasından çıkan görüşe göre; "kitle iletişim araçları halka ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir, fakat izleyicilerin ne hakkında düşüneceklerini ve neyin önemli olduğunu anlatmada çok başarılıdırlar."

Gündem belirleme kuramı ile ilgili yapılan birçok araştırmanın temelinde iki önemli düşünce yatmaktadır:

1) Medya gerçekliği yansıtmaktan çok gerçekliği filtreler ve gündemi oluşturur.

2) Medyanın belli bir konu ve olayların üzerinde durması toplumun bu konu ve olayları daha önemli olarak algılamasını sağlar. (McCombs ve Maxwell, 2005)

1.2.4.3 Bağımlılık Kuramı

Bağımlılık kuramı 1976 yılında Sandra Ball-Rokeach ve Melvin DeFleur tarafından meydana getirildi. Bu kurama göre, insan belli bir ihtiyaçlarını karşılamak için medyaya bağımlıdır fakat bütün medyaya aynı oranda bağımlı değildir. Bağımlılık derecesini iki faktör belirlemektedir. Öncelikle, insan bir takım ihtiyaçlarınızı karşılayan medyaya, yalnızca birkaçını karşılayan medyadan daha fazla bağımlı olmaktadır. İkinci bağımlılık kaynağı sosyal istikrardır. Toplumsal değişim ve gerginlik büyük olduğunda, kurumlar, inançlar ve pratikler sorgulanır, tekrar gözden geçirilmeye ve yeni seçimlerin yapılmasına zorlanır. Böyle zamanlarda

medyaya olan güven artmaktadır. Diğer yandan, daha istikrarlı zamanlarda, medyaya olan bağımlılık azalabilir. (Yaylagül, 2006: s. 85)

Bağımlılık yaklaşımı, izleyici etkilerini diğer sosyolojik modellerden çok daha kapsamlı bir toplumsal yapı bağlamında ele almaktadır. Modele göre, toplumlar daha karmaşık hale geldikçe bireyler daha kapsamlı toplumsal sistem hakkında bilgi edinebilmek amacıyla medyaya daha çok bağımlı hale gelmektedir. (Fejes, 2005: 307-308). Medya Bağımlılığı yaklaşımı, "ekolojik" bir bakış açısıyla; toplumu "organik bir yapı" olarak görmekte ve sosyal sistemlerin mikro (bireyler, kişiler arası gruplar) ve makro (örgütler, siyasi, ekonomik, kültürel sistemler) parçalarının ilişkilerini incelemekte ve ardından, parçaların (toplumsal sistem, medya ve bireyler) davranışını bu ilişkiler bağlamında açıklamaya çalışmaktadır (DeFleur ve Ball-Rokeach, 1989: s. 302-303, Ball-Rokeach, 1998: s. 14-15).

1.2.4.4 Ekme/Yetiştirme Kuramı

Medyanın uzun dönemli etki teorileri arasından Gerbner'in yetiştirme modeli en çok araştırılanlardan birisidir. Gerbner, kültürel göstergeler, ekme/yetiştirme (cultivation) kuramı, ekme tezi veya ekme analizi olarak adlandırılan yaklaşımını, 1960'ların ortasında PA Üniversitesi Annenberg İletişim Okulu'nda geliştirdi. Ekme kavramı belli bir şeyi (psikoloji, kültür ve ideolojiyi) belli bir yere (izleyici bilincine) yerleştirme ve besleyip yetiştirmek için yapılan amaçlı girişim anlamınadır. 1967'den beri Gerbner ve arkadaşları televizyonun en çok seyredildiği akşam vakti (prime time) ve gündüz programlarının örneklemlerini incelemektedir. Yaklaşım, Amerikan iletişim alanında egemen olan "etki sorunu" ekseninden hareket ederek geliştirilmiştir. Etki geleneğini ekme tezi açısından sürdüren bu yaklaşım, içerik analiziyle televizyonda egemen imajlar olarak seçilen televizyon dünyasının kültürel göstergeler değişkenlerini belirler ve bu imajların izleyicilere etkisini alan araştırması yoluyla inceler. (Dominick, 1990, akt. Erdoğan, 1998)

Gerbner 1960'da Lasswell'in geçmişteki incelemelerin muhasebesini yaparak elde ettiği sonuca bağlı kalarak, medyanın bir kültürde var olan tutumlar ve değerleri "ekip geliştirdiğini" (yetiştirdiğini), böylece bir kültürde "bütünleştirici rol oynadığını" belirtir. Gerbner'e göre, kitle iletişimi sosyalleştiren ajan olarak rol oynar ve televizyon gerçeğinin izleyicide "ekilmesi" (televizyon gerçeğinin

izleyicide egemen olması) izleme yoğunluğuyla pozitif bir ilişki içindedir. Çok seyreden izleyicilerin "günlük yaşamın gerçeklerini" tanımlamasında televizyon gerçekleri egemendir. İzleyiciler televizyon dünyasının kültürel dokusunda yatan anlamları emmeye eğilimlidirler, çünkü televizyonu genellikle tercihe bağlı olmayan bir şekilde ve programa göre değil, saate göre kullanırlar. (Gerbner, 1979: 180) Yoğun seyredenler üzerindeki etki büyüktür; az seyredenlerin diğer enformasyon kanallarını kullanmaları fazladır; genç izleyicilerin ve yalnızlık durumunda olanların üzerinde "ekme" etkisi daha büyüktür. (Hawkins ve Pingree, 1983)

Özetle söylenirse, farklı dönemlerde medyanın izleyiciler üzerindeki etkisine odaklanan birçok araştırma yapılmıştır. 1930'lara kadar süren yaklaşımda kitle iletişim araştırmalarının medyanın toplum üzerinde güçlü, neredeyse sınırsız bir etkisinin olduğu düşünülmüştür. Medya araştırmalarının ikinci döneminde ise kitle iletişim araçlarının etkisinin var olduğu fakat ilk dönem araştırmalarında iddia edildiği kadar sınırsız olmadığı tezi savunulup bir sonraki dönemde güçlü etkilere geri dönülmüştür. Günümüzde medyanın uzun vadeli ve dolaylı etkileri ortak bir kabul görmesiyle birlikte medyanın bireylerin tavır, tutum, inanış ve davranışları üzerinde büyük bir etki edebilme potansiyelinin olduğu birçok araştırmacı tarafından ileri sürülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KIRGIZİSTAN'IN MEDYA SİSTEMİ

2.1 KIRGIZİSTAN'IN TARİHÇESİ

2.1.1 Eski Devirlerde Kırgız Halkı

Kırgızistan ya da Kırgız Cumhuriyeti Orta Asya'da yer alıp kuzeyde Kazakistan, batıda Özbekistan, güneybatıda Tacikistan ve güneydoğuda Çin Halk Cumhuriyeti ile komşu üniter, parlamenter, laik bir ülkedir. Bağımsızlığını 31 Ağustos 1991 tarihinde SSCB'nin dağılımyla kazanan Kırgızistan'ın kurucusu Kırgız halkıdır. Türklerin bilinen en eski yazılı belgeleri olan Yenisey ve Orhon Yazıtları'nda Kırgızlar, tarihleri çok eskiye dayanan Türk kavimleri arasında zikredilmektedir. Kırgızlar, Orta Asya'daki en eski milletlerden biridir. Kırgızlar ile ilgili ilk yazılı belgelere, M.Ö. III. yüzyıla ait Çin kaynaklarında rastlanmaktadır. Bu dönemde Hun yöneticisi Modeu tarafından Kırgız toprakları işgal edilmiş ve Kırgızlar uzun asırlar boyunca birçok göçebe imparatorluklar ile aktif bir şekilde savaşmışlardır. (Kırgızistan Ülke Raporu, TİKA, 2005)

Bu bilgiler doğrultusunda Kırgızların uzun zaman önce, 3. yüzyılda kendilerine ait teşekküllerinin olduğu söylenebilir. Böylece, Kırgız etnonimi Türk kökenli halklar arasında en kadim etnonimlerinden birisidir. 20 Aralık 2002 tarihinde Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Kırgızistan'ın tarihteki Kırgız Devleti'nin 2200 yıllığını kutlama teklifini desteklemiştir. (Osmonov, 2013: s. 149)

Orta Çağlarda Kırgızların kurdukları siyasi birliği tarihçiler Kırgız Devleti ya da Kırgız Kağanlığı olarak adlandırmaktadırlar. Bu terimleri ilk kez tarihçi akademik, türkolog V. V. Bartold 1927 yılında yazdığı 'Kırgızlar' adlı eserinde tarih bilimine dahil etmektedir. 'Kırgız Devleti' adını kullanan bilim adamları, onu modern tarih bilimi tarafından ortaya çıkarılan terim olarak kabul edebilirler. Ancak 'Kırgız Devleti' teriminin eski çağlardaki Çin tarihçileri tarafından kullanılması onun oldukça eski olduğunu göstermektedir. Sima Tsyan ve Ban Gun tarihi eserlerinde Kırgızların siyasi düzenini 'ho' olarak belirtmişlerdi. Çin yazarları kullanan 'ho' terimi sinoloji kapsamında incelenmiştir. Çinde bu terim evrimsel maanada kullanılarak tarihin gelişim sürecine uygun çeşitli anlamlar taşımıştır. Çinliler yabancı halkların siyasi düzenini devlet olarak kabul edip, 'ho' terimi ile

belirtmişlerdir. ‘Ho’ olarak kayıt altına sadece Çin imparatorluğunun kuzeyinde yaşayan halklar değil, hatta Roma İmparatorluğu da alınmıştır. (Kocobekov, 2014)

Kırgız Devleti’nin yükselişi 7. yüzyılda başlamıştır. Önceden Uygur Kağanlığının egemenliği altında yaşayan Kırgızlar 840 yılında yüz binlik askerleriyle Uygurlar’ı yıktılar. Böylece, 9. yüzyılın ortasında Kırgız Kağanlığı kurulmuş oldu. O dönemdeki Kırgızların çoğunluğu göçebe hayat tarzında yaşasa da halkın bir parçası tarımla geçiniyordu. Kurulan sulama sistemleri kuraklık dönemlerinde bile yüksek hasadın elde edilmesini sağlıyordu. Hasadın işlenmesi için su değirmenlerinin kurulması hakkında bilgiler vardır. O coğrafyanın ormanlarındaki kürk kaynakları Kırgızların müreffeh tacirler olmalarına yol açtı. Çin, Tibet, Doğu Türkistan’la ticari ilişkiler gelişmiş idi. En önemli kültürel miras olarak bütün devlette kullanılan Orhun alfabesi söylenebilir. Kırgız atları büyük boy ve hızlarıyla ünlüydü. Onuncu yüzyıla ait Farsça metin Hudud al-'alam’da Kırgızlar "Ateşi kutsayan ve ölüleri yakan" millet olarak nitelendirildi, ayrıca göçebe oldukları ve avcılıkla uğraştıkları belirtildi. (Scott Cameron Levi ve Ron Sela: 2010) Yenisey nehri kıyılarında bulunan buluntular, Kırgızların ileri düzeyde bir medeniyete sahip olduklarını göstermektedir. Onun sınırları Çin kaynaklarında aşağıdaki şekilde belirtilmiş:

“Hyagas (Kırgız) güçlü devlet idi: toprağı Türk Kağanlığının yeri kadar büyüktü. (İkinci Göktürk Devleti) Doğuda Guligani’ye kadar (Baykal), güneyde Tibet’e, Doğu Türkistan’a kadar, Güneybatıda Gelollu’ya kadar (Yedi-Su) uzanmakta idi. Güneydoğuda ise Moğol steplerini kontrol ediyorlardı” (O. Osmonov, 2013: s. 152)

Kırgız Kağanlığının kesin hakimiyeti bir asırdan fazlaya uzamadı. 924 yılında geniş toprakları elde tutamayan Kırgız Devleti eski gücünü kaybetmiştir, halkın bir parçası Moğol istilasından korunarak şimdiki topraklara göç etmiştir, bir parçası ise Yukarı ve Orta Yenisey, Altay ve İrtış coğrafyasında kalmıştır. Karahanid kağanlığının kurulmasıyla (X-XII yy. başı) Kırgızistan’da İslam kültürü yayılmaya başlamıştır. Bu dönemde şehir kültürünün gelişmesini, edebiyatın coşkun bir yükselişini görebiliriz. Büyük düşünürler Jusup Balasaguni ve Mahmud Kaşkari; kendi değerli eserlerini yaratmışlardır. (Akerov, 2014: s.131)

Kırgızların konumu hakkındaki bilgiler Türk Dünyasının coğrafyası tanımlanırken 10. yüzyılda yaşamış meşhur Türk Dünyası bilgini Kaşgarlı

Mahmut'ça *Divanü Lugati't-Türk* adlı eserinde verilmiştir. Adı geçen eserde Kırgızların kullandığı dilin en arı Türkçe olduğu vurgulanmıştır. (Kıldıoğlu, 2006)

Kırgızlar bağımsızlığını XVII yy. ortasından XVIII yy. ortasına kadar Moğol boyundan olan Jungarın saldırılarına karşı korumuşlardır. XVIII yüzyılın 60'lı yıllarının ortasında önce Güneydeki Kırgızlar, sonra ise XIX yüzyılın 20-30'lı yıllarında Kuzeydeki Kırgızlar olmak üzere tamamı Hokand hanlığının tesiri altına girmişlerdir. XVIII yüzyılın sonu ve XIX yüzyılın başında Kuzey Kırgız kabileleri yükselen Çin tehdidi'nden dolayı Rusya ile iletişim kurmaya başlamışlardır. 1868 yılında Kırgızistan'ın Kuzey tarafı Rusya'ya tamamen dahil olmuştur, Güney tarafı ise 1876 yılındaki ayaklanmanın bastırılmasından sonra fethedilmiştir. (Ottokurov, 2003: s. 19)

Çarlık Rusya'nın Kırım savaşında (1853-1856) yenilmesi onun her şeyden evvel ekonomik krizin içinde olduğunu gösteriyordu. Dış siyaset, ticaret sorunları ve gelişmekte olan kapitalist endüstrisi için yeni pazarlar Rus iktidarını derinden ilgilendiriyordu. Asya'yı hakimiyetine alarak, kendisine pazar sağlamış olacaktı. Çünkü Rus malları Avrupa'da Fransız ve İngiliz malları ile rekabet edebilecek durumda değildi. Türkistan hakimiyeti Rusya'ya, doğu dünyasının pazarını açacaktı. Orta Asya'nın işgali ve Doğu'nun diğer ülkeleri ile ekonomik ilişkiler eski siyasi prestiji yerine getirecek ve temel rakip olan İngiltere ile kutuplaşmada önemli etken olacaktı. Ruslar ticari ve diplomatik yöntemlerle ilişki kurduğu bölgeleri daha sonra askeri seferlerle ele geçirmiştir. İşgal edilen topraklarda yeni idari sistemi kurarak Rusya'nın farklı bölgelerinden Slav göçmenlerini getirdiler. Amaçları verimli toprakları işletmek ve doğal zenginliklerini kullanmak, yeni sömürge bölgesini kendilerine ait bir vatan haline getirmekti. (Karakeev, 1994)

Vergi siyaseti, Rus göçmenlerinin ve askerlerinin zulmü, yerli halkın din ve kültürüne baskı ve en önemlisi çarlık hükümetinin Birinci Dünya savaşında cephedeki durumu düzeltmek için aradığı insan gücünü Türkistan'dan alacağı duyurusu yerli halkın büyük memnuniyetsizliğini yarattı. Türkistan halkı işgalcilere defalarca tepki gösterdi; 1885 yılında Fergana'da, 1897 yılında ise Taşkent'te büyük isyan hareketleri yaşanmıştı. Bunun dışında 1900 yılında 75 kez, 1905'te 235 kez, 1910 yılında 334 ve 1915 yılında 372 kez değişik bölgelerde halk isyan etmişti. (İsake, 1999) Fakat en büyük isyan 1916 yılında on milyondan fazla insanın

katılımıyla gerçekleşmiştir. 4 Temmuz 1916 yılında yerli halkın geri kıtalarda çalıştırılması için seferber edilmesine ilişkin Çar Kararnamesi'ne karşı Hocent ve Semerkand vilayetlerinde halkın ayaklanması tüm Orta Asya'da isyanın başlamasına neden oldu. Temmuz'un ortalarında isyan artık Fergana ve Güney Kırgızistan'a yayılmıştı. Daha sonra hareket tüm Orta Asya'ya yayıldı. Sömürgeciliğin merkezi olan Kuzey Kırgızistan Orta Asya halklarının isyan merkezine çevrildi. (Junushaliyev, 1997) Sömürgecilere karşı isyan eden halk ortak maksadla hareket etse de organize olamadı, isyan bir merkezden yönetilmedi, üstelik başkaldıranlar silahsız idi. Neticede isyan son derece iyi silahlanmış Rus ordusu tarafından acımasızca bastırıldı. Yüzbinlerce insanın şehit düştüğü bu isyanda Orta Asya halkı Rus yayılma politikasına karşı net bir tavır sergilemiştir. İsyan başarıya ulaşmasa da milli bağımsızlık mücadelesinde önemli bir yere sahiptir. (Begaliev, 1994: s. 134)

2.1.2 Sovyet Döneminde Kırgızlar

1917 yılında Çarlık Rusya'da gerçekleşen bolşevik ihtilali Orta Asya'ya büyük değişiklikler getirdi. Rusya'daki iktidar Geçici Hükümet ve Bolşevik Partisi'ne geçti. Fakat bu süreç iktidardan indirilen sınıfın silahlı karşılığını doğurdu ve böylece 'kızıl asker' ve 'beyaz asker' olmak üzere iç savaş başladı. 2 Kasım 1917'de kabul edilen 'Rusya Halklarının Hakları Beyannamesi'nde, bütün halkların eşitlik ve egemenliğine, onların kendi mukkadderatlarını kendilerinin serbestçe çözümleme, ayrılık, kendi başlarına devlet kurmaya kadar haklarının vaat edilmesine dayanarak halkın ileri gelenleri çalışmaya başlamışlardı. (Baktıgulov, 1999: s. 21) Mustafa Çokay'ın başında olduğu yerli halkın ileri gelen temsilcileri Türkistan'da Sovnarkom'un (Sovyet Halk Komitesi) kurulmasından bir hafta sonra 22-26 Kasım tarihleri arasında Hokand'da müslümanların olağanüstü 4. Kurultay'da toplandılar. Kurultayın acilen toplanmasının nedeni yeni hükümetin yerli halkın haklarını görmemezlikten gelmesi ve yaptığı ihalelerdi. Kurultay yerli halkın çıkarına en uygun saydığı bir yol izleyerek Türkistan Muhtariyetinin kuruluşunu ilan etti. Kurultaya Çokay, Hocayev, Akaev, Mahmudov, Canışev, Tınışbaev başkanlık yaptı. (Cantuarov, 1992: s. 32)

Türkistan'daki Sovyet devrimine karşıt güçleri ortadan kaldırmak amacıyla 1918 yılında bolşevikler Aktöbö, Zakaspiy ve Yedisu cephelerini oluşturdular. Savaşı yönetmek için Orta Asya'da Savunma Genel Kurmayı ve Türkistan Devrimci

Asker Konseyi kurularak Kızıl Asker'in yeni bölümlerini oluşturmaya özen gösterilmiştir. Sovyetlere karşı mücadele eden Basmacılar hareketi organize olamadı ve düzenli Sovyet ordusu tarafından yok edildi. (Zevelev vd 1984: s. 14)

Türkistan Özerk Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'ni Milli Özerk Cumhuriyetlerine bölme Merkezi Komite'nin büyük sorunlarından biri idi. Bu meselenin çözülüşü ile Türk halklarının siyasi birliğini bozma hedeflendi, çünkü bu ileride Rusya'nın sömürü politikalarına büyük engel olabilirdi. (www.welcome.kg/ru/history/ss/ 23.05.2017) Kırgızlar için ise özerk de olsa kendi devletini kurma çok büyük önem taşıyordu, çünkü bu bir varlık mücadelesiydi. İ. Arabayev, İ. Aidarbekov, J. Abdrahmanov'un büyük çabalarıyla 1924 yılında Kara-Kırgız Özerk Bölgesi kuruldu. Daha sonra Şubat 1926'da, bölgenin adı Kırgız Özerk Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti olarak değiştirildi. 1936 yılında ise, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği bünyesinde Kırgız Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti olarak değiştirildi. Artık Sovyet iktidarı döneminde Kırgızlar için başka bir çağ başladı. (Topaloğlu ve Rud: 1999)

Sovyet iktidarı kuruluşunun ilk gününden itibaren totaliter sistem olarak gelişmekte idi. Kırgız SSC'si bolşevik partisinin yönetimi altında olup bütün siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel meseleler merkezin yönetmeliğine göre çözülürdü. Totaliter sistem özellikle 1930 yıllarda her türlü yalan gerekçe ile binlerce kişiyi katletti. 'Pantürkizm', 'panislamizm', 'Alaş Ordo'ya katılma, 'ajanlık' ve benzeri uydurulmuş suçlar ile halkın en önde gelenlerin çoğu öldürüldü. Genel olarak, 1920 - 1940 yıllar aralığında 40 binin civarındaki kişi (bilim adamı, kamu yöneticileri, doktorlar, yazarlar) Sovyet totaliter sistemi tarafından katledildi. (http://repression.archive.kg/ 24.04.2019)

Yirminci yüzyılın 20'ci yıllarından itibaren Kırgızistan'da büyük sosyo-ekonomik ve kültürel değişimler gerçekleştirildi. Totaliter rejimin katlettiği on binlerce kişinin yanında iktisat ve yaşamın başka sahalarında büyük ilerlemelerin söz konusu olduğunu da belirtmek objektiflik için gereklidir. Toprak ve su reformları göçebe Kırgızlara yerleşme olanağı sağladı, demir yollarının inşaası, sanayi yöntemleriyle kömür madeni yataklarının işletilmesi, üretimin gelişmesi, ayrıca jeolojik araştırma etütleri, büyük sulama sistemlerinin dizaynı ve inşaatı. Askerî olarak stratejik alanlara yollar yapılmış ve o dönemin teknolojik başarılarının temelimde dayanıklı köprüler sağlanmıştır. Kooperatifleşme Kırgız ziraatına ziraatın

bilinmeyen dallarını getirmiştir. (Çorotekin, 2001: s. 31) Bununla beraber halkı aydınlatma açısından büyük adımlar atıldı. Çocukların okullara gitmeleri zorunlu oldu, çok sayıda mesleki lise açıldı. Dünya ve milli değerler sentezleşerek tiyatro, müzik, edebiyat, opera, bale, sinema ve sanatın başka birçok dalında önemli gelişmeler yaşandı. Radyo, televizyon ve yazılı basının temelleri atıldı ve düzenli bir şekilde geliştirildi. Fakat kültür alanında da totaliterlik iz bırakmıştı. Birçok bilim adamı ve yazarlar baskıya uğratıldı, acımasız sansür fikir özgürlüğüne izin vermiyordu. Kısa sürenin içinde Kırgızlar 3 kere alfabesini değiştirmek zorunda kaldılar: Arap harflerinden Latin'e, Latin'den Kiril alfabesine. Bu değişimler eski alfabeyi kullanma yasağını getirdikleri için toplumun entelektüellik düzeyine ters etkilerini vermişlerdir.

2. Dünya Savaşı bizzat Kırgız topraklarında olmasa da Kırgız SSC'yi derinden etkilemiştir. Resmi bilgilere göre, her 4 insanın biri faşist güçlere karşı cephede savaşmıştır. Bunların dışında 30.000'den fazla kişi ülkenin sınırları dışındaki harp endüstrisi fabrikalarında çalıştırılmak için gönderilmişlerdir. (Voropayeva, 2002: s. 103)

Savaş zamanında bölgelerde yer alan ve faşistlerin işgal tehlikesi altında bulunan sanayi fabrikalarının birçoğu acil bir şekilde doğuya tahliye edilmiştir, aynı şekilde Kırgızistan'a da tahliye yapılmıştır. Bu ülkelerin merkezi bölgelerinde, örneğin, Bişkek, Tokmok, Ak-Suu ve diğer bölgelerde çeşitli işletmeler inşa edilmiştir. Bunların dışında savaş yıllarında Orta Asya'ya, aynı zamanda Kırgızistan'a da Kafkas, Kırım ve Volga boyundan Alman, Çeçen, Ahıska Türkleri, Azerbaycan, Kumık, Balkar, Nogay ve diğer milletlerin temsilcileri de sürülmüştür. Savaş yıllarında Kırgızistanlı askerler cesaretle ve yiğitçe savaşmışlardır, onların içinden 150.000'i nişan ve madalya ile ödüllendirildi. 72 askere Sovyetler Birliği Kahramanı unvanı verilmiştir. Bunların içinde Düyşönkul Şopokov, Çolponbay Tüleberdiyev, Dayır Asanov, Asanbek Otorbayev vardı. (Çorotekin, 2001: s. 35)

Savaş sonrasında Sovyetlerin bütün gayretleri yıkılan ekonomiyi yeniden kurmaya yönelikti, fakat yaşanılan teknolojik gelişmeler ve ekonominin kalkınması devamlı olamadı ve uzun sürmedi. 1960'lı yıllarda tarihe 'zastoi' (durgunluk) olarak geçen dönem başladı. Elbette, 1986 yılına kadar devam eden bu dönemi Sovyet sporunun, uzay araştırmalarının, sanatının altın yılları olarak adlandırılabilirliği tartışılmaz, fakat tam bu yıllardaki durgunluk ülkeyi büyük ekonomik, sosyal ve

siyasi krize sürükledi. 1985 yılında Komünist Partisi'nin genel sekreterliğine Gorbaçev'un gelmesi ile ekonomiyi, toplumu reorganize etme amaçlanarak 'perestroika' (yeniden kurma) süreci başladı. Fakat muhalefete izin verilmeyen tek partili rejim, rekabetin kaldırılması, merkezi planlama, yüklü askerî harcamalar, çok sayıda milliyetlerden oluşan toplumun heterojen yapısı, sisteme karşı pasif direniş; dünyanın gerçeklerine değil, ideolojiye dayanan ve sosyal bilimleri ihmal eden eğitim sistemi, dine karşı duruş, basın-yayın ve kültür tekeli Sovyet sistemini yıkan ve üzerinde durulması gereken sebepler arasında yer almaktadır. (Özsoy, 2006)

Kırgızların yerleşik düzene geçirilmesi, binlerce yıl süren bir yaşam biçiminin değişmesi anlamına geliyordu. Batıdaki Türklerin uzun yüzyıllara yayılan bir sürede gerçekleştirdikleri bu dönüşüm Kırgızlar ve diğer göçebe Türk halkları için kısa sürede yaşanması sancılı ve trajik bir şekilde yaşanmış olsa da Kırgızların Kırgızistan hayatının her safhasında olmalarına katkı sağlayacak olumlu bir gelişmeydi. (Gündoğdu, 2011)

Mihail Gorbaçov'un 'perestroika' (yeniden yapılandırma) ve 'glasnost' (açıklık) siyaseti, Kırgızlara sosyo-politik, iktisadi ve kültürel yaşamın her yönünü yeniden gözden geçirme olanağı sunmuştur. Merkezin kendi iktidarını güçlendirmek amaçlarıyla Kırgızistan'a kendi adamlarını yollamayı devam ettirmesi, 1916 yılındaki ulusal kurtuluş hareketinin 75. yıldönümüne ithaf edilen etkinliklerin uygulanmasına karşı çıkması, Kafkasya'daki ve Baltık boyundaki santrifüj hareketler, aynı zamanda Aralık 1986'da barışsever Almatı'lı göstericilerin kurşuna dizilmesini manasını anlayan Kırgızistan halkının Moskova karşıtı fikri giderek güçlenmiştir. Moskova, Leningrad ve başka liberal şehirlerde yaşayan ve eğitim alan Kırgızlar da yeni demokratik düşüncelerin etkin yayıcıları olmuşlardır. (Çorotekin, 2001: s. 37)

Kırgızistan'da bağımsızlık için mücadele fikirleri kendi ülkesinde şahsi arsalarını edinme fikirlerine de ilk dürtücü etken olmuştur. XX. yüzyılın 60'lı yıllarından itibaren köylü Kırgız gençlerinin şehirlere göç etmesi çoğalmıştır. Fakat Bişkek ve Oş gibi büyük şehirlerde Kırgız gençlerinin konut meselelerine gereken ilgi gösterilmemiştir. Yöneticiler şahsî evlerini kurmak için onlara arsaların sağlanması üzerine verdikleri Kırgız gençlerinin isteklerine kayıtsız davranmışlardır. İktidar tarafından yapılan baskının büyümesi üzerine Kırgız gençleri Haziran'da "Aşar" (Karşılıklı yardım) sosyal ve siyasal teşkilâtını kurmuşlardır. Bu topluluğun takibi büyüdüğü zaman da 1990 yılının Ocak ve Şubat aylarında onun üyeleri ilk

antikomünist kalabalık mitinginin organizatörleri olmuşlardır. "Aşar" topluluğunun üyeleri Baltık boyundaki devletlerin sosyal ve demokratik teşkilâtları ile bağlantı kurmuşlardır. (Erkebaev, 2015: s. 156)

Öğrenciler, genç okutmanlar, bilim adamları, mühendisler, işçiler siyasi bakımdan aktif bir hale gelmişlerdir. 1990 yılının Şubat-Nisan ayları arasında başkent gençlerinin temsilcileri birkaç kez Kırgız SSC Komünist Partisinin Başkanı A. Masaliyev ile açık tartışmaya çıkmışlardır. Bu tartışmalarda onlar siyasi hayatın demokratikleşme, ekonomik reformların gerçekleşmesi, ekolojik şartların iyileşmesi ve diğer güncel meseleler üzerine kendi siyasi taleplerini ifade etmişlerdir. Sakin şekilde geçen bu tartışmaların sonucunda Kırgızistan'da Komünist rejime karşı açık mücadele için kuvvet doğmuştur. 19 Ağustos 1991 tarihinde birçok ülkede güçlenen bağımsızlık fikirlerinden tedirgin olan yüksek makamdaki bir grup Gorbaçov'a karşı darbe girişiminde bulundu. Rusya'nın dışındaki diğer ülkeler üstündeki iktidarı kaybetme korkusu ile hareket eden bu grup başarılı olmadı. Bu siyasi istikrarsızlık diğer Sovyet ülkelerinin bağımsızlığa kavuşmasına ivme kazandırdı. 31 Ağustos 1991'de Kırgızistan'ın Cogorku Keneş'i (Parlamento) "Devlet Bağımsızlığı Hakkında" beyanname çıkarmıştır ve bu beyanname gereğince Kırgız Cumhuriyeti resmi olarak bağımsız devlet ilan edilmiştir. 31 Ağustos günümüzde "Bağımsızlık günü" olarak kutlanmaktadır. 1991 yılının Eylül ayında Kırgızistan'daki Komünist Partisi meclisin kararıyla kendi faaliyetlerini durdurmuştur, onun mülkiyeti ise tamamen devlet mülkiyetine geçmiştir. (Çorotekin, 2001: s. 40)

2.1.3 Günümüz Kırgızistan'ın Sosyo-Ekonomik Durumu

1991 yılında SSCB'nin yıkılışı ile Kırgız halkının tarihinde yeni bir sayfa açıldı. 31 Ağustos tarihinde Kırgızistan kendisini bağımsız devlet olarak ilan etti. Önceki otoriter totaliter rejimin yerine demokratik idare prensipleri uygulanmaya başladı. Planlı ekonominin yerini piyasa ekonomisi aldı ve daha önce homojen olan toplum heterojenleşmeye başladı. Komünist ideolojinin yerine burjuva liberalizmi geçti. Sosyo-politik bağlamda Kırgızistan devletin tüm özelliklerini kazanarak dünya topluluğunun eşit üyesi oldu. 1992'de Kırgızistan, Birleşmiş Milletler ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'na katıldı. Kırgızistan'ın ilk anayasası 5 Mayıs 1993 yılında ülkenin Yüksek Konseyinin 12. toplantısında kabul edilmiştir. Kırgızistan'ı

devlet olarak tanıyan ilk ülke Türkiye olmuştur. (http://www.president.kg/kg/kyrgyzstan/taryh 28.05.2019)

Bütün nitelikleriyle, Kırgızistan bir geçiş ekonomisi karakteristiğini yansıtmaktadır. Kırgızistan Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'nin en liberal ve en demokrat ülkesi olmasına rağmen, diğer cumhuriyetlere göre daha az hammaddeye sahip olması dolayısıyla ülkeye önemli bir yabancı sermaye gelmemiştir. SSCB döneminde, dışa açık olmayan ve Sovyet Cumhuriyetleri ile büyük ölçüde entegre olan iş bölümü esasındaki Kırgız iktisadı, SSCB'nin dağılmasından sonra geçirdiği üretim kayıpları yüzünden mühim problemlerle karşı karşıya kalmıştır. Sanayi sektörünün iktisattaki payı önemli ölçüde savunma sanayisine kayarak ülkede üretilen hammaddelerin işlenmesi doğrultusundaki sanayi sektörü küçük üretim hacmiyle işleyen bir sanayi durumuna gelmiştir. (Ramazanoğlu ve Acar, 2006: s. 46)

Kırgızistan'ın iktisadiyeti, eski Sovyet zamanında dışa dönük olmayan ve diğer Sovyet cumhuriyetlerinin ekonomilerine birleşik olarak, iktisadî organizasyon da buna göre yapılandırılmıştır. Kırgızistan'daki sanayi kuruluşları bağımsız olmadıklarından dolayı nihai müşteri ile doğrudan iletişim kuramamaktaydılar. Eski Sovyet sanayi politikası, üretim süreçlerini dikey olarak değişik bölgelere yaymış, yani üretim basamaklarının bir bölgede bitmesine fırsat vermeyerek, hammadde temininden ara üretim ve son üretime kadar olan bütün basamaklar, değişik bölgelere dağıtılmıştır. Bu yüzden, cumhuriyetlerin kendi kendine yeterli bir ekonomiye ulaşmaları oldukça güçleştirilmiştir. (Solak, 2017: s. 67)

1992 yılından başlayarak bir dizi fabrika, hizmet sektöründeki işletmeler, bina ve yaşam alanları, araziler özel mülkiyete devredildi. 10 Mayıs 1993 tarihinde ulusal para birimi olan *som* dolaşıma girdikten sonra Kırgızistan *ruble* alanından çekildi. Ulusal para biriminin dolaşıma girmesi ekonomisinin gelişmesinde yeni umutlara yol açtı. Para açısından, ülke Rusya'ya bağımlı olmayı durdurdu. Kırgızistan'daki bu tür kararlı adımlar uluslararası finansal kuruluşlar tarafından desteklendi. Ülke büyük krediler almaya başladı. Mali yardımın ekonominin gelişimine somut bir katkısı vardı. Özel bankaların açılması, parasal işlemlerin yürütülmesi için uygun koşullar sağlandı. Fakat eski SSCB'nin ekonomik bağlarının bozulması yeni cumhuriyetin sosyo-ekonomik durumunu olumsuz bir şekilde etkiledi. Piyasa reformlarındaki eksiklikler devlet bütçesinin yüksek bir açığına neden oldu. Çok yüksek enflasyon, fabrika ve işletmelerinin kapatılması sonucunda ortaya çıkan işsizlik, kolhozların

dağılımı halkın yoksullaşmasına yol açtı. Neticede bağımsızlığın ilk yıllarında Kırgızistan halkının yarısı yoksulluk sınırının altında yaşamaktaydı. (http://www.president.kg/kg/kyrgyzstan/taryh 17.04.2019)

Çalışan nüfustan %34'lük bir kesim ormancılık ve tarım alanlarında istihdam edilmektedir. Fakat, sanayi ülkede yeterli düzeyde ilerleyemediği için, tarım mahsüllerinin ihracattaki payı epey yüksektir. İklim ve benzeri şartların, tarım üzerindeki etkisinin büyük olması dönemlik dalgalanmalara da yol açmaktadır. (Ramazanoğlu ve Acar, 2005: s. 50)

Ülkeyi ikiye bölen Altay ve Tanrı sıradağları arasında bulunan sarp vadilerden akan düzensiz ve yüksek hızlı akışa sahip akarsular elektrik enerjisi üretmede ve bu sayede ülke ekonomisinde mühim bir kaynaktır. Kırgızistan, S.S.C.B. döneminde hammadde ve kaynak imal eden bir ülke idi. Diğer Orta Asya ülkelerinin tersine, Kırgızistan istenen miktarda doğal gaz ve petrol olmaması nedeniyle ciddi bir kazançtan yoksundur. (Çatalbaş ve Yıldırım, 2008)

Rüşvetin yüksek oranı, kriminalleşme, iktidarın otoriter rejimi, gelir dağılımındaki adaletsizlikler ve toplum içindeki büyük uçurum 24 Mart 2005 ve 7 Nisan 2010 tarihlerindeki iki devrime neden olmuştur. Geçici Hükümeti'nden sonra Kırgızistan'da parlamenter düzen kuruldu ve parlamento olan Cogorku Keneş'e geniş yetkiler verildi. (Kenensariev, 2015: s. 6)

Zor sosyo-ekonomik durum ve büyük yatırımlara muhtaçlık Kırgızistna'ın çok vektörlü siyaseti izlemesine neden olmaktadır. Günümüzde Kırgızistan Birleşmiş Milletler Örgütü'nün, Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ), Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'nın (AGİT), UNESCO, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun (BDT), Kolektif Güvenlik Anlaşması Örgütü'nün (KGAÖ), Şanghay İşbirliği Örgütü'nün (ŞİÖ), İslam İşbirliği Teşkilatı'nın (İİT), Ekonomik İşbirliği Teşkilatı'nın (EİT), Türk Dili Konuşan Ülkeler Parlamenter Asamblesi'nin (TÜRKPA), Avrasya Ekonomi Topluluğu'nun üyesi olarak yakın ve uzaktaki ülkeler ile ilişkileri kurmaktadır. (Chotoev, 2002: s. 37)

Ülkedeki kriz ve işsizlik 6 milyon nüfusu olan Kırgızistan'ın 1 milyona yakın vatandaşını yurtdışında iş bulmaya zorlamıştır. Kırgız Cumhuriyeti Merkez Bankası'na göre 2016'da göçmen işçiler 1,99 milyar doları Kırgızistan'a transfer etti ve 2017 yılının 9 ayı içerisinde rakam 1,8 milyar dolara ulaştı. Dünya Bankası'nın değerlendirmesine göre, Kırgızistan Gayrisafi Yurtiçi Hasılası'nın %35'i

göçmenlerin transfer ettiği paralardan oluşmaktadır. (https://ru.sputnik.kg/economy/20181124/1042129128/kyrgyzstan-perevody-migranty-rekord.html 28.02.2019)

Kırgızistan, çevresindeki Orta Asya devletleriyle kıyaslandığında toprak büyüklüğü ve nüfus bakımından geride bulunsa da, bazı özellikleriyle bu coğrafyanın önde gelen ülkelerinden biri durumundadır. Orta Asya hatta Orta Doğu devletlerini içine alan bu büyük coğrafyada Türkiye dışında en demokratik, politik yönetime sahip olan ülke Kırgızistan'dır. Orta Doğu ve Orta Asya coğrafyasındaki devletlerin büyük çoğunluğunda karşılaşmadığımız ve var olduğunu düşünmediğimiz muhalif basın-yayın, muhalif parti, bağımsız sivil toplum hareketleri, özgür seçimler ve bunun gibi kavram ve kurumların bulunması, Kırgızistan'ı başka bir seviyeye taşımaktadır. (Karaağaçlı, A., 2012: s. 23)

Sovyetler Birliği'nin çökmesiyle birlikte, ülkede sanayinin çökmesi ve tarımın ağır hasar görmesine rağmen ekonomi yeniden canlanmaktadır. Dünya Bankası Kırgızistan'daki birkaç önemli faktörü belirtmiştir. Birincisi, insanlar. Kişi başına geliri aynı olan diğer ülkelere kıyasla Kırgızistanlıların eğitim düzeyi daha yüksektir. İkincisi, enerji sektöründe büyük fırsatlar sağlayan su kaynakları. Bundan başka, Kırgızistan'da turizmin dinamik gelişimine temel teşkil eden güzel doğa, altın, cıva ve diğer değerli metallerin bulunması, tarım ve giyim endüstrisi sektörleri Kırgızistan'ın dinamik gelişimini sağlayabilir. (Dünya Bankası Raporu, 2018)

Böylece, yeni düzene geçiş sürecinde birkaç önemli başarı elde edildi, bununla birlikte ağır hatalar da yapıldı. Yeni sosyo-politik düzene geçiş süreci düşünüldüğü gibi başarılı olamadığından dolayı ülke özellikle bağımsızlığın ilk yıllarında oldukça zor ekonomik şartlar altındaydı.

2.2 DÜNYADA VE KIRGIZİSTAN'DA RADYO TV YAYINLARI

2.2.1 Dünyada İlk Radyo Yayınları

Radyo tekniği ile alakalı yapılan ilk teknik buluş, 1860 yılında telsizin ilim babası James Clerk Maxwell tarafından gerçekleştirilmiştir. Radyo (elektromanyetik) dalgalarının varlığını ilk bulan kişi de yine Maxwell olmuştur. Bu buluşu henüz 29 yaşındayken gerçekleştiren Maxwell, 1865 yılında bu dalgaların hareket hızının, boşlukta ışık hızına yakın bir hızda (saniyede 186 000 mil - 300 000 km) olduğunu

öne sürmüştür. Fakat, daha çok kuramsal çalışması onu buluşlarını kanıtlamaktan alıkoymuştur. 20 yıl sonra 1885-89 yıllarında bugün elektromanyetik dalgalara adını veren Alman fizikçi Heinrich Hertz tarafından geliştirilmiştir. Hertz, 1886 yılında 26 yaşındayken yürüttüğü bu deneylerle Maxwell'in radyo dalgalarının varlığı ve ses titreşimlerinin elektromanyetik alanda ışık hızı ile yayıldığı kuramını kanıtlanmıştır. Ayrıca Hertz, elektromanyetik dalgaların uygun metal yüzeylerde yönlendirilmiş radyo dalgalarına dönüşebileceğini de ortaya çıkarmıştır. (Aziz, 1981: s. 8)

İtalyan fizikçi Guglielmo Marconi radyonun peyda olmasında son rölü oynayan kişidir. Marconi, kendinden evvelki testlerin belki de en mühim ve son adımını atarak kontrol altında radyo sinyali yollamayı başaran ilk bilim adamıdır. Ancak radyoyu ilk olarak kendisinin bulduğunu iddia eden birçok kişi de ortaya çıkmıştır. Bunların başında Nikola Tesla ve Olive Lodge isimleri gelmektedir. Rus bir mucit olan Alexander Stepanovitch Popov, anlaşılabilen ilk radyo dalgalarını aktarmayı başarmış ancak buna herhangi bir patent almamıştır. İsmini saymadığımız birçok kişi daha var, fakat radyonun kurucusu olarak, İtalyan Marconi ismi herkes tarafından kabul görmektedir. Marconi, Popov ve Lodge, Edward Branly'nin buluşu olan Branly tüpü olarak bilinen ve radyo dalgalarını belirlemek için kullanılan bir araç geliştirmeye çalışmaktaydılar. 1890 yılında başlayan bu çalışmalar, 1895 yılına gelindiğinde Marconi ve Popov'un birbirlerinden haberi olmadan geliştirmeleri ile sonuçlanmıştır. (Gaag, 2013: s. 122)

1907 yılında Fransız Lee de Forest, icat ettiği "boşluk tüpü (vacuum tube)" ile radyonun ilettiği sesi kaliteli hale getirdi. Kanadalı Reginald Feesenden 1906 yılı Noel akşamında ilk kez uzun mesafe radyo yayını yaptı. Bir konserden canlı yayın yaptığı ve kendisinin de şarkı söylediği yayın, okyanusta seyreden gemilerdeki telsizlerden dinlendi ve büyük şok yaşattı. 1918 yılında Edwin Howard Armstrong sesüstü yinelenimli alıcı ya da superheterodin'i geliştirdi. 15 sene sonra aynı bilimadamı yayındaki gürültüleri azaltacak FM (frekans modülasyonu) sistemini patentledi ve böylece radyonun geniş kitlelere ulaşmasına yol açtı. (Aziz, 1981: s. 8)

ABD'de özel sektöre bağlı birinci radyo istasyonu, 1920'de sürekli yayına başladı. Bu ülkede radyo istasyonlarının sayısı yalnızca iki yılda 200'ü aştı. Radyo yayınlarının bir propaganda aracı olarak ehemmiyeti ve gücü bu dönemde kavranmış olup radyolar çeşitli sivil ve politik zümrelerce kişileri tesir altında bırakma amacı ile kullanılmaya başlanmıştır. Asya ve Afrika'daki bazı küçük ülkeler hariç çoğu ülke

1920 - 1930 yılları arasında radyo yayınlarını başlattı. Süreğen radyo yayınları Fransa, İngiltere ve SSCB'de 1922, Almanya'da 1923, Türkiye'de ise 1927 yılında başladı. 1927 - 1945 yılları arasında, radyoculuk bütün dünyada altın çağını yaşadı. Bu erişkinlik devrinde, yayınlar teknik ve içerik olmak üzere süratle gelişti. Dalga boylarının tahsisi için uluslararası birçok görüşme düzenlenerek, uzun aralıklı frekanslar devletler arasında bölüşüldü. FM bandının 1935'te bulunması ve kullanılmaya başlanması parazitsiz yani daha kaliteli ses yayını sunma olanağı sağladı. 1948'de çok daha küçük boyutlu ve daha az enerji tüketen radyoların üretilmesi, radyolarda tüplerin yerini alacak transistörlerin imal edilmesi ile gerçekleştirilmiştir. (Çankaya, 1997: s. 22)

2.2.2 Kırgızistan'da Radyonun Gelişimi

Kırgızistan'da radyonun ortaya çıkışı yeni toplumsal düzenin hayati ihtiyaçlarını karşılaması ve geniş kitlelerin kültürel gereksinimlerini yerine getirebilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Radyonun iletişim aracı olarak yeni işlevlerini ele alarak, o zamanki hükümet radyoyu kitleleri etkileyen, halkı siyasal ve kültürel olarak aydınlatan aktif bir silah haline getirme amacındaydı. Hükümet tarafından sunulan ülkeyi radyolaştırma kampanyası Kırgızistan'daki kültürel devrimin bel kemiği olarak görülüyordu. Eğitim görmemiş köylü halkın sayısının çok olması sebebiyle radyolaştırma sürecinin Kırgızistan'da ayrıca önemli olduğu söylenebilir. (Çernov, 2009: s. 34)

Halkın bu kesimi için radyo haber almanın en ulaşılabilir aracıydı. Ülke genelinde işlek ve güvenilir bağlantının olmaması (mevcut olan posta ve telgraf ağları yeterli değildi), yerleşim yerlerinin birbirinden oldukça uzak olması ve bu mesafeleri yakınlaştıracak yolların bulunmaması, devlet yetkililerinin ekonomik yönetimini zorlaştırıyordu. Oluşan şartlarda, enformasyonu aktarabilme ve yeni siyaseti propaganda etme işlevini en etkili ve hızlı şekilde ancak radyo yapabildi. Böylece, radyonun merkezden uzak köy ve kışlalarla en uygun, sürekli ve düzenli bağlantı aracı olduğu kabul gördü. Radyonun o zamanlarda ülkenin siyasal, kültürel ve ekonomik inşaasında mühim bir rol oynadığı su götürmez bir gerçektir ve bu durum hala devam etmekte olduğunu söyleyebiliriz.

1926 yılında Özerk Kırgız Bölgesi Özerk Kırgız Cumhuriyetine dönüşüyor. Bu sevindirici haberi halka ilk kez yeni teknoloji yani radyonun yardımıyla duyurma

amaçlanır. 1927 yılında Kırgız SSÖC Merkezi Yürütme Kurulu'nun Kurultayında Kurulun başkanı Abdıkadır Orozbekov'un konuşması ilk kez radyo şebekeleri aracılığıyla yayınlanmıştır fakat bu ilk yayını radyo programı olarak adlandırmak yanlış olacaktır. (http://ktrk.kg/ky/history 26.02.2018)

Radyo yayına başlamadan önce çok büyük bir hazırlık çalışması yapıldı. Halkın geniş kesimleri bu çalışmaya dahil edildi ve yeni kitle iletişim aracını popülerleştirme görevi ise periyodik basının işiydi. Bütün bu çalışmalar temel bir amaca, yani ülke vatandaşlarının yayına ulaşmasını sağlamaya hizmet ediyordu. Bunun için, 1930 yılında Frunze'de ilk radyo istasyonu kuruldu. İlk radyo programı dinleyicilere ana dillerinde yani Kırgızca sunuldu. "Frunzeden süylöybüz, Frunze ubaktısı boyunça...", "Frunze'den konuşuyoruz, Frunze saatine göre..." ilk kez bu sözler 9 Mart 1931 tarihinde radyo spikeri tarafından dile getirildi. O günden itibaren her yayın bu sözlerle başlar. Radyo sinyal verici istasyonlarının kuvvetli alt yapısının kurulmasıyla paralel olarak alıcı ağının gerekli düzeye çıkarılması talep ediliyordu. Radyolaştırma kampanyası iki ana doğrultuda yapılmıştır:

1) Karasal alıcı konumlandırma
2) Telli bağlantı kurma (Çernov, 2009: s. 37)

İkinci yol daha hesaplı olması nedeniyle 2. Dünya Savaşı öncesinde birinci yola göre daha büyük bir atılım gösterdi. Radyo teknisyenleri başkentteki kurslarda eğitiliyorken, yüksek kademeli kadrolar genellikle yurtdışından mezun olmuş kişilerdi. Radyonun köylülerce dinlenmesi şehirlerdeki gibi kişisel değildi, köydeki insanlar radyoyu toplu olarak belli yerlerde (meydanlar, kolhozlar) dinliyorlardı. 1940 yılında mevcut olan 28,6 bin radyo şebekesinin sadece 4,5 bini köylerde yer alıyordu. (Kadırov, 1993: s. 23)

1931 yılında 19 Aralıkta Halk Komiserler Konseyi'ne bağlı olarak Haber ve Radyo Komitesi'nin düzenlenmesinden itibaren radyonun teknik altyapısının oturtulması ayrıca önem kazanmıştır. 30. yıllarda dinleyicilere "radyogazete" diye adlandıran radyo program türü sunulurdu. Radyoda çalışanlar basın tecrübesini kullanarak süresi kısa fakat bütün önemli haberleri içerebilecek program türünü yani günümüzün ana haber bülteninin ilk formatlarını ortaya çıkardılar. Ülke başkentinde 'Frunze işçisi', 'Savunmayı sağlamlaştır', Kırgızistan'ın güney bölgesinde yer alan ikinci büyük şehir Oş'ta ise 1932 yılından başlayarak 'Kızıl Pamukçu', 'Komünist' isimli radyogazeteler her gün Kırgızca ve Rusça olarak yayına çıkardı. Kırgız

radyosundaki radyogazeteler siyasi ve toplumsal yayının temel formu olup, radyonun kitlelere hitap etme imkanını ispatladılar. (Kadırov, 1993: s. 29)

Programların büyük bir kısmı köylerdeki işçi sınıfa yönelikti. Konuların farklı olmasına rağmen genel bir işçi motifinden söz edebiliriz. Özellikle sonbahar ve ilkbaharda, tarım kampanyaları sırasında bu tür programlar daha çok yayınlanıyordu. Kısa bir süre içerisinde radyoda söz edilen ziraattaki ileri teknolojik metodlar uygulanmaya başlar. Böylece, radyonun tarım reformlarındaki etkisi hissedilir. Bundan başka hayvancılık, pamuk ekme, kollektif olarak çiftliklere bakma konularında eğitim amaçlı programlar mevcuttu. İlk baştaki müzik programlarının çoğu Kırgız halk müziğinden ibaretti. Ünlü halk müzisyen, halk şair ve bestecileri radyoyla işbirliği yaparak senelerce bu yeni iletişim aracında çalıştılar. Kırgız edebiyatının gelişmesi ve sistemleştirilmesi ile birlikte ulusal dramatik programaların yapımı mümkün oldu. Bu tür programların hazırlanmasında tiyatro aktörleri ve genel olarak tiyatro cemaatleri büyük rol oynadılar. Daha sonra yazar ve şairlerin kendi eserlerini mikrofona okuma pratiği de uygulandı. (İbraeva ve Kulikova, 2002: s. 23)

Köyleri radyolaştırmanın ilk aşamalarında kolhoz ve sovhozlarda (kolektif tarım birlikleri) küçük yayın merkezleri kuruldu. 1950'li yıllarda radyo sistemi tamamen yenilendi ve daha kuvvetli yayın merkezlerinin kurulması başladı. 1930'lu yıllarda Kırgızistan'da ulusal radyo programları yayınlanmaya başladı fakat teknik ve materyal altyapısının yeterli olmamasından dolayı, radyo bütün ülke vatandaşlarına ulaşılabilir olamadı. Buna rağmen 1950'li yıllarda radyo işçi sınıfının hayatına yerleşerek, Kırgız halk kültürünün önemli bir parçası haline geldi. (Kadırov, 1993: s. 29)

'M Vector' araştırma şirketininin verilerine göre radyo dünya gelişmeleri ve ülkedeki olayları takip etmede ikinci inanılır haber kaynağı olmuştur. Halkın %56,7 radyo dinlemektedir. (M-Vector, 2012: s. 34) Günümüzde ülkede ulusal yayın yapan radyoların bazıları şunlardır:

Kırgızistan Obondoru ülkenin en popüler radyosudur. Bu özel radyo istasyonu 1999 yılında kurulmuştur. Obondoru müzik, eğlence ve haberlere odaklanır. Gün içerisinde 11 haber bültenini yayınlar. (http://obondoru.kg/ 20.02.2019)

Avrupa+ Kırgızistan Avrupa Medya Grubunun sahibi olduğu Rus Avrupa+ radyosu Rusya'nın ilk ve en popüler ticari radyo istasyonunun yerel şubesidir. Avrupa+ Rusya, Letonya, Belarus, Moldova, Ermenistan, Gürcistan, Kazakistan,

Özbekistan ve Kırgızistan'ı kapsamaktadır. İki uydu üzerinde 230'dan fazla vericide yayın yapan dünyanın en büyük radyo ağlarının birisidir. Çoğu şehirde Avrupa+ Moskova'daki ana istasyondan programları aktarmasıyla birlikte birkaç yerel programlara da sahiptir. (www.europaplus.ru 21.02.2019)

Birinci Radyo KTRK'ya (Kamusal Televizyon ve Radyo Kurumu) ait ülkenin ilk radyosudur. Ülkenin bilgi güvenliğini sağlama alanında devlet politikasını uygulama görevine dayanarak Birinci Radyo ülkedeki haberlere odaklanmaktadır. Birinci Radyo ***Azattyk Radyosu*** (RFE/RL) ile işbirliği yaparak frekansından birkaç saat için ona yer vermektedir. (http://ktrk.kg/birinchi/about/ 23.02.2019)

Sputnik Rusya hükümetine ait Russia Today haber ajansı tarafından kurulan radyo yayın hizmetidir. Merkezi Moskova'da bulunan Sputnik'in birçok ülkede bölgesel yayın ofisleri bulunmaktadır. 2016 yılında Bişkek'te modern bir editoryal merkez açtıktan sonra Kırgızistan'da faaliyet göstermeye başladı. Sputnik hem Rus hem de Kırgız dilinde yayın yapmaktadır. (https://sputnik.kg/docs/about/index.html 21.02.2019)

Min Kıyal, 7/24 yayın yapan müzik ve eğlence radyo istasyonudur. Modern müziğe odaklanır. Yayınları Kırgız sahne, folklor, pop ve diğer kültürel programların isabetlerini içermektedir. Min Kıyal, KTRK'ya aittir.

2.2.3 Dünyada TV Yayınları

Yaşamımıza dahil olan birçok faydalı cihazın arasında neredeyse hiçbir cihaz televizyonun popüleritesine ulaşamamıştır. Televizyon bazılarımız için şüphesiz en vazgeçilmez aygıtlardan biridir. Gelişen olayları öğrenmemizi sağlaması yanısıra önemli bir eğlence kaynağıdır. Televizyon 19. yüzyılın sonunda 20. yüzyılın başında birçok önemli bilimadamın çalışmasının neticesinde ortaya çıkmıştır. Dünyanın çeşitli yerlerindeki bireyler ve şirketler önceki teknolojinin yani radyonun yerini alabilecek bir cihaz sunmak için yarıştılar. Birçoğu yeni icadı kazanç elde etme amacında kullandı, bazıları ise görsel ve sesli iletişim teknolojisi ile dünyayı değiştirmek istedi. (Stephens ve Mitchell, 2015: s. 6) Radyoda olduğu gibi televizyonun bulunuşunda da bir çok kişinin, ilim adamının rolü olmuştur. Değişik zaman ve yerlerde yapılan buluşlar sonucu televizyon tekniği bugünkü durumuna

gelmiştir. Bir ilim adamının kuramsal olarak ortaya attığı bir buluş diğeri tarafından kanıtlanmış, aynı buluş değişik ülkelerde farklı kişilerce yapılmıştır. Televizyonun görüntüsel niteliğinden ötürü daha karmaşık bir tekniğe sahip oluşu, bu buluşların radyoya göre daha yavaş gelişmesine neden olmuştur. Televizyonun bulunuşuna gerek yayın olarak ses ve görüntünün aktarılmasına, gerekse bunu alacak özel araçların (televizyon alıcılarının) yapılmasına emeği geçen kişiler radyoya göre sayıca fazladır. Ancak, televizyon tarihine geçmiş belli başlı kişiler olarak May, Nipkow, Jenkins, Baird, Farnsworth, Zworykin gibi adlar verilebilir. (Aziz, 1981: s. 12)

İlk düzenli televizyon programları 1936 yılında İngiltere'de ve Almanya'da başladı. ABD'de ise 1941 yılında RCA şirketinin (Radio Corporation of America) televizyon gelişimine $50 milyon yatırım yaptıktan sonra düzenli yayınlar başlamıştır. Televizyon Avrupa'daki kitlelere 1950'li yıllarda ulaşmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda ise özel ve devlet televizyon kurumları daha geç 1960-1970'li yıllarda ortaya çıkmışlardır. ABD'deki CBS (Columbia Broadcasting System), NBC (National Broadcasting Company), ABC (ABC Television Network), Büyük Britanya'daki BBC (British Broadcasting Corporation), ITV (Independent Broadcasting Authority), İtalya'daki RAI (Radiotelevisione Italiana), Japonya'daki NHK (Nippon Hoso Kyokai), Almanya'daki ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen), Fransa'daki France Télévisions, Rusya'daki Rossiya (Rusya Radyo Televizyon Kurumu), Türkiye'deki TRT ve Katar'daki Al Jazeera dünyanın en büyük televizyon kuruluşlarıdır. Kırgızistan'ın üye olduğu Sovyetler Birliği'nde ilk deneysel televizyon yayını 29 Nisan 1931 yılında gerçekleşti. 1937 yılında Moskova'da Şabolovka sokağında ilk televizyon merkezi kuruldu. 1939 yılından itibaren düzenli yayın başlamış, ilk program olarak Komünist partisinin kongresi hakkındaki film yayınlanmıştır. İkinci Dünya savaşı nedeni ile yayınını durduran Şabolovka televizyon merkezi 7 Mayıs 1945'te yayınına tekrar başladı. (Vinogradova, 2017: s. 4)

2.2.4 Kırgızistan'da Televizyon Gelişimi

1958 yılında Kırgız SSC'i Başkanlar Konseyi'nin altında Radyo ve Televizyon komitesinin düzenlenmesi televizyonun gelişmesine ivme kazandırdı. Frunze

telestüdyosunun 30 Aralık 1958 tarihinde deneysel yayınlarıyla faaliyete geçmesi televizyonun Kırgızistan'daki ilk adımlarıydı. (Kadırov, 1993: s. 34)

Sovyet Döneminde Kırgızistan kamu yayıncılığına bakıldığında, Moskova merkezli tek bir kaynaktan yayınların dağıtıldığı görülmektedir. Merkezi Moskova olan b u yayın dağılımının örgütlenmesi, Sovyet Döneminde ki kamu örgütlenmesine bağlı olarak iki düzeyde dir. Merkezi Moskova Televizyon Yönetim Kurulu ile 13 Cumhuriyetin yöresel yayın televizyon Yönetim Kurulları ayrıdır. Moskova televizyonunun 17 kişilik Yönetim Kurulu üyeleri, Bakanlar Kurulu tarafından atanmaktadır. Yönetim Kurulu Başkanı, genellikle politikada önemli yeri olan kişiler arasından seçilmektedir. Yöresel televizyonların Yönetim Kurulları da o Cumhuriyetin hükümetleri tarafından seçilirler. (Tamer, 1983: s. 85)

Kırgızistan televizyonunun müdürü Rabiya Menseitova, spikeri Sainake Cunuşaliyeva, editörü Şarşeke Smatov, kameramanı Kurmanbek Ögöbayev, ses yönetmeni Svetlana Varibada, yönetmeni Canuzak Moldobayev tarihe ilkler olarak geçmişlerdir. (http://ktrk.kg/ky/history 18.03.18) Telestüdyonun ilk çalışma yılları ulusal yayını düzenlemeye ve yerel programları üretmeye odaklanarak geçti. En önemlisi, televizyon hem kendisinden önce gelen basın ve radyo tecrübesinden yararlandı hem de bazı sanat geleneklerini devam ettirerek ancak kendisine ait olan çok yönlü özel imkanlarını ortaya çıkardı.

1960'lı yılların başında haftalık yayın programı aşağıdaki şekildeydi: Televizyon yayını hafdada 4 gün (Salı, Çarşamba, Cuma ve Pazar) ortalama 2-2,5 saatlik programlar olarak izleyicilere sunulurdu. Yayının büyük bir kısmında yerel programlar, oyun ve belgesel filmlerine yer verilirdi. Her geçen yıl ortalama yayın oranı yükselerek, 1 Ocak 1966 tarihinden itibaren televizyon bir günde 4,5 saat yayın yapmaya başladı. Televizyon sadece şehirlerde değil, köylerde de izlenmeye başlar.1964-1965 yıllarında televizyon Narın, Ak-Talaa, At-Başı, Cumgal ve Toktogul gibi dağlık bölgelerde de halk tarafından sevilerek izlenmeye başlanır. 1966 yılında televizyon yayınları ülke coğrafyasının %80'ine ulaşır durumdaydı. Frunze telestüdyosunun programları dışında vatandaşlar Moskova'dan yayın yapan Birinci Merkez Televizyonu'nun 9 saatlik programlarını izleyebilirlerdi. (İbraeva ve Kulikova, 2002: s. 27)

Televizyonun teknik altyapısının geliştirilmesi sosyo-politik ve edebi dairelerin gelişmesine de katkı sağladı. İlk yerli programlarda halk müziği, Manas

Destanı'ndan kesitler, Aytış (atışma), devlet büyüklerinin stüdyoda çekilen konuşmaları yayınlanmaktaydı.

10 Nisan 1965 tarihinden itibaren Kırgız SSC'i Üst Konsey Kurulu'nun 539 numaralı kararnamesi ile komite devlet makamına yükselerek Başkanlar Konseyi'nin Radyo ve TV Devlet Komitesi olarak adlandırılır. Komite başkanı olarak 21 yıllık süre boyunca Asanbek Tokombayev görev yapmıştır. Görevi sırasında şimdiki Kamusal Birinci TV binasını, Radyo evini, televizyon stüdyolarını yaptırarak adını Kırgız televizyon tarihine büyük harflerle yazdırmıştır. (http://ktrk.kg/about/ 28.05.2019)

1974 y. 'Orbita' uzaydan haberleşme sisteminin yardımıyla ilk renkli programlar yayına başlar. Televizyonun etkisinin büyümesi çalışanları yeni projeler üretmeye teşvik ediyordu. Emek Kahramalarının Hikayeleri, Sovyetler-Halk İktidarı, Sizin İçin, Değerli Arkadaşlar, İnsan ve Kanun adlı programlar halkın favorileri arasındaydı. (Kadırov, 1993: s. 111)

2 Temmuz 1991 y. Kırgız Parlamentosu 'Kitle İletişim araçları hakkında' kanununu kabul ederek KTR Komitesinin tekelini kırıyor ve özel medyanın faaliyete geçmesine izin veriyor. Bağımsız Kırgız Cumhuriyeti'ndeki kitle iletişim araçlarının gelişimini 5 karakteristik periyoda ayırmamız mümkündür:

1) 1991-1992 y. Basın ve medya özgürlüğünün ilan edilmesi.

2) 1993-1995 y. İktidardan uzaklaşma ve KİA'nın kendi işlevleri ve toplumdaki rolü hakkındaki fikirlerinin şekillenmesi.

3) 1996-1999 y. Medyanın kendi kendini finansal olarak desteklemesi ve bağımsız KİA'nın aktifleşmesi.

4) 1999-2010 y. Devlet tarafından yürütülen güçlü denetim şartları altında medya pazarındaki payların dağılımı ve mediaholdinglerin oluşumu.
2010 yılının Nisan ayından itibaren ülke medya pazarı ve enformasyon alanındaki radikal reformların başlatılması.

5) 1991 yılının 21 Şubat tarihinde Cumhurbaşkanı Askar Akayev Devlet Radyo Televizyon Komitesinin kaldırılması ve yerine Devlet Radyo Televizyon Kurumunun (KTR) kurulması hakkındaki kararnameye imza atar. Buna göre bütün parti, toplumsal hareket, bakanlık ve sivil kuruluşların televizyon ve radyo içeriğinin oluşumuna ve üretimine karışmaları yasaklandı. Gazeteciler devlet partisinin uzun süreli diktesinen kurtularak toplumdaki olayları demokratik prensiplere dayanarak

yansıtma imkanını kazandılar. KTR'e ise yayın politikasını ve düzenini belirleme, kadro seçimi ve yabancı TV'lar ile ilişki kurma hakkı verildi. (Satılkanova, 2015: s. 3)

1992-1997 yıllarını özel audiogörsel kitle iletişim araçlarının yükseliş yılları olarak nitelendirebiliriz. 1992 yılında devlete bağlı olmayan ilk 'Piramida' televizyon kanalı ve kısa zaman içerisinde "Asman", KOORT, VOSST, NBT televizyonları kuruluyor. Kırgızistan'ın güney başkenti olan Oş şehrinde ise "Keremet", "Oş-TV" ve "Mezon" adlı kanallar faaliyete geçiyorlar. 1997-2005 yıllar arasında devlete bağlı olmayan 12 özel televizyon ve radyo şirketi "Soros-Kırgızistan", "İnternews-Network" gibi uluslararası derneklerin yardımıyla yayınlarını halka sunmaya başlarlar. Özel televizyon kanalların faaliyeti genel olarak reklam gelirlerine bağlıdır. Fakat ülkedeki ekonomik krizinden, yeni kurulan kanalların teknik temellerinin zayif olduğundan, reklam pazarının küçük olduğundan ve genel olarak finansal problemlerden dolayı özel kanallar yayınını başta planlandığı gibi devam ettiremedi. Neticede onların çoğu yabancı (özellikle Rus) kanalları ile anlaşma yaparak aynı frekansta çıkmaya başladılar. İçeriğin çoğunluğu Rusça olması ile birlikte yeni ittifaklar ortaya çıktılar: 'NTS+NTV' 'STV+TNT' 'Piramida+TVC'. Özel televizyonların zayiflığı KTR'nin medya alanındaki egemenliğini sürdürmesine imkan sağladı. Üstelik Sovyet döneminden kalan bütün şebekeler KTR'ye miras bırakıldığından dolayı devlet televizyon programları halkın %95'ine ulaşmaktaydı. (İbraeva ve Kulikova, 2001)

16 Mart 1998 yılında Cumhurbaşkanı'nın emriyle KTR'nin temelinde Devlet Televizyon ve Radyo Kurumu kuruluyor ve kararnamede bu kurumun devletin idaresi altında olacağı ayrıca vurgulanıyor. (www.ktrk.kg/history 15.04.18)

2.3 KIRGIZİSTAN'DA MEDYA VE İKTİDAR İLİŞKİLERİ

2.3.1 Bağımsızlığın Erken Dönemlerinde Medya ve İktidar İlişkileri

Sovyet Birliği'nin dağılması ile birlikte kitle iletişim araçlarının bağımsızlığı meselesi önem kazandı. Kırgızistan'da, diğer eski SSCB ülkelerinde olduğu gibi 1990'lılar yeni medya ortamının oluşumunun başlangıcı oldu. Bu dönemde çok sayıdaki bağımsız medya kurulmuştur. Nisan 1995 tarihinde Adalet Bakanlığı'nda

122 gazete, dergi, bülten ve 19 radyo ve televizyon kayıtlıydı. (Kasabolotov, 2008: s. 17)

Bağımsızlığın elde edilmesinden hemen sonra dönemin KİA'ı toplumsal hayatı, siyasi meseleleri halka demokratik değerler açısından sunmaya başladılar. İlk özgür basın olarak nitelendirebileceğimiz 'Asaba', 'Kırgız Ruhu', 'Delo №' 'Respublika'; ondan sonra özel 'Manas Ata', 'Ene-Til' gazeteleri bu dönemde kurulmuşlardır.

Sovyet medya sistemin dönüşümü Türkiye'de basında medya geçiş sürecini hatırlatmaktadır. Özellikle 1980 sonrası liberal sisteme geçen Türkiye'de olduğu gibi Kırgızistan'da sistem yenilenirken birçok gazete ve televizyon radyo istasyonu yayın hayatına atılmış, daha önce var olan bazı yayın organları (kolhoz yayınları ve devlet destekli bölgesel yayınlar) yayınlarına son vermek zorunda kalmışlardır. Devlet destekli ve sermaye desteğinde olan yükselen değerleri takip edebilen yayın organları ayakta kalabilmişlerdir. (Ayhan, 2008: s. 12)

Bağımsızlığın ilk yıllarında Bişkek'te 'Piramida' isimli ilk özel televizyon kanalı, Oş'ta 'Oş TV' kanalı yayınına başlamıştır. Fakat TV yayınının gelişmesi basınınki kadar hızlı değildi. Bunun en temel sebeplerinden biri büyük yatırımlara ihtiyacın duyulması ve medya sahiplerinin bu ihtiyacı karşılayamaması. Bağımsızlığın ilk yıllarında medya ve özellikle televizyon kanalların maddi gelir kazanması çok zordu. Nüfusun düşük satın alma gücü ve reklam sektörünün gelişmemiş olması, pazarın küçüklüğü ve reklam verecek büyük işletmelerin neredeyse yok olması bunun başlıca sebepleridir. Medyanın finansal ve ekonomik durumunun iyileşmesi ülke ekonomisinin kalkınmasına doğrudan ilişkiliydi. (Myrzagulov, 2007: s. 37)

Genel olarak, Kırgızistan'daki medya sisteminin oluşumu ve gelişimi 1991-2000 yılları aralığında aşağıdaki tarihsel aşamalardan geçmiştir:

1991-1992 yıllarındaki ilk aşamada Kırgız gazeteciliğinin demokratik karakteri oluşmaya başladı. Gazeteciler sivil, siyasi görüşlerini açık bildirerek eskiden devlet tekeli olan enformasyon akımına fikir çoğulculuğunu kazandırdılar. Bu dönemdeki devlet ve bağımsız medya toplumun ilerlemesi için ortaklık hatta işbirliği içerisindeydi. Medyanın gelişmesine aydınlar, profesyonel gazeteci olmayanlar da katkı sağlamaktaydı. Bu dönem iktidar dahil toplumun bütün kesimlerinin özgür

medya gelişmesini desteklemeleri ile nitelendirilebilir. Toplumun en güncel ve acil sorunları açık bir şekilde tartışılan Cogorku Keneş'ten (Parlamento) canlı yayın yapan televizyonun yeri ayrıca önemliydi. Enformasyon pazarında KİA arasında reklam ve izleyici/dinleyci için ilk rekabet ortaya çıktı. Olayın abartılması, skandal tüccarlığı ya da sansasyonalizm tekniklerini kullanan sarı basın ilk adımlarını bu dönemde atmıştır. (İbraeva ve Kulikova, 2001: s. 32)

1993-1995 yıllar arasında süren ikinci aşamada kitle iletişim araçlarının ticarileşmesi devam etmiştir. 1992 yılında kabul edilen 'Kitle iletişim araçları hakkındaki' kanun medya için kolaylıklar sunmuştur. Medya %20 KDV (katma değer vergisi) ödemekden serbestti, gelir vergisi oranı ise %15 olarak ayarlanmıştı. Devletin medyayi bağlı etme girişimleri bu dönemde başlamışlardır. İktidara bağlı medya kuruluşlarına karşılıksız mali yardımlar ediliyordu. Halk tarafından sevilen gazetecilere yurtdışına çıkan heyetlerde hükümet başkanlarının yanında yer verildi, gazeteciler yüksek görevlere atandı. (İbraeva ve Kulikova, 2001: s. 34)

Medya gelişimindeki üçüncü aşama 1996 yılında başladı. Bu dönemden itibaren iktidar özgür gazeteciliğe yönelik sabırsızlık ve tahriş belirtilerini belli etmeye başlıyor. Buna hem bazı gazetecilerin aşırı derecede eleştirel tutum alması hem de iktidarın medyayi 'dizginleme' çabası sebep oldu. Bu dönem, başta muhalefet gazeteleri olmak üzere, iktidar yapıları ile bağımsız medya arasındaki çelişkili ilişkilerle nitelendirilebilir. Birçok gazeteciye dava açıldı ve büyük miktarlarda para cezaları belirlendi. Sonuçta 'Asaba', 'Moya Stolitsa' (Başkentim) gibi gazeteler iflas oldu ve gazeteciler işsiz kaldı. 1996'dan sonra Kırgızistan'da medya vergi açısından sanayi işletmeleriyle eşitlendi ve %20 KDV, %30 gelir vergilerini ödemek zorundaydı. (www.open.kg/about-kyrgyzstan/socio-economic-resources/mass-media/ 23.04.18)

Kırgızistan'da 2000'li yılların başında resmi olarak yaklaşık 400 medya kurumu kayıtlıydı. Fakat onların sadece 40 tanesi aktif bir şekilde faaliyette bulunmaktaydı. Örneğin Bişkek'te iki biri Kırgızca biri de Rusça resmi gazete bulunurken Oş bilgesinde Kırgızca, Rusça ve Özbekçe olmak üzere 3 tane resmi gazete bulunmaktaydı. 14 televizyon şirketi, 10 radyo istasyonu bulunmaktaydı. (Mambetaliev, 2003: s. 237)

Kırgız Cumhuriyeti'ndeki medya gelişiminin dördüncü aşaması 1999 yılında başladı ve 24 Mart 2005 tarihine kadar sürdü. Türlü baskı yöntemlerini, maddi

yardım yaklaşımını kullanarak iktidar çoğunluk medyanın içerik ve yönünü kendi çıkarlarına göre çevirebildi. Buna rağmen birkaç özel gazete ülkedeki rüşvet, işsizlik, yoksulluk, alköllük, devlet büyüklerinin kriminal işleri, aile üyelerinin yönetime karışması gibi konulardan vazgeçmedi. Elbette, bu gazetelerin cemaatleri çeşitli yasak ve engellerle karşı karşıya olup çok zor koşullar altında çalışmak zorunda kaldılar. Özellikle 1999 parlamento seçimleri, 2000 başkanlık seçimi ve 2003'teki referandum ve seçimdeki yeni parlamento kanunu ile kendisine ve ailesine kazandırdığı dokunulmazlık Askar Akayev'in siyasi olarak çöküşünü hazırlamıştır. (Kulikova, Perlmutter, 2007: s. 34-35)

Kırgızistan'da devlet desteğinden kurtulan medya, gerekli desteği okuyuculardan bulmada zorlanmıştır. Ancak bu konuda dünyanın hiç bir yerinde olmayacak bir yapılanma ile karşı karşıya kalınmıştır. Kırgız sivil toplum olgusu (NGO) 1993 yıllarında 250 olan sayısı 1997 yıllarına doğru 1000 rakamına ulaşmıştır. (Anderson, 2000: s. 82) 2005 yılında 3000'lere yaklaşmış ve renkli devrimlerde toplumsal güçlerden biri olmuştur. (Doten, 2007)

2005 yılındaki Lale devrimi'nden sonra gazeteciler büyük beklentiler içerisindeydi. Fakat devrimden bir yıl sonra büyük reformların olmayacağı, yeni Cumhurbaşkanı'nın medya özgürlüğünü önemsemeyeceği belli oldu. Örneğin, devrim öncesi yapılan mitinglerde sivil toplum KTR'yi (Kırgız Televizyon ve Radyo Kuruluşu) kamusallaştırma talebini dile getirdi. Yeni gelen iktidar 2006 yılında toplumun baskısı altında 'Ulusal televizyon ve radyo kuruluşu hakkında' kanununu kabul etse de, pratikte KTR'nin kamusallaşması ancak 2010 yılındaki devrimden sonra mümkün oldu. (Satılkanova, 2015: s. 76)

2.3.2 Medya Kanunları ve Yapılan Düzenlemeler

'Kitle iletişim araçları hakkında' kanunu 2 Temmuz 1992 yılında Cogorku Keneş (Parlamento) tarafından kabul edildi ve aynı tarihte yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, medya aracılığıyla iletişimi organize etmenin yasal, ekonomik ve sosyal çerçevesini belirledi. Yasa, kitle iletişim araçlarının özgür işleyişini hedeflemekte, devlet kurumları, kamu kurumları, işletmeler, örgütler ve vatandaşlar ile ilişkilerini düzenlemektedir. Kanun 6 bölümden oluşmaktadır:

1. Genel Yönetmelikler

2. Kitle İletişim Araçları'nın Faaliyetlerinin Organize Edilmesi
3. Kitle İletişim Araçlarının Kuruluşlar, Kurumlar ve Vatandaşlar Arasındaki İlişkiler
4. Gazetecinin Hakları ve Görevleri
5. Kitle İletişim Araçları Alanında Uluslararası İşbirlikler
6. Medya kanunları ihlalinin sorumluluğu

Kanun'un 1. Bölümünün 1. Maddesinde medyanın sansür edilmesi mümkün olmadığı açıkça belirtilmiştir. (http://cbd.minjust.gov.kg/ 29.02.2019)

Kanun maddelerine bakıldığında liberal sistemin ürünü olduğu görülür. Gazete sahipliğinden medya içeriğine, muzır neşriyat durumundan kitap basımına kadar her alanda yapılan düzenleme ile sansür olgusu ve Sovyet profesyonel gazetecilik anlayışı ve uygulamaları ortadan kalktığı görülür. Diğer taraftan kanun maddelerinin 1991'de yayınlanan Rusya medya yasasına olan benzerlik dikkati çeker. (Uluç, Özkaya, 2003)

5 Mayıs 1993 tarihinde Kırgız Cumhuriyeti ilk Anayasası kabul edilmiştir. Bu çerçevede her vatandaşın düşünce özgürlüğü, onu ifade etme ve yayma özgürlüğü, basın özgürlüğü, bilgi aktarımı ve yayımı özgürlüğü tanımlanmıştır. 11 Kasım 1997 tarihinde o dönemin Cumhurbaşkanı Askar Akaev'in yasa teklifi ile Cogorku Keneş medya ile doğrudan ilişkisi olan 2 kanunu kabul etti: 'Bilgiye Erişim Özgürlüğü ve Garantileri Hakkında' ve 'Gazetecilerin Mesleki Faaliyetlerinin Korunması Hakkında'. Bu yasalar vatandaşların enformasyonu alma, aktarma, basın ve fikir özgürlüklerini saptamakta ve aynı zamanda bu süreçlerin düzenini belirlemektedirler. 14 Nisan 1994 tarihinde "Devlet Sırlarının Korunması Üzerine", 2 Mart 1998 tarihinde ise "Ticari Sırların Korunması Üzerine" kanunu kabul edildi. Ayrıca, anayasal düzenin güçle devrilmesini talep etmek ve buna çağırmak; savaş propagandası; dini duygulara hakaret; pornografinin dağıtımı; müstehcen ifadeler; devlet sembollerine hakaret etmek; bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldırıda bulunmak ceza hukuku tarafından suç olarak belirlenmiştir. Kanunun son maddesi anlaşmazlıklara yol açmıştır. Medya kuruluşlarına karşı açılan davaların çoğunluğu devlet resmilerinin onur ve şerefleri ile ilişkilidir. Resmiler, gerektiğinde, kendilerini eleştiren gazetecilere karşı şeref ihlali maddeleri ile mahkeme önünde hak talebinde bulunmaktadırlar. Genelde mahkeme kararı resmilerin lehine olup, basın ve TV

kanallarına büyük parasal cezalar kesilmekte. Böylesine olaylar basın özgürlüğüne büyük zarar vermektedirler. (Alisheva vd 2015: s. 7)

17 Ekim 1998 tarihinde ülkede halk oylamasıyla Anayasa değişikliği yapıldı. 65. Maddeye 8. Fıkra eklendi, ona göre "Basın özgürlüğünü sınırlandıran kanunların kabul edilmesi imkansızdır". İleride ifade ve basın özgürlüğü koruma sürecinde anayasal temele dönüşen bu değişiklik ayrıca öneme sahiptir. Bazı siyasi güçler tarafından basın özgürlüğünü yasal olarak sınırlandırma hareketleri yapıldığında bu fıkra önemini göstermektedir. Temel yasalar ile birlikte medya alanı ile halen yürürlükte olan "Reklam Hakkında", "Telif Hakkı Üzerine", "Onur, Saygınlık ve İş İtibarının Korunması Üzerine" ve benzeri kanunlar ilişkilidirler. Ülkenin yasama alanında medya ve gazetecilere karşı Ceza Kanunu'nun 127. (İftira) ve 128. Maddeleri (Hakaret) kullanılmışlardır. (Arapova, 2016: s. 10)

20 Nisan 2017 tarihinde Parlamento "Kitle İletişim Araçları Üzerine" kanununa eklemeleri kabul etti, 30 Mayıs 2017 tarihinde ise dönemin Cumhurbaşkanı yeni yasa tasarısına imzasını attı. Kanun yazarlarına göre kabul edilen eklemeler, kitle iletişim araçlarının faaliyetlerinin düzenlenmesi alanındaki yasal boşlukları dolduracaktır. Yeni düzenlemelere göre, Kırgızistan'da sadece Kırgızistan vatandaşları medya kurucuları olabilir. Yabancılar, televizyon şirketlerinin hisselerinin %35'inden fazlasına sahip olamaz, %65'i Kırgızistan vatandaşlarına ait olmalıdır. Bundan başka, kitle iletişim araçlarının anonim kaynaklardan parasal ve maddi destek almaları yasaklanmıştır. Medya kuruluşlarına yeni düzenlemelere uymaları için 1 senelik vakit verilmiştir. (http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ky-kg/111604?cl=ky-kg)

Liberal sistem doğrultusunda Kırgızistan'ın yeniden inşasında demokratik yapılanma ile medyanın önemi ortaya çıkmış ve her türlü düşüncenin neredeyse bir gazetesi olmuştur. Bu durumla birlikte medya içerik olarak da değişime uğramıştır. Sovyet gazetecilik formatı değişmiş ticari gazetecilik ve medya anlayışı toplumda yer bulmaya başlamıştır. Geleneği olmayan bu yapılanma medya alanında sürekliliğin kesintiye uğramasına neden olmuştur. (Tümönbaev, 2002: s. 55)

Medyanın sorunlarına ana hatlarıyla yaklaşım sergilendiğinde, sistemden ve medya içeriğinden kaynaklanan sorunlar, medya örgütlenmesi ve medya sahipliği ile alakalı sorunlar ve medyanın hitap ettiği kesimler olmak üzere dört sınıfa ayrılabilir.

Budak, (2005) Türk cumhuriyetlerinde haberleşme sistemlerini inceleyip genel sıkıntılara değinerek medyanın sorunları arasında resmi kontrol ve sansür, teknik altyapı, finans sorunu, basın etiği, basın görevlilerinin sosyo-ekonomik durumu ve örgetlenme sorununu görmektedir. (Ayhan, 2008: s. 199)

2.3.3 Medya Özgürlüğünün Bugünkü Hali

İfade özgürlüğü, uluslararası düzeyde güvence altına alınan temel bir haktır, demokratik bir toplumun gelişmesinde kilit rol oynar, diğer insan haklarının gerçekleştirilmesi için gerekli ve temel bir koşuldur. Bu hak, bir dizi uluslararası ve bölgesel insan hakları sözleşmelerinde güvence altına alınmış olup, içeriği, uluslararası kabul görmüş standartlar ve bölgesel mahkemelerde, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, BM İnsan Hakları Komisyonu gibi diğer denetleme kurumlarının uygulamalarında açıklanmıştır. Hukukun çeşitliliği, ifade özgürlüğünün yasal içeriğinin yorumlanmasında farklılık yaratmaz. Konuşma özgürlüğü, ifade özgürlüğü, bilgi özgürlüğü, basın özgürlüğü uluslararası düzeyde güvence altına alınan hukukun farklı yönlerini oluşturmaktadırlar, evrensel haklar tüm uluslararası belgelerde neredeyse aynıdır. (Arapova, 2016: s. 3)

Kırgızistan medyası bölgedeki komşu ülkelerle karşılaştırıldığında daha özgür olduğunu söyleyebiliriz. Basın özgürlüğünü savunan uluslararası sivil toplum kuruluşu olan Sınır Tanımayan Gazeteciler'in 2019 raporuna göre, Kazakistan 158, Özbekistan 160, Tacikistan 161, Kırgızistan ise 83'cu sıradadır. (Sınır Tanımayan Gazeteciler Basın Özgürlüğü Endeksi https://rsf.org/en 29.05.2019)

Liberal sistemin gerçek anlamda oturmadığı bir toplumda haberleşme sistemi de piyasa ekonomisine geçememiştir. Buradaki esas sıkıntı ülkenin dış yatırımlara açık hale getirilmesi ve ekonomisinin güçlendirilmesi gerekliliğidir. Bu hususta, haberleşme alanında kendini gösteren siyasi istikrar en önemli etkendir. (Ayhan, 2008: s. 201)

Bölgedeki diğer ülkelere nazaran Kırgızistan'daki medya daha özgür olsa da durum iyi olmaktan uzaktır. Medya hâlâ hükümet tarafından kısıtlanmakta ve denetlenmektedir. Anayasa basın özgürlüğünü garanti etmesine rağmen son yıllarda

iktidar tarafından gazetecilere karşı çoğunlukla hakaret, karalama, şerefe karşı suç maddeleri ile davalar açıldı. 2017 yılında Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı İndira Coldubayeva 'Zanoza.kg' muhalif medya portalına karşı soruşturma açtı, neticede Başsavcılık bütün davaları kazandı, 'Zanoza.kg' sitesi kapatıldı ve editörlerine büyük parasal cezalar kesildi. Muhalefete ait 'Sentyabr' televizyon kanalı "etnik ayrımcılık söylemine yer verilmesi" gerekçesi ile mahkeme kararıyla kapatıldı. Genel olarak, iktidar görüşlerine aykırı gelen görüşlere sahip redaksiyonlar özellikle seçim kampanyaları sırasında baskıya uğramaktadırlar. Ayrıca 2017 yılında muhalif tarzıyla bilinen medyayi susturma hareketi güçlü oldu. Bu da gazetecileri kendilerini sansür etmeye mecbur kılmaktadır. Devlet televizyon ve radyoların çoğunluğunu kontrol etmektedir, medya kuruluşlarının birçoğu devletten sübvansiyonlar almakta, bu da onların devlete bağlılığını sağlamaktadır. Özel televizyonlar redaksiyonlarının objektifliği de sorular yaratmaktadır. Onlar mali, maddi ve teknik destek veren sahiplerine çoğunluk konularda bağlıdırlar. Öte yandan iktidara, muhalefete ve özel sektöre ait kanalların olması fikir çoğulculuğunu ve görüşler arasındaki dengeyi sağlamaktadır. (Eshalieva, 2018: s. 3)

Kırgızistan, Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) örgütünün her sene yayımladığı Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde bu yıl 83'ncü sırada yer aldı. Örgütün yayımladığı raporda durumun iyileştiği, fakat daha da iyi olabileceği belirtilmektedir. 2017 başkanlık seçimlerinden önceki otoriter aşırılıklar sona erdi ve yerini daha sakin bir ortam aldı. Eski Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev ve halefi Sooronbay Jeenbekov, eleştirel medya kuruluşlarına davalarını geri çekti ve aynı zamanda bu tesislere ve çalışanlarına uygulanan astronomik hasar cezalarını ve seyahat yasaklarını iptal etti. Bu hareketler, gerilimi etkisiz hale getirme arzusunun bir göstergesiydi, ancak daha fazla adli bağımsızlığını göstermemektedirler. (https://rsf.org/en/kyrgyzstan 25.04.2019)

2.4 KIRGIZİSTAN'DA YABANCI TELEVİZYON YAYINLARI

Ülkede halen birçok yabancı TV kuruluşu yayınını devam ettirmektedir. Çin Devlet Televizyonu CCTV'nin yayını Rusça olarak 7/24 izleyicilere sunulmakta, Rusya Federasyonu'na ait 1'ci KANAL, RTR, NTV, MİR, TVC, TNT gibi federal kanalların yayınları Kırgızistan'ın izleyicilerine sunulmaktadır. Ülkenin küzeyinde

Kazakistan televizyonlarının, güneyinde ise Özbekistan devlet televizyonlarının yayınları söz konusudur. Bundan başka, ELTR kanalının Azattyk Medya'sıyla ve KTRK'nin BBC Kırgızca'yla anlaşma yapması söz edilmeye değer önemli husustur. Azattyk Medyası hafta içi Asya ve Orta Doğu haberlerini ve Pazartesi ve Çarşamba akşamları yarım saatlik programları yayınlamaktadır. BBC ise hafta içi her gün 10 dakikalık uluslararası haber bültenini yayınlamaktadır. Ülkenin iç siyasetine karışmamalarıyla birlikte uluslararası olaylar hakkındaki kamuoyunu oluşturmada rolleri büyüktür. (Kasabolotov vd 2008: s. 39)

Kırgızistan yönetimi 1991'de egemenliğini kazandığından beri Kırgızcanın daha yaygın kullanımı için çaba göstermektedir. Fakat günümüzde Kırgızistan'da yaşayan diğer milletler değil, Kırgızların bir kesimi bile Kırgızca konuşamıyor. Devletin dil siyaseti bugüne kadar başarıya ulaşamadı. Elbette bunun birçok sebebi vardır ama kuşkusuz kitle iletişim araçlarının ve özellikle en etkili kitle iletişim aracı olan televizyonun Kırgızcanın daha yaygın kullanılıp kullanılmamasında etkili olduğunu ve diğer dillerdeki yayınların izlenmesi Kırgızcanın yaygın kullanıma geçme sürecini yavaşlattığını söyleyebiliriz. (Derbisheva, 2009: s. 53)

Yerli dizi üretiminin zayif olması televizyon kanallarını dizileri dışarıdan almaya yöneltiyor. Son 3 yılda Rusya başta olmak üzere, Türkiye, Çin ve Hindistan yapımlı diziler Kırgız izleyicisine gösterilmeye uygun görülmüştür.

2.4.1 Ulusal Televizyon Kuruluşları

Ülkede halen yayın yapan Kırgızistan'a ait TV kanallarının bazılarına odaklanalım:

KTRK Kamusal Radyo Televizyon Kurumu kurumu olan KTRK günümüzde ülkenin en büyük medya ailesine dönüştü. Kurul "Kamusal Birinci Kanal", "Madaniyat" (Kültür), "Muzıka"(Müzik), "Balastan" (Çocuk kanalı), "Spor" ve "Ala-Too 24" (haber) kanallarını ve "Birinci Radyo", "Kırgız Radyosu", "Min Kıyal FM" (Bin Hayal FM), "Baldar Radyosu" (Çocuklar radyosu), "Tünkü Beles" (Geceleri yayın yapan radyo) ve "Dostuk Radyosu" (Dostluk radyosu) gibi radyoları bir çatı altında bulunduruyor. Bundan başka genellikle televizyon belgesellerini

üreten "Kırgıztelefilm" stüdyosu ve Ulusal Radyo Televizyon Merkezi de KTRK idaresi altında bulunmaktadırlar. (http://ktrk.kg/birinchi/about 29.05.2019)

ELTR Devlet Televizyon ve Radyo Kuruluşu: hükümete bağlı sosyal ve ekonomik içerikli programlarına odaklanan önemli bir televizyon kanalıdır. Merkez binası başkentte değil, ülkenin güneyindeki Oş şehrinde yer almaktadır. 2010 yılında ELTR Devlet Televizyon ve Radyo Kurumu, TİKA Başkanlığı desteği ile uydu vasıtasıyla yayına geçerek yayın kalitesini iki kat artırdı. TİKA tarafından temin edilen teknik malzemelerin kurulumu ile TURKSAT 3A Uydusuna bağlanan ELTR, Kırgızistan'ın dağlık bölgeleri ve ülke sınırları dışında yaşayan Kırgızlar ve özellikle Rusya Federasyonu'nda bulunan iş göçmenleri olmak üzere bir milyon Kırgız tarafından da izlenmeye başladı (Meşedihasanlı, 2010)

Kanalın yabancı medya kurumları ile yaptığı anlaşmaları dikkat çekmektedir:

- Çin Halk Cumhuriyeti'nin Şincan bölgesine ait 'SUAR' TV: 'İpek Yolu', 'Yeni Notlar', 'Süper Nesne' programlarının ve 'Kızım' dizisinin yayınlanması. Yıllık toplam dakika sayısı 2515.

- Çin'e ait Zhungo Şincan Sinema TV ve Radyo Kurumu: ELTR her gün 60 dakika süren "Zhungo'ya Seyahat" programını yayınlar. Yıllık toplam dakika sayısı 21.900 dakikadır. (http://eltr.kg/ru/o-nas-2/ 27.05.2019)

Ayrıca ELTR, ABD federal bütçesi tarafından finanse edilen RFE/RL'in (Özgürlük Radyosu) Kırgız Hizmeti Azattyk Media ile işbirliği yapmaktadır. Azattyk, Kırgızistan'daki azınlık hakları, devlet yolsuzluğu ve İslami radikalizm de dahil olmak üzere diğer medyanın görmezden geldiği konulara odaklanan bağımsız haber ve bilgi kaynağıdır. Mart 2016 tarihli bir Gallup araştırması, Azattyk Radyosu her hafta yetişkin nüfusunun yüzde 40'ından fazlasına TV, radyo ve dijital platformlarda ulaştığını ortaya çıkardı. Şubat 2015'te yapılan bir Baltık Anketi şirketinin araştırmasına göre Azattyk Radyosu Kırgızistan'daki en güvenilir radyo istasyonu olarak kabul edilmektedir. Uygunsuz Sorular politik talk şovu ve gençlere yönelik Azattyk+ programı dahil olmak üzere Azattyk Medya'nın yayınları her hafta 10 yetişkin izleyicinin yaklaşık 4'üne ulaşmaktadır. Azattyk Medya'nın yayınlarına düzenli olarak devlet yetkilileri ve siyasetçiler katılmaktadır. Azattyk Medya'nın programları halk arasında ve bazen hatta parlamentoda tartışma konusudur. (https://pressroom.rferl.org/rferl-kyrgyz-service-radio-azattyk 14.03.2019)

5. KANAL kuruluşu: 16 Aralık 2006 yılında KOORT özel televizyonun temelinde kurulan, Kırgızca ve Rusça 18 saat yayın yapan televizyon kanalını ve "Radio Record" radyosunu kendisine dahil eden yenilikçi bir medya kuruluşudur. İçeriğin %80'ini kendisi üretirken, %20'sini "İnternews Network" uluslararası medya kuruluşundan ve "Raketa TV" özel yayın stüdyosundan alır. 2010 Yılındaki devrimden sonra hükümet 5. Kanal'ın statüsünü 'parlamenter' diye değiştirerek devletleştirdi, fakat beklenen büyük değişiklikler gerçekleşmedi. Genel olarak kanal devletin siyasetini desteklemektedir. Günümüzde 5.KANAL kendi analitik haberleri, sabah sohbetleri ve eğlence programlarıyla Kırgızistan'ın en çok izlenen kanallarından birisidir. (http://kt.kg/iptv/zor_tv/channel_list1/ 27. 05.2019)

NTS (BAĞIMSIZ TELEVİZYON İSTASYONU): Ulusal yayın sektöründe liderlik pozisyonunda olan tecimsel NTS kanalı ve 'Sancıra' radyosu. Kendi içeriğini üretmede özel televizyonların içinden en yüksek paya sahip ve teknolojik altyapısı en modern olan kanaldır. 2011 yılından itibaren yayını bütün ülkeyi kapsamaya başladı. Özellikle haber ve analitik programlara önem vermesiyle birlikte Kırgızistan'da 16:9 yayın formatına geçen ilk televizyon kanalı. Rusya Federasyonu'nun en büyük federal kanallarından biri olan NTV ile anlaşma yaparak Kırgızistan coğrafyasında ikisi aynı frekansta yayın yapmaktadır. Belli saatlerde, özellikle eğlence programları zamanında NTV'ye yer verip, kalan zamanında kendi programlarıyla halk tarafından sevilen bir medya kuruluşu. NTS tamamıyla eskiden başbakanlık yapan, şimdi ise Parlamento'daki muhalefet partisinin lideri olan Ömürbek Babanov'a aittir. Kanal Babanov'un ülkedeki birçok kuruluşun sadece bir tanesidir. Muhalefet kanalı olan NTS eleştirel tavrıyla ve kimilerine göre daha objektif haberleriyle reytingi en yüksek olan kanallardan biridir. (http://nts.kg/about/ 27.05.2019)

PİRAMİDA: Parlamento'daki oturumları canlı olarak yayınlayan haber kanalı.

Bunlardan başka her bölgede 3-4 bölgesel televizyon kanalı mevcuttur. Örneğin güney bölgelerinde Oş-TV, Oş-Pirim, CTV, BTV, K-MUZ gibi hem özel hem de devlete bağlı televizyon ve radyo kuruluşları haftada 7 gün 17-18 saat yayın yapmaktadırlar. (http://kt.kg/iptv/zor_tv/channel_list1/ 27.05. 2019)

2.4.2 Yabancı TV Kuruluşları

ORT (1. KANAL): Rusya Federasyonu'nun en önemli popüler TV kanalı. Haberleri, belgeselleri, eğlence programları ve dizileri ile ayrıcalıklı bir konuma sahip Moskovadan yayın yapan TV kanalıdır.

RTR (ROSSİYA): Teknik imkanları sınır bilmeyen Rusya Federasyonu'nun devlet televizyon kanalıdır. Rus yapımlı dizileri, talk şovları, analitik haberleri ve tartışma programları ile ünlüdür.

ROSSİYA 24: 7/24 yayında olan haber kanalıdır. Jeopolitik, jeoekonomik hakkındaki programları, analitik belgeselleri ile dikkat çekmektedir.

TNT: Sadece Rusya'da değil birçok eski SSCB ülkelerinde popüler olan eğlence kanalı. Gençlere yönelik dizi, film, komedi şov ve reality şovlarla dikkatleri üzerine toplamaktadır. (http://www.gazprom-media.com/en/about/index 29.05.2019)

NTV: Kırgızistan'ın NTS TV kanalıyla aynı frekansı paylaşan Rus devlet televizyon kanalıdır. Magazinsel niteliğiyle ünlüdür. (http://kt.kg/iptv/zor_tv/channel_list1/ 29.05.2019)

Uzbekistan 24: Özbekistan'ın devlet haber TV kanalı. 7 gün 24 saat yayında olan bu kanal bölge ve dünya haberleri yansıtması ile dikkat çekmektedir. (http://uzbekistan24.uz/uzk/ 29.05.2019)

KAZAKSTAN: Televizyon programcılığının bütün türlerini kapsayan Kazakistan'ın en büyük devlet TV kanalıdır. (https://kazakh-tv.kz/ 29.05.2019)

AZATTYK (Özgürlük Radyosu'nun Kırgız Hizmeti): ELTR devlet TV kanalından ve NTS özel kanalından haftanın 6 gününde otuz dakikalık ve haftanın her gününde 15 dakikalık yayın yapmaktadır. Bunun dışında NTS'te haftanın çalışma günlerinde 15 dakikalık dünya haberlerini sunmaktadır. (https://pressroom.rferl.org/rferl-kyrgyz-service-radio-azattyk 14.03.2019)

TACİKİSTAN: Tacikistan'un en büyük ulusal televizyon kanalıdır. Yayınını Tacikçe ve Rusça yapmaktadır. Programların bütün türlerini kapsamaktadır. (http://www.tvt.tj/televizioni-tochikiston 29.05.2019)

MIR: 24 saat açık, haber, kültürel ve bölgesel bir coğrafi kanalıdır. Mir Uluslararası TV ve Radyo Şirketi 1992 yılında, Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinin siyasi, ekonomik ve insani işbirliğini vurgulamak, ortak bir bilgi alanı oluşturmak ve uluslararası bilgi alışverişini kolaylaştırmak amacıyla kurulmuştur. Kanal, Rus hükümeti tarafından finanse edilmekte olup, merkezi Moskova'da yer

almaktadır. Kırgızistan dahil 9 ülkede şubeleri bulunmaktadır. (http://www.mirtv.ru/ 29.05.2019)

BBC: (The British Broadcasting Corporation) BBC'nin Kırgız Hizmeti hazırlayan 5-10 dakikalık dünya haber bülteni haftanın çalışma günlerinde prime time zamanında KTRK'dan yayınlanmaktadır. Bunun dışında her ay 30 dakikalık 'Sapar' programı da KTRK'dan yaynlanmaktadır. (Asanbekova, 2016: s. 7)

2.4.3 Dijital Televizyona Geçiş

Televizyonun dijitalleşmesi ülkedeki enformasyon güvenliğinin korunmasıyla ve halkın tarafsız ve kaliteli haberlere erişmesinin sağlanmasıyla doğrudan ilişkilidir. Dijital televizyona geçişin önemini aşağıdaki veriler göstermektedir: karasal televizyonu izleyenlerin %87'si onun en önemli enformasyon kaynağı olduğunu düşünmekte ve %86 en güvenilir kaynağın televizyonun olduğunu savunmaktadır. (M-Vector; 2012: s. 7)

1994 yılında Kırgızistan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne üye oldu ve başka 103 ülkeyle birlikte 2006 yılındaki Cenevre bölgesel konferansında dijital televizyona tamamıyla geçiş 'CENEVRE-2006' planına katıldı. Bu plana göre Kırgızistan'a bütün ülkeyi kapsayan 15 multipleks verildi. 17 Haziran 2015 tarihine kadar Kırgızistan sınırlara yakın bölgelerinde karasal yayınını kesmek zorundaydı, çünkü karasal yayın sinyalleri komşu ülkelerin dijital yayınına engel olabilirdi. Bu tarihten itibaren analog yayının üstünlük yılları sona ererek, öncelik dijital televizyona verilmeye başladı. 2011 yılında hükümet tarafından 'Dijital televizyona geçiş' programı kabul edildi. Bu programa göre dijital ağların kuruluşunu hem devlete ait 'Kırgıztelekom' hem de 22 özel televizyonun birliği olan 'Dijital teknolojiler' şirketi yürütmektedirler. (Almaküçükov vd 2014: s. 15).

Devlet yardım olarak 'Dijital teknolojilere' 2 multipleksi kullanma iznini verdi. Bundan başka, halk için ücretsiz, sosyal pakete girecek olan kanallara (8 ulusal ve 7 bölgesel, toplam 15 kanal) teknik malzemelerinin yenilenmesi için maddi yardım edildi. Ortalama gelir düzeyi düşük olanlara ise tünerler bedava dağıtıldı. Kırgızistan'da dijital televizyona geçiş dört adımla gerşekleşti:

1) 6 Kasım 2014 tarihine kadar Oş, Calal-Abad, Talas ve Çüy bölgelerinde 9 radyo röle istasyonunda sinyal vericileri test rejiminde çalıştırma.
2) 2015 Mayıs ayına kadar Narın ve Isık-Göl bölgelerine vericileri ayarlama ve yayına hazırlama.
3) Ekim 2015 tarihine kadar Isık-Göl, Narın, Calal-Abad ve Oş bölgelerindeki 24 radyo röle istasyonuna vericileri yerleştirme.
4) Eylül 2016 tarihine kadar Batken bölgesine vericileri yerleştirme. (Almaküçükov vd 2014: s. 19).

27 Nisan 2015 yılında ülkede 'Dijitali aç!' sloganıyla dijital televizyona geçiş küresel enformasyon kampanyası başlatıldı. Kültür, Enformasyon ve Turizm bakanlığın Haberleşme ve KİA bölümünün koordinatörlüğü altında yürütülen bu kampanyanın amacı halkı dijital televizyondan haberdar etme ve yeni format televizyona geçmelerini teşvik etmedir. Dijital televizyona geçmenin neticesinde 2016 yılının sonunda halkın %95 dijital televizyon izleme imkanına sahip oldu. (Kubatov, 2018: s. 34)

Özetle söylenirse, bağımsızlığın ilk yıllarında Kırgızistan'da Rus medyasının egemen konumu söz konusuydu. Ulusal televizyon kanallarıyla birlikte Rus kanalları da tüm ülkeye yayın yapmaktaydılar. Kırgızistanlılar büyük ölçüde Rus gazete ve dergilerine yazılmaktaydılar. Bu durum Sovyetlerden kalan miras olarak açıklanabilir. (Kasabolotov vd, 2008) Kırgız medyasının oluşumu ve gelişimi ile bu durum değişmiştir fakat özellikle televizyon alanında yabancı televizyon kuruluşlarının yayınları dikkat çekmektedirler. Üçüncü bölümde bu yayınların Kırgız toplumu üzerindeki etkileri araştırılmışlardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA VE BULGULAR: ANKET VE SONUÇLARI

3.1 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1.1 Araştırmanın Amacı

Çalışmanın birkaç amaçları vardır; öncelikle, Kırgız izleyicilerinin TV izleme özelliklerini ve tercihlerini ortaya çıkarmak ve ulusal ve yabancı TV kanallarına karşı tutumlarını öğrenmek. Daha sonra medya etki araştırmalarından yola çıkarak yabancı TV kuruşlarının ne kadar popüler olduklarına, etkili olup olmadıklarına, etkilidirlerse hangi alanlarda ve ne denli etkili olduklarına ilişkin bilgileri elde etme amaçlanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın cevap aradığı sorular aşağıdakilerdir:

1) Kırgızistanlıların TV izleme özellikleri nelerdir?
2) Kırgızistanlıların televizyon izleme tercihleri nelerdir?
3) Kırgızistanlı izleyicilerin yabancı televizyon yayınlarına tutumu nasıldır?
4) Yabancı televizyon kuruluşları Kırgızistan toplumunu hangi alanlarda etkilemektedirler?

3.1.2 Araştırmanın Önemi

Kırgızistan'da medya etki araştırmalarıyla ilgili literatür taraması yapıldığında genel olarak yabancı televizyon kuruluşlarının etkileri ile ilgili kaynakların çok az olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla yabancı televizyon yayınlarının etkileri alanında yeterli literatürün bulunmaması bu çalışmaya en azından bir başlangıç olarak önem kazandırmaktadır.

Kırgızistan'da televizyon hayatın her alanında önemli yere sahiptir. Bu durum, televizyon araştırılmalarının önemini arttırmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma Kırgız toplumunun televizyon izleme özelliklerini ve alışkanlıklarını, televizyonun en popüler dilini, bölgeler arası farklılıklarını, ulusal ve yabancı televizyon kuruluşlarına karşı tutumlarını, yabancı televizyon kuruluşlarının hangi alanlarda etkili olduklarını ortaya çıkarması bakımından önemlidir.

3.1.3 Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışmada yabancı televizyon kuruluşlarının Kırgız toplumu üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Çalışmanın konusundan çıkışla üretilen varsayımlar;

- Kırgızistanlılar en çok haber ve eğlence programlarını izlemektedirler.
- Televizyon izleme tercihlerinde bölgeler arasında bir farklılaşma bulunmaktadır fakat Rus televizyon kuruluşları bütün ülkede popülerdirler.
- Kırgızistanlılar yabancı televizyon kuruluşlarının haberlerine daha çok güvenmektedirler.
- Eğlence programları alanında Rus televizyon kanallarının hakimiyeti mevcuttur.
- Kırgızistanlıların çoğunluğu televizyonu Rusça izlemeyi tercih etmektedir.

3.1.4 Araştırmanın Yöntemi

Kırgızistan toplumunun televizyon izleme tercihlerini ve yabancı TV kanallarının ne kadar izlendiğini ve hangi alanlarda etkili olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlayan bu araştırmaya 200 kişi katıldı. Örneklemin evreni temsil etmesi için oranlı tabakalı örneklemeden yararlanıldı. Tabakalı örnekleme, sınırları belirlenmiş bir evrende alt tabakalar veya alt birim gruplarının var olduğu durumlarda kullanılır. Burada önemli olan, evren içindeki alt tabakaların varlığından yola çıkarak evren üzerinde çalışmaktır. (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 105) Tabakalı örnekleme, evrendeki alt grupların belirlenip bunların evrende var oldukları aynı oranlarıyla örneklemde temsil edilmelerini sağlayan bir örneklem seçme yöntemidir. Kısaca tabakalı örneklemenin amacı ilgili alt grupların temsil edilmelerini garanti altına almaktır. (Gay, 1987) İstatistik işlemIeri koIayIaştırmak için genellikle oranlı tabakalı örneklem seçilir. Tabakalı örnekleme yöntemi, örneklermin standart hatasını azaltmasının yanında, araştırmanın daha ekonomik koşullarda ve kısa zamanda yapılmasını sağlar. (Miles ve Huberman, 1994)

Duygu ve düşüncelerden oluşan tutumlar, kanaatler ve inançlar, kişinin davranışları hazırlayan içsel eğilimler olmaktadır ve doğrudan gözlenememektedir. Dolayısıyla davranışı hazırlayan söz konusu içsel eğilimler, somutlaştırılarak ölçülebilir ve sözel tepkiye dökülebilir hale getirilmelidir. Bu durumda başvurulabilecek yöntemlerden biri, Likert-tipi soru yöntemidir. Likert-tipi soru

geliştirmesi, uygulaması ve değerlendirmesi sosyal bilimlere dayalı araştırmalarda tutum, eğilim ve görüş ölçmek amacıyla sıklıkla tercih edilen bir araştırma tekniğidir. (Bayat, 2014: s. 4) Likert-tipi sorularda katılım düzeyini belirlemek amacıyla iki aşırı uç arasında yer alan birden çok seçenek sunulduğunu, bu seçenekler "en yüksekten en düşüğe" veya "en iyiden en kötüye" doğru dereceli bir şekilde sıralandığını ve analiz aşamasında bu seçenekler derecelerine göre birer sayısal değer atanarak kodlandığını, böylece nitel veri nicel veriye dönüştürülerek analiz edilebildiğini ifade etmektedirler. (Turan vd 2015: s. 188)

3.1.4.1 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kırgızistanlı televizyon izleyiciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini belirlemek için ise oranlı tabakalı örneklemeden yararlanıldı. Kırgızistan'ın 7 bölgeden oluştuğunu hesaba alarak elde edilecek bulguların bütün ülkeyi temsil etmesi için katılımcıların hangi bölgeden olduklarına ve anadillerine dikkat edildi. Aynı şekilde araştırmanın hem erkek hem de kadınları kapsaması için anket dağıtılırken katılımcıların cinsiyetleri, bütün yaş gruplarının temsil edilmesi için yaşları hesaba katıldı.

3.1.4.1 Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada literatür taraması tekniği ve anket kullanılmıştır. Gerekli verilerin toplanması için ilk olarak kaynak taramasına gidilmiş ve medya etki araştırmaları, Kırgız televizyon tarihi v gelişim süreci incelenmiştir. Uygulama kısmında verileri toplamak için anket formu hazırlandı ve Bişkek'te test edildi. Veriler Eylül 2017 tarihinde 15 gün içerisinde Bişkek'teki merkez otogardan araştırmacı tarafından toplandı. Anket katılımcılarına araştırmanın akademik amacı hakkında bilgi verildi.

Bu çalışma var olanın tespit edilmesini amaçlayan durum saptayıcı yani betimleyici bir çalışmadır. Anketi cevaplayanların anket sorularını doğru anladıkları ve soruları samimi bir şekilde cevapladıkları varsayılmaktadır. Samimi bir şekilde cevaplamamaya bir neden görülmemektedir. Bunun dışında araştırma için seçilen örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programında işlenerek aşağıdaki sonuçlar ve bulgular ortaya çıkmıştır.

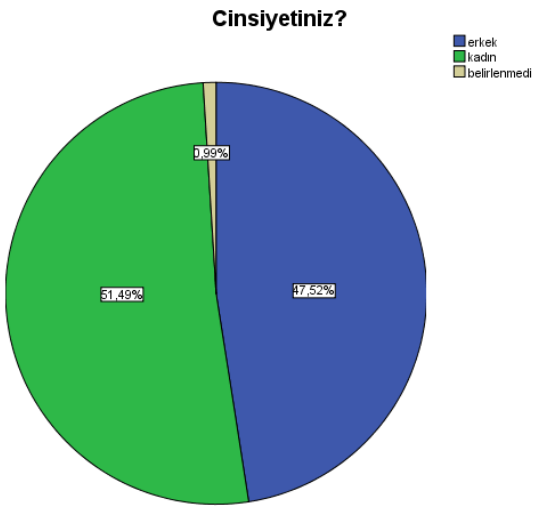
3.2 BULGULAR

3.2.1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcıların yaş grupları	f	%
18 altında	28	14
18-24 arası	41	20,5
25-34 arası	44	22
35-44 arası	34	17
45-54 arası	33	16,5
55-64 arası	10	5
65 ve üzeri	8	4
Belirlenmedi	2	1
Toplam	200	100

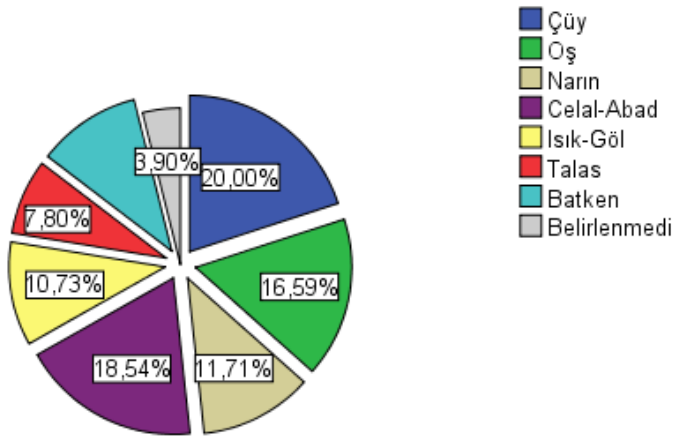
Tablo 1. Katılımcıların yaş grupları

Tablo 1'den görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %14'ü 18 yaşın altındadır, %20,5'i 18-24 yaşında olup %22'si 25-34 yaş grubuna aittir. %17'si 35-44, %16,5'i 45-54, %5'i ise 55-64 yaş grubuna aittir. Katılımcıların %4'ü 65 ve üzeri yaş grubuna aittir. %1'i ise yaş grubunu belirlemedi.



Şekil 2. Katılımcıların cinsiyeti

Örneklemin %47,1'i erkek, %51,5'i kadın olduğu belirlendi, %1'i ise kayıp bilgi olarak kaydedildi.



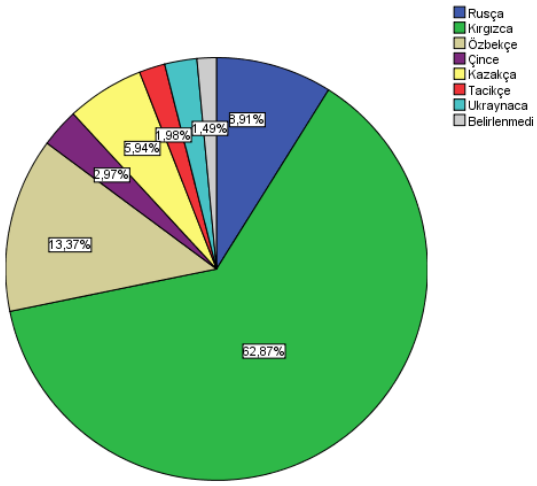
Şekil 3. Katılımcıların bölgelere göre dağılımı

Örneklemin evreni kapsaması için anketler ülkenin 7 bölgesinden gelenlere dağıtıldı. Cevaplayanların coğrafik bilgileri Şekil 2'de gösterilmiştir. %20,3 Çüy, %16,8 Oş, %11,9 Narın, %18,8 Celal-Abad, %10,9 Isık-Göl, %7,9 Talas, %10,9 Batken bölgesinde yaşamaktadırlar.

Kırgızistan çok uluslu devlettir. 2016 yılında Ulusal İstatistik Komitesi'nin yayınladığı raporuna göre ülkedeki etnik grupların dağılımı aşağıdaki şekildedir:

- Kırgızlar %72,98
- Özbekler %14,6
- Ruslar %5,99
- Dunganlar %1.12
- Uygurlar %0.91
- Tacikler %0.88
- Kazaklar %0,58
- Ukraynalılar %0,21

Bundan başka ülkede Türkler, Azeriler, Koreliler, Almanlar, Tatarlar yaşamaktadırlar. (www.stat.kg/kg, 01.04. 2018)



Şekil 4. Katılımcıların anadilleri

Katılımcıların hangi etnik gruba ait olduklarını tespit etmek için anadilleri soruldu, alınan cevaplar Şekil 4'te belirtilmiş olup Ulusal İstatistik Komite'sinin nüfusun etnik dağılımı verileri ile eşleşmiş haldeler. Dolayısıyla örneklemin aşağı yukarı bütün ülkeyi temsil ettiğini söyleyebiliriz. %8,9 Rusça, %62,9 Kırgızca, %13,4 Özbekçe, %3 Çince (Dunganca), %5,9 Kazakça, %2 Tacikçe, %2,5 ise anadilinin Ukraynaca olduğunu belirtti.

Okul derecesi	f	%
Orta okul	43	21,5
Teknik kolej / lise	68	34
Üniversite / lisans	62	31
Yüksek Lisans	21	10,5
Doktor, PhD	4	2
Diğer	2	1
Toplam	200	100

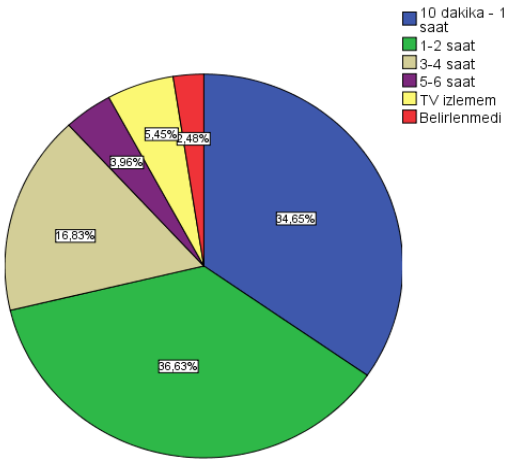
Tablo 2. Katılımcıların eğitim durumları

Örneklemin egitim durumu aşağıdaki Tablo 2'de gösterilmiştir. Ona göre %21,3 orta okul, %33,7 teknik kolej, %30,7 üniversite, %10,4 yüksek lisans, %2 doktora, %1 ise eğitim durumunu diğer olarak (Profesör) belirlemiştir.

Böylece çalışmamıza çoğunluğu 25-34 yaş grubuna ait olan Kırgızistan'ın 7 bölgesinden hem erkek hem kadınlar katıldı. Örneklemin çoğunluğunu Kırgızlar oluşturmakta, ikinci sırada Özbekler ve üçüncü büyük grup Ruslardır. Örneklemin etnik dağılımı ülkenin toplam nüfusundaki etnik grupların payını temsil ettiğini

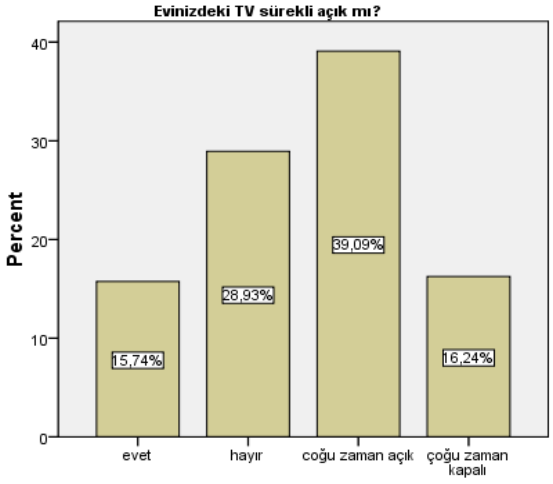
söyleyebiliriz. Katılımcıların çoğunluğu teknik kolej/liseden mezun olduğu tespit edilmiştir, ikinci sırada üniversite mezunları, %21,3'lük pay ile orta okul mezunları üçüncü büyük gruptur.

3.2.2 Katılımcıların TV İzleme Özellikleri



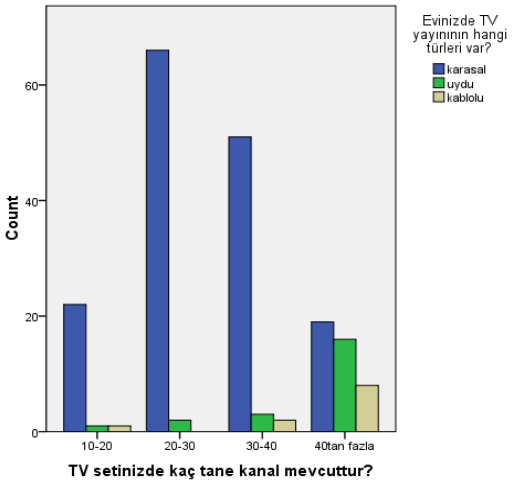
Şekil 5. Tipik bir gün içerisinde kaç saat TV izlersiniz?

Bu alt bölümde anket katılımcılarına televizyonu nasıl ve niçin izlediklerine ilişkin verilen soruların cevapları sunulacaktır. Şekil 5'ten görüldüğü gibi katılımcıların çoğunluğu (74 kişi, yani %36,6'sı) bir gün içerisinde 1-2 saat televizyon izlediğini belirtmiştir. %34,7'si tipik bir günde 10 dakika – saat, %16,8 3-4 saat, %4 5-6 saat TV izlediğini, %5,4 TV izlemediğini belirtmiştir.



Şekil 6. Televizyonunuz sürekli açık mı?

Elde edilen bilgilere göre ankete katılanların %39,09'un evindeki televizyonu çoğu zaman açıktır. %28,93 televizyonun sürekli açık olmadığını belirtti. %16,24 televizyonun çoğu zaman kapalı, %15,74 ise televizyonunun sürekli açık olduğunu işaret etti.



Şekil 7. Katılımcıların TV setlerinde kanalların sayısı

Yukarıdaki Şekil 7'den anlaşıldığı üzere katılımcıların salt çoğunluğu %80,7'ü evlerinde karasal yayının olduğunu, %10,9 uydu ve %5,4'ü kablolu TV yayınını görebilme imkanına sahip olduğunu belirtti. 'TV setinizde kaç tane TV kanalı var?' sorusuna ise %34,2 evlerinde 20-30 kanalın olduğunu, %29,2 30-40 kanalın olduğunu, %11,9 10-20 kanalın olduğunu ve %21,3 40'tan fazla kanalın olduğunu belirtti. Uydu ve kablolu televizyon yayınlarını izleme imkanı olanların evlerinde 40'tan fazla TV kanalın olduğu ortaya çıktı.

Tablo 3. Televizyon izleme nedeniniz nedir?

Neden	f	%
"Dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için televizyon izliyorum"	33	16,5
"Ülkemde neler olup bittiğini öğrenebilmek için televizyon izliyorum"	26	13
"Farklı kültürler hakkında bilgi edinmemi sağladığı için televizyon izliyorum"	16	8
"Bana günlük hayatta kullanabileceğim pratik bilgileri öğrettiği için televizyon izliyorum"	15	7,5
"Alacağım ürünlerin seçimini yapmamı sağladığı için televizyon izliyorum"	9	4,5
"Nasıl düşünmem gerektiği konusunda yol gösterdiği için televizyon izliyorum"	12	6
"Arkadaşlarla konuşacak ortak sohbet konuları bulmamı sağladığı için televizyon izliyorum"	10	5
Benimle aynı sorunları paylaşan insanlar olup olmadığını öğrenmek için televizyon izliyorum	8	4
"Televizyon izliyorum çünkü televizyon izlemeyi seviyorum"	10	5
"Beni rahatlattığı / eğlendirdiği için televizyon izliyorum"	21	10,5
"Bir alışkanlık olduğu için televizyon izliyorum"	7	3,5
"Televizyon izliyorum çünkü beni neşelendiriyor / güldürüyor"	13	6,5
"Yalnızlık hissini azalttığı için televizyon izliyorum"	9	4,5
"Evdeki/işteki dertlerden beni uzaklaştırdığı için televizyon izliyorum"	8	4
Belirlenmedi	3	1,5
Toplam	200	100

Tablo 3. Televizyon izleme nedeniniz nedir?

Katılımcıların televizyon izleme nedenleri Tablo 3'te gösterilmiştir. Alınan cevaplara göre, %16,3 dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için, %12,9 ülkesinde neler olup bittiğini öğrenebilmek için televizyon izliyor. Üçüncü en popüler cevap %10,4'lük payla 'beni rahatlattığı / eğlendirdiği için televizyon izliyorum' oldu. %7,9 farklı kültürler hakkında bilgi edinmek, %7,4 ise hayatta gerekli pratik bilgileri öğrenmek için televizyon izlediği ortaya çıkmıştır.

3.2.3 Katılımcıların Televizyon İzleme Tercihleri



Şekil 8. Katılımcıların program tercihleri

Katılımcıların *"En çok hangi tür programları izliyorusunuz?"* sorusuna verdikleri cevapların dağılımları Şekil 8'de gösterilmiştir. Şekil 8'e bakıldığında %32,18'lik oranla en çok izlenen program türünün haber olduğu gözlemlenmektedir. Bu program türünü sırasıyla; eğlence programları (%14,36), film ve diziler (%12,87), güncel programlar (%12,87), gerçek yaşam (%9,90), spor programları (%6,93) ve diğerleri takip etmektedirler. Katılımcıların %2,97'si bu soruya cevap vermedi.

Katılımcıların *"Evinizde en çok hangi kanalları izlersiniz?"* sorusuna verdikleri cevaplar dağılımı aşağıdaki tablolardan gözlemlenebilir.

TV kanalı	F	%
KTRK	34	17
ORT (1Kanal)	31	15,5
Rossiya 24	20	10
Ala-Too 24	22	11
Habar	6	3
Uzbekistan 24	13	6,5
Qazaqstan	6	3
Azattyk	25	12,5
BBC	15	7,5
Mir	10	5
Tacikistan	4	2
NTS	11	5,5
Diğer	3	1,5
Toplam	200	100

Tablo 4. Haber programlarını genelde hangi kanaldan izlersiniz?

Katılımcıların çoğunluğu (%17) haberleri KTRK'dan izlemeyi tercih eder, diğer popüler haber kaynakları ise sırasıyla bunlardır; ORT (15,5), Azattyk (12,5), Ala-Too 24 (%11), Rossiya 24 (%10).

TV kanalı	F	%
KTRK	21	10,5
ORT (1Kanal)	45	22,5
Bahoristan	3	1,5
Muzyka	14	7
Habar	4	2
NewTV	9	4,5
Qazaqstan	6	3
Azattyk	9	4,5
BBC	5	2,5
Mir	6	3
Tacikistan	4	2
NTS	15	7,5
TNT	44	22
Yoshlar	8	4
Diğer	4	2
Toplam	200	100

Tablo 5**.** Eğlence programlarını en çok hangi kanaldan izlersiniz?

Tablo 5'ten görüldüğü gibi anketi dolduranların salt çoğunluğu eğlence programlarını Rus devlet televizyonu olan ORT kanalından izler, ikinci sırada %22'lik oranla yine Rusya Federasyonu'na ait TNT kanalıdır. Üçüncü sırada %10,5'lik oranla KTRK.

TV kanalı	F	%
KTRK	30	15
ORT (1Kanal)	35	17,5
Bahoristan	4	2
Manas Janyrygy	10	5
Habar	7	3,5
NewTV	9	4,5
Qazaqstan	6	3
ELTR	7	3,5
Osh TV	8	4
Mir	3	1,5
Tacikistan	3	1
NTS	12	6
TNT	27	13
Yoshlar	11	5,5
KTK	14	7
7 Kanal	4	2
Diğer	6	3
Belirlenmedi	4	2
Toplam	200	100

Tablo 6. Film ve dizileri en çok hangi kanaldan izlersiniz?

Film ve dizileri en çok hangi kanaldan izlediklerine ilişkin sorusuna katılımcıların %17,5'i ORT, %15' KTRK, %13 TNT cevabını verdi. Kırgızistan'da çekilen dizilerin neredeyse yok, filmlerin az olduğunu, (her sene ortalama 10 film çekilir), (akipress.org/news:523901, 03.04.2019) hesaba katarsak izlenen film ve dizilerin büyük çoğunluğu yabancı olduğunu varsayabiliriz.

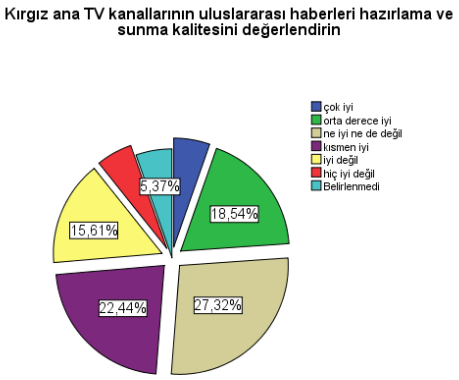
TV kanalı	**F**	**%**
KTRK	38	19
ORT (1Kanal)	27	13,5
Bahoristan	5	2,5
Rossiya 24	16	8
Habar	8	4
NewTV	12	6
Qazaqstan	6	3
ELTR	9	4,5
Osh TV	7	3,5
Mir	5	2,5
Tacikistan	5	2,5
NTS	19	9,5
TNT	17	8,5
Yoshlar	10	5
KTK	8	4
7 Kanal	6	3
Diğer	2	1
Toplam	200	100

Tablo 7. Güncel programları (talk şov, tartışma programları) en çok hangi kanaldan izlersiniz?

Tablo 7'den anlaşıldığı gibi katılımcıların çoğunluğu, yani %19 talk şov ve tartışma programlarını KTRK'dan, %13,5 ORT'dan, %9,5 NTS kanalından, %8,5 TNT'den, %8 Rossiya 24 kanalından izlemeyi tercih eder.

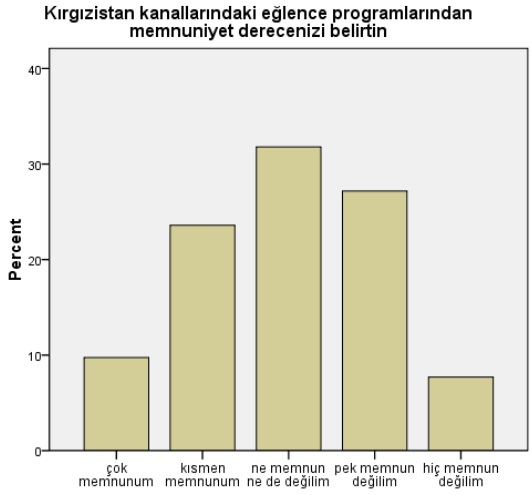
3.2.4 Kırgız TV Kanallarına Karşı Tutumlar

Şekil 8'den katılımcıların Kırgız kanallarının haberleri hazırlama ve sunmasına ilişkin soruya verdikleri cevapların dağılımını görebiliriz. Elde edilen verilere göre, %27,32 haberleri hazırlama ve sunmanın ne iyi ne de değil, %22,44 kısmen iyi, %18,54 orta derece iyi olduğunu söylerken, %15,61 haber kalitesinin iyi olmadığını öne sürmektedir.



Şekil 9. Kırgız kanallarının uluslararası haberleri hazırlama kalitesi

Katılımcıların Kırgız kanallarındaki eğlence programlarına karşı tutumu aşağıdaki şekildedir; %30,2 ne memnun ne de değil, %25,9 pek memnun değil, %22,4 kısmen memnun, %9,3 çok memnun ve %7,3 hiç memnun olmadığını belirtti. %2,5 cevabını belli etmedi.



Şekil 10. Eğlence programlarından memnuniyet derecesi

3.2.5 Yabancı Televizyon Yayınlarının Etkileri

Yukarıdaki verilere dayanarak Kırgızistan'da yabancı televizyon yayınlarının halk arasında oldukça popüler olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca büyük oranlarıyla RF'una ait TV kanalları hem haberleri sunmada hem de eğlence programları ve dizileri sunmada elde ettikleri başarı dikkat çekmektedirler. Halkın büyük kesiminin haber, eğlence, güncel v.b. programlarını yabancı ülkelerin TV

kanallarından izlemesi halkın bu programların etkisi altında olduğu düşüncesini destekler. Bu alt bölümde yabancı televizyon kanallarının potansiyel etkisini tespit etmek için dizayn edilen soruların cevapları analiz edilecektir.

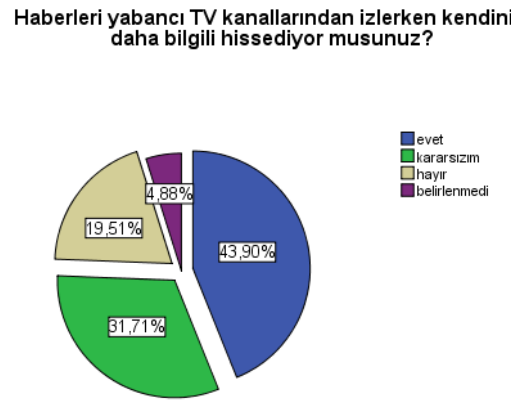
	TV en çok hangi dilde izlersiniz?						
Anadiliniz	Rusça	Kırgızca	Özbekçe	Çince	Kazakça	Tacikçe	Toplam
Ukraynaca	5	0	0	0	0	0	5
	100%	,0%	0%	0%	0%	0%	100,0%
Tacikçe	1	1	0	0	0	2	4
	25%	25%	0%	0%	0%	50%	100%
Kazakça	3	3	2	0	4	0	12
	25%	25%	16,7%	%	33,3%	0%	100%
Çince (Dunganca)	2	0	0	4	0	0	6
	33,3%	0%	0%	66,7%	0%	0%	100%
Özbekçe	9	2	15	1	0	0	27
	33,3%	7,4%	55,6%	3,7%	0%	0%	100,0%
Kırgızca	46	61	10	0	6	4	127
	36,2%	48,0%	7,9%	,0%	4,7%	3,1%	100,0%
Rusça	15	2	0	0	1	0	18
	83,3%	11,1%	0%	0%	5,6%	0%	100,0%
Toplam	81	69	27	5	11	6	199
	40,7%	34,7%	13,6%	2,5%	5,5%	3%	100,0%

Tablo 8. Anadili ve izlenen programların dili çapraz tablo analizi

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere, anadilinin Ukraynaca olduğunu belirtenlerin %100'ü televizyonda en çok Rusça programlarını izlediğini söyledi. Anadilinin Tacikçe olduğunu belirtenlerin %25'i Rusça, %25'i Kırgızca ve %50'si en çok Tacikçe programlarını izlediklerini işaretledi. Anadilinin Kazakça olduğunu söyleyenlerin çoğunluğu %33,3'ü en çok Kazakça, %25'i Kırgızca, %25'i Rusça programları tercih eder. Anadilinin Çince (Dunganca) olduğunu belirtenlerin %66,7'lik kesimi en çok Çince yayınlarını izlediğini işaretlerken, %33,3'ü Rusça yayınlarını tercih ettiğini öne sürdü. Ankete katılan Özbek vatandaşların %55,6'sı Özbekçe programlarını, %33,3'ü en çok Rusça, %7,4'ü Kırgızca programlarını izlediğini belirtti. Anadillerinin Kırgızca olduğunu belirtenlerin %61'i Kırgızca, %36,2'si Rusça, %7,9'u Özbekçe, %4,7'si Kazakça, %3,1'i en çok Tacikçe programları izlediğini işaretledi. Anadillerinin Rusça olduğunu söyleyenlerin %83,3'ü Rusça, %11,1'i Kırgızca, %5,6'sı en çok Kazakça programlarını tercih

ettiğini belirledi. Toplam olarak katılımcıların %40,7'si genelde Rusça, %34,7'si Kırgızca, %13,6'sı Özbekçe, %5,5'i Kazakça, %3'ü Tacikçe ve %2,5'i Çince programlarını izlemektedir. Dolayısıyla Kırgızistan'da televizyonun en popüler dili Rusça olduğu gözlemlenmektedir.

Katılımcıların televizyonu en çok hangi dilde izlediklerine dair bilgileri bölgelere göre ele aldığımızda aşağıdaki sonuçlar karşımıza çıkmaktadır; Rusça programlar en çok başkent ve Çüy bölgesinde izlenmeleriyle birlikte bütün bölgelerde popülerlerdir. Özbekçe yayınlar ülkenin güneyinde ağırlığa sahipken, ülkenin kuzeyinde Rusça ve Kırgızca ile birlikte Kazak televizyonlarının yayınları izlenir. Tacikistan sınırına yakın bulunan Batken bölgesinde Tacik televizyon kanallarının yayınları popüleriteye sahip durumdalar. Ülkenin güneyinde ve kuzeyinde aynı kanalların izlenmemesi bölgeler arasındaki dil farklılıklarının oluşmasına ve bu durumun sürmesine katkıda bulunmakta olduğunu söyleyebiliriz.

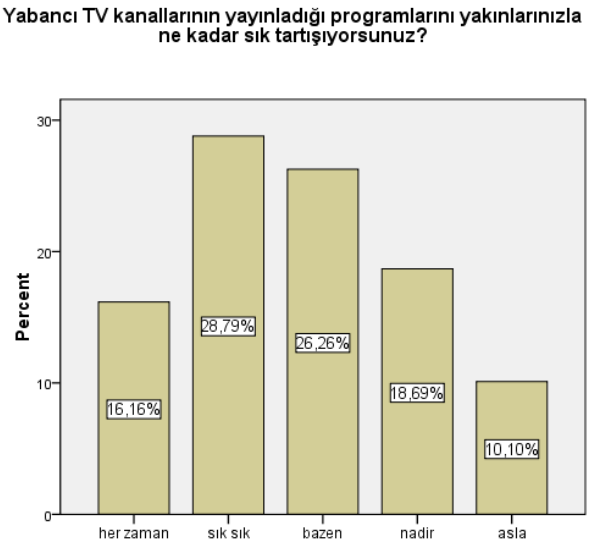


Şekil 11. Haberleri yabancı TV kanallarından izlerken kendinizi daha bilgili hisseder misiniz?

Elde edilen bilgilere göre, katılımcıların %43,90'ı haberleri yabancı TV kanallarından izlerken kendilerini daha haberdar, bilgili hisseder. %31,71 kararsızken, %19,51'lik kesim soruya hayır şeklinde cevap verdi. Buradan ve yukarıdaki Tablo 4'ten anlaşıldığı gibi yabancı televizyon kanallarının sunduğu haberler Kırgızistan'da büyük oranda izlenmektedirler. Bir yandan bunun Sovyet Birliği zamanından kalan alışkanlık olduğunu söyleyebiliriz, diğer yandan ise Kırgız

ana TV kanallarının mali sorunlardan dolayı özellikle uluslararası haberleri izleyicilerine gerekli düzeyde sunamadıkları yabancı TV kanallarının çok izlenmesini sağlamakta olduğunu iddia edebiliriz. Medya üzmanlarının çoğu uluslararası haberleri yabancı ülkelerin kanallarından izlemek dünya olaylarına onların perspektifinden bakmaktır düşüncesine katılmaktadır. Medya uzmanı Marat Tokoev'e göre enformasyon etkisi etki altındaki ülkelerin dünya görüşünü şekillendirme gücüne sahiptir. Etki altındaki toplum çoğu zaman bilinçsiz olarak maruz kalmaktadır. Uluslararası araştırma şirketi Gallup'un 2014'te yaptığı araştırmaya göre Kırgızistan'ın %79'u Kremlin politikasını destekliyor. Çalışma sonuçlarına göre Kırgızistan nüfusu Rusya Devlet Başkanı Putin'i yüksek oranla desteklemektedir. Toplumsal Analiz Enstitüsü'nün müdürü Rita Karasartova'ya göre böylesine sonuçlar Rusya devlet televizyonlarının Kırgızistan'daki yayınlarının neticesinde ortaya çıktı. (Abdymomunov, 2014)

Haberlerin güvenilirliğine ilişkin verilen "Hangi habere daha çok güveniyorsunuz: Kırgızistana ait televizyon kanalında yayınlanına ya da yabancı TV kanalında yayınlananına?" sorusuna katılımcıların %61,2'si yabancı TV kanalında yayınlanan haberlere daha çok güvendiğini belirtirken, %38,8'lik kesim Kırgızistan televizyon kanallarına daha çok güvendiğini belirtti.



Şekil 12. Yabancı TV kanallarınıın programlarını ne kadar sık tartışıyorsunuz?

Cevaplar dağılımına göre, katılımcıların %28,79'u yabancı televizyon kanallarında yayınlanan programları aile, arkadaşlarıyla sık sık tartıştığını belirtti.

%26,26'lik kesim programların ele aldığı konuları yakınlarıyla bazen tartıştığını işaretlerken, %18,69'u nadir, %16,16'sı her zaman tartıştığını dile getirdi. %10,1'i programları asla konuşmadığını, tartışmadığını işaretledi. Dolayısıyla örneklemin çoğunluğu yabancı medya gündemini konuştuğunu, tartıştığını görmekteyiz. Bundan yabancı televizyon kanallarının Kırgızistan toplumunun gündemini oluşturma ya da gündemini etkileme gücüne sahip oldukları anlaşılabilir. Srinati'ye göre televizyon insanların ne hakkında düşüneceklerini ve ne yapacaklarını belirler ve böylece onları psikolojik olarak denetler. Aksi takdirde düşünmeyecekleri şeyleri düşündürür ve başka türlü yapmadıkları şeyleri yaptırır. (Srinati, 2000: s. 179)

Katılma derecesi / İfadeler:	F / %	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıy-orum	Toplam
Televizyonun insanların değerlerini ve normlarını etkilediğini düşünüyorum	f	49	69	57	22	197
	%	24,8	35,02	28,9	11,16	%100
Televizyonun aile içi ilişkilerini etkilediğini düşünüyorum	f	41	70	51	34	196
	%	20,91	35,71	26,02	17,34	%100
Televizyon düşüncelerimi yönlendiriyor / fikirlerimi değiştirebiliyor	f	42	65	46	44	197
	%	21,31	32,9	23,35	22,33	%100
Dizilerdeki bazı karakterleri model olarak alıyorum	f	73	68	32	23	196
	%	37,25	34,69	16,33	11,73	%100
İzlediğim programlar beni duygusal harekete geçiriyor	f	57	64	39	37	197
	%	28,93	32,48	19,79	18,78	%100

Tablo 9. Katılımcıların : "Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımları

Anketi cevaplayanlar; "Televizyonun insanların değerlerini ve normlarını etkilediğini düşünüyorum." ifadesine %24,8 oranında kesinlikle katılmakta; %35,02 oranında katılmakta; %28,9 oranında fikir belirtememekte; %11,16 oranında katılmamaktadırlar. Dolayısıyla, çoğunluğun televizyonun değer ve normları etkilediğine inandığını görmekteyiz. Bu konuda yapılan araştırmalar televizyonun ön plana toplumun geleneksel değerlerini değil, genelde kendi değerlerini koyduğunu göstermektedirler. Ailevi, toplumsal, dini, evrensel ve temel değerler televizyon

programları, diziler aracılığıyla hem yıkılabilir, değiştirilebilir hem de sağlamlaştırılabilir.

"Televizyonun aile içi ilişkilerini etkilediğini düşünüyorum." ifadesine "Kesinlikle katılıyorum" diyenler %20,91; "Katılıyorum" diyenler %35,71; "Fikrim yok" diyenler %26,02; "Katılmıyorum" diyenler %17,34 oranındadır. Çoğunluk TV programlarının aile ilişkilerini etkilediğini düşünmektedir. Cereci "Televizyonun Sosyolojik Boyutu" eserinde televizyonun aile içindeki konumunu şöyle anlatmaktadır: "*ailenin bir bireyi; ama ailenin diğer bireylerine neyi nasıl yapacaklarını, yapmaları gerektiğini öğreten ve diğer bütün seçenekleri kapayarak onları buna zorlayan zorba bir bireyi biçimindedir. Büyüsüne teslim olmuş toplumlarda televizyon, ailenin oluşmasındaki formalitelerden, ailedeki rollerin bölüşülmesine, aile bireyleri arasındaki ilişkilerin düzenlenmesine, ana babanın çocuğa karşı yaklaşımına, çocukların ebeveyne karşı tutumuna kadar hemen her konuda esas belirleyici ve yönlendirici durumundadır."* (Cereci, 1996, s. 56)

"Televizyon düşüncelerimi yönlendiriyor / fikirlerimi değiştirebiliyor." ifadesine %21,31 kesinlikle katılmaktadır; %32,9 katılmaktadır; %23,35 fikir belirtmemekte; %22,33'lük kesim ise katılmamaktadır. Dolayısıyla, çoğunluğun televizyon programlarının düşüncelere yön verip fikirleri değiştirebildiğine inandığını görmekteyiz.

"Dizilerdeki bazı karakterleri model olarak alıyorum." ifadesine "Kesinlikle katılıyorum" diyenler %37,25; "Katılıyorum" diyenler 34,69; "Fikrim yok" diyenler %16,33; "Katılmıyorum" diyenler %11,73 oranındadır. %37,25'lik kesimin dizilerdeki bazı karakterleri model olarak aldığı anlaşılmaktadır.

"İzlediğim programlar beni duygusal harekete geçiriyor." ifadesine %28,93 kesinlikle katılmakta; %32,48 katılmakta; %19,79 fikrini belirtmemekte ve %18,78 katılmamaktadır.

Özetle söylemek gerekirse araştırmamızın sonucunda örneklemin %47,1'i erkek, %51,5'i kadın olduğu belirlendi. Ankete katılanların çoğunluğu 25-34 yaşındalar, ikinci büyük grup 18-24 yaşındakilerdir. Katılımcıların %20,3'ü Çüy, %16,8'i Oş, %11,9'u Narın, %18,8'i Celal-Abad, %10,9'u Isık-Göl, %7,9'u Talas, %10,9'u Batken bölgesinde yaşamaktadırlar.

Araştırmamıza katılanların %8,9'u anadilinin Rusça, %62,9'u Kırgızca, %13,4'ü Özbekçe, %3'ü Çince (Dunganca), %5,9'u Kazakça, %2'si Tacikçe, %2,5'i ise Ukraynaca olduğunu belirtti. %21,3 orta okul, %33,7 teknik kolej, %30,7 üniversite, %10,4 yüksek lisans, %2 doktora, %1 ise eğitim durumunu profesör olarak belirlemiştir. Katılımcıların çoğunluğu teknik kolej/liseden mezun olduğu tespit edilmiştir, ikinci sırada üniversite mezunları, orta okul mezunları üçüncü büyük gruptur.

Katılımcıların çoğunluğu (%36,6'sı) bir gün içerisinde 1-2 saat televizyon izlediğini belirtmiştir. %34,7'si tipik bir günde 10 dakika – 1 saat, %16,8 3-4 saat, %4 5-6 saat TV izlediğini, %5,4 TV izlemediğini belirtmiştir. %39,09'un evindeki televizyonu çoğu zaman açıktır. %28,93'ün televizyonu sürekli açık olmadığı; %16,24'ün televizyonu çoğu zaman kapalı; %15,74'ün televizyonu ise sürekli açık olduğu ortaya çıktı.

Örneklemin %34,2'nin evlerinde 20-30 kanalın olduğu; %29,2'nin TV setinde 30-40 kanalın olduğu,; %11,9'un TV setinde 10-20 kanalın olduğu ve %21,3'ün 40'tan fazla kanalı olduğu ortaya çıkmıştır. TV setinde 40'tan fazla kanalın olduğunu işaretleyenlerin evlerinde uydu ve kablolu televizyon yayınlarını izleme imkanının daha çok olduğu ortaya çıktı. %16,3 dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için, %12,9 ülkesinde neler olup bittiğini öğrenebilmek için televizyon izliyor. Üçüncü en popüler cevap %10,4'lük payla "beni rahatlattığı / eğlendirdiği için televizyon izliyorum" oldu. %7,9 farklı kültürler hakkında bilgi edinmek, %7,4 hayatta gerekli pratik bilgileri öğrenmek için televizyon izlediği ortaya çıkmıştır.

%32,18'lik oranla en çok izlenen program türünün haber olduğu gözlemlenmektedir. Bu program türünü sırasıyla; eğlence programları (%14,36), film ve diziler (%12,87), güncel programlar (%12,87), gerçek yaşam (%9,90), spor programları (%6,93) ve diğerleri takip etmektedirler. Katılımcıların çoğunluğu (%17) haberleri KTRK'dan izlemeyi tercih eder, diğer popüler haber kaynakları ise sırasıyla bunlardır; ORT (15,5), Azattyk (12,5), Ala-Too 24 (%11), Rossiya 24 (%10).

Anketi cevaplayanların çoğunluğu eğlence programlarını Rus devlet televizyonu olan ORT kanalından izler, ikinci sırada %22'lik oranla yine Rusya Federasyonu'na ait TNT kanalıdır. Üçüncü sırada %10,5'lik oranla KTRK. Katılımcıların film ve dizileri en çok ORT kanalından (%17,5'i), %15'i KTRK kanalından ve %13 TNT kanalından izlediği ortaya çıktı. Cevap verenlerin

çoğunluğu (%19) talk şov ve tartışma programlarını KTRK'dan, %13,5 ORT'den, %9,5 NTS kanalından, %8,5 TNT'den, %8 Rossiya 24 kanalından izlemeyi tercih eder.

Katılımcıların Kırgız kanallarındaki eğlence programlarına karşı tutumu aşağıdaki şekildedir; %30,2 ne memnun ne de değil, %25,9 pek memnun değil, %22,4 kısmen memnun, %9,3 çok memnun ve %7,3 hiç memnun değil. Katılımcıların %40,7'si en çok Rusça, %34,7'si en çok Kırgızca, %13,6'sı Özbekçe, %5,5'i Kazakça, %3'ü Tacikçe ve %2,5'i Çince (Dunganca) yayınlarını izlemektedir. Dolayısıyla Kırgızistan'da televizyonun en popüler dili Rusça olduğu ortaya çıkmaktadır.

Anket sonuçlarına katılımcıların %43,90'ı haberleri yabancı TV kanallarından izlerken kendilerini daha haberdar, bilgili hisseder. Katılımcıların %61,2'si yabancı TV kanalında yayınlanan haberlere daha çok güvendiği ortaya çıktı, %38,8'lik kesim ise Kırgızistan televizyon kanallarına daha çok güvendiğini belirtti. Cevaplar dağılımına göre, katılımcıların %28,79'u yabancı televizyon kanallarında yayınlanan programları aile, arkadaşlarıyla sık sık tartışmaktadır. %26,26'lik kesim programların ele aldığı konuları yakınlarıyla bazen tartıştığını işaretlerken, %18,69'u nadir, %16,16'sı her zaman tartıştığını belirtti. "Televizyonun insanların değerlerini ve normlarını etkilediğini düşünüyorum." ifadesine %24,8 oranında kesinlikle katılmakta; %35,02 oranında katılmakta; %28,9 oranında fikir belirtmemekte; %11,16 oranında katılmamaktadırlar. Dolayısıyla, çoğunluğun televizyonun değer ve normları etkilediğine inandığını söyleyebiliriz.

"Televizyonun aile içi ilişkilerini etkilediğini düşünüyorum." ifadesine "Kesinlikle katılıyorum" diyenler %20,91; "Katılıyorum" diyenler %35,71; "Fikrim yok" diyenler %26,02; "Katılmıyorum" diyenler %17,34 oranındadır. Çoğunluk TV programlarının aile ilişkilerini etkilediğini düşünmektedir. Çoğunluğun televizyon programlarının düşüncelere yön verip fikirleri değiştirebildiğine inandığı ortaya çıktı. "Televizyon düşüncelerimi yönlendiriyor / fikirlerimi değiştirebiliyor." ifadesine %21,31 kesinlikle katılmaktadır; %32,9 katılmaktadır; %23,35 fikir belirtmemekte; %22,33'lük kesim ise katılmamaktadır.

Anketi cevaplayanların çoğunluğu dizilerdeki bazı karakterleri model olarak almaktadır. "Dizilerdeki bazı karakterleri model olarak alıyorum." ifadesine "Kesinlikle katılıyorum" diyenler %37,25; "Katılıyorum" diyenler 34,69; "Fikrim

yok” diyenler %16,33; “Katılmıyorum” diyenler %11,73 oranındadır. “İzlediğim programlar beni duygusal harekete geçiriyor.” ifadesine %28,93 kesinlikle katılmakta; %32,48 katılmakta; %19,79 fikrini belirtmemekte ve %18,78 katılmamaktadır. Dolayısıyla, çoğunluğun izlediği programlardan duygusal olarak etkilendiği anlaşılmaktadır.

Araştırmanın sonuçları genel olarak ele alındığında yabancı televizyon kuruluşlarının Kırgız toplumunun gündemini belirleyebilme potansiyeline sahip olduğu anlaşılmaktadır. İzleyiciler yabancı televizyon kuruluşlarının haberlerini daha güvenilir olarak bulmaktalar dolayısıyla özellikle Rusya’ya ait televizyon kuruluşları ve RFE/RL Özgürlük Radyosu Kırgız Hizmeti Kırgızistan’da büyük izler kitleye sahip olduğu ortaya çıktı.

SONUÇ

Teknolojinin gelişmesi insan toplumunu evrimin her aşamasında etkiledi ve etkilemektedir. 20'nci yüzyılda iletişim teknolojileri alanındaki hızlı ve önemli gelişmeler yaşamakta olduğumuz bilgi toplumunu ortaya çıkardı. Bilgi toplumunda enformasyonun üretilmesi, aktarılması, kullanılması ve manipüle edilmesinde kitle iletişim araçlarının esas bir rolü vardır.

Kitle iletişim araçlarının biri olan televizyon kendinden önceki ve sonraki iletişim araçlarının özelliğini ve içeriğini kapsayarak dönemimizin en etkili kitle iletişim aracı konumunu korumaktadır. Hem görsel hem de işitsel duyulara hitap eden televizyon insan hayatının her alanını etkileme potansiyeline sahiptir. Medyanın ve ayrıca televizyonun toplum üzerindeki etkisi farklı dönemlerde değişik geleneklerden gelen birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Araştırmacıların çoğunluğu televizyonun birey ve toplum üzerinde çeşitli etkilere sahip olduğu konusunda hemfikirdirler.

Bütün dünyada olduğu gibi Kırgızistan'da da televizyon toplumun siyasi, kültürel ve ekonomik hayatında önemli bir rol üstlenmektedir. 1991 yılında SSCB'nin dağılmasının ardından bağımsızlığı kazanan Kırgızistan ilk yıllarından itibaren demokratikleşmeye yön aldı. Sovyet döneminde iktidar radyo ve televizyonu otoriter devletin siyasi ve ideolojik propaganda ve agitasyon aygıtları olarak kullanıyordu. Bağımsızlığın ilan edilmesi ve demokratikleşmeyle birlikte Kırgızistan'ın medya sisteminde önemli reformlar yapıldı. Basın özgürlüğü alanında yaşanan gelişmeler Kırgızistan'ı Orta Asya'daki medya çoğulculuğuna sahip tek ülke haline getirdi. Bununla birlikte ekonomideki krizler, siyasi gösteriler neticesinde değişen iktidarlar ve bu olaylara eşlik eden şiddet, reklam pazarının küçüklüğü ve televizyon karlılığının düşük olması gibi sebepler yayın kuruluşlarının daha hızlı gelişmesini engellemiştir.

Kırgızistan'da ulusal televizyon kuruluşları ile birlikte yabancı televizyon kuruluşları da yayınlarını sürdürmektedirler. Yaptığımız araştırmada izleyicilerin televizyon izleme özelliklerini, yabancı yayınların ne kadar popüler olduklarını, etkili olup olmadıklarını, etkilidirlerse, hangi alanlarda ve ne denli etkili olduklarını ve izler kitlenin Kırgızistan'a ait ana televizyon kanallarına karşı tutumlarını ortaya çıkarma amaçlanmıştır.

Anketin cevapları analiz edildiğinde, katılımcıların çoğunluğu tipik bir gün içerisinde 1-2 saat televizyon izledikleri ortaya çıkmıştır. Kırgız izleyicisi dünyadaki ve ülkedeki olaylardan haberdar olmak, eğlenmek/dinlenmek/rahatlamak için TV izlemektedir. Dolayısıyla çalışmamızda öne sürülen "Kırgızistanlılar en çok haber ve eğlence programlarını izlemektedirler" varsayımı doğrulanmıştır. Bu iki noktada yabancı televizyon kanallarının büyük popüleritesi ortaya çıkmıştır. Özellikle uluslararası haberleri öğrenmede yabancı televizyon kanallarının hakimiyeti karşımıza çıkmaktadır. Buna hem Kırgız TV kanallarının haberleri izleyicileri memnun etmeyen düzeyde hazırlamaları hem de yabancı TV kuruluşlarının teknik ve içerik açısından daha çekici olmaları sebep olabilir. Dolayısıyla, Kırgız izleyicilerinin bir kısmı uluslararası haberleri diğer ülkelerin perspektifinden izlemekte olduğu varsayılabilir.

Eğlenmek, film ve dizi izlemek için TV izleyenlerin büyük bir kısmı yine aynı şekilde yabancı TV kanallarını tercih etmektedir. Eğlence programları alanında TNT, ORT gibi Rus televizyon kanallarının hakimiyeti mevcut olduğu ortaya çıkmıştır, dolayısıyla çalışmamız sırasında öne sürülen varsayımımız doğru çıkmıştır.

Kırgızistan'da Rusça televizyonun en popüler dili olarak karşımıza çıktı. Halkın büyük bir kesimin TV yayınlarını Rusça izlemesi, devletin Kırgızcayi bütün etnisiteler tarafından yaygın kullanılan dil haline getirme planlarına karşı gelmektedir ve Kırgızcanın popülerleşmesini yavaşlatmaktadır. Rusça yayınlar bütün ülkede etkin konumdayken, Özbekçe yayınlar daha çok ülkenin Celal-Abad, Oş bölgelerinde, Tacikçe yayınlar Batken bölgesinde ve Kazakça yayınlar Talas ve Çüy bölgelerinde izlenmektedirler. Bu bilgiler "televizyon izleme tercihlerinde bölgeler arasında bir farklılaşma bulunmaktadır fakat Rus televizyon kuruluşları bütün ülkede popülerdirler" şeklindeki varsayımımızı desteklemektedirler.

Bir daha önemli bulgu olarak yabancı televizyon yayınlarının Kırgızistan toplumunun gündemini etkilemelerini işaretleyebiliriz. Anket katılımcılarının %28,79'u yabancı televizyon kanallarından izlediği programları yakınlarıyla sık sık tartıştığı, %26,26'lik kesimin ise bazen tartıştığı ortaya çıktı. Dolayısıyla, yabancı televizyon kuruluşlarının Kırgızistan toplumunun gündemini belirleme ya da gündemini etkileme gücüne sahip oldukları anlaşılabilir.

Katılımcıların çoğunluğu televizyon yayınlarından etkilendiğini kabul etmektedir. Televizyonun insanların değerlerini ve normlarını etkilediğini, duygusal

harekete geçirdiğini, aile içi ilişkilerini etkilediğini, düşüncelere yön verip fikirleri değiştirebildiğini düşünenler yine çoğunluktadırlar. İzler kitlenin bir kesimi dizilerdeki bazı kahramanları rol model olarak almaktadır. Yabancı TV kanallarının izleyiciler arasında popüler olmalarından hareket edersek bütün bu alanlarda ve sosyal ilişkiler, tüketim alışkanlıkları gibi alanlarda yabancı televizyon yayınlarının etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Kırgızistan toplumunun kendi ülkesine ait televizyon kanallarına bakış açısı da konuşulmaya değerdir. Halkın büyük bir kesiminin uluslararası haberler ve eğlence programlarından memnun olmaması yabancı TV kanallarının daha çok izlenmesine yol açmaktadır. Elde edilen bilgilere göre, Kırgızistanlılar yabancı televizyon kuruluşlarının haberlerine daha çok güvenmektedirler.

Televizyon alanının başka ülkelerin yayınlarına açık olması ve Kırgız izleyicisinin yabancı yapım programlarının etkisi altında kalması ileride büyük sorunlar getirebilir. Bilindiği üzere, eğlence programları ve diziler popüler kültürü devam ettiren, destekleyen, yenileyen özellikleriyle toplumsal yaşamı ve geleneksel değerleri dönüştürebilme niteliğine sahiplerdir. Dolayısıyla, farklı bölgelerde farklı yayınların izlenmesi bölgeler arasındaki dil ve kültürdeki farklılıklarının artmasını etkileyebilir.

Ulusal güvenliğin özü olan enformasyon güvenliğini sağlamak için ulusal ve yabancı yayınlar arasındaki denge korunmalıdır. Bunun hayata geçirilmesi için herşeyden evvel devlet tarafından ulusal televizyon sektörüne ve özellikle haber ve eğlence kanallarına büyük destek gösterilmelidir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Almaküçükov, K., Baykulova, I., Mamırkanov, E., (2014) Politika Perehoda i Razvitiya Teleradioveşaniya KR. Bişkek

Alisheva, N., Golovanov, D., Usenova, B., (2015) Razvitie Media Prava v Kyrgyzskoi Respublike. Medya Siyaseti Enstitüsü, Bişkek.

Akçalı, S. İ. (2009). Tüketim Toplumunda Çocukluğun Yitişi. Selda İçin Akçalı (ed.). Çocuk ve Medya. (1-12) içinde. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Akerov, T. (2014) Kırgızı: Etnogenez i İstoriya, Bişkek.

Aziz, A. (1981) Radyo ve Televizyona Giriş (Genişletilmiş 2. Basım) Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları

Aziz, A. (2002). Radyo Yayıncılığı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Aziz, A. (2006). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş). Ankara: Turhan Kitabevi.

Begaliev, S. (1994), Basmachestvo: Novyi Vzglyad: Kırgızı i Kırgızstan, Opıt Novogo Osmısleniya, Bişkek.

Burton, Graeme (2002) More Than Meets the Eye: An Introduction to Media Studies, 3rd edn. London: Arnold (Gözle Karşılaştığından Fazlası: Medya Çalışmalarına Giriş, 3. baskı. Londra: Arnold)

Burton, Graeme (2010) Media and Society. Mc Graw Hill Open University Press. USA

Cereci, Sedat (1996) Televizyonun Sosyolojik Boyutu, Şule Yayınları, İstanbul.

Cohen, Bernard, (1963) The Press and Foreign Policy. Princeton, NJ: Princeton University Press

Croteau D, Hoynes, W; (2014) Media and Society, SAGE, London

Cankaya, Özden (1997) Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Beta Yayınları, İstanbul

Çernov, F. M; (2009) İstoriçeskie i Socialno-Politiçeskie Aspekty Stanovleniya i Razvitiya Radio i Televideniya v Kyrgyzstane. Bişkek,

Çernov F. M. (2009) İstoriya televideniya v Kyrgyzstane: (1928-2000), Bişkek.

Çaplı, B. (2002). Medya ve Etik. Ankara: İmge Yayıncılık.

DeFleur, ML&Ball-Rokeach, SJ. (1989) Theories of Mass Communication (Fifth Ed.) Longman, New York.

Dominick, J. R. (1990). The Dynamics of Mass Communication. NY: McGraw Hill.

Erdoğan, İrfan. (2002). İletişimi Anlamak. Ankara: Erk Yayınları

Ersoy Soydan, Nuray Alpaslan, (2014) Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi, İstanbul

Erdoğan, İ., (2014) Medya Teori ve Araştırmaları, Erk Yayınları, Ankara

Erkebaev, A. (2015) Kırgızistan Demokratiyalık Kıymılı: Egemendik Menen Demokratiya Üçün Küröştün Başatı. "Maxprint" Yayınları, Bişkek

Gay, L.P. (1987) Educational Research Competencies for Analysis and Application. Columbus: Merrill Publishing Comp.

Gökçe, O. (2002) İletişim Bilimine Giriş: İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi. Ankara: Turhan Kitabevi.

Gökçe, O. (2006). İletişim Bilimi: İnsan İlişkilerinin Anatomisi. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gündoğdu, A. (2011) 'Kırgızistan: Dün, Bugün, Yarın.' Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 2011 Güz (15), 399-417

Güneş, Y. (2010) Hadislerde İletişim Ahlakı, Kaynak Yayınları

Güngör, N. (2013) İletişim kuramlar ve Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2013

Hawkins, R. P. & Pingree, S., (1983). "Television's İnfluence on Social Reality." Mass Communication Review Yearbook, Vol.5. E. Wartella, et. al. (der.) içinde. Ca: Sage.

Hesmondhalgh, D. (2002) The Cultural Industries. London: SAGE

İbraeva, Kulikova. (2002) Historical Development and Current Situation of the Mass Media in Kyrgyzstan. Bishkek, Cimera

İnal, K. (2009). Medya Okuryazarlığı El Kitabı. Ankara: Ütopya Yayınevi.

İnal, K. (2009b). Türkiye'de Çocukluk: Nereye! Selda İçin Akçalı (ed.). Çocuk ve Medya. (13-52) içinde. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

İsake, B. (1993) '1916-cıl', 'Ürkün', Bişkek

Kadırov, Turdumamat; (1993) Kırgızistan'da Radyo ve Televizyon Gelişimi. Bişkek.

Karakeev, K. (1994) İstoriçeskoe Znaçenie Vosstaniya 1916 g. v Srednei Azii i Kazahstane, Bişkek

Kenensariev, T. (2015) 2005 Cana 2010 Kırgız Inkılaptarın İzildöö Cana Taryhyi Jaktan Baaloo. KUU, Bişkek

Macbride, S. (1993) Many Voices One World, UNESCO Milli Komitesi, Ankara

McQuail, Denis. (2010) McQuail's Mass Communication Theory, 6th edition, SAGE

McQuail, D. ve Windahl, S. (2010) İletişim Modelleri, İmge Yayınevi, Ankara

Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (1994) Qualitative Data Analysis: A Sourcebook for New Methods (2nd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.

Mutlu, E., (2004) İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara

Myrzagulov, M. (2007) Orta Asya Medya Sektörünün Oluşması ve Transformasyonu Bağlamında Kırgız Televizyonu. Saint Petersburg

Osmonov, A. Asankanov, (2003) Kırgızistan Tarihi, Bişkek

Özçağlayan, M. (1998) Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, Alfa Yayınları, İstanbul

Scott Cameron Levi, Ron Sela (2010). Discourse on the Qïrghïz Country'. Islamic Central Asia: An Anthology of Historical Sources. Indiana University Press.

Tamer, E.C. (1983) Dünü ve Bugünüyle Televizyon. Varlık Yayınları, İstanbul.

Terkan, B. (2005) Gündem Belirleme, Tablet Kitabevi, Konya.

Tümönbaev, A. (2002) Yeniden Yapılanma, Aydınlık ve Egemenlik Zamanında Kırgızistan'ın Yazılı Basını, (iç) Kırgızistan Gazetecilik Tarihi, editör Cıldız Bakeşova, Bişkek.

Ulanovskaya, N. (2009) "Problema Effektivnosti Vozdeistviya Televideniya." Volgograd

Vinogradova, N. (2017) Televizyon Gelişiminin Tarihi. (История развития телевидения), Moskova

Voropayeva, Cunuşaliev, Harçenko. (2002) Kratkiy Kurs İstorii, Kırgız Rus Slav Üniversitesi, Bişkek.

Yumlu, K. (1994) Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, Nam Basım, İzmir.

Zevelev, Polyakov, Çugunov. (1981) Basmaçestvo: Vozniknovenie, Suşnost, Krah, Moskva.

Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Arapova, G; (2016) Analiz Proekta Zakona Kyrgyzskoi Respubliki 'O Vnesenii Dopolnenii v Zakon o SMİ'

Ayhan, B. (2008). Sovyet Medya Sisteminden Liberal Sistemine Geçiş: Kırgızistan Medya Sisteminde Sorunlar Ve Çözüm Yolları, 6. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, 25-28 Mayıs, Celalabat, Kırgızistan, s. 190-204.

Bayat, B. (2014). "Uygulamalı Sosyal Bilim Araştırmalarında Ölçme, Ölçekler Ve "Likert" Ölçek Kurma Tekniği", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16/3: 1-24

Chaffee, Steven; Metzger, Miriam; (2001) The End of Mass Communication? Mass Communication & Society, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Chotoev, Zakir, (2002) Kırgızistan Cumhuriyeti'nin Dış Politikasına Genel Bakış, Türkler, C: 19, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara

Çatalbaş, Yıldırım, (2008) Geçiş Ekonomilerinde Bütçe Açıklarının Nedenleri: Polonya ve Kırgızistan Örneği, Sosyoekonomi Dergisi, T.C. Hacettepe Üniversitesi

Derbisheva, Z. (2009) Yazıkovaya Politika I Yazıkovaya Situaciya v Kyrgyzstane, Russian Language Journal, Vol. 59, 2009

Doten, C. (2007) Color Evolution: NGOs and Oligarchs Unite for Change in Kyrgyzstan. Al-Nakhlah.

Erdoğan, İrfan. "Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme", Kültür ve İletişim Dergisi 1 (2), 1998, Ankara.

Eshalieva, K., (2018) Uhudşenie Svobodı Slova V Kyrgyzstane. Bishkek

Gaag, N., (2013) İstoriya Radyo: Razvitie Sobstvennyh Spetsifiçeskih Hudojestvenno-Vırazitelnıh Sredstv. Vestnik VGU, Voronej.

Ersoy Soydan, Nuray Alpaslan, (2014) Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi, İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi

Gerbner, G. et al. (1979). "The Demonstration of Power: Violence Profile." Journal of Communication, 29 (2):177 -196.

Irvan, S. (1994) Normatif Medya Kuramları, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 211-230.

Işık, U. (2007) Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkilei ve İnternet Bağımlılığı. Konya

Karaağaçlı, A. (2012) Kırgızistan'ın Siyasi Yapısı ve Anayasal Sistemi

Kırgızistan Ülke Raporu, (2005) TİKA yayınları, Ankara, s. 14

Keskin, Aslı. (2017) Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Ulusal Ve Yerel Televizyon Kanallarında Haber Seçimleri, İstanbul

Kobdeleeva, D. (2014) Gelişmekte olan ülkelerde topluluk radyoları, İzmir

Kocobekov, M. (2014) 'Kırgız Tuusu', Bişkek

Kubatov, E. (2018) Dijital Yayıncılığa Geçiş Sonrası Kırgızistan'da Televizyon Yayıncılığı, Erzurum

Kıldıoğlu, Mehmet (2006). IX-XVI. asırlarda Yenisey-İrtiş bölgesinde Kırgız-Kıpçak ilişkileri. A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, sayı: 30, sayfa: 133-166, Erzurum 2006

Kulikova, S., Perlmutter D. (2007) Blogging Down the Dictator? The Kyrgyz Revolution and Samizdat Websites. Sage Journals.

Mambetaliev, K. (2003) The Mass Media of Kyrgyzstan in 21st Century. Central Asia - In Defence of the Future, Media in Multi-Cultural and Multi-Lingual Societies. Fifth Central Asian Media Conference, Bishkek.

McCombs, Maxwell. (2005) A Look at Agenda-setting: past, present and future. Journalism Studies Volume: 6 Issue 4

Noelle-Neumann, Elisabeth (1977). Algılar İkliminde Yaşanan Çalkantılar: Suskunluk Sarmalı Teorisinin Metodolojik Uygulamaları. Public Opinion Quarterly 41: 143–158Ö.

Özsoy, İ. (2006) Sovyet Sisteminin Çöküşünden Tarihî ve Evrensel Dersler, Bilig, sayı 39

Satılkanova, A. (2015) Kırgızistan'da Kamusal Televizyon Yayıncılığının Gelişimi, KRSÜ Bülteni, Bişkek

Solak, F. (2017) Kırgızistan'da Dış Ticaretin Gelişimi ve Türkiye İle İlişkiler.

Turan, İ. vd. (2015). "Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert-tipi Soruların Analizi". Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 30: 186-203

Uluç, G., Özkaya B. (2003) 'Rusya: Sovyet Sonrası Medya Gerçeği.' Akademik Araştırmalar Dergisi, Sayı 16.

Vorobyev, A. (2018) The rise of American electoral research: Paul F. Lazarsfeld and "The People's Choice", Sociological Journal. Vol. 24. No. 3. P. 163–179.

Web kaynakları:

http://kg.akipress.org/news:523901/org.akipress:// 02.05.2018

http://www.monitoring.kg/?pid=10 02.03.2017

http://turk-dunyasi.cokbilgi.com/sovyetler-doneminde-kirgizlar/ 25.05.2017

https://www.tarihtarih.com/?Syf=26&Syz=357757 23.04.2019

http://ktrk.kg/birinchi/about/ 23.02.2019

http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/111604?cl=ru-ru 25.04.18

http://repression.archive.kg/ 24.04.2019

https://open.kg/about-kyrgyzstan/socio-economic-resources/mass-media/ 23.04.18

https://pressroom.rferl.org/rferl-kyrgyz-service-radio-azattyk 14.03.2019

http://notoku.com/radyonun-kisa-tarihcesi 20.02.2018

https://ru.sputnik.kg/economy/20181124/1042129128/kyrgyzstan-perevody-migranty-rekord.html 28.02.2019

https://rsf.org/en/kyrgyzstan 25.04.2019

https://sputnik.kg/docs/about/index.html 21.02.2019

https://pressroom.rferl.org/rferl-kyrgyz-service-radio-azattyk 14.03.2019

http://eltr.kg/ru/o-nas-2/ 27.05.2019)

http://www.mirtv.ru/ 29.05.2019

http://nts.kg/about/ 27.05.2019

http://uzbekistan24.uz/uzk/ 29.05.2019

http://kt.kg/iptv/zor_tv/channel_list1/ 29.05.2019

http://aceproject.org/ace-en/topics/me/introduction/me10/me10d 20. 02. 2019

www.europaplus.ru 21.02.2019

www.welcome.kg/ru/history/ss/ 23.05.2017

EK: ARAŞTIRMANIN ANKETİ

YABANCI TELEVİZYON KURULUŞLARININ KIRGIZ TOPLUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Bu anket formu Kocaeli Üniversitesinde gerçekleştirilen bilimsel araştırma içindir. Amacımız yabancı televizyon kanallarının Kırgızistan toplumu üzerindeki etkisini araştırmaktır.
Sizlerden istenen her bir soruyu kendi tercihlerinize göre cevaplamanızdır. Anket yaklaşık 15 dakikanızı alır. Verdiğiniz yanıtlar kesinlikle gizli tutulacak ve yaptığınız değerlendirmeler hakkında üçüncü taraflara bilgi verilmeyecektir.

1) Yaşınız?

a) 18 altında
b) 18-24
c) 25-34
d) 35-44
e) 45-54
f) 55-64
g) 65-74
h) 75 yaş ve üstü

2) Cinsiyetiniz? ____

3) Lütfen ana dilinizi belirtin.

a) Rusça
b) Özbekçe
c) Uygurca
d) Kazakça
e) Çince
f) Tacikçe
g) Ukraynaca
h) Kırgızca
i) Diğer_____

4) Medeni durumunuz?

a) bekar
b) evli
c) boşanmış

5) Kırgızistan'ın hangi bölgesinde yaşıyorsunuz?

a) Çüy b) Calal-Abad c) Batken d) Oş
e) Talas f) Isık-Köl g) Narın

6) Tamamlamış olduğunuz okulun derecesini belirtin.

a) Genel okul b) Teknik kolej c) Üniversite (Lisans derecesi)

d) Yüksek Lisans e) Doktora derecesi f) Başka_____

7) Tipik bir gün içerisinde kaç saat televizyon izlersiniz?

a) 10 dakika – 1 saat b) 1-2 saat c) 3-4 saat d) 5-6 saat e) TV izlemem

8) Televizyon izleme nedeniniz nedir? Lütfen aşağıdaki cevapların içinden size en yakın 3 seçeneği belirtin.

a) Dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için televizyon izliyorum
b) Ülkemde neler olup bittiğini öğrenebilmek için televizyon izliyorum
c) Farklı kültürler hakkında bilgi edinmemi sağladığı için televizyon izliyorum
d) Bana günlük hayatta kullanabileceğim pratik bilgileri öğrettiği için televizyon izliyorum
e) Alacağım ürünlerin seçimini yapmamı sağladığı için televizyon izliyorum
f) Nasıl düşünmem gerektiği konusunda yol gösterdiği için televizyon izliyorum
g) Arkadaşlarla konuşacak ortak sohbet konuları bulmamı sağladığı için televizyon izliyorum
h) Benimle aynı sorunları paylaşan insanlar olup olmadığını öğrenmek için televizyon izliyorum
i) Televizyon izliyorum çünkü televizyon izlemeyi seviyorum
j) Beni rahatlattığı/ dinlendirdiği için televizyon izliyorum
k) Bir alışkanlık olduğu için televizyon izliyorum
l) Televizyon izliyorum çünkü beni neşelendiriyor/ güldürüyor
m) Yalnızlık hissini azalttığı için televizyon izliyorum
n) Evdeki/işteki dertlerden beni uzaklaştırdığı için televizyon izliyorum
o) diğer_____

9) Evinizdeki televizyon sürekli açık mı?

a) evet b) çoğu zaman açık c) hayır d) çoğu zaman kapalı

10) TV setinizde kaç tane televizyon kanalı mevcuttur?

a) 5-10 b) 10-20 c) 20-30 d) 30-40 e) diğer____

11) Evinizde TV yayınının hangi türleri vardır?

a) Karasal b) uydu c) Kablolu

11) Genellikle hangi tür programları izliyorsunuz?

a) Haber b) Güncel Programlar c) Kültür Programları d) Film ve diziler

e) Eğitim Programları f) Gerçek Yaşam g) Eğlence Programları

h) Çocuk Programları i) Ticari İletişim ve Tanıtım j) diğer_____

12) Haber programlarını genelde hangi kanallardan izlersiniz?

KTRK	
ORT (1Kanal)	
Rossiya 24	
Ala-Too 24	
Habar	
Uzbekistan 24	
Qazaqstan	
Azattyk	
BBC	
Mir	
Tacikistan	
NTS	
Diğer	

13) Eğlence programlarını en çok hangi kanallardan izlersiniz?

TV kanalı	
KTRK	
ORT (1Kanal)	
Bahoristan	
Muzyka	
Habar	
NewTV	
Qazaqstan	
Azattyk	
BBC	
Mir	
Tacikistan	
NTS	
TNT	
Yoshlar	
Diğer	

14) Film ve dizileri en çok hangi kanallardan izlersiniz?

KTRK	
ORT (1Kanal)	
Bahoristan	
Manas Janyrygy	
Habar	
NewTV	
Qazaqstan	
ELTR	
Osh TV	
Mir	
Tacikistan	
NTS	
TNT	
Yoshlar	
KTK	
7 Kanal	
Diğer	

15) Güncel programları (talk şov, tartışma programları) en çok hangi kanallardan izlersiniz?

KTRK	
ORT (1Kanal)	
Bahoristan	
Rossiya 24	
Habar	
NewTV	
Qazaqstan	
ELTR	
Osh TV	
Mir	
Tacikistan	
NTS	
TNT	
Yoshlar	
KTK	
7 Kanal	
Diğer	

16) Kırgız kanallarının uluslararası haberleri hazırlama kalitesini değerlendirin

a) çok iyi b) orta derece iyi c) ne iyi ne de değil d) kısmen iyi

e) iyi değil f) hiç iyi değil

17) Kırgız kanallarının eğlence programlarından memnuniyet derecenizi belirtin

a) çok memnunum b) kısmen memnunum c) ne memnun ne de değilim

d) pek memnun değilim e) hiç memnun değilim

18) Televizyonu en çok hangi dilde izlersiniz?

a) Kırgızca b) Rusça c) Çince d) Kazakça e) Özbekçe f) Tacikçe

g) Uygurca e) diğer_____

19) Haberleri yabancı TV kanallarından izlerken kendinizi daha bilgili hisseder misiniz?

a) evet b) karasızım c) hayır

20) Hangi habere daha çok güveniyorsunuz: Kırgızistana ait televizyon kanalında yayınlanına ya da yabancı TV kanalında yayınlananına?

a) Kırgızistanlı b) yabancı

20) Yabancı TV kanallarınıın programlarını ne kadar sık tartışıyorsunuz?

a) asla b) nadir c) bazen d) sık sık e) her zaman

21) Televizyonun insanların değerlerini ve normlarını etkilediğini düşünüyorum

a) kesinlikle katılıyorum b) katılıyorum c) fikrim yok
d) katılmıyorum

22) Televizyonun aile içi ilişkilerini etkilediğini düşünüyorum

a) kesinlikle katılıyorum b) katılıyorum c) fikrim yok
d) katılmıyorum

23) Televizyon düşüncelerim yönlendiriyor / fikirlerimi değiştirebiliyor

a) kesinlikle katılıyorum b) katılıyorum c) fikrim yok
d) katılmıyorum

24) Dizilerdeki bazı karakterleri model olarak alıyorum

a) kesinlikle katılıyorum b) katılıyorum c) fikrim yok
d) katılmıyorum

25) İzlediğim programlar beni duygusal harekete geçiriyor

a) kesinlikle katılıyorum b) katılıyorum c) fikrim yok
d) katılmıyorum

ÖZGEÇMİŞ

Bakyt SMAİLOV;

1 Aralık 1992 yılında Kırgızistan'ın Çüy bölgesinde doğdu. 1999-2010 yılları arasında Petrovka okulunda ilkokul, ortaokul ve lise öğrenimini tamamladı. 2010 yılında Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'nin Radyo Televizyon ve Sinema bölümünü kazandı ve 2015 yılında başarıyla lisans eğitimini tamamladı. 2015 yılında Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığının (YTB) Türkiye Bursları burs programını kazandı ve Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Yüksek Lisans programı eğitimine başladı. 2016-2017 akademik yılının Güz döneminde Erasmus Değişim Programı kapsamında Polonya'nın Poznan şehrindeki Adam Mickiewicz Üniversitesi'nde eğitim gördü.