T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

AVRUPA'DA BAZI ÜLKELERDE COVİD-19 SALGININDAN ETKİLENEN GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK TEDBİRLER VE DESTEKLER

UZMANLIK TEZİ

MEHMET TANRIVERDİ

ANKARA
MART, 2024


RTÜK
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

AVRUPA'DA BAZI ÜLKELERDE COVİD-19 SALGININDAN ETKİLENEN GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK TEDBİRLER VE DESTEKLER

UZMANLIK TEZİ

MEHMET TANRIVERDİ

DANIŞMAN: DAİRE BAŞKAN YARDIMCISI ALİ KAPTAN

ANKARA
MAYIS, 2024

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına,

Mehmet TANRIVERDİ adlı Üst Kurul Uzman Yardımcısının hazırladığı "Avrupa'da Bazı Ülkelerde Covid-19 Salgınından Etkilenen Görsel-İşitsel Medya Sektörüne Yönelik Tedbirler ve Destekler" başlıklı bu çalışma Tez Değerlendirme Komisyonu üyelerince oy birliği/oy çokluğu ile **Uzmanlık Tezi** olarak kabul edilmiştir.

	Komisyon Üyeleri	İmza
Başkan	Ebubekir ŞAHİN Üst Kurul Başkanı	……..
Üye	Deniz GÜÇER Üst Kurul Üyesi	……
Üye	Deniz GÜLER Üst Kurul Başkan Yardımcısı	…….
Üye	Murat ELLİALTI Daire Başkanı	..……...
Üye	Ali KAPTAN Daire Başkan Yardımcısı (Tez Danışmanı)	……...

ONAY

Bu tez Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlığı Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca …/…/2024 tarihinde kabul edilmiştir.

Ebubekir ŞAHİN

Üst Kurul Başkanı

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Bu tez çalışmasında;

Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,

Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,

Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,

Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 31/05/2024

Mehmet TANRIVERDİ

Üst Kurul Uzman Yarımcısı

TEŞEKKÜR

Tez sürecinin her aşamasında bilgisi, birikimi ve deneyimiyle bana desteğini esirgemeyen tez danışmanım Ali Kaptan Bey'e, verilerin toplanması ve analiz edilmesi aşamasında bana yardımcı olan oda arkadaşlarıma, yönlendirme ve destekleriyle çalışmamın doğru yönde ilerlemesine katkı sunan birim amirlerime, iyi günde kötü günde her daim en büyük destekçim olan canım eşim Esma Tanrıverdi'ye, son olarak enerjisi ve neşesiyle hayatıma anlam katan biricik oğlum Mirza Tanrıverdi'ye, en derin saygılarımı ve şükranlarımı sunarım.

ÖZET

AVRUPA'DA BAZI ÜLKELERDE COVİD-19 SALGININDAN ETKİLENEN GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK TEDBİRLER VE DESTEKLER

TANRIVERDİ, Mehmet

Uzmanlık Tezi

Tez Danışmanı: Daire Başkan Yardımcısı Ali KAPTAN

Mart, 2024, 111

2019 yılının son aylarında Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkıp kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını insan sağlığını tehdit etmekle kalmayıp küresel bir ekonomik kriz haline gelmiştir. Bu salgın, medya da dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde benzeri görülmemiş ekonomik zorluklara neden olmuştur. Dünya çapında medya sektörünün büyük çoğunluğu bu krizden, az veya çok etkilenmiştir. Koronavirüs pandemisinin tetiklediği ekonomik kriz reklam gelirlerinde önemli düşüşlere, iş kayıplarına ve hatta bir dizi haber kuruluşunun kapanmasına yol açarak medya endüstrisini sert bir şekilde vurmuştur. Medya sektörünün karşı karşıya olduğu mevcut zorlukları hafifletmek adına hükümetler, bakanlıklar ve kamu kurumları tarafından birtakım destek ve tedbirler hayata geçirilmiştir. Bu çalışma kapsamında Covid-19 salgınının getirdiği insani ve ekonomik krizle mücadelede Türkiye'nin de dahil olduğu 13 Avrupa ülkesindeki görsel-işitsel medya sektörüne yönelik sağlanan destek paketlerine ilişkin bilgiler toplanmış ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel-İşitsel Medya, Covid-19, Ekonomik Kriz, Sübvansiyonlar.

ABSTRACT

MEASURES AND SUPPORT FOR THE AUDIO-VISUAL MEDIA SECTOR AFFECTED BY THE COVID-19 IN SOME COUNTRIES IN EUROPE

TANRIVERDİ, Mehmet

Specialization Thesis

Thesis Advisor: Deputy Head of Department Ali KAPTAN

March, 2024, 111

The Covid-19 epidemic, which emerged in the Wuhan province of China in the last months of 2019 and affected the whole world in a short time, not only threatened human health but also became a global economic crisis. This pandemic has caused unprecedented economic difficulties in various sectors, including the media. The majority of the media industry around the world has been affected, to a greater or lesser extent, by this crisis. The economic crisis triggered by the coronavirus pandemic has hit the media industry hard, leading to significant declines in advertising revenues, job losses and even the closure of a number of news organizations. In order to alleviate the current challenges faced by the media sector, governments, ministries, and public institutions have implemented various support measures and initiatives. Within the scope of this study, information on the support packages provided to the audiovisual media sector in 13 European countries, including Turkey, in the fight against the humanitarian and economic crisis brought about by the Covid-19 epidemic, was collected and comparatively analyzed.

Keywords: Audiovisual Media, Covid-19, Economic Crisis, Subsidies.

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZET v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
ŞEKİLLER DİZİNİ ix
KISALTMALAR/SİMGELER xii
GİRİŞ 1
Problem 1
Amaç 2
Önem 3
Sınırlılıklar 3
Tanımlar 4
Yöntem-Model 4
Evren ve Örneklem 5
Verilerin Toplanması 5
Verilerin Çözümlenmesi 5
BÖLÜM 1 6
COVİD-19'UN TANIMI VE SALGININ KÜRESEL ÖLÇEKTEKİ ETKİLERİ 6
1.1. Covid-19'un Tanımı ve Anlamı 6
1.2. Salgının Küresel Ölçekteki Etkileri 7
1.2.1. Ekonomik Etkiler 7
1.2.2. Sosyal Hayat Üzerindeki Etkileri 8
BÖLÜM 2 10
AVRUPA'DA COVİD-19 SALGINDAN ETKİLENEN GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜ 10
2.1. Avrupa'da Medya Sektörü 10
2.1.1. Televizyon ve Radyo Sektörü 11
2.1.2. Dijital Platformlar ve Yayıncılık 14
2.1.3. Reklamcılık ve Pazarlama 16

2.2. Covid-19 Salgınının Medya Sektörüne Etkileri 20
2.2.1. Reklam Gelirlerinde Azalma 20
2.2.2. İçerik Üretim ve Dağıtım Sorunları 21
2.2.3. İzleyici Davranışlarında Değişiklikler 23
2.2.4. Yatırım ve İstihdam Sorunları 25
BÖLÜM 3 28
AVRUPA ÜLKELERİ İLE TÜRKİYE'NİN COVİD-19 SALGINI SÜRECİNDE GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK ALDIĞI EKONOMİK TEDBİRLER VE SAĞLADIĞI DESTEKLER 28
3.1. Avrupa Ülkelerinin Tedbirleri ve Sağladığı Destekler 28
3.1.1. Danimarka 28
3.1.2. İspanya 32
3.1.3. Fransa 36
3.1.4. Norveç 40
3.1.5. Belçika 48
3.1.6. Polonya 58
3.1.7. Almanya 63
3.1.8. Avusturya 71
3.1.9. Estonya 74
3.1.10. Macaristan 77
3.1.11. İrlanda 82
3.1.12. İtalya 86
3.2. Türkiye'nin Tedbirleri ve Sağladığı Destekler 92
3.3. Türkiye'nin Gelecekteki Olası Salgınlar ve Krizler İçin Görsel-İşitsel Medya Sektörüne Yönelik Uygulanabilir Tedbirler ve Destekler 94
SONUÇLAR VE ÖNERİLER 99
Sonuçlar 99
Öneriler 101
KAYNAKLAR 102
ÖZGEÇMİŞ 111

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 1. Danimarka Kültür Bakanlığı'ndan Medya Sektörüne Pandemi Döneminde Hızlandırılmış Finansal Destek Sağlanmasına İlişkin Haber 28
Şekil 2. Danimarka Kültür Bakanlığı Reklam Geliri Kaybını Telafi Etmek İçin Medya Sektörüne 180 Milyon Danimarka Kronu Tazminat Yardımı Sağladığına İlişkin Haber ... 29
Şekil 3. Danimarka Kültür Bakanlığı'ndan Görsel-İşitsel Sektöre Yönelik 12 Milyon Euroluk Covid-19 Desteği Verilmesine İlişkin Haber 30
Şekil 4. Katalonya Kültür İşletmeleri Enstitüsü'nden Görsel-İşitsel Sektöre Sağlanan Desteğin Haberi 32
Şekil 5. İspanya Bakanlar Kurulu'ndan 40 Milyon Euro'luk Yardım Kararının Duyurusu 34
Şekil 6. Katalonya Hükümeti'nden Covid-19 Zorluklarından Dolayı Kültür Kredisi Verilmesine İlişkin Duyuru 35
Şekil 7. Kamu Yayıncısı Fransa Televizyonları Tarafından Sağlanan Desteğin Haberi 37
Şekil 8. Macron'un İmzasıyla Büyük Bütçeli Projelere Tazminat Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber 38
Şekil 9. Norveç Film Enstitüsü Tarafından Covid-19 Desteği Verilmesine İlişkin Haber . 41
Şekil 10. Norveç Film Endüstrisine Covid-19 Kriziyle Mücadelede 7,7 Milyon euroluk Destek Verilmesine İlişkin Haber..... 43
Şekil 11. Norveç Film Enstitüsü Kısıtlamalardan Etkilenen Yayıncılara Garanti 2 Desteği Sunmasına İlişkin Haber..... 44
Şekil 12. Kültür ve Eşitlik Bakanlığı Tarafından Norveç Film Endüstrisine 65 Milyon Kronluk Sağlanan Desteğin Haberi 46
Şekil 13. Kültür ve Eşitlik Bakanlığı Tarafından Norveç Film Endüstrisine Yönelik 30 Milyon Kronluk Teşvik Fonu Verilmesine İlişkin Haber 47
Şekil 14. Flaman Medya Düzenleyici Kurumu'nun Ödeme Yükümlülüklerini Erteleme Kararına İlişkin Duyuru..... 49
Şekil 15. VAF Başlangıç Aşamasındaki Görsel-İşitsel Projelere Sübvansiyon Hattı Başlatmasına İlişkin Duyuru 50
Şekil 16. Valon Hükümeti Tarafından Görsel-İşitsel Sektöre Kapsamlı Yardım Paketi Sağlanmasına İlişkin Haber..... 52

Şekil 17. Valon Görsel-İşitsel Konseyi'nin 08 Mayıs 2020 Tarihli Raporuna İlişkin Haber 53
Şekil 18. Wallimage Valon'daki Görsel-İşitsel Prodüksiyonlara Yönelik Ek Kaynak Ayırmasına İlişkin Haber 55
Şekil 19. Valon Hükümeti'nin Covid-19 Krizine Karşı Film Prodüksiyonlarına Yönelik Garanti Fonu Sağlamasına İlişkin Duyuru 56
Şekil 20. Flaman Hükümeti, Covid-19 Etkilerine Karşı 10 Milyon Euroluk Garanti Fonu Oluşturduğuna İlişkin Haber 57
Şekil 21. Covid-19 Salgınında Polonya Film Endüstrisine Destek Sağlanmasına İlişkin Haber 59
Şekil 22. Polonya Başbakan Yardımcısı Gliński'nin İsteğe Bağlı Video Platformlarına Yönelik %1,5 Vergi Öngören Yasa Tasarısını Savunmasına İlişkin Haber..... 60
Şekil 23. Polonya'da Film Endüstrisini Desteklemek Adına İsteğe Bağlı Video Platformlarından Alınan Netflix Vergisine İlişkin Haber 61
Şekil 24. Polonya Film Yapımcıları Derneği'nin Covid-19 Salgınında Film Endüstrisine 6,5 Milyon Euro Destek Sağlamasına İlişkin Haber 62
Şekil 25. Alman Federal Hükümeti Yüksek Kaliteli Diziler İçin 50 Milyon Euro Teminat Fonu Oluşturmasına İlişkin Haber..... 64
Şekil 26. Federal ve Eyalet Teşvik Kurumlarından 15 Milyon Euro Üzerinde Yardım Verilmesine İlişkin Haber..... 65
Şekil 27. Baden-Württemberg Medya ve Film Şirketi'nin Covid-19 Sürecinde Medya Endüstrisine Destek Vermesine İlişkin Haber..... 66
Şekil 28. Almanya'da TV ve Yayın Üretimlerinde Covid-19 Kaynaklı Hasarlara Eyaletlerin Destek Sağlamasına İlişkin Haber 68
Şekil 29. Almanya'da Görsel-İşitsel Endüstriye Belirlenen Bütçeyi Aşarak 100 Milyon Euro Destek Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber..... 69
Şekil 30. Almanya'da Televizyon Sektöründe Covid-19 Kaynaklı Üretim Güvencesi Sorununa İlişkin Haber..... 70
Şekil 31. Avusturya Hükümeti Görsel-İşitsel Sektöre 25 Milyon Euroluk Geri Dönüş Hibe Fonuyla Destek Vermesine İlişkin Haber..... 72
Şekil 32. Estonya Film Endüstrisine 800.000 Euroluk Destek Sağlanmasına İlişkin Haber 75
Şekil 33. Estonya Hükümeti Tarafından Görsel-İşitsel Sektöre Ek 3 Milyon Euro Destek Verilmesine İlişkin Haber..... 76

Şekil 34. Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumunun Reklam Geliri Kayıplarını Hafifletme Çabasına İlişkin Haber 78
Şekil 35. Macaristan Film Endüstrisine Acil Durum Fonu ve %30 Vergi İndirimi Uygulamasına İlişkin Haber 79
Şekil 36. Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu Tarafından Covid-19 Salgınında Görsel-İşitsel Sektöre 115,4 Milyon HUF Destek Fonu Tahsis Edilmesine İlişkin Haber 80
Şekil 37. Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu Tarafından Görsel-İşitsel Medya Sektörüne 110 Milyon HUF Destek Verilmesine İlişkin Haber 81
Şekil 38. İrlanda Ekran Kurulu Tarafından Covid-19 Krizi Sırasında Film ve Televizyon Endüstrisine 4.25 Milyon Euroluk Destek Verilmesine İlişkin Haber 83
Şekil 39. İrlanda'da Medya Sektörüne Yönelik Yeni Teşvik Paketinin Duyurulmasına İlişkin Haber 84
Şekil 40. İrlanda Ekran Kuruluna Yapılan %52'lik Bütçe Artışına İlişkin Haber..... 85
Şekil 41. İtalya İletişim Garantileri Kurumunun İletişim Endüstrisi Katkı Payı Ödemelerini Ertelemesine İlişkin Haber 87
Şekil 42. Covid-19 Film ve TV Acil Yardım Fonuyla İtalyan Görsel-İşitsel Endüstrisine Netflix'ten 1 Milyon Euro Destek Sağlanmasına İlişkin Haber 88
Şekil 43. İtalya'nın Görsel-İşitsel Sektörüne 120 Milyon Euro Destek Verilmesine İlişkin Haber 89
Şekil 44. İtalya'nın Film ve Televizyon Endüstrisine Yönelik 775 Milyon Dolarlık Yardım Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber..... 91
Şekil 45. Medya Sektörüne Ekonomik Destek Sağlamak Amacıyla Ticari İletişim Gelirlerinden Kaynaklı RTÜK Üst Kurul Paylarının 3 Ay Ertelemesine İlişkin Haber..... 92
Şekil 46. RTÜK'ün Pandemi Nedeniyle Yayıncılara Ek Süre Tanımasına İlişkin Haber... 93

KISALTMALAR/SİMGELER

Kısaltma	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
AGCOM	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
BKM	Bundesregierung für Kultur und Medien
CSA	Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
EFI	Estonian Film Institute
FFA	Filmförderungsanstalt
IE	Fís Éireann
ICEC	Institut Català de les Empreses Culturals
ICF	Institut Català de Finances
NMHH	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
NFI	Nemzeti Filmintézet Magyarország
NMA	Norwegian Media Authority
PISF	Polski Instytut Sztuki Filmowej
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SFP	Stowarzyszenie Filmowców Polskich
TV	Televizyon
VAF	Flanders Audiovisual Fund
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
WHO	World Health Organization

GİRİŞ

Bu bölümde, araştırmanın problemi, araştırma ile hedeflenen amaç, araştırmanın önemi, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmada kullanılan terimlere ilişkin tanımlar, en uygun olan araştırma modeli, araştırmanın evreni ve örneklemi ile verilerin toplanma ve analiz yöntemleri hakkında bilgiler sunulmaktadır.

Problem

Son yıllarda dünya genelinde olduğu gibi Avrupa kıtası da beklenmedik ve etkileyici bir hızla yayılan Covid-19 salgınıyla karşı karşıya kalmıştır. Bu salgının etkileri sadece insan sağlığıyla sınırlı kalmayıp ekonomi, toplumsal ilişkiler ve birçok sektörü derinden etkilemiştir. Bu sektörlerden biri de görsel-işitsel medya sektörü olmuştur. Sinema, televizyon, reklamcılık ve dijital platformlar gibi alanlarda faaliyet gösteren medya sektörü, salgınla birlikte çeşitli zorluklarla karşılaşmıştır. Üretimin durması, izleyici davranışlarındaki dönüşüm ve reklam gelirlerindeki düşüş gibi faktörler sektörü derinden etkilemiştir. Bu bağlamda, Avrupa ülkeleri salgının medya sektörü üzerindeki etkilerini hafifletmek, sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak ve krizi fırsata çevirmek amacıyla çeşitli tedbirler ve destek mekanizmaları geliştirmişlerdir.

Görsel-işitsel medya sektörü, Covid-19 salgını nedeniyle özellikle üretim ve dağıtım aşamalarında büyük zorluklar yaşamıştır. Salgın nedeniyle izleyici sayılarının düşmesi ve izleyici kitlesinin evde daha fazla vakit geçirmesi gibi etkenler sektörün işleyişini olumsuz yönde etkilemiştir. Avrupa ülkeleri sektörün ayakta kalabilmesi ve hatta bu dönemden güçlenerek çıkabilmesi adına çeşitli finansal destekler ve vergi indirimleri gibi tedbirler almıştır. Covid-19 salgınının etkileri, Türkiye'deki görsel işitsel medya sektörünü de etkilemiştir. Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de sektör temsilcileri ve yetkililer, sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak ve krizi fırsata çevirmek amacıyla çeşitli tedbirler ve destek mekanizmaları geliştirmeye yönelmiştir.

Sonuç olarak Covid-19 salgını, Avrupa'da görsel-işitsel medya sektörünü derinden etkilemiş olsa da, alınan tedbirler ve destekler sayesinde sektör bu zor dönemi atlatma yolunda adımlar atmıştır. Avrupa ülkelerinin görsel işitsel medya sektörüne yönelik aldığı tedbirler ve sağladığı destekler, Türkiye'nin benzer zorluklarla karşılaşacağı bir dönemde önemli bir rehber niteliği taşıyabilir. Avrupa ülkelerinin deneyimleri ve alınan önlemler,

Türkiye'nin kendi stratejilerini belirlemesine yardımcı olacaktır. Bu noktadan hareketle Covid-19 salgını gibi bir salgının yeniden yaşanması halinde, Türkiye olarak görsel-işitsel medya sektörüne ne gibi destekler sunulabileceği; Avrupa'da bazı ülkelerdeki iyi uygulama örneklerinin neler olduğu bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Amaç

Bu çalışma, salgın veya benzeri kriz dönemlerinde Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörünün dayanıklılığını ve krizlere karşı mücadele kapasitesini artırma yolunda rehberlik edecek önemli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada aşağıdaki alt sorulara yanıt aranacaktır.

1. Avrupa ülkelerinde Covid-19 salgınının etkilediği görsel-işitsel medya sektörü kolları ve alınan tedbirlere ilişkin alt sorular:
    - Covid-19 salgını nedeniyle Avrupa ülkelerinde televizyon ve radyo sektörü nasıl etkilenmiştir?
    - Avrupa ülkelerinde Covid-19 salgını sürecinde televizyon ve radyo sektörünü canlandırmak amacıyla alınan destek tedbirleri nelerdir?
    - Covid-19 salgınıyla birlikte reklam gelirlerinin düşmesi Avrupa görsel-işitsel medya sektöründe hangi etkilere yol açmıştır?
    - Reklam gelirlerinin düşmesinin ardından medya kuruluşları bu zorluğu nasıl aşmaya çalışmıştır?
    - Avrupa ülkelerinde medya finansmanını sağlamak amacıyla Covid-19 salgını döneminde alınan önlemler nelerdir?
    - Covid-19 salgınının etkisiyle dijital medya kullanımında artış yaşandı mı?
    - Avrupa ülkelerinde dijital medya platformlarına yönelik alınan destekler ve teşvikler nelerdir?
2. Avrupa'da medya sektörüne yönelik uygulanan tedbirlerin ve desteklerin Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörüne rehberlik etmesine ilişkin alt sorular:
    - Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörü Covid-19 salgını sırasında nasıl etkilendi ve nasıl tepki verdi?
    - Salgın dönemlerinde medya sektörünün krizlere karşı mücadele kapasitesini artırmak için politika ve stratejiler neler olabilir?
    - Avrupa ülkelerinin Covid-19 salgınına karşı uyguladığı politika ve stratejiler hangi alanlarda benzersiz veya farklıydı?

- Avrupa'da medya sektörüne yönelik Covid-19 tedbirleri ve destekleri, Türkiye'deki medya sektörüne benzer bir kriz döneminde nasıl bir rehberlik sağlayabilir?

Önem

Bu araştırmanın önemi, Covid-19 salgını gibi küresel çapta etkili ve öngörülemeyen kriz dönemlerinin görsel-işitsel medya sektörü üzerindeki etkilerini anlamak ve bu sektörün krizlere karşı daha hazırlıklı olmasına katkı sağlamak için büyük bir değere sahiptir. Görsel-işitsel medya sektörü, salgın döneminde önemli bir dönüşüm yaşamış, içerik üretimi, dağıtımı, reklam gelirleri, iş güvencesi gibi bir dizi alan etkilenmiştir. Avrupa ülkelerinin medya sektörüne yönelik aldığı tedbirler ve sağladığı destekler, bu sektörün geleceğini belirlemede kritik bir role sahiptir. Bu araştırma aynı zamanda hükümetler, düzenleyici ve denetleyici kurumlar, medya kuruluşları ve ilgili tüm paydaşlar için önemli bir yol haritası sunabilir.

Sınırlılıklar

Çalışmada aşağıdaki noktalar birer sınırlılık olarak kabul edilmiştir:

- 2020-2022 yılları arasındaki dönemi kapsayarak, Covid-19 salgınının görsel-işitsel medya sektörü üzerindeki etkilerini daha geniş bir perspektifte ele almayı hedeflemektedir.
- Türkiye dahil 13 ülkenin, Danimarka, İspanya, Fransa, Norveç, Belçika, Polonya, Almanya, Avusturya, Estonya, Macaristan, İrlanda ve İtalya, Covid-19 salgını ile mücadele için görsel-işitsel medya sektörüne yönelik oluşturdukları ekonomik destek ve tedbir paketlerine ilişkin bilgiler toplanmış ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.
- Görsel-işitsel medya sektöründe özellikle televizyon, radyo ve isteğe bağlı yayıncılık yapan mecralara odaklanılmıştır. Ayrıca, belirli noktalarda sinema endüstrisine de atıfta bulunulmuştur.
- Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi'nin "Covid-19 Görsel-İşitsel Sektör Önlemleri" adlı raporu başta olmak üzere konuyla ilgili yazılmış makale ve internet haberleri ile sınırlıdır.

Tanımlar

Finansal Destek Paketleri: Salgının etkisiyle gelir kaybına uğrayan medya kuruluşlarına yönelik sağlanan hibe, düşük faizli kredi ve vergi avantajları gibi mali yardımları ifade eder.

Kısa Dönemli Vergi İndirimleri: Medya şirketlerinin mali yükünü hafifletmek için geçici olarak uygulanan vergi indirimleri veya ertelemelerini kapsar.

Kültürel Etkinliklerin Dijitalleştirilmesi: Salgın nedeniyle fiziksel etkinliklerin sınırlanması sonucu, medya aracılığıyla sanatsal etkinliklerin dijital platformlarda gerçekleştirilmesini ifade eder.

Dijital Dönüşüm ve İnternet Altyapısı: Medya sektörünün dijital platformlara adapte olması için yapılan altyapı yatırımlarını ve dijital içerik üretimini kapsar.

Yöntem-Model

Bu çalışma temel olarak nitel araştırma yöntemlerine dayalı olarak yürütülmüştür. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemlerle bir sorunun çözümüne odaklanan bir yaklaşım olarak kullanılır. Bu yöntemler, önceden bilinen veya fark edilmemiş sorunların tanımlanmasına ve sorunun iç yüzünün daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlar (Seale, 1999, s. 465-478). Bu çalışmada tercih ettiğimiz nitel araştırma yöntemlerinden biri doküman analizi olarak belirlenmiştir. Doküman analizi, yazılı belgelerin içeriğini dikkatlice ve düzenli bir şekilde incelemek amacıyla tercih edilen bir nitel araştırma yöntemidir. Bu yöntem, genellikle belirli bir konu, olay veya süreç hakkında mevcut yazılı kaynakları anlamak ve yorumlamak için kullanılır. Araştırmacılar, bu belgeleri derinlemesine okuyarak, içerdikleri bilgileri analiz ederler (Wach, 2013, s. 1). Doküman analizi, basılı ve elektronik materyalleri dikkatli bir şekilde inceleyerek ve değerlendirerek bilgi toplamayı amaçlayan sistemli bir yöntemdir. Nitel araştırmada kullanılan diğer yöntemler gibi doküman analizi de ilgili konuda anlayış geliştirmek, anlam çıkarmak ve ampirik bilgi oluşturmak için verilerin dikkatlice incelenmesini ve yorumlanmasını gerektiren bir süreci ifade eder. Sonuç olarak, doküman analizi, nitel araştırmanın zengin bir kaynağı olan yazılı materyallerin derinlemesine incelenmesini sağlar (Corbin & Strauss, 2008, s. 614).

Evren ve Örneklem

Araştırmamızın evreni, Danimarka, İspanya, Fransa, Norveç, Belçika, Polonya, Almanya, Avusturya, Estonya, Macaristan, İrlanda, İtalya ve Türkiye'nin görsel-işitsel medya sektörünü içermektedir. Ancak, bu geniş evreni daha yönetilebilir bir boyuta getirmek için odaklanmamız gerekmektedir. Bu ülkelerin 2020-2022 yılları arasındaki dönemde Covid-19 salgını ile mücadele çerçevesinde görsel-işitsel medya sektörünün alt kategorileri olan televizyon, radyo ve internet platformlarına yönelik aldıkları tedbirler ve sağladıkları destekler, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu şekilde, çalışmanın temel odak noktası daha net bir şekilde belirlenmiş olacak ve verilerin daha etkili bir şekilde analiz edilmesine olanak tanınacaktır.

Verilerin Toplanması

Bu tez çalışmasının veri toplama aşamasında kaynak tarama yöntemi tercih edilmiştir. Kaynak taraması, dijital ve fiziksel kaynaklardan oluşan çeşitli kaynaklar kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi'nin "Covid-19 Görsel-İşitsel Sektör Önlemleri" adlı raporu başta olmak üzere, konuyla ilgili yazılmış akademik makaleler, internet haberleri ve sektör raporları gibi kaynaklardan faydalanılmıştır. Bu kaynaklar, araştırmanın temel veri kaynaklarıdır ve Covid-19 salgınının görsel-işitsel medya sektörüne etkisi ile alınan önlemleri detaylı bir şekilde incelemek için kullanılacaktır. Bu sayede, araştırmanın güvenilirliği ve sağlamlığı desteklenmiştir.

Verilerin Çözümlenmesi

Tez çalışması için topladığımız veriler, titizlikle analiz edilmiş ve bu analiz sürecinin sonucunda bölümler ve başlıklar kategorilere ayrılmıştır. Verilerin kategorilere ayrılması, araştırmanın daha düzenli ve anlaşılır bir yapıya kavuşmasını sağlamıştır. Danimarka, İspanya, Fransa, Norveç, Belçika, Polonya, Almanya, Avusturya, Estonya, Macaristan, İrlanda ve İtalya'nın medya sektörünün Covid-19 salgını sırasındaki deneyimlerini ve bu deneyimlerin ışığında Türkiye'nin benzer bir salgın veya krizle karşı karşıya kalması durumunda, görsel-işitsel medya sektörüne yönelik iyi uygulama örneklerinin neler olabileceği ayrıntılı bir çözümleme sürecinden geçirilmiştir. Bu bilgiler, Türkiye'nin medya sektörünü gelecekteki benzer krizlere karşı daha iyi bir şekilde hazırlamasına ve daha dayanıklı hale getirmesine yardımcı olabilir.

BÖLÜM 1

COVİD-19'UN TANIMI VE SALGININ KÜRESEL ÖLÇEKTEKİ ETKİLERİ

1.1. Covid-19'un Tanımı ve Anlamı

Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covid-19), ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaleti'nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüstür. Salgın başlangıçta bu bölgedeki deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunanlarda tespit edilmiştir. Daha sonra insandan insana bulaşarak Vuhan başta olmak üzere Hubei eyaletindeki diğer şehirlere ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer eyaletlerine ve diğer dünya ülkelerine yayılmıştır. Koronavirüsler, hayvanlarda veya insanlarda hastalığa neden olabilecek büyük bir virüs ailesidir. İnsanlarda, birkaç koronavirüsün soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi daha şiddetli hastalıklara kadar solunum yolu enfeksiyonlarına neden olduğu bilinmektedir. Yeni Koronavirüs Hastalığına SAR-CoV-2 virüsü neden olur (Sağlık Bakanlığı, t.y.).

SARS-CoV-2 enfeksiyonu salgını, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Coronavirus Hastalığı 2019 (Covid-19) olarak adlandırılmıştır. Birçok ülkeye hızlı bir şekilde yayılan Covid-19, 11 Mart 2020 tarihinde 4000'den fazla insanın ölümüne sebebiyet vermesinden dolayı Dünya Sağlık Örgütü tarafından bu tarih resmen pandemi olarak ilan edilmiştir. Pandemi ilanı, enfeksiyonun dünya çapında yayıldığını ve uluslararası toplumun ciddi bir tehdit olarak kabul ettiğini göstermektedir (Jeffrey SK, Kenneth M, 2020). İlk olarak Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde tespit edilen Covid-19 hastalığı yeni bir koronavirüsün neden olduğu bir solunum yolu hastalığıdır. Oldukça bulaşıcı olan bu hastalığın ana semptomları ateş, kuru öksürük, yorgunluk, kas ağrısı ve nefes darlığıdır. 2019 'un sonunda Çin'in Wuhan şehrinde ilk bildirilen Covid-19 vakasından itibaren salgın hızla Çin'in her yerine ve ardından dünyanın tüm ülkelerine yayılmıştır (Fehr AR, Perlman S, 2020, s. 1-23).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere Covid-19, özellikle solunum yolu ile bulaşan bir virüs çeşididir. Ciddi rahatsızlıklara neden olan bu virüs, kişiden kişiye farklı belirtiler göstermiştir. Bazı hastalarda tat ve koku kaybı şeklinde ortaya çıkarken bazılarında ise yorgunluk, kas ve eklem ağrıları gibi belirtilerle kendini göstermiştir. İleri yaşlardaki

yetişkinlerde ve kronik sağlık sorunları olan bireylerde hayati tehlikelere yol açmıştır. Salgının kontrol altına alınması adına bazı önlemler alınmış ve aşılar geliştirilerek virüsün yayılımı ve etkileriyle mücadele edilmeye çalışılmıştır.

1.2. Salgının Küresel Ölçekteki Etkileri

Salgının yayılma hızının ve etkisinin büyüklüğünden kaynaklı olarak virüsün olumsuz etkilerinden hiç etkilenmeden muhafaza olabilen bir sektör ya da ülke kalmamıştır. Salgının yayılma hızı ve etkisinin olağanüstü boyutlarda olduğu bir gerçektir. İnsanların günlük yaşamları, iş dünyası ve uluslararası ilişkiler büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu nedenle, Covid-19'un etkilerinden kaçınmak veya bu etkileri sınırlamak, dünya genelindeki sektörler ve ülkeler için büyük bir zorluk olmuştur (Craighead vd., 2020). Covid-19 salgınının küresel ölçekteki etkileri, insanların günlük yaşantılarından sosyo-ekonomik hayatlarına kadar pek çok alanda görülmüştür. Birçok alanda ciddi ve derinlemesine etkilere yol açmıştır. Koronavirüs, tüm dünyada ekonomi ve sosyal yaşam başta olmak üzere pek çok alanı etkilemiştir.

1.2.1. Ekonomik Etkiler

Birçok araştırmacı tarafından salgının neden olduğu ekonomik krizin gelişme ve yayılma hızının arz ve talep üzerindeki baskısının daha önceki krizlerden çok farklar barındırdığı ifade edilmektedir. Önceki finansal krizler veya durgunluklar genellikle yavaş bir şekilde gelişirken, salgın neredeyse anında birçok sektörü etkilemiştir (Reinhart, 2020). Öyle ki, birçok kişi Büyük Buhran'dan sonra tarihteki en ciddi ekonomik durgunluk olarak belirtmiştir. Ekonomik faaliyetlerin virüsün yayılma hızını düşürmek maksadıyla zorunlu biçimde engellenmesi ya da durma seviyesine gelmesi birçok endüstrinin hem ciddi derecede aksamasına hem de gerilemesine neden olmuştur. Salgın ekonomik açıdan büyük bir darbe vurmuş ve bu etkiler uzun bir süre devam etmiştir (Ding vd., 2020).

Salgın, çok kısa bir süre içinde piyasaları ciddi anlamda etkilemiştir. Yatırımcılar belirsizlik nedeniyle kendilerine güvenli yatırım araçları araştırmaya başlamışlardır. Salgın, küresel tedarik zincirlerine ve dış ticarete darbe vurmuştur. İthalat ve ihracat yapan ülkeler, ticaret kısıtlamalarının ve sınır kontrollerinin artmasından kaynaklı mal ve hizmet tedariki

noktasında kesintiler yaşamıştır. Restoranlar, oteller, sinema salonları, tiyatrolar ve turizm gibi hizmet sektörü işletmeleri, salgın önlemleri nedeniyle müşteri sayısında daha önce görülmemiş oranda düşüş yaşamış ve birçok işletme faaliyetlerini durdurmuştur. Koronavirüs, birçok sektörde faaliyetlerin durdurulması veya kısıtlanmasıyla birlikte iş kayıplarına ve işsizlik oranlarının artmasına yol açmıştır. Başta medya sektörü olmak üzere turizm, konaklama ve ulaşım gibi sektörler, salgının en çok etkilediği alanlar olmuştur. Ayrıca, küçük işletmelerin kapanması ve büyük işletmelerin maliyet düşürme tedbirleri nedeniyle iş gücüne olan talep düşmüştür. Bazı şirketler salgın döneminde işçileri geçici olarak işten çıkarmış ve işçilerin işe dönüşleri belirsiz bir süreç içinde bırakılmıştır. Bilhassa iş kaybı riski daha yüksek bir grup olan sosyal güvenceden yoksun kişiler büyük ekonomik zorluklar yaşamışlardır (BBC News, 2020).

1.2.2. Sosyal Hayat Üzerindeki Etkileri

Covid-19 salgını döneminde, sosyal ilişkiler, etkinlikler ve günlük alışkanlıklar üzerinde önemli değişiklikler yaşandığı görülmüştür. Salgın nedeniyle fiziksel temasın azaltılması gerekliliği, sosyal ilişkilerin geçici olarak askıya alınmasına neden olmuştur. İnsanlar, diğer insanlardan belirli bir mesafeyi korumak zorunda kalmışlardır. El sıkışma ve kucaklaşma gibi temaslardan kaçınılmış veya tercih edilmemiştir. Toplu etkinliklerde fiziksel mesafe önlemleri ve katılımcıların sayısının azaltılması gibi önemli düzenlemeler yapılmıştır. Birçok sosyal ve kültürel etkinlik sınırlı sayıda kişiyle gerçekleştirilmiştir. Hatta pek çok etkinlik ertelenmiş veya iptal edilmiştir. Bu alınan tedbirler, salgının yayılmasını engellemek ve halk sağlığını korumak amacıyla alınmıştır.

Salgının bir diğer önemli etkisi de günlük yaşam üzerinde olmuştur. İnsanlar, günlük alışkanlıklarını bu yeni duruma adapte etmeye çalışmışlardır. Covid-19 ile mücadele etmek amacıyla uygulanan karantina ve sosyal mesafe uygulamaları sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkilemiştir. Karantina ve sosyal mesafe uygulamalarının sıkı olmasından dolayı insanlar sosyal ilişkilerini sürdürebilmek adına dijital araçlara yönelmişlerdir. Bu da toplumların iletişim alışkanlıklarında ciddi değişikliklere neden olmuştur. Bireylerin dijital ortamda çok aşırı vakit geçirmesi bazı kişilerde duygusal ve zihinsel becerilerin zarara uğramasına sebep olmuştur (Taştan, 2020, s. 18-19).

Pandemi sürecinde, fiziksel mesafe ve karantina önlemleri nedeniyle insanlar arkadaşlarıyla ve aileleriyle sosyal medya uygulamaları üzerinden iletişim kurmaya çalışmışlardır. Dijital iletişim araçları bu süreçte insanlar arasında yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Salgın döneminde fiziksel mesafe önlemleri, insanların yüz yüze iletişim kurmasını kısıtlamış ve dijital iletişim araçları, sosyal bağların sürdürülmesinde ve bilgi alışverişinde önemli bir rol oynamıştır. İş dünyasında da uzaktan çalışmayı mümkün kılarak kurum ve kuruluşların faaliyetlerini sürdürmesine yardımcı olmuştur. Dijital platformlar, aynı zamanda Covid-19 hakkında bilgi alışverişini hızlandırarak güncel bilgilere erişimi kolaylaştırmış ve toplumun bilinçlenmesi hususunda önemli katkıları olmuştur. Özellikle resmi sağlık kuruluşlarının internet siteleri aracılığıyla paylaşılan salgınla ilgili haberler ve bilimsel veriler, toplumun salgınla ilgili gerçek bilgilere ulaşmasını kolaylaştırarak yanlış veya sahte bilgilerin yayılmasını engellemiştir. Covid-19 salgını, dijital iletişimin önemini ve gücünü göstermiştir.

BÖLÜM 2

AVRUPA'DA COVİD-19 SALGININDAN ETKİLENEN GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜ

2.1. Avrupa'da Medya Sektörü

Covid-19 pandemisi, dünya çapında ve Avrupa'da, medyanın toplum için temel bir hizmet olarak daha da önem kazandığı kritik bir dönemi başlatmıştır. Pandemi, birçok açıdan medyanın işlevini ve etkisini yeniden tanımlamıştır. Covid-19'un hızla yayılması ve toplum üzerindeki etkileri, insanların güncel ve güvenilir bilgiye olan ihtiyacını artırmıştır. Bu nedenle medya, salgının seyrini takip etmek ve güvenilir bilgilere erişim sağlamak için kritik bir kaynak haline gelmiştir. Televizyon kanalları, haber siteleri ve sosyal medya platformları, güncel bilgilere hızlı bir şekilde erişim imkanı sunarak toplumun taleplerini karşılamaya çalışmıştır. Medya, devlet kurumlarının pandemi konusundaki uyarı ve bilgilendirmelerini topluma iletmekte kritik bir işlev üstlenmiştir (Yang vd., 2020).

Bunun yanı sıra, medya, salgın sırasında sağlık eğitimi kampanyalarının başarılı bir şekilde aktarılmasına büyük katkı sağlamıştır. Maske takma, fiziksel mesafe ve el yıkama gibi önlemler konusunda toplumu bilinçlendiren medya kuruluşları, salgının kontrol altına alınmasında kilit bir rol oynamıştır. Bu, medyanın sadece bilgi sağlama değil, aynı zamanda toplumun sağlığını korumak için sorumluluk taşıdığını göstermiştir. Pandemi sırasında evde daha fazla zaman geçirilmesi, eğlence içeriğine olan talebi artırmıştır. Televizyon dizileri, online oyunlar, dijital kitaplar ve film platformları, insanların evde geçirdikleri zamanı daha keyifli hale getirmek için önemli bir rol oynamıştır. Medya, pandemi sürecinde yoğun bir şekilde kullanılarak insanların eğlence ve bilgi ihtiyaçlarını karşılayan bir platform olmuştur (Thelwall; Levitt, 2020). Covid-19 pandemisi, Avrupa'da medyanın halka yönelik temel bir hizmet olarak daha da öne çıktığı bir süreci başlatmıştır. Medya, bilgi sağlama, eğitim, eğlence ve toplumu bir arada tutma gibi önemli roller üstlenmiştir.

Avrupa'daki kamu yayın kuruluşları, pandemi sırasında güvenilir bilgilere erişim konusunda hayati bir rol oynamıştır. Salgının başlangıcından itibaren, bu kuruluşlar topluma en son gelişmelere ve pandemi ile ilgili doğru bilgilere ulaşma konusunda liderlik etmişlerdir. Kamu yayınları, "kamu hizmeti" prensibi çerçevesinde hareket etmişler ve

topluma hizmet etmenin ötesine geçerek genel refahı hedeflemişlerdir. Pandemi sırasında toplumu bilinçlendirmek ve rahatlatmak için önemli bir rol üstlenmişlerdir. Bağımsızlık ve tarafsızlık ilkelerine bağlı kalarak, kamu yayınları pandemi hakkında tarafsız ve güvenilir haberler sunarak toplumun en güvenilir bilgi kaynağı olmuşlardır (Nielsen vd., 2020). Toplumun moralini yükseltmek ve bilinçlendirmek amacıyla özel programlar ve içerikler üretmişlerdir. Sanatsal etkinliklerden uzman görüşlerine kadar geniş bir yelpazede içerik sunarak insanların dayanışma içinde olmalarına yardımcı olmuşlardır. Kamu yayınları ayrıca toplumun sorularına yanıt vermek amacıyla uzmanlarla yapılan canlı yayınlar gibi girişimlerde bulunmuşlardır. Bu, insanların pandemi ile ilgili belirsizliklerini gidermelerine yardımcı olmuştur.

Covid-19 krizi, Avrupa'daki görsel-işitsel medya sektörü için zorlu bir dönemi tetiklemiştir. Bu süreçte, medya kuruluşları siyasi müdahaleler, bütçe kısıtlamaları, teknolojik zorluklar ve izleyici kaybı gibi sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmışlardır (Gloster vd., 2020).

Pandemi ayrıca geleneksel medya ile dijital platformlar arasındaki rekabeti artırmıştır. Medya sektörü, bağımsızlığını korumak, mali zorlukları aşmak, teknolojik dönüşüme ayak uydurmak, izleyici kaybını önlemek ve dijital rekabetle başa çıkmak için yenilikçi ve esnek çözümler aramıştır. Bu süreç, medya sektörünün dayanıklılığını test etmiş ve değişen koşullara uyum sağlama gerekliliğini vurgulamıştır. (Bonini, 2020, s. 124)

2.1.1. Televizyon ve Radyo Sektörü

Avrupa'da Covid-19 salgını sürecinde televizyon ve radyo, iletişim ve bilgilendirme alanında büyük bir öneme sahip olmuştur. Bu medya platformları, salgının başladığı andan itibaren toplumu aydınlatma, güncel bilgileri ileterek insanları bilinçlendirme ve krizin yönetimi konularında merkezi bir rol üstlenmiştir.

Televizyon haber kanalları ve radyo istasyonları, hükümetin ve sağlık otoritelerinin açıklamalarını hızla yayınlayarak, salgınla ilgili resmi bilgilerin doğru ve güvenilir bir şekilde halka ulaştırılmasına yardımcı olmuştur. Bu bilgilendirme, salgının seyrini takip etmek ve kişisel önlemleri almak için toplumun gereksinimlerini karşılamıştır. Ayrıca, televizyon ve radyo, kriz sırasında insanları bilinçlendirmek için eğitici programlar ve reklamlar aracılığıyla önemli bir rol oynamıştır. Hijyen kuralları, sosyal mesafe

uygulamaları ve semptomların belirtileri gibi önemli konular, bu medya platformları aracılığıyla halka açıklanmış ve hatırlatılmıştır (Anwar vd., 2020).

Televizyon ve radyo, toplumu, moral bulmaları için eğlence programları ve kültürel içeriklerle de desteklemiştir. Evlerine kapanan veya sınırlı sosyal temasla yaşayan insanlar için bu programlar önemli bir psikolojik destek kaynağı olmuştur. Bu platformlar, toplumun dayanışma duygusunu güçlendirmeye yardımcı olmuşlardır. Olumlu hikayeleri, gönüllülük faaliyetlerini ve insanların birbirlerine yardım etme çabalarını vurgulayarak kriz sırasında insanları bir arada tutma misyonunu üstlenmişlerdir (Casero, 2020, s. 6). Avrupa'da Covid-19 sürecinde televizyon ve radyo, iletişim araçları olarak toplumun sağlığını, bilinçliliğini ve moralini desteklemek için kritik bir rol oynamışlardır. Bu platformlar, salgının yönetimi ve insanların krizle başa çıkmasına yardımcı olmak için güçlü bir medya aracı olarak kendilerini kanıtlamışlardır.

Salgın süreci, televizyon izleme alışkanlıklarını değiştirmiştir. İnsanlar, Covid-19 stresini hafifletmek amacıyla televizyona yönelmişlerdir. Televizyon, pandemi sırasında endişe verici gerçekliklerden kaçış sunan ve güvenli içerik arayanlar için bir sığınak görevi görmüştür. İnsanlar evde kalma uygulamaları ve sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle daha fazla televizyon izleme eğiliminde olmuşlardır. Bu dönemde televizyon, birçok kişi için temel bir eğlence kaynağı haline gelmiştir. Evde geçirilen zamanın artması ve insanların dışarıya çıkma fırsatlarının sınırlanması, televizyon kanallarının ve programlarının izleyici sayılarını önemli ölçüde artırmıştır. İnsanlar, güncel gelişmeleri takip etmek, eğlenmek ve bilgiye erişmek için televizyona yönelmişlerdir. Bu durum, televizyon sektörünün pandemi sırasında artan bir taleple karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Televizyon programları, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için kritik bir rol oynamış ve izleyici kitlesini genişletmiştir (University of Huddersfield, 2020). Bu durum, televizyon sektörünün salgın sırasında toplum için önemli bir rol oynadığını ve izleyici taleplerini karşılayarak insanların ihtiyaçlarını karşıladığını göstermektedir. Televizyon, hem bilgi kaynağı olarak hem de eğlence aracı olarak salgın sürecinde büyük bir öneme sahip olmuştur.

Salgın döneminde canlı yayınlar, televizyon sektöründe önemli bir şekilde etkilenmiştir. Salgının yol açtığı kısıtlamalar ve sosyal mesafe gereksinimleri, televizyon sunucuları ve konukları için stüdyolara gitmeyi riskli veya bazen mümkün olmayan bir seçenek haline getirmiştir. Bu nedenle, birçok televizyon programı ve canlı yayın, evlerden veya uzaktan gerçekleştirilmiştir. Televizyon sunucuları kendi evlerinden veya uzak

stüdyolardan yayın yapmışlardır. Bu, teknik zorlukları ve ekipman gereksinimlerini beraberinde getirmiş olsa da canlı yayınların sürekli olarak izleyiciyle buluşmasını sağlamıştır. Ayrıca, bu değişiklikler programların daha esnek hale gelmesine ve daha fazla katılımcının uzaktan bağlantı kurmasına olanak tanımıştır. Konuklar, uzmanlar ve sunucular, fiziksel olarak aynı mekanda olmadan da programlara katılabilmiştir. (Child, 2021). Canlı yayınlar televizyon sektöründe pandemi sırasında esneklik ve uyum gerektiren bir önemli değişiklikle karşı karşıya kalmıştır. Bu değişiklikler, gelecekte televizyon prodüksiyonunun nasıl şekilleneceğini etkileyebilir ve uzaktan yayın, endüstri içinde daha fazla önem kazanabilir.

Radyo sektörü, dikkate değer değişikliklere ve artan bir dinleyici kitlesine tanık olmuştur. Evlerinde daha fazla zaman geçirmek zorunda olan insanlar, radyonun rahatlatıcı ve bilgilendirici bir araç olarak sunduğu değeri yeniden keşfetmişlerdir. Özellikle uzaktan çalışan veya izole olan bireyler için, radyo günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Radyo istasyonları, dinleyicilerin ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla özel içerikler üretmişlerdir. Bu içerikler arasında Covid-19 haberleri, uzman röportajları ve eğlenceli programlar yer almıştır. Evde daha fazla vakit geçiren insanlar, çeşitli radyo programları ve içerikleri sayesinde hem güncel bilgilere ulaşmışlardır hem de keyifli anlar yaşamışlardır. Bu dönem, radyonun toplum için sağladığı önemi ve değeri bir kez daha vurgulamıştır (Rodero, 2020).

Radyo, insanlara hem bilgiye erişim sağlama hem de ruhsal bir mola verme imkanı sunarak pandemi sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Ancak bu dönemde, radyo sunucuları ve program yapımcıları, sosyal mesafe kurallarına uymak adına stüdyolara gitme konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşmışlardır. Bu nedenle birçok radyo programı uzaktan veya evden yayınlanmıştır. Bu teknik değişiklikler, ekipman gereksinimlerini ve yeni çalışma düzenlemelerini gündeme getirmiştir. Ticari radyo istasyonları, Avrupa Birliği ve üye devletlerden, radyonun işlevselliğini sürdürebilmesi için sektörlerine yönelik destek talep etmişlerdir. Bu süreçte, radyo hem bilgi hem de eğlence sunarak topluma katkıda bulunmaya devam etmiştir (Rodero, 2020).

Televizyon haber kanalları, dünya genelinde Covid-19 bilgilerinin sağlanmasında en çok tercih edilen kaynak olarak öne çıkmıştır. Bu platformlar, geniş izleyici kitlesine ulaşma kapasitesi, güvenilirliği ve anlık güncellemeler sunma yetenekleri sayesinde pandemi döneminde bilgiye ulaşmak isteyenler için birincil tercih olmuştur. Radyo kanalları ise

pandemi haberleri için televizyon kadar yaygın tercih edilmemiş olmasına rağmen güvenilir bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmiştir. Radyonun özellikle mobil ve taşınabilir cihazlar aracılığıyla her zaman erişilebilir olması, bu güvenilirliği sürdürmesine yardımcı olmuştur. Öte yandan, sosyal medya platformları güven konusunda çok geride kalmıştır (Cowan, 2020).

Verilere göre, Avrupa'da insanların yaklaşık %47'si bu platformları kullanmış olsa da, sadece %14'ü bunları en güvenilir kaynaklar arasında görmüştür. Pandemi döneminde, bu platformlar üzerinden yayılan yanlış bilgiler ve dedikodular, güvenilirliklerini zedelemiş ve insanların bilgi arayışlarında daha temkinli olmalarına neden olmuştur. Bu nedenle, güncel bilgilere erişirken kaynağın güvenilirliği büyük bir önem taşımıştır (Speck, 2020 s. 4).

2.1.2. Dijital Platformlar ve Yayıncılık

Pandemi, medya sektöründe köklü değişikliklere yol açan önemli bir dönüm noktası olmuştur. Pandemi döneminde insanlar, evlerine sıkıştıkları için fiziksel medya kaynaklarını, özellikle gazete ve dergileri daha az tüketmişlerdir. Bu durum, basılı gazetelerin ve dergilerin tirajlarının düşmesine ve bu medya kuruluşlarının gelirlerinde azalmalara yol açmıştır. Pandemi sırasında insanlar, haberlere ve eğlence içeriğine erişim sağlamak için daha fazla çevrimiçi platforma yönelmişlerdir. Haber siteleri, çevrimiçi haber platformları, video akış hizmetleri (Netflix, Hulu, vb.) ve sosyal medya platformları daha fazla kullanılmıştır. Bu da dijital medyanın kullanımının artmasına ve çevrimiçi reklamcılığın büyümesine neden olmuştur. (Orendorff, 2020).

Pandemi, medya sektörünün dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır. Geleneksel medya kuruluşları, çevrimiçi platformlara geçiş yapmış veya mevcut dijital varlıklarını güçlendirmişlerdir. Bu da online abonelik modelleri, dijital reklamcılık ve içerik üretimi gibi alanlarda yeni fırsatlar doğurmuştur. Pandemi, dijital altyapının ne kadar kritik olduğunu göstermiştir. İnternet hızı ve erişim, evden çalışma, uzaktan eğitim ve online medya tüketimi için hayati önem taşımıştır. Bu nedenle, internet altyapısının geliştirilmesi ve daha fazla insanın dijital okur-yazarlığını artırması gerekliliği açığa çıkmıştır. Pandemi, medya içerik üretimi yöntemlerini değiştirmiştir. Televizyon programları ve röportajlar çevrimiçi konferans araçlarıyla yapılabilmiştir. Gazeteciler ve içerik üreticileri, yeni içerikleri üretmek

için dijital araçları daha fazla kullanmışlardır. Bu, medyanın yenilikçi bir şekilde adapte olabilme yeteneğini göstermiştir (Lisitsa vd., 2020).

Pandemi medya sektörünü kökten değiştirmiş ve dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır. Geleneksel medya kuruluşları, dijital platformlara uyum sağlama ihtiyacını hissetmiş ve yeni iş modelleri geliştirmiştir. Ayrıca, pandemi, medya tüketim alışkanlıklarını değiştirmiş ve internet altyapısının önemini vurgulamıştır (He & Harris, 2020, s. 177).

Pandemi süreci, Avrupa'da dijital platformların kullanımını ve etkisini büyük ölçüde artırmıştır. Bu süreç, dijital teknolojilerin hayatımızdaki rolünün ne kadar önemli olduğunu bir kez daha vurgulamıştır. İş ve eğitim alanında büyük değişiklikler yaşanmıştır. Birçok şirket, çalışanlarını uzaktan çalışmaya yönlendirmiştir. Bu, video konferans, işbirliği platformları ve bulut tabanlı yazılımların günlük iş süreçlerinin merkezine konmasına neden olmuştur. Aynı şekilde, okullar ve üniversiteler de online eğitime geçiş yapmıştır. Bu da eğitim platformlarına olan talebi artırmıştır. Yayın kuruluşları dijital içerik üretmeye daha fazla odaklanmış, internet platformlarında daha etkin hale gelmiş ve dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmıştır. Ayrıca, çevrimiçi izleyici kitlesini artırmayı amaçlamışlardır (Howcroft, 2020).

Dijital dünya, salgın döneminde her zamankinden daha fazla günlük yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar, bu dönemde sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullanmışlardır. Bu platformlar, haberleri takip etmek, arkadaşları ve aileleri ile iletişim kurmak ve hatta uzaktan çalışırken iş arkadaşlarıyla bağlantıda kalmak için önemli bir rol oynamıştır. Ancak, artan çevrimiçi etkileşimden kaynaklı yanlış bilgilere karşı dikkatli olunması gerektiği vurgulanmıştır. Bu noktada, dijital platformlar hızla yayılan yanlış bilgilere karşı daha etkili bir mücadele verme rolünü üstlenmiştir. Pandemi döneminde sosyal medya platformları, yanıltıcı içeriklere karşı çeşitli güvenlik önlemleri alarak ve doğrulama işlemlerini kolaylaştırarak güvenilir bilgilere erişimi artırmışlardır. Bu önlemler, yanlış bilgilerin çevrimiçi ortamda yayılmasını sınırlamak için atılmıştır. (Curran, 2020).

Fiziksel mağazalara olan ziyaretlerin sınırlanması, online alışveriş platformlarının büyük bir artış yaşamasına yol açmıştır. Bu durum, e-ticaret platformlarının büyümesini hızlandırmış ve birçok insanın temel ihtiyaçlarını online alışveriş yoluyla karşılamasını sağlamıştır. Gıda ürünlerinden giyim ve teknolojiye kadar birçok farklı kategoride online alışverişte dikkate değer bir artış gözlenmiştir. Özellikle pandemi döneminde online

alışverişe yönelenlerin sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. Bu dönemde, çevrimiçi ticaretin önemi daha da artmıştır. (Meyer, 2020).

Dijital platformlar, insanlara sağlık bilgilerine ve Covid-19 güncellemelerine kolay erişim sağlama konusunda kritik bir rol oynamıştır. Sağlık hizmetlerine erişim, online sağlık platformları ve Covid-19 test randevuları gibi dijital çözümler sayesinde büyük ölçüde kolaylaştırılmıştır. Ayrıca, birçok hükümet, vatandaşlara dijital platformlar aracılığıyla sağlık hizmetlerine ve Covid-19 testlerine erişim imkanı sunmuştur. Bu sayede, insanlar semptom takibi ve hastalık izleme konularında dijital sağlık uygulamalarını yaygın olarak kullanmışlardır. Pandemi sürecinde dijital sağlık platformları, sağlıkla ilgili bilgilere ve hizmetlere erişimi artırarak toplum sağlığının korunmasına önemli katkılarda bulunmuştur. (Deloitte, 2020).

Covid-19 pandemisi sırasında toplum, dayanışma ve gönüllülük konularında birçok olumlu eylem sergilemiştir. Bu dönemde, insanlar krize tepki olarak birçok farklı şekilde birbirlerine yardımcı olmuşlardır. Avrupa'daki dijital platformlar sadece bilgi sağlamakla kalmamış, aynı zamanda topluluk dayanışmasını desteklemek ve yardıma ihtiyaç duyanlara ulaşmak için bir dizi dayanışma girişimini de desteklemişlerdir. Özellikle pandeminin etkisi altındaki yerel topluluklar ve risk altındaki gruplar için yardım eli uzatmak amacıyla dijital platformlar önemli bir rol üstlenmiştir. Bu bağlamda, gönüllülük platformları, bireylerin ve kuruluşların ihtiyaç sahiplerine yardımcı olmalarını ve topluluk dayanışmasını teşvik etmelerini sağlamak adına etkili bir şekilde kullanılmıştır. (Mak & Fancourt, 2020).

Pandemi, dijital platformların hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesine ve birçok alanda kritik bir rol oynamasına neden olmuştur. İnternet ve dijital teknoloji, insanların bu zorlu dönemi daha kolay atlatmalarına yardımcı olmuş ve birçok günlük işi dijitalleştirmiştir.

2.1.3. Reklamcılık ve Pazarlama

Covid-19 salgını, Avrupa'da medya sektöründe reklamcılık ve pazarlama üzerinde önemli etkilere yol açmıştır. Salgın, medya endüstrisini hem olumsuz hem de olumlu yönde etkilemiştir. İşte bu süreçte yaşanan bazı ana noktalar:

- Covid-19 salgını, birçok işletmenin bütçe kesintilerine gitmesine neden olmuştur. Bazı şirketler, belirsizlik döneminde reklam harcamalarını

azaltmışlardır. Bu durum, medya şirketlerinin gelirlerinde düşüşlere yol açmıştır.

- Salgın, dijital platformlara olan talebi artırmıştır. İnsanlar evlerine kapanırken, çevrimiçi medya tüketimi artmıştır. Bu da dijital reklamcılığın önemini artırmıştır. Sosyal medya reklamları ve dijital hedefleme stratejileri, markaların çevrimiçi varlığını güçlendirmişlerdir.
- Salgın, tüketici davranışlarını değiştirmiştir. Özellikle e-ticaret büyümüş ve tüketiciler daha fazla çevrimiçi alışveriş yapmışlardır. Bu da markaların çevrimiçi pazarlama ve reklam stratejilerini revize etmelerini gerektirmiştir.
- Salgın sırasında, bazı reklamcılık ve pazarlama kampanyaları halk sağlığına zarar verebileceği endişesiyle eleştirilere maruz kalmışlardır. Bu da düzenleyicilerin daha sıkı kurallar getirmesine yol açmıştır. Aynı zamanda, markalar toplumsal sorumluluk projeleri ve sürdürülebilirlik vurgusuyla tüketicilerin ilgisini çekmeye çalışmışlardır.
- Salgın, reklam ajanslarını mevcut koşullara hızla uyum sağlamaya zorlamıştır. Daha fazla çevrimiçi kampanya oluşturma, müşterileri dijital platformlarda etkileşimde bulunmaya teşvik etme ve reklam stratejilerini hızla değiştirme gerekliliği ortaya çıkmıştır (Statista, 2020).

Şirketler, reklam kampanyalarında pandemiyi ele almışlardır. Pek çok reklam, insanlara pandemiyle ilgili mesajlar vermiş veya insanları desteklemeye odaklanmışlardır. Reklamlar, insanlara moral vermeye, dayanışmayı teşvik etmeye ve olumlu bir atmosfer oluşturmaya çalışmışlardır. Bu tür mesajlar, insanlara kriz anlarında birlikte hareket etme gerekliliğini hatırlatmak için kullanılmışlardır (Grech, 2020). Pandemiye karşı duyarlı ve empatik bir ton kullanmak, reklamverenlerin insanların duygusal ihtiyaçlarına odaklandığını göstermektedir.

Evde kalma çağrıları ve uzaktan çalışmanın önemi gibi temalar, reklamların merkezine yerleştirilmiştir. Şirketler, bu zorlu dönemde izleyicilere toplum sağlığını korumanın ve güvende kalmanın önemini vurgulamışlardır. Evde kalma çağrıları, hükümetlerin ve sağlık kuruluşlarının önlemleri ile uyumlu bir şekilde, insanların dışarıya çıkmadan ve sosyal mesafe kurallarına uyarak salgının yayılmasını önlemelerini teşvik etmek amacıyla yapılmıştır. Bu tema, insanlara sorumluluklarını hatırlatırken, aynı zamanda şirketlerin toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelerine olanak tanımıştır. Uzaktan çalışma teması ise, iş dünyasının hızla değişen koşullarına adapte olma gerekliliğini

yansıtmıştır. Çalışanlarına uzaktan çalışma fırsatları sunan şirketler, iş sürekliliğini sağlamak ve çalışanlarının güvenliğini korumak amacıyla bu modeli benimsemişlerdir. Bu reklam temaları, insanların güvende kalmalarını ve toplum sağlığını korumalarını teşvik etmekle kalmamış, aynı zamanda şirketlerin duyarlılığını ve toplumsal sorumluluklarını da vurgulamıştır (McKinsey, 2021). Pandemi sürecinde insanların duygusal ve fiziksel ihtiyaçlarına odaklanan bu temalar, reklamcılığın sadece ürün tanıtımından öteye geçerek toplumla daha derin bağlar kurmasına olanak tanımıştır.

Pandemi sürecinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi, özellikle dijital reklamcılığın önemini ve etkisini artırmıştır. Pandeminin getirdiği kısıtlamalar, insanların daha fazla zamanlarını evlerinde ve internet üzerinde geçirmelerine neden olmuştur. Bu, çevrimiçi platformlarda yapılan alışveriş, bilgi arayışları ve eğlence aktivitelerinin artmasına yol açmıştır. Şirketler, bu değişen tüketici davranışlarına ayak uydurabilmek için dijital reklamcılığa yatırım yapma eğiliminde artış göstermişlerdir. İnternet, tüketicilere erişmek ve markalarını tanıtmak için güçlü bir araç haline gelmiştir. Bu durum, dijital reklamların daha fazla görünürlük kazanmasına da katkı sağlamıştır. İnsanlar, çevrimiçi platformlarda gezinirken, dijital reklamlarla karşılaşma olasılıkları artmıştır (Sharma vd., 2020).

Pandemi süreci tüketicilerin dijital dünyaya olan ilgisini ve çevrimiçi etkileşimlerini artırmış, bu da şirketlerin dijital reklamcılığa olan yatırımlarını artırmasına ve dijital reklamların daha fazla görünürlük kazanmasına sebep olmuştur. Dijital reklamcılık, tüketici davranışlarının evrimine ayak uydurarak markalar için vazgeçilmez bir pazarlama aracı haline gelmiştir (Busca and Bertrandias, 2020, s. 19).

Pandemi dönemi, dijital reklamcılığın artan bir öneme sahip olduğunu açıkça göstermiştir. Salgın, tüketicilerin çevrimiçi etkileşimlerini ve dijital platformlara olan ilgilerini artırmıştır. Bu da iş dünyasının pazarlama stratejilerini yeniden gözden geçirmesine neden olmuştur. Bu süreç, dijital reklamcılığın uzun vadede iş dünyasında temel bir rol oynayacağının işareti olarak kabul edilebilir.

Dijital reklamcılık alanında video içeriklerinin rolü, son derece belirleyici bir faktör haline gelmiştir. Video reklamlar, sosyal medya platformları ve çevrimiçi video içerikleri gibi kanallar aracılığıyla hedef kitlelere daha etkili bir şekilde ulaşmayı amaçlamıştır. Pandemi süreci, dijital reklamcılıkta video içeriklerine olan talebi hızla artırmıştır. İnsanlar, evde daha fazla zaman geçirdikleri bu dönemde görsel ve işitsel içeriklere yönelmişlerdir.

Bu nedenle, şirketler video formatını pazarlama stratejilerinin merkezine yerleştirmişlerdir (Grenik, 2020).

Sosyal medya platformları, özellikle Facebook, Instagram, YouTube ve TikTok gibi platformlar, video reklamların daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayan güçlü araçlar haline gelmiştir. Bu platformlar, reklamverenlere demografik hedefleme seçenekleri sunarak reklamların doğru izleyici kitlesine yönlendirilmesine imkan tanımıştır. İzleyicilerin video içeriklerine olan ilgisi, reklamcılar için dikkat çekme ve marka bilinirliği oluşturma konusunda büyük bir avantaj sağlamıştır (Anderson, 2020, s. 7).

Covid-19 pandemisi, iş dünyasında ve tüketici alışkanlıklarında büyük bir dönüşüme neden olmuştur. Pandemi sırasında yaşanan mağaza ziyaretlerindeki azalma ve çevrimiçi işlemlerdeki artış, dijital pazarlamanın önemini ve etkisini artırmıştır. Mağaza ziyaretlerinde yaşanan azalma, tüketicilerin fiziksel alışveriş yerine çevrimiçi platformlara yönelmesine neden olmuştur. Bu, çevrimiçi alışverişin önemini artırmış ve e-ticaretin büyümesini hızlandırmıştır. İnsanlar, güvenlik endişeleri ve kısıtlamalar nedeniyle daha fazla çevrimiçi alışveriş yapmayı tercih etmişlerdir. Pandemi krizinin yaşandığı bu dönemde, işletmeler, hızla değişen tüketici alışkanlıklarına ayak uydurabilmek için dijital pazarlamaya odaklanmışlardır (Patel and Malpani, 2020).

Dijital pazarlama, tüketici kitlesine çevrimiçi platformlarda daha fazla ulaşma, marka bilincini artırma ve ürün veya hizmetlerini tanıtma fırsatı sunmuştur. Ayrıca, dijital pazarlama stratejileri, hızlı sonuçlar alabilme ve anlık müşteri tepkilerine yanıt verme esnekliği sağlamıştır. Müşteri beklentileri de pandemi süreciyle birlikte değişmiştir. Tüketiciler, çevrimiçi alışveriş deneyimlerinden daha fazlasını bekler hale gelmişlerdir. Dijital pazarlama, müşteri deneyimlerini geliştirmek ve çevrimiçi alışverişi daha sorunsuz ve güvenli hale getirmek için bir araç olarak öne çıkmıştır (Patel and Malpani, 2020). İşletmeler, dijital pazarlama stratejilerine odaklanarak müşterilerine daha iyi hizmet sunma ve rekabet avantajı elde etme fırsatını yakalamışlardır. Dijital pazarlama, gelecekte iş dünyasında da önemini sürdüreceğe benziyor.

Covid-19 salgını Avrupa'da medya sektöründe reklamcılık ve pazarlama pratiğini derinden etkilemiştir. Bu süreç, medya şirketlerini, reklam ajanslarını ve markaları hızla adapte olmaya ve değişen koşullara uyum sağlamaya zorlamıştır. Geleneksel reklam kanalları olan televizyon, radyo ve dergi reklamları, dijital medya ve online reklamcılıkla daha fazla rekabet etmek zorunda kalmıştır. Gelecekte, çevrimiçi ve dijital reklamcılığın

daha da önem kazanacağı ve tüketici alışkanlıklarının daha fazla çevrimiçi yönlü olacağı öngörülmektedir.

2.2. Covid-19 Salgınının Medya Sektörüne Etkileri

Covid-19 salgını, medya sektöründe bir dizi önemli etki yapmıştır. Özellikle, reklam gelirlerinde belirgin bir azalma yaşanmıştır. İşletmeler, ekonomik belirsizlik nedeniyle reklam harcamalarını kısmak zorunda kalmıştır. Salgın, içerik üretim ve dağıtımında da birtakım sorunlara sebep olmuştur. Film setlerinin kapanması, prodüksiyonların ertelenmesi ve yeni içerik üretiminin zorlaşması, medya şirketlerini içerik konusunda yeni stratejiler geliştirmeye itmiştir. Salgın sırasında insanların evde daha fazla zaman geçirmesinden dolayı televizyon ve çevrimiçi platformlarda içerik tüketim alışkanlıkları değişmiştir. Bu, medya şirketlerini izleyicilerin taleplerine daha iyi uyum sağlama konusunda yeni yollar aramaya yöneltmiştir. Covid-19 pandemisinin etkisi altında medya sektörü, yatırım ve istihdam sorunlarıyla da karşı karşıya kalmıştır. İşletmeler, pandeminin neden olduğu gelir kaynaklarındaki azalma nedeniyle mali zorluklar yaşamış ve bu da personel azaltmalarına neden olmuştur. Yeni projelerin geliştirilmesi ve yatırımların artırılması konusunda temkinli bir yaklaşım benimsenmiştir.

2.2.1. Reklam Gelirlerinde Azalma

Covid-19 salgını, Avrupa'da birçok sektörü olumsuz etkilemiş ve bu etkilerin en belirgin hissedildiği alanlardan biri de reklam sektörü olmuştur. 2020 yılında reklam harcamaları Avrupa genelinde ortalama olarak %9 oranında azalmıştır. Almanya ve Fransa ise sırasıyla %7 ve %12 oranında bir düşüş yaşamıştır. Salgın, ekonomik belirsizliğe yol açmış ve tüketici harcamalarını ciddi şekilde azaltmıştır. Bu da birçok markanın reklam bütçelerini kesmesine ve genel reklam harcamalarının düşmesine neden olmuştur. Geleneksel medya platformları, bu durumdan büyük ölçüde etkilenmiştir. Özellikle televizyon, radyo ve basılı medya gibi geleneksel reklam alanları, reklam gelirlerinde belirgin düşüşler yaşamıştır. Televizyon reklamcılığı ciddi anlamda etkilenmiştir. Pandemi nedeniyle ekonomik belirsizlik arttığından dolayı birçok marka reklam bütçelerini korumak

yerine diğer önceliklere kaymıştır. Bu da televizyon reklam gelirlerinde keskin bir düşüşe yol açmıştır (World Economic Forum 2020; KPMG 2020, The Economist 2020).

Dijital reklamcılık ise salgın döneminde daha fazla talep görmüş ve büyümüştür. Çünkü insanlar evlerine daha fazla kapanmış ve çevrimiçi platformlarda daha fazla zaman geçirmişlerdir. Bu da dijital reklamcılığın önemini artırmıştır. Dijital reklamcılık, reklam kampanyalarını hızlı bir şekilde uyarlamayı ve hedef kitlenin değişen davranışlarına daha çabuk yanıt vererek markalara esneklik sağlamıştır. Covid-19 salgını, reklam sektörünü temelden etkilemiş ve markaların reklam stratejilerini yeniden değerlendirmelerini gerektirmiştir. Geleneksel medya platformları reklam gelirlerinde büyük kayıplar yaşarken, dijital reklamcılık daha fazla talep görmüş ve bu dönemde markalar için kritik bir pazar olmuştur (World Economic Forum 2020; KPMG 2020, The Economist 2020). Markalar, hızla değişen koşullara uyum sağlamak ve tüketici davranışlarına daha hızlı yanıt vermek için dijital reklamcılığa yönelmiştir. Bu, reklamcılık stratejilerinin daha dinamik ve esnek hale gelmesini sağlamıştır.

2.2.2. İçerik Üretim ve Dağıtım Sorunları

Covid-19 pandemisi sırasında, Avrupa'daki görsel-işitsel medya endüstrisi içerik üretimi ve dağıtımında bir dizi karmaşık sorunla karşı karşıya kalmıştır. Bu sorunlar, pandemiyi kontrol altına almak ve sağlık önlemlerini uygulamak amacıyla uygulanan kapanmalar, sosyal mesafe önlemleri ve genel olarak üretim ve dağıtım süreçlerine yönelik ciddi kesintilerden kaynaklanmıştır.

Pandemi nedeniyle televizyon ve film prodüksiyonlarının setlerinin kapatılması veya sık sık güvenlik önlemleri nedeniyle durma noktasına gelmesi, yeni içeriklerin üretimini oldukça zorlaştırmıştır. Bu, hem yapımların süresini uzatmış hem de yayınlanma tarihlerini belirsizleştirmiştir. Projelerin tamamlanması için daha fazla zaman ve kaynak gerektiği için üretim maliyetleri artmıştır. Ayrıca, birçok film ve dizi, farklı coğrafi bölgelerde çekim yapmayı gerektirdiğinden seyahat kısıtlamaları ve halka açık alanların sıkı denetimi, çekimlerin gerçekleştirilmesini son derece zorlaştırmıştır. Projelerin planlarını değiştirmek, yerel stüdyolara dönmek veya çekimleri ertelemek gibi zorlu kararlar almak zorunda kalmışlardır. Film setlerinde çalışanlar arasındaki güvenlik endişeleri, sıkı güvenlik protokollerinin uygulanmasını gerektirmiştir. Bu, düzenli Covid-19 testleri, kişisel koruyucu

ekipman kullanımı ve sosyal mesafe kurallarının takip edilmesi gibi ek maliyetler ve karmaşıklıklar getirmiştir. Bu nedenle üretim maliyetleri artmıştır. (Adgate, 2021).

Pandemi döneminde ekipler, büyük zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Uzaktan çalışma veya gerekli ekipmanlara sınırlı erişimle çalışma gibi sorunlar, içerik üretim süreçlerini zorlaştırmıştır. Bu, işleri geciktirmiş ve bazen kaliteyi etkileyebilecek sınırlamalara yol açmıştır. Televizyon ağları da içeriklerini izleyicilere ulaştırmada önemli zorluklar yaşamışlardır. Pandemi, geleneksel yayın modellerini sarsmış ve izleyicilerin beklediği içeriğe erişimini engellemiştir. Bu, medya şirketlerini içerik dağıtımında yeni yollar aramaya yönlendirmiştir. İşletmeler, belirsizliklerin yaşandığı salgın döneminde reklam bütçelerini kesmeye başlamışlardır. Özellikle medya şirketlerinin reklam gelirlerinde ciddi düşüşler olmuştur. Daha az reklam geliri, içerik üretme kapasitelerini ve kalitesini olumsuz etkilemiştir. Reklam gelirlerinin düşmesi, medya şirketlerinin içerik üretimine ayırdıkları kaynakları sınırlamış ve yeni içeriklerin üretilmesini engellemiştir. Öte yandan, sinemaların kapanması, özellikle filmlerin beklenen tarihlerde vizyona girememesine yol açmıştır. Bu durum, film prodüksiyonlarının başa çıkması gereken bir başka zorluk olmuştur. Sinema izleyicileri, beklenen filmlere erişimde güçlük yaşamış ve bu da filmlerin hasılat potansiyelini etkilemiştir. (Carter, 2021).

Medya ve eğlence sektörü de salgın sürecinde ciddi bir şekilde etkilenmiştir. Bu süreçte birçok canlı etkinlik, spor karşılaşmaları ve müzik konserleri iptal edilmiştir. Etkinliklere dayalı içerik üreten yayıncılar ve akış hizmetleri, beklenmedik iptallerle başa çıkmak ve izleyici kitlesini memnun etmek için programlarını yeniden düzenlemek zorunda kalmışlardır. Bu, içerik üretim süreçlerini olumsuz etkilemiştir. Aynı zamanda gazeteciler, haber yaparken saha raporları sırasında sağlık riskleri ve seyahat kısıtlamaları gibi faktörlerle mücadele etmek zorunda kalmışlardır. Haber yapma süreçleri daha karmaşık hale gelmiş ve haber kaynaklarına ulaşmakta güçlükler yaşanmıştır. Bu, güvenilir haber kaynaklarına erişimin azalmasına ve haberin zamanında yayınlanmasının zorlaşmasına neden olmuştur. Yine bu dönemde, birçok televizyon ağı ve akış platformu içerik programlamalarını yeniden düzenlemek zorunda kalmıştır (Tull vd., 2020).

Canlı etkinliklerin iptali ve içerik üretiminde yaşanan aksaklıklar, izleyicilere sunulan içerikte değişikliklere ve boşluklara yol açmıştır. İzleyiciler, bekledikleri programların yerine farklı içeriklerle karşılaşmışlardır (Wahl-Jorgensen, 2020, s. 175).

Tüm bu zorluklar, medya ve eğlence sektörünü büyük ölçüde etkilemiş ve sektörün adaptasyon gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Özellikle, sosyal izolasyon önlemleri ve seyahat kısıtlamaları gibi faktörler, medya ve eğlence endüstrisinin geleneksel iş modellerini ciddi şekilde zorlamıştır. Medya şirketleri, televizyon yayıncıları, sinema stüdyoları ve dijital platformlar, içerik üretiminden dağıtımına kadar her aşamada büyük değişikliklerle karşı karşıya kalmışlardır. Bu süreç, sektörün teknolojik gelişmelere hızla ayak uydurmasını ve özgün çözümler bulmasını gerektirmiştir.

2.2.3. İzleyici Davranışlarında Değişiklikler

Pandemi süreci, medyanın hedef kitlesi olan izleyicilerin davranışlarını etkileyerek önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu dönemde evde daha fazla zaman geçirilmesi, medya platformlarına olan talebi artırmıştır. Online video platformları, haber medyası ve sosyal medya bu süreçte öne çıkmıştır. İzleyiciler, sağlık, bilim ve kişisel gelişimle ilgili içeriklere daha fazla ilgi göstermişlerdir. Medya şirketleri, izleyicilerin değişen ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verme zorunluluğuyla karşı karşıya kalmıştır.

Salgının evrimi ve etkisi hakkındaki bilgilere erişim, toplumun alışkanlıklarını değiştirmeyi ve bulaşmayı önleme amacı güden davranışları benimsemeyi teşvik eden sağlık eğitim kampanyaları ile birlikte öncelikli bir endişe haline gelmiştir. Aynı dönemde, iş faaliyetlerinin durduğu bir zamanda eğlence içeriği de büyük bir önem kazanmıştır. İş dünyasının durması, insanların evlerinde zamanlarını değerlendirmeleri gerektiğini ve bu süreci eğlenceyle geçirmeleri gerektiğini göstermiştir (Drouin vd., 2020).

Fiziksel medyanın (örneğin, dergiler ve gazeteler) kullanılamaz hale gelmesi, görsel ve çevrimiçi medya tüketiminde büyük bir artışa neden olmuştur. Bu dönem, bilgi ve eğlence içeriği üretme yöntemlerini de değiştirmiştir. Bu değişim, yalnızca medya sektörünü etkilemekle kalmamış, aynı zamanda genel üretim süreçlerinde de köklü bir değişime yol açmıştır. Bu süreç, daha esnek organizasyonlara ve daha verimli süreçlere doğru bir yol haritası sunmuştur. Çünkü kriz, dijitalleşmiş bir toplumda daha etkin yapılar ve süreçlerin gerekliliğini açıkça ortaya koymuştur (Cerezo, 2020, s. 10).

Avrupa'da Covid-19 pandemisi sırasında izleyici davranışlarında çeşitli belirgin değişiklikler yaşanmıştır. Pandeminin etkisi, toplumun günlük yaşamında ve alışkanlıklarında derin izler bırakmıştır. İnsanlar, hem kısıtlamalar hem de pandemi kaynaklı

endişeler nedeniyle yaşamlarını yeniden düzenlemek zorunda kalmışlardır. Özellikle dijital medya tüketimi büyük bir artış göstermiştir. İnsanlar, evlerine kapanmaları ve sosyal teması sınırlamaları nedeniyle daha fazla zamanlarını çevrimiçi platformlarda geçirmişlerdir. Sosyal medya kullanımı büyük ölçüde artmış, insanlar aileleri ve arkadaşlarıyla bağlantı kurmak, güncel olayları takip etmek ve bilgi paylaşmak için bu platformları kullanmışlardır.

Video akış platformları, salgın sürecinde büyük bir talep görmüştür. Evlerinden eğlence sağlama ihtiyacını karşılamak için Netflix, Amazon Prime Video, Disney Plus gibi platformlar daha fazla abone çekmişlerdir. Bu hizmetler, insanların film ve dizi izleme alışkanlıklarını kökten değiştirmiştir. Çevrimiçi haber kaynakları da büyük ilgi görmüştür. İnsanlar, pandemi hakkında güncel bilgilere erişmek ve sağlık otoritelerinin yönergelerini takip etmek amacıyla çevrimiçi haber sitelerine yönelmişlerdir. Haber tüketimi, insanların krizle ilgili güvendikleri ve güncel kalmak istedikleri bir kaynak haline gelmiştir. E-ticaret alanında da gözle görülür bir artış yaşamıştır. Evden çıkmak zorunlu olmadığı için, birçok insan temel ihtiyaçlarını online alışveriş yoluyla karşılamayı tercih etmiştir. Bu durum, online perakendecilerin ve yerel işletmelerin dijital varlıklarını daha da önemli kılmıştır. Bu süreç aynı zamanda teması en aza indirmek isteyen insanlar için daha fazla teslimat seçeneği ve online ödeme yöntemleri geliştirmeye teşvik etmiştir (Salaverría vd., 2020). Dijital medya tüketimi artarken, alışveriş alışkanlıkları ve haber takibi gibi pek çok alanda büyük değişiklikler yaşanmıştır.

Uzaktan çalışma ve çevrimiçi eğitim, Avrupa'da da birçok insanın günlük yaşamının bir parçası haline gelmiştir. Video konferans platformları ve işbirliği araçları, iş ve eğitim süreçlerinin sürdürülmesi için kritik bir rol oynamıştır. Bu araçlar, insanlara evden çalışma ve öğrenme fırsatları sunarak işlerini ve eğitimlerini devam ettirebilmelerini sağlamıştır. Sanal topluluklar ve etkinlikler, sosyal izolasyonun getirdiği yalnızlığı hafifletmek ve insanları bağlı tutmak için önemli bir araç haline gelmiştir. Müze turları, konserler ve diğer etkinlikler, sanal platformlarda sunularak insanların evlerinde eğlence bulmalarını sağlamışlardır. Pandemi sırasında haberlere ve güvenilir bilgilere olan ilgi artmıştır. İnsanlar, pandemiye ilişkin güncel ve doğru bilgilere erişmek ve hükümetin sağlık önlemlerine uymak için haber kaynaklarına güvenmişlerdir. Bu, toplumun sağlık ve güvenlik önlemlerine daha iyi uymasına ve krizin daha etkili bir şekilde yönetilmesine katkıda bulunmuştur (Luchetti vd., 2020).

Karantina süreci Avrupa'da radyo tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir. İnsanlar, pandemi döneminde güncel haberleri dinlemek ve bilgiye hızlı erişim sağlamak amacıyla radyoyu tercih etmişlerdir. Evden çalışanlar, radyo programlarını internet üzerinden dinlemeye başlamışlardır. Bu da radyo dinlemenin dijital platformlarda daha fazla popülerlik kazanmasına yol açmıştır. Ancak insanların daha az dışarıya çıkmasından dolayı otomobil seyahatlerindeki radyo dinleme oranında belirgin bir düşüş yaşanmıştır. Müzik programları da pandemi sırasında dinleyici sayılarında azalma yaşamışlardır. Bununla birlikte, dikkate değer bir eğilim de gözlemlenmiştir. Mart 2020'de gençler arasındaki radyo dinleme oranı bir önceki yılın ilk çeyreği ile karşılaştırıldığında %15 artmıştır. Aynı dönemde genç yetişkinler arasında ise bu artış %26'ya ulaşmıştır. Avrupa kamu radyosu ise özellikle pandeminin başlangıcında, yani Mart ayının ortasında, dinleyici sayısını en üst düzeye çıkarmıştır. Bu dönemde pandemi en kritik seviyedeydi ve insanlar güvenilir bilgilere ulaşmak için kamu radyosuna daha fazla güvenmişlerdir. Bu, kamu radyosunun kamu hizmeti sunma rolünün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (Fernández-Quijada; Speck, 2020).

Karantina dönemi, Avrupa'da radyo tüketim alışkanlıklarında çeşitli değişikliklere neden olmuştur. Bu dönemde radyo, insanların bilgiye hızlı erişim sağlama, güncel ve güvenilir haberlere ulaşma ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, bu zorlu süreçte insanların ihtiyaçlarını karşılayarak toplumsal dayanışmayı ve bağları desteklemiştir.

2.2.4. Yatırım ve İstihdam Sorunları

Pandemi, medya şirketlerinin gelecekteki gelir tahminlerini büyük ölçüde karmaşık hale getirmiştir. Ekonomik istikrarsızlık ve talep dalgalanmaları, gelir tahminlerini oluşturmayı ve işletme bütçelerini planlamayı oldukça zorlaştırmıştır. Bu nedenle, medya şirketleri büyük ölçekli yatırımları planlama konusunda tereddüt etmişlerdir. Finansal belirsizlik, medya şirketlerinin uzun vadeli projeler veya teknolojik iyileştirmeler gibi büyük yatırımlardan kaçınmalarına neden olmuştur. Bu, altyapı güncellemeleri, dijital dönüşüm ve içerik üretim projelerini geciktirmiş veya askıya almıştır (Newman, 2021, s. 5).

İçerik üretim süreçleri, salgın döneminde olumsuz etkilenmiştir. Güvenlik önlemleri nedeniyle çekimlerde kısıtlamalar ve gecikmeler yaşanmıştır. Bazı durumlarda çekimler tamamen durmuştur. Bu da yeni içerik projelerinin gecikmesine ve yatırım gereksinimlerinin

artmasına yol açmıştır. Medya şirketlerini yeni iş modelleri ve stratejiler geliştirmeye zorlamıştır. Abonelik tabanlı içerik, dijital reklamcılık, e-ticaret ve çevrimiçi etkileşimli içerik gibi alternatif gelir kaynakları ve iş stratejileri üzerinde düşünmeye teşvik etmiştir. Medya şirketleri, reklamverenlerin ihtiyaçlarına ve izleyici davranışlarına uygun yeni reklam stratejileri oluşturmak zorunda kalmışlardır (Brooks vd., 2020).

Covid-19, medya endüstrisini yeniden düşünmeye ve hızla değişen koşullara adapte olmaya zorlamıştır. İşbirliği, inovasyon ve dijitalleşme, sektörün sürdürülebilirlik ve rekabet avantajı sağlama çabalarının önemli unsurları haline gelmiştir. Medya şirketleri, gelecekteki belirsizliklere karşı daha esnek ve yenilikçi bir şekilde hareket etme gerekliliğini anlamışlardır (Berger vd., 2020, s. 4).

Covid-19 pandemisi, birçok medya şirketini ekonomik olarak olumsuz etkilemiştir. Reklam gelirlerinde yaşanan düşüş, gelir kaynaklarının azalması ve ekonomik belirsizlik, bu şirketlerin mali durumunu ciddi anlamda etkilemiştir. Bu zorlu dönemde, medya şirketleri mali önlemler almış, personel işten çıkarmaları ve maaş kesintileri gibi personel maliyetlerini azaltma önlemleri kullanarak mali denge sağlama yoluna gitmiştir. Reklam gelirlerinin azalması, özellikle geleneksel medya platformlarını vurmuştur. Bu gelir kaynaklarının azalması büyük bir sorun teşkil etmiş ve işte bu noktada personel işten çıkarmaları ve maaş kesintileri gibi acil önlemler alınmıştır (Foucault and Galasso, 2020).

Pandemi döneminde birçok işletme, ekonomik belirsizlikler ve krizlerin getirdiği risklerle karşılaşarak yatırımlarını ertelemek veya kısmak zorunda kalmıştır. Özellikle medya sektörü, yeni projelerin geliştirilmesi ve sektörde genişlemeye yönelik yatırımlarını askıya almıştır. Bu durum, medya şirketlerinin büyüme ve yenilik hedeflerini olumsuz etkilemiştir (Saud vd., 2020).

Covid-19 süreci, medya şirketlerinin stratejik planlama süreçlerinde derinlemesine değişikliklere yol açmıştır. Şirketler, mevcut kaynakları daha etkili kullanma ve maliyetleri daha iyi yönetme ihtiyacıyla karşı karşıya kalarak bütçelerini daha dikkatli bir şekilde dengelemek zorunda kalmıştır. Bu durum, yenilikçi projelerin ve genişleme hedeflerinin ertelenmesine yol açmış ve şirketlerin yatırım kararlarını daha önce hiç olmadığı kadar detaylı bir şekilde değerlendirmelerini sağlamıştır (Gao vd., 2020).

Şirketler, projeleri hayata geçirmeden önce daha detaylı bir planlama ve risk analizi yaparak yatırımlarını dikkatle değerlendirmek durumunda kalmıştır. Bu süreç, yatırımcıların daha ihtiyatlı bir yaklaşım benimsemesine neden olmuş ve finansal kaynakların kullanımında daha titiz davranılmasını sağlamıştır. Yenilikçi fikirler ve büyüme potansiyeli taşıyan projelerin hayata geçirilmesi sürecinde şirketler, riskleri minimize etme ve güçlü bir geri dönüş sağlama noktasında daha hassas bir tutum sergilemiştir. Ayrıca, finansal danışmanlar ve uzmanlar, yatırımcılara risk yönetimi konularında rehberlik etmiş ve bilinçlendirme çalışmaları yapmışlardır (Valdez vd., 2020).

Medya sektöründe yatırımların azalması ve yeni projelerin ertelenmesi, sektörün büyüme potansiyelini sınırlamıştır. Ancak bu dönem aynı zamanda medya şirketlerini daha iyi planlama, daha etkili kaynak yönetimi ve gelecekteki belirsizliklere karşı hazırlıklı olma konusunda daha bilinçli hale getirmiştir. Bu süreç, sektörün daha sağlam ve dengeli bir konuma gelmesini ve gelecekteki yatırımların daha sağlıklı bir şekilde yapılmasını sağlamak adına önemli bir öğrenme süreci olmuştur (Aslam vd. 2020, s. 8).

Covid-19 salgını, medya sektörünü tekrar gözden geçirmeye ve hızla değişen koşullara adapte olmaya yönlendirirken, işbirliği, inovasyon ve dijitalleşmenin sürdürülebilirlik ve rekabet avantajı kazanma çabalarındaki temel rolü daha iyi anlaşılmıştır.

BÖLÜM 3

AVRUPA ÜLKELERİ İLE TÜRKİYE'NİN COVİD-19 SALGINI SÜRECİNDE GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK ALDIĞI EKONOMİK TEDBİRLER VE SAĞLADIĞI DESTEKLER

3.1. Avrupa Ülkelerinin Tedbirleri ve Sağladığı Destekler

3.1.1. Danimarka

Görsel-işitsel medya endüstrisi, Covid-19 salgınının yayılmasıyla beraber dünya çapında ekonomik anlamda büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu salgın, medya sektörünün üretim süreçlerini, içerik dağıtımını ve gelir modellerini derinden etkilemiştir. Bu bağlamda, birçok ülke, endüstrinin bu zorlu dönemde ayakta kalabilmesi için çeşitli destek mekanizmaları ve fonlar oluşturmuştur. Danimarka Hükümeti'nin ulusal yayıncıları desteklemek ve TV prodüksiyonlarındaki kayıpları telafi etmek amacıyla aldığı önlemler, görsel-işitsel sektörün bu kriz dönemini daha rahat atlatmasına yardımcı olduğu söylenebilir.

Şekil 1

Danimarka Kültür Bakanlığı'ndan Medya Sektörüne Pandemi Döneminde Hızlandırılmış Finansal Destek Sağlanmasına İlişkin Haber

Regeringen fremrykker mediestøtte til corona-ramte medier

Regeringen vil hente 368,1 millioner kroner fra den årlige mediestøtte og udbetale den nu.



Kulturminister Joy Mogensen (S) er klar til at støtte medier, der er ramt af coronakrisen. (Arkivfoto) (Foto: © Ida Guldbæk Arentsen/Karoline Lieberkind, Ritzau Scanpix)

Danimarka Kültür Bakanlığı, 2020 yılında medya sektörüne yönelik finansal destekleme yaklaşımında önemli bir değişikliğe gitmiştir. Önceden, medya kuruluşlarına sağlanan destekler yılın farklı dönemlerinde üç taksitte dağıtılmaktaydı. Ancak pandemi döneminde, bu destek ödemeleri hızlandırılarak tek bir ödeme olarak sağlanmıştır. Nisan ayı itibariyle, medya kuruluşları toplamda 368.1 milyon Danimarka Kronu (DKK) tutarında bir ödeme almışlardır. Bu finansal desteğin hızlandırılması, medya sektörünün içerik üretimine, haberciliğe ve kamu hizmetine olan katkısını sürdürmesine yardımcı olmayı amaçlamıştır. Özellikle, pandemi sürecinde haber akışının ve güvenilir bilgiye erişimin önemi göz önüne alınarak, bu desteğin medya kuruluşlarının işlevselliğini koruması ve yayıncılık faaliyetlerini sürdürmesi için kritik olduğu belirtilmiştir (Ministry of Culture, April 2020).

Ayrıca, bu finansal destekleme yaklaşımıyla medya kuruluşlarının çalışanlarının istihdamını ve işlerini sürdürmelerini desteklemek amaçlanmıştır. Böylece, sektördeki istikrarın ve devamlılığın sağlanması hedeflenmiştir. Danimarka Kültür Bakanlığı'nın bu adımı, medya sektörünün toplumun ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde yanıt verebilmesi ve haber ile bilgi akışının devamlılığını sağlaması açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmiştir. Bu destekleme politikası, medya sektörünün sürdürülebilirliğini ve etkinliğini artırmayı hedeflemiş ve bu süreçte sektörün rolünü güçlendirmeyi amaçlamıştır. (Ministry of Culture, April 2020).

Şekil 2

Danimarka Kültür Bakanlığı Reklam Geliri Kaybını Telafi Etmek İçin Medya Sektörüne 180 Milyon Danimarka Kronu Tazminat Yardımı Sağladığına İlişkin Haber



9 Mart ve 8 Haziran 2020 dönem aralığında medya sektörünün karşılaştığı reklam gelir kaybı, Danimarka Kültür Bakanlığı tarafından yaklaşık 180 milyon Danimarka Kronu (DKK) tutarında bir tazminat yardımıyla karşılanmaya çalışılmıştır. Bu yardım, dijital haber medyası ve ticari radyo istasyonları gibi medya kuruluşlarını hedeflemiştir. Yardımın kapsamı, medya kuruluşlarının reklam gelirlerindeki azalmaya bağlı olarak değişmiştir. Reklam gelirlerinin yüzde 30 ile yüzde 50 arasında azalması durumunda, gelir kaybının yüzde 60'ına kadar tazminat sağlanmıştır. Reklam gelirlerinin yüzde 50 ile yüzde 100 arasında kaybedilmesi durumunda ise gelir kaybının yüzde 80'ine kadar tazminat ödenmiştir (Ministry of Culture, October 2020).

Özellikle reklam gelirlerinde yaşanan keskin düşüş, medya kuruluşlarının sürdürülebilirliklerini ciddi şekilde tehdit etmiştir. Bu destek, medya kuruluşlarının önemli kamu hizmetlerini ve haberlerini sürdürebilmeleri için bir tür güvence sağlamayı amaçlamıştır. Danimarka Kültür Bakanlığı tarafından sağlanan bu yardım, medya sektörünün pandemi kaynaklı ekonomik zorluklarla başa çıkmasına ve hizmetlerini sürdürmesine yardımcı olmayı hedeflemiştir. Bu tazminat modeli, gelir kaybı yaşayan medya kuruluşlarının varlığını sürdürmeleri ve topluma önemli bilgi akışını devam ettirmeleri açısından önemli bir destek mekanizması olduğu söylenebilir (Ministry of Culture, October 2020).

Şekil 3

Danimarka Kültür Bakanlığı'ndan Görsel-İşitsel Sektöre Yönelik 12 Milyon Euroluk Covid-19 Desteği Verilmesine İlişkin Haber



Danimarka Kültür Bakanlığı, ülkenin görsel-işitsel endüstrisini koronavirüsün etkilerinden korumak amacıyla 12 milyon euro ayırmıştır. Bu önemli miktardaki fonun dağıtımı, yerel parlamentoda geniş bir siyasi uzlaşma ile gerçekleşmiştir. Fonların dağıtımı, sektörün farklı bileşenlerine stratejik destek sağlamak ve görsel-işitsel alanın çeşitliliğini sürdürmek amacıyla titizlikle planlanmıştır. Bu fonların dağılımı şu şekildedir:

- 8,7 milyon euro, ulusal yayıncıların kamusal hizmet sunumlarını güçlendirmek için ayrılmıştır. Bu destek, ulusal yayıncılara sağlanan finansmanla birlikte, toplumun farklı kesimlerine yönelik nitelikli içerik üretimini teşvik etmeyi ve kaliteli programlara erişimi artırmayı hedeflemiştir.
- 2,3 milyon euro tutarındaki kaynak, pandemi nedeniyle ortaya çıkan ek maliyetleri karşılamak ve film endüstrisinde faaliyet gösteren kuruluşlar ile profesyonellerin mali zorluklarını hafifletmek amacıyla Danimarka Film Enstitüsü için ayrılmıştır. Bu destek, film endüstrisinin çeşitli alanlarındaki acil ihtiyaçlarına cevap verebilmek için tasarlanmıştır.
- 300.000 euro, Batı Danimarka Film Fonu ve FilmFyn adlı iki bölgesel film fonuna tahsis edilmiştir. Bu finansal destek, bölgesel çeşitliliği artırmayı ve yerel film endüstrisini desteklemeyi hedefleyerek, farklı coğrafi bölgelerde ortaya çıkan yenilikçi projelere katkıda bulunmayı amaçlamıştır.
- 700.000 euro, Danimarka Film Enstitüsü finansmanı olmadan yapılan film ve TV prodüksiyonlarında oluşan kayıpları telafi etmek için ayrılmıştır. Bu destek, bağımsız film yapımcılarının ve projelerin finansal sıkıntılarını gidermeyi ve sektördeki üretimi canlandırmayı hedeflemiştir. Başvurular proje bazlı olarak değerlendirilmiş ve acil mali ihtiyaçlara yönelik çözümler bulunmuştur (Cineuropa, November 2020).

Danimarka'nın görsel-işitsel medya endüstrisine yönelik sağladığı destekler ve tedbirler, ulusal düzeydeki desteklerin sektördeki kayıpları azaltmada ve endüstrinin gelecekteki belirsizliklere karşı daha dirençli hale gelmesinde önemli bir rol oynayabilir. Bu bağlamda, benzer kriz dönemlerinde diğer ülkelerin görsel-işitsel medya sektörüne sağladığı desteklerin incelenmesi ve bu uygulamalardan alınacak dersler endüstrinin sürdürülebilirliği ve kriz durumlarına hazırlıklı olması açısından değerli bir kaynak olabilir.

3.1.2. İspanya

Covid-19 salgınının sebep olduğu belirsizlik ve kısıtlamalar görsel-işitsel sektörü olumsuz yönde etkilemiştir. İspanya Bakanlar Kurulu, Katalonya Kültür İşletmeleri Enstitüsü (ICEC) ve Katalan Finans Enstitüsü (ICF) gibi kurumlar, sektörde faaliyet gösteren şirketlerin yaşadığı zorluklarla başa çıkabilmeleri için önemli miktarda maddi destek sağlamıştır. Görsel-işitsel sektörde faaliyet gösteren şirketler, prodüksiyonların durması, etkinliklerin iptal edilmesi ve genel iş faaliyetlerinin sınırlı olması gibi zorluklarla karşılaşmıştır. Bu zorluklar, gelir kayıplarına, işçi sayısındaki azalmalara ve finansal belirsizliklere yol açmıştır.

Şekil 4

Katalonya Kültür İşletmeleri Enstitüsü'nden Görsel-İşitsel Sektöre Sağlanan Desteğin Haberi



Katalonya Kültür İşletmeleri Enstitüsü (ICEC), Covid-19 sürecinde görsel-işitsel sektörü desteklemek amacıyla 17,2 milyon euroluk bir fon tahsis etmiştir. Bu fon, Katalonya'nın görsel-işitsel endüstrisini desteklemeyi, yerel yapımcıları uluslararası pazarda rekabetçi kılmayı ve özellikle animasyonlu görsel-işitsel eserlerin yapımına yönelik destekleri artırmayı hedeflemiştir. Bu fonun ana hedefleri şunlardır:

- Yerel Şirketlere Mali Destek: ICEC, Katalonya'daki görsel-işitsel sektörde faaliyet gösteren yerel şirketlere yönelik özel mali destek programları oluşturarak, bu şirketlerin üretim kapasitelerini artırmasına ve istihdamı desteklemesine katkı sağlamıştır. Ayrıca, sektördeki finansal zorlukları aşmalarına yardımcı olmak amacıyla şirketlere özel mali çözümler sunarak sürdürülebilir büyümelerini desteklemiştir.
- Teknolojik Yeniliklere Yatırım: ICEC, görsel-işitsel sektördeki hızlı teknolojik değişime uyum sağlamak için şirketlere ve profesyonellere yönelik teknoloji ve dijital altyapıya yönelik yatırımları desteklemiştir. Bu kapsamda, sektördeki katılımcıların dijital dönüşüm süreçlerine aktif bir şekilde katkıda bulunarak rekabet avantajı elde etmelerini hedeflemiştir.
- Animasyon Yapımcılarına Özel Destek Programları: ICEC, animasyon alanında faaliyet gösteren yapımcılara özel destek programları oluşturarak, yenilikçi projelerin hayata geçirilmesini teşvik etmiştir. Bu destek, animasyon sektöründeki potansiyel büyümeyi artırmayı ve sektördeki kalite standartlarını yükseltmeyi amaçlamıştır.
- Eğitim ve Gelişim Programları: ICEC, animasyon sektöründeki yetenekleri artırmak amacıyla sektördeki profesyoneller ve yeni yetenekler için eğitim ve gelişim programlarına yatırım yapmıştır. Bu sayede, sektördeki nitelikli işgücünün artması ve sektördeki en son teknik bilgiye sahip profesyonellerin yetişmesi hedeflenmiştir.
- Katalan Yapımcılarına Uluslararası İşbirliği İmkanları: ICEC, Katalan yapımcılarının uluslararası alanda görünürlük kazanmalarını desteklemek amacıyla çeşitli projelere finansal destek sağlamıştır. Bu destek, Katalonya'nın kültürel zenginliklerini uluslararası pazarlara taşıyarak küresel rekabet avantajı elde etmelerini amaçlamıştır.
- Azınlık Ortak Yapım Projeleri: ICEC, uluslararası işbirliğini teşvik ederek azınlık ortak yapım projelerine yönelik özel fonlama oluşturmuştur. Bu sayede, Katalonya'nın kültürel çeşitliliği vurgulanmış ve uluslararası alanda çeşitli kültürel perspektiflerin bir araya geldiği projelere destek sağlanmıştır (Institute of Cultural Enterprises of Catalonia, May 2020).

Şekil 5

İspanya Bakanlar Kurulu'ndan 40 Milyon Euro'luk Yardım Kararının Duyurusu



4 Ağustos 2020 tarihinde, İspanya Kültür ve Spor Bakanı José Manuel Rodríguez Uribes'in önerisi üzerine, Bakanlar Kurulu, Sinematografi ve Görsel-İşitsel Sanatlar Enstitüsü (ICAA) tarafından gerçekleştirilecek olan projeler için 40 milyon euro tutarında genel yardım sağlama kararı almıştır. Ayrıca, yalnızca kadın yönetmenlerin projelerine yönelik toplam yardımın %20'si oranında bir rezerv ayrılmıştır. Yardımların temel gereklilikleri şunlardır:

- Toplamda 40 milyon euro olarak belirlenen yardım miktarı, desteklenen projelerin finansmanı için sağlanmıştır.
- Yardım alabilmek için senaryo fiyatının en az %50'sinin ödenmiş olması gerekmektedir.
- Cinsiyet eşitliği teşvik edilmekte, yalnızca kadın yönetmenlerin projeleri için toplam yardımın %20'si oranında bir rezerv ayrılmıştır.
- Yardım alacak filmler, evrensel erişilebilirlik sağlamak amacıyla özel altyazı ve sesli betimleme içermelidir (Ministry of Culture and Sports, August 2020).

Şekil 6

Katalonya Hükümeti'nden Covid-19 Zorluklarından Dolayı Kültür Kredisi Verilmesine İlişkin Duyuru



Katalonya Hükümeti'ne ait olan Katalan Finans Enstitüsü (ICF), Covid-19'un neden olduğu zorluklarla başa çıkabilmesi için görsel-işitsel şirketlere likidite sağlamayı amaçlayan bir kültür kredisi sunmuştur. ICF, projenin finansal açıdan uygunluğunu değerlendirerek krediyi yönetmiştir. Kültür Bakanlığı ise projenin teknik uygunluğunu incelemiştir ve uygunluk raporu yayınlamıştır. 20.000 euro ile 300.000 euro arasında kredi imkanı sunulmuştur. Bu kredi programı, şirketlere 1 yıla kadar ödemesiz dönem dahil, 5 yıla kadar süre imkanı tanımıştır. Başvuru sahiplerinin finansal durumları ve projelerinin potansiyeli üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda belirlenen kredi miktarları, şirketlerin özel ihtiyaçlarına uygun bir esneklik sunmuştur (Catalan Institute of Finance, October 2021).

Kültür kredisinin sağlanmasında ICF'nin finansal uygunluk değerlendirmesi, projenin sürdürülebilirliğini ve başarı potansiyelini ölçmede önemli bir rol oynamıştır. Kredi programının 1 yıla kadar ödemesiz dönem sunması, şirketlere ekonomik toparlanma sürecinde rahatlama sağlamış ve projelerini sürdürebilme kapasitelerini artırmıştır. Kültür

Bakanlığı'nın projenin teknik uygunluğunu inceleyerek uygunluk raporu yayınlaması, desteklenen projelerin kalitesini ve kültürel çeşitliliği artırmaya yönelik bir güvence sağlamıştır. Bu şekilde, sadece finansal değil, aynı zamanda içerik ve sanatsal açıdan da başarılı projelerin desteklenmesi hedeflenmiştir (Catalan Institute of Finance, October 2021).

İspanya Bakanlar Kurulu, Katalonya Kültür İşletmeleri Enstitüsü (ICEC) ve Katalan Finans Enstitüsü (ICF) tarafından sağlanan maddi destekler, görsel-işitsel sektörün Covid-19 salgını kaynaklı zorluklarını hafifletmekte önemli bir rol oynamıştır. Bu destekler, sektördeki şirketlere likidite sağlamak, yapımcıları uluslararası arenada daha rekabetçi hale getirmek ve ulusal üretimleri teşvik etmek gibi çok yönlü amaçları içermiştir. Ancak, sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak adına bu desteklerin devamlılığı ve geliştirilmesi, gelecekteki belirsizliklere karşı sektörü koruma açısından önemlidir.

3.1.3. Fransa

Covid-19 salgını, Fransa görsel-işitsel medya sektörünü derinden etkilemiş ve bu durum, sektör temsilcileri ve yetkililer tarafından ele alınarak çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, Cumhurbaşkanı ve Kültür Bakanı tarafından alınan önemli kararlar, televizyon endüstrisinin ekonomik dengesini koruma ve çekim faaliyetlerinin devamını sağlama odaklı olmuştur. Özellikle kamu güvence fonu gibi destek mekanizmaları, çalışanlar ve yapımcılar için projelerin devamını sağlama yolunda kritik bir rol üstlenmiştir. Benzer şekilde, kamu yayıncısı Fransa Televizyonları'nın benimsediği destek planı ve hükümetin isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformlara getirdiği yatırım zorunlulukları da sektörün salgın kaynaklı zorlukları aşması için alınan önemli adımlar olarak öne çıkmıştır.

Şekil 7

Kamu Yayıncısı Fransa Televizyonları Tarafından Sağlanan Desteğin Haberi



Fransız kamu yayıncısı Fransa Televizyonları, Covid-19 salgını nedeniyle zor bir dönemde olan görsel-işitsel medya sektörüne destek sağlamak amacıyla bir destek planı benimsemiştir. Bu planın temel unsurları, program tedariki sağlamanın sürdürülmesi, bağımsız yapım şirketlerinin nakit akışına destek verilmesi, dış üretim maliyetlerinin kısmi olarak karşılanması ve mevcut sözleşmelere yeni ödeme tarihleri veya ek maddelerin müzakeresi gibi dört ana ilkeye dayanmıştır. Bu adımlar, görsel-işitsel medya sektörünün Covid-19'un ortaya çıkardığı ekonomik zorlukları aşmasına yardımcı olmayı amaçlamıştır (French Film Magazine, February 2020).

Fransa Televizyonları, yerel içeriklere yönelik stratejik yatırımlarını sürdürmüş ve genel yatırım portföyünün yüzde 50'sinden fazlasını bu özel alana tahsis etmiştir. Özellikle, Covid-19 krizinin etkileriyle başa çıkma sürecinde, Fransa Televizyonları sektöre yönelik çeşitli destek önlemleri almıştır. Bu önlemler, sadece görsel-işitsel sektörün değil, aynı zamanda yerel içerik üreticilerinin de sürdürülebilirliğine katkıda bulunmayı amaçlamıştır. Bu çerçevede, yerel prodüksiyon şirketlerine finansal destek sağlamış, projelerini hayata geçirmelerine yardımcı olmuş ve sektördeki istihdamın korunmasına önem vermiştir. Fransa Televizyonları bu zorlu süreçte Covid-19 krizine yanıt olarak hem görsel-işitsel sektöre destek sağlamış hem de mali açıdan güçlü bir performans sergilemiştir (French Film Magazine, February 2020).

Fransa hükümeti, Covid-19 salgınının etkilerini hafifletmek ve yerel kültür endüstrisini desteklemek amacıyla dijital platformlar üzerinden sunulan içeriklerde yerel ve Avrupa yapımı eserlere yatırım yapma zorunluluğu getiren yasal düzenlemeler yapmıştır. İsteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformların (Netflix, Amazon, Apple, Disney Plus vb.) Fransız ve Avrupa yapımı içeriklere yatırım yapma ve bu içerikleri platformlarında sunma yükümlülükleri getirilmiştir (Cineuropa, August 2020).

Yeni düzenleme kapsamında, söz konusu dijital platformlar, içerik portföylerinde belirli bir oranda Fransız ve Avrupa yapımı eserlere yer vermeye zorunlu kılınmıştır. Bu oranlar, platformların toplam içerik miktarına bağlı olarak belirlenmiş ve buna göre bir yatırım yapma zorunluluğu getirilmiştir. Ayrıca, bu platformlar, yerel sanatçıları ve yapımcıları desteklemek adına projelere doğrudan yatırım yapma veya bu projelerin üretimine katkı sağlama yükümlülüğü altına girmiştir (Cineuropa, August 2020).

Şekil 8

Macron'un İmzasıyla Büyük Bütçeli Projelere Tazminat Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber



Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, film çekimi için 50 milyon euro veya daha yüksek bir bütçeye sahip projeler için tazminat fonunu onaylamıştır. Özellikle büyük bütçeli filmler için bu fon, çekimlerin tekrar başlamasını kolaylaştırmıştır. Pandemi nedeniyle sigorta şirketlerinin film çekimlerine ilişkin risklere yeterince kapsama sağlamaması, birçok

yapımcının projelerini hayata geçirmekte güçlük çekmesine yol açmıştır. Bu nedenle, Macron'un onayladığı tazminat fonu, büyük bütçeli filmlerin çekimlerine başlamak isteyen yapımcılara güvence sağlamayı hedeflemiştir. Fon, çekimlerin olası ertelenmeleri veya iptalleri durumunda mali kayıpları karşılamak için kullanılabilecek bir güvenlik ağı oluşturarak sektördeki belirsizlikleri azaltmıştır. Ayrıca, bu tazminat fonu, büyük bütçeli film projelerinin yanı sıra daha küçük bağımsız yapımları da desteklemiştir (French Film Magazine, June 2020).

Fransa hükümeti, görsel-işitsel prodüksiyon şirketlerinin yapmış oldukları harcamalar üzerinden vergi indirimleri veya vergi avantajları sağlayarak, bu şirketlerin prodüksiyon maliyetlerini düşürmeyi hedeflemiştir. Bu adım, yerel yapımcılara ve prodüksiyon şirketlerine ek finansal destek sağlayarak, yerel içerik üretimini teşvik etmiş ve sektörün büyümesini desteklemiştir. Bu önlemle birlikte, Fransa'nın zengin kültürel dokusunun uluslararası platformlarda daha fazla görünürlüğünü artırmak, Fransız yapımlarının uluslararası alanda rekabet gücünü güçlendirmek ve yerel sanatçıların ve yapımcıların yeteneklerini desteklemek amaçlanmıştır (Senate Galaxy, December 2020).

Bu girişim, yerel ve uluslararası prodüksiyon şirketlerinin Fransa'da projeler üretmesini teşvik ederek, ülkenin kültürel mirasını ve sanatsal üretkenliğini daha geniş bir izleyici kitlesine sunmayı hedeflemiştir. Vergi avantajları ile desteklenen bu prodüksiyon şirketleri, Fransız kültürünü uluslararası arenada daha etkili bir şekilde temsil etme imkanına sahip olmuşlardır. Vergi indirimleri sayesinde, yerel prodüksiyon şirketleri daha fazla kaynak elde edebilmiş ve bu kaynakları yerel yetenekleri keşfetmek, eğitmek ve desteklemek için kullanabilmiştir. Bu da yerel sanatçıların uluslararası alanda kendilerini daha iyi ifade etmelerini sağlamış ve Fransız kültürünün çeşitli yönlerini dünya çapında daha etkili bir şekilde paylaşmalarına olanak tanımıştır (Senate Galaxy, December 2020).

Cumhurbaşkanı ve Kültür Bakanı, televizyon endüstrisinin ekonomik dengesini korumak ve Covid-19 salgını nedeniyle çekimlerin durma riskine karşı alınan bir önlem olarak, 6 Mayıs 2020 tarihinde önemli bir karar almışlardır. Bu karar, sektörün ekonomik dayanağını oluşturan çekim faaliyetlerinin devamını sağlamak ve sektörün canlılığını korumak amacıyla atılmıştır. Bu çerçevede, 50 milyon euro değerinde bir kamu güvence fonu oluşturulmuştur. Bu fonun ana hedefi, televizyon endüstrisinde çekimlerin güvenli bir şekilde yeniden başlamasını teşvik etmek ve sektörün sürdürülebilirliğini korumaktır. Bu sayede, sektörde çalışanlar ve yapımcılar, Covid-19 salgınına rağmen projelerini devam

ettirme konusunda daha fazla güvenceye sahip olmuşlardır. Bu fon, endüstrinin karşılaştığı zorlukların üstesinden gelmek ve çekimlerin devamını sağlamak için atılmış önemli bir adımdır (National Center for Cinema and Animated Images, May 2020).

Bu olumlu girişim, televizyon endüstrisinin ekonomik dayanağını sürdürülebilir kılmak adına atılan etkili adımların bir örneğini temsil etmektedir. Ayrıca, çekim faaliyetlerinin durma riskine karşı alınan bu önlemler, sektörün paydaşlarına güven vererek projelerini planlanan şekilde sürdürmelerine olanak tanımıştır. Bu fon, Covid-19 salgınının getirdiği zorluklara karşı sektörün dayanıklılığını artırmak ve çalışanların güvencesini sağlamak amacıyla hayata geçirilmiştir. Bu sayede, endüstrinin içinde yer alan bireylerin ve kurumların, ekonomik belirsizliklere rağmen daha sağlam bir temele dayanmaları mümkün olmuştur diyebiliriz (National Center for Cinema and Animated Images, May 2020).

Alınan bu kararlar, görsel-işitsel medya sektörünün Covid-19 salgınından kaynaklanan zorlukları aşabilmesi ve sürdürülebilirliğini koruyabilmesi adına önemli birer kilometre taşı olabilir. Bu tedbirler, sektörün ekonomik dayanağını güçlendirerek çekim faaliyetlerinin devamlılığını sağlamayı amaçlamış ve sektördeki çalışanların ve yapımcıların projelerini devam ettirebilme konusunda ek güvence sağlamıştır. Fransa'daki destek planları yanında isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformlara yönelik getirilen yatırım zorunlulukları, sektördeki ekonomik dengeyi koruma ve içerik üretimini teşvik etmek adına önemli katkılar sağladığını söyleyebiliriz.

3.1.4. Norveç

Norveç Medya Otoritesi (NMA), Covid-19 sürecinde medya sektöründeki yerel yayıncıları desteklemek amacıyla çeşitli önlemler ve destek mekanizmaları oluşturarak sektörün sürdürülebilirliğine katkılar sunmaya çalışmıştır. Öte yandan, Norveç Hükümeti, görsel-işitsel medya sektörüne yönelik sübvansiyonları önemli ölçüde artırarak medya kuruluşlarına ek finansal destekler sunmuştur.

Şekil 9

Norveç Film Enstitüsü Tarafından Covid-19 Desteği Verilmesine İlişkin Haber



New measures from the NFI

The Norwegian Film Institute is introducing new measures to help the Norwegian film industry in a very demanding time. It will now be possible to receive grants for a second stage in the production and for promoting films directly affected by the corona crisis.

07.04.2020

"The film industry is being brutally hit by the shutdown of society," tells Kjersti Mo, director of the Norwegian Film Institute. "Productions and launces are interrupted and postponed, cinemas are closed, and new investments and external financing being halted.

Norveç Film Enstitüsü (NFI), Covid-19 salgını nedeniyle Norveç film endüstrisinin ciddi zorluklarla karşı karşıya olduğu bir dönemde, birtakım önlemler uygulamıştır. Bu önlemler, film yapımlarının devam etmesini ve salgından doğrudan etkilenen filmlerin tanıtımını desteklemeyi amaçlamıştır. NFI'nın aldığı önlemler:

- NFI, Film Fonu'ndan 85 milyon Norveç Kronu (NOK) kaynak aktararak, Covid-19 salgını nedeniyle etkilenen filmlerin üretimlerinin tamamlanmasına ve dijital platformlarda ertelenen filmlerin tanıtımına destek olmuştur.
- "Üretim 2" adlı yeni bir hibe programı başlatılmıştır. Bu program, salgın nedeniyle durdurulan veya ertelenen film projelerine ek finansman sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Bu, NFI'dan zaten üretim hibesi alan projelerin, işlerine devam edebilmeleri için ek destek başvurusu yapabilecekleri anlamına gelmektedir.
- "Tanıtım 2" adlı başka bir hibe programı, Norveç filmlerine destek sağlamıştır. Bu program, filmlerin yeniden gösterime sunulmasını veya dijital platformlarda hızla tanıtımını içermiştir. Bu sayede Covid-19 nedeniyle

aksamış olan tanıtım süreçleri teşvik edilerek filmlerin daha geniş bir kitleye ulaşması amaçlanmıştır.

- Yabancı kaliteli filmlerin dağıtımı için verilen hibe programı da revize edilmiştir. Bu filmlerin aynı zamanda dijital platformlarda da tanıtımını içerecek şekilde genişletilmiştir (Norwegian Film Institute, April 2020).

Bu önlemler, Norveç film endüstrisinin bu zorlu dönemi atlatmasına yardımcı olmayı amaçlamıştır. Film endüstrisi, bir araya gelerek NFI'nın bu önlemlerini desteklemiştir. Bu birliktelik, sektörün gelecekteki zorlukları aşabilme ve daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilme potansiyelini ortaya koymuştur. Bu sayede Norveç film endüstrisi, bu dönemi daha güçlü ve sağlam bir şekilde atlatma konusunda daha umut verici bir noktaya gelmiştir diyebiliriz (Norwegian Film Institute, April 2020).

Norveç Medya Otoritesi (NMA), medya sektörünü zorlu olan bu süreçte desteklemiştir. Sağlanan desteklerden yerel yayıncılar da faydalanmıştır. Bu destekler, medya sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla bir dizi önlem ve destek mekanizması içermiştir:

1. Yerel Yayıncılar İçin Hibeler: NMA, yerel yayıncıları desteklemiştir ve bu hibe programları genellikle iki eşit taksitte ödenmiştir. İlk taksitte hibenin %75'i ödenmiştir ve bu genellikle Nisan ortasına kadar tamamlanmıştır. Bu hibeler, yerel medya kuruluşlarının mali zorlukları aşmasına yardımcı olmuş ve yerel haberlerin ve içeriğin sürdürülebilirliğini desteklemiştir.
2. İnovasyon Destekleri: NMA, medya sektöründeki inovasyonları teşvik etmiştir ve inovasyon destekleri sağlanmıştır. Bu destekler, medya kuruluşlarının yeni yaklaşımlar, teknolojiler veya projeler geliştirmelerine ve uygulamalarını sürdürmelerine yardımcı olmuştur. Medyanın kalitesini artırmayı ve daha geniş bir izleyici kitlesi için erişimi iyileştirmeyi hedeflemiştir (Norwegian Media Authority, May 2020).

Bu destek mekanizmaları, Norveç medya sektörünün kriz dönemlerinde ve uzun vadeli sürdürülebilirlik açısından güçlü kalmasına yardımcı olmuştur. Özellikle yerel düzeyde, yerel medya organizasyonlarının topluma değerli içerikler sunmaya devam etmelerine destek sağlamıştır. Başvuru süreçleri ve destek kriterleri, döneme ve ihtiyaca bağlı olarak değişmiştir. Bu destekler, Norveç medya sektörünün güçlü kalmasına ve medya

çeşitliliğini korumasına yardımcı olmuştur. Aynı zamanda medya sektörünün hızla değişen dinamiklerine uyum sağlamıştır (Norwegian Media Authority, May 2020).

Şekil 10

Norveç Film Endüstrisine Covid-19 Kriziyle Mücadelede 7,7 Milyon euroluk Destek Verilmesine İlişkin Haber



Norveç film endüstrisi, Covid-19 kriziyle başa çıkabilmek ve sektördeki olumsuz etkileri hafifletebilmek adına 7,7 milyon euroluk bir finansman paketi almıştır. Bu önemli destek, Norveç Kültür ve Cinsiyet Eşitliği Bakanı Abid Raja liderliğinde yönetilmiştir ve öncelikle yapım aşamasında olan projelerin mali ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamıştır. Ayrıca, Norveç Film Enstitüsü'nün film ve dizi projelerinin üretim süreçlerini desteklemek amacıyla özel olarak tahsis edilmiştir (Cineuropa, May 2020).

Destek paketinin detaylarına göz attığımızda, toplamda 7,7 milyon eurodan oluşan bu finansmanın 5 milyon eurosu hükümet tarafından temin edilmiştir. Geri kalan 2,7 milyon euro ise Norveç Film Enstitüsü'nün teşvik planı kapsamında sağlanmıştır. Bu finansman,

film endüstrisinin çeşitli unsurlarına yönelik kapsamlı bir destek sağlamayı hedeflemiştir. Proje bazlı destekler, prodüksiyon maliyetlerini karşılarken, teşvik planı çerçevesinde temin edilen fonlar, genel sektör büyüklüğünün artırılmasına yönelik stratejik girişimleri desteklemiştir (Cineuropa, May 2020).

Şekil 11

Norveç Film Enstitüsü Kısıtlamalardan Etkilenen Yayıncılara Garanti 2 Desteği Sunmasına İlişkin Haber



Norveç'in sınırlarını Covid-19 varyantlarından kaynaklı kapatma kararı, ülkenin görsel-işitsel endüstrisini derinden etkilemiştir. Özellikle yabancı oyuncuların ve teknik ekip üyelerinin ülkeye girişinin kısıtlanması, Norveç'te üretilen filmler ve diziler üzerinde önemli bir baskı oluşturmuştur. Bu kısıtlamalar, birçok projenin ek maliyetlerle karşılaşmasına ve hatta bazılarının faaliyetlerini durdurma riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Norveç Film Enstitüsü, bu zorlu dönemde sektörü desteklemek için "Garanti 2" adlı bir program başlatmıştır. Bu program kapsamında 20 milyon Norveç kronu tahsis edilmiştir. Norveç Film Enstitüsü'nün bu desteği sunma amacı, önceden finanse edilmiş olan ve pandemi nedeniyle ortaya çıkan ek maliyetlerle mücadele eden projelere yardımcı olmaktır. "Garanti 2" programı, özellikle kısıtlamalardan ciddi şekilde etkilenen projelere odaklanmış

ve bu projelerin hayatta kalmasını, ilerlemesini ve başarılı bir şekilde tamamlanmasını sağlamayı hedeflemiştir (Cineuropa, April 2021).

Norveç Film Enstitüsü'nün direktörü Kjersti Mo, bu desteğin projelerin büyük zarar görmesini ve iflas etmesini önlemeyi amaçladığını vurgulamıştır. Programın temel amacı, endüstrinin pandemi nedeniyle yaşadığı zorlukları en aza indirerek Norveç yapımı filmler ve dizilerin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Bu sayede, Norveç'in sinema ve televizyon endüstrisi uzun vadeli olarak ayakta kalabilir ve büyüyebilir (Cineuropa, April 2021).

Norveç Hükümeti, 2020 Devlet Bütçesi'nde görsel-işitsel medya sektörüne yönelik sübvansiyonu dikkate değer bir şekilde artırarak, 40 milyon Norveç kronundan 358 milyon Norveç kronuna çıkarmıştır. Bu finansal hamle, medya sektöründeki kuruluşlara yönelik sağlanan destekleri ciddi bir şekilde artırmış ve sektördeki aktörleri daha rekabetçi, yenilikçi ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmayı amaçlamıştır. Hükümetin bu artışıyla birlikte, görsel-işitsel medya sektöründeki kuruluşlar, daha büyük bütçeli ve detaylı projelere odaklanma imkanına sahip olmuştur. Bu destek, özellikle medya şirketlerinin teknolojik altyapılarını geliştirmelerine, yetenekli profesyonelleri çekmelerine ve yenilikçi projelere yatırım yapmalarına olanak tanımıştır. Bu sayede sektör, ulusal sınırların ötesinde etkili bir şekilde rekabet ederek küresel izleyici kitlesine ulaşma fırsatını yakalamıştır (Norwegian Ministry, October 2021).

İlaveten, medya sektöründeki bu önemli finansal destek, çeşitli haber ve bilgi kaynaklarının çeşitlenmesine de büyük katkı sağlamıştır. Yerel ve ulusal haber kuruluşları, bu destekle birlikte daha derinlemesine araştırmalar yapma ve toplumun çeşitli kesimlerinden gelen farklı görüşleri temsil etme fırsatına sahip olmuşlardır. Bu, toplumun daha kapsamlı ve çeşitli bir haber ve bilgi akışına erişimini sağlamıştır. Hükümetin bu hamlesi aynı zamanda, kamu yararı için önemli olan içeriklerin üretilmesini teşvik ederek, toplumun bilgi altyapısını güçlendirmeyi amaçlamıştır. Norveç Hükümeti'nin görsel-işitsel medya sektörüne yönelik sağladığı bu kapsamlı finansal destek, sektördeki kuruluşların daha rekabetçi ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet göstermesine olanak tanımış, aynı zamanda toplumun bilgi ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir rol oynamıştır (Norwegian Ministry, October 2021).

Şekil 12

Kültür ve Eşitlik Bakanlığı Tarafından Norveç Film Endüstrisine 65 Milyon Kronluk Sağlanan Desteğin Haberi



Deler ut 65 millioner kroner i støtte til filmproduksjon

NTB
Journalist

Har du opplysninger i saken?
Tips oss!

Film og tv | Nyhet

Publisert
27.01.2022

Kulturminister Anette Trettebergstuen deler ut 65 millioner til norsk filmproduksjon. (Foto: Terje Bendiksby/NTB.)

– Vi ønsker en filmbransje som har kapasitet til å produsere norske kvalitetsfilmer, sier Anette Trettebergstuen.

27 Ocak 2022 tarihli basın bildirisinde, Kültür ve Eşitlik Bakanı Anette Trettebergstuen, Norveç film endüstrisine yönelik 65 milyon Norveç kronluk destek paketini ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Bakan'ın bu duyurusunda, Covid-19 salgınının film endüstrisine olan olumsuz etkilerini ele alarak ve sektördeki zorlukları dikkate alarak alınan bu önlemlerin detaylarına odaklanmıştır. Trettebergstuen, salgının çekimlerde duraklamalara ve devam eden projelerde kesintilere yol açtığı endişesiyle, destek paketinin öncelikli hedefinin bu tür etkileri en aza indirme ve yerel film üretimini destekleme olduğunu vurgulamıştır. Bu çerçevede, destek paketinin film yapımcılarını ek maliyetlerden koruma, sektörde faaliyet gösteren profesyonellerin istikrarlı bir şekilde çalışmalarına olanak tanıma amacını taşıdığını ifade etmiştir (Ministry of Culture and Equality, January 2022).

Açıklamada, destek paketinin detaylarına inilerek, hangi koşullar altında film yapımcılarına destek sağlanacağı, başvuru süreçleri, fonların nasıl kullanılacağı gibi konulara odaklanılmıştır. Bakan, bu desteklerin sadece ekonomik kayıpları en aza indirmekle kalmayıp aynı zamanda yerel film endüstrisinin kalitesini artırmayı hedeflediğini söylemiştir. Norveç Film Enstitüsü'nün film üretim teşvik fonlarını yöneteceği vurgulanmış

ve bu sürecin nasıl işleyeceği, başvuruların nasıl değerlendirileceği gibi ayrıntılara da yer verilmiştir. Bu, desteklerin adil bir şekilde dağıtılması ve sektördeki çeşitliliğin korunması adına önemli bir adım olarak nitelendirilmiştir. Bakan, açıklamasının sonunda, bu destek paketinin Norveç film endüstrisine sadece kısa vadeli bir çözüm olmayıp aynı zamanda uzun vadeli sürdürülebilir bir başarı için temel bir adım olduğunu ve sektörün uluslararası alanda daha fazla tanınmasına katkıda bulunmayı hedeflediğini belirtmiştir (Ministry of Culture and Equality, January 2022).

Şekil 13

Kültür ve Eşitlik Bakanlığı Tarafından Norveç Film Endüstrisine Yönelik 30 Milyon Kronluk Teşvik Fonu Verilmesine İlişkin Haber



2 Mart 2022 tarihli bir diğer basın bildirisinde, Kültür ve Eşitlik Bakanı Anette Trettebergstuen, Norveç film endüstrisine sağlanacak ek destekleri detaylı bir şekilde duyurmuştur. Bakan, film endüstrisinin Covid-19 salgınından kaynaklanan zorluklarla başa çıkma sürecinde atılan önemli adımlardan birinin, sektörün normale dönüşünü desteklemek amacıyla ek kaynak sağlamak olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda, Norveç Film Enstitüsü'ne tahsis edilen 30 milyon Norveç kronu değerindeki ek fonun, özellikle film

üretimini desteklemeyi hedeflediğini açıklamıştır. Bu ek destekle birlikte, film endüstrisine yönelik toplam destek miktarının önemli bir artış gösterdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, kültür sektörüne genel olarak ayrılan 1,2 milyar kronluk destek içindeki 300 milyon kronluk bölümünün film üretimini teşvik etmek için ayrıldığını ve bu kaynağın da büyük bir kısmının film endüstrisine yönlendirildiğini belirtmiştir. 30 milyon kronluk ek kaynağın dağılımı ise şu şekildedir:

- Norveç filminin dünya genelindeki etkisini artırmak amacıyla uluslararası dağıtım teşvikleri.
- Geliştirme aşamasında olan projelerin uluslararası pazarda finansman çalışmaları ve konumlandırılması için lansman teşvikleri (Ministry of Culture and Equality, March 2022).

Norveç Medya Otoritesi'nin sağladığı destek mekanizmaları, medya sektörünün sürdürülebilirliğini korumak ve geliştirmek adına önemli bir rol oynamıştır. Yerel yayıncılara yönelik hibe programları ve inovasyon destekleri, yeni içeriklerin üretilmesine olanak tanımış ve medya çeşitliliğini desteklemiştir. Benzer şekilde, Norveç Hükümeti'nin medya sektörüne yönelik sübvansiyonları artırması, sektördeki faaliyet gösteren kuruluşlara ek kaynaklar sunarak kaliteli içeriklerin üretimini teşvik etmiş ve toplumun bilgi altyapısını güçlendirmeyi amaçlamıştır. Bu destekler, medya sektörünün dönüşümü ve geleceğe hazırlanması açısından önemli adımlar olarak değerlendirilebilir.

3.1.5. Belçika

Belçika'da Covid-19 salgınının medya sektörü üzerindeki etkilerini hafifletmek adına, hükümet çeşitli önlemler ve finansal destekler sağlamıştır. Görsel-işitsel medya endüstrisine yönelik ayrılan acil fonlar, televizyon prodüksiyonlarına yönelik garanti fonu, yeni projelerin desteklenmesi ve ödeme erteleme gibi çeşitli tedbirler aracılığıyla sektörün krizden etkilenen kesimlerine yardımcı olmanın yanı sıra endüstrinin ayakta kalmasını sağlamayı hedeflemiştir.

Flaman Hükümeti, Covid-19 salgınının Flaman görsel-işitsel sektörünü olumsuz yönde etkilediğini göz önünde bulundurarak, 6,9 milyon euroyu aşan bir miktarın Acil Durum Korona Fonu'ndan ayrılacağını ve görsel-işitsel sektöre tahsis edileceğini duyurmuştur. Bu fon, özellikle Flaman Bölgesi'ndeki görsel-işitsel sektörün acil finansal

ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamıştır. Flaman Hükümeti'nin bu fonu oluşturmadaki temel amaçlarından biri, salgının sektör üzerindeki ekonomik etkilerini en aza indirgemek ve sektördeki işlerin devamını sağlamak olmuştur. Özellikle televizyon endüstrisinin desteklenmesiyle, salgının neden olduğu zorlukların üstesinden gelmek hedeflenmiştir. Fon, sektördeki üretkenliği artırmak ve iş gücünün sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kullanılmıştır (European Film Agency Directors, March 2020).

Flaman Görsel-İşitsel Fonu (VAF), bu özel fonun yönetimini üstlenerek başvuruları kabul etmiş ve projeleri değerlendirmiştir. Ayrıca, fonun Covid-19'un neden olduğu yeni gereksinimlere uyum sağlayacak şekilde projeleri teşvik etmeyi amaçladığı belirtilmiştir. Bu ek kaynaklar, Flaman görsel-işitsel sektörünün pandemi kaynaklı zorlukları aşmasına yardımcı olmayı ve sektördeki projelerin devamını sağlamayı amaçlamıştır. Destek paketi, işletmelerin ayakta kalmasını güvence altına alarak sektördeki uzun vadeli sürdürülebilirliği artırmayı hedeflemektedir. Ayrıca, uluslararası alanda Flaman Bölgesi'nin görsel-işitsel alandaki rekabet avantajını güçlendirmeye yönelik bir adım olarak değerlendirilmektedir. (European Film Agency Directors, March 2020).

Şekil 14

Flaman Medya Düzenleyici Kurumu'nun Ödeme Yükümlülüklerini Erteleme Kararına İlişkin Duyuru



Medya Bakanı ile Flaman Medya Düzenleyici Kurumu (VRM) arasında gerçekleşen istişare sonucunda, medya sektöründeki yerel radyo yayın kuruluşlarının yıllık ödeme yükümlülükleri, Covid-19 pandemisinin ekonomik etkileri nedeniyle 30 Eylül 2020'ye kadar ertelenmiştir. Pandemi, radyo yayın kuruluşlarının finansal sıkıntılar yaşadığı bir dönemde ortaya çıktığı için, bu önlem sektörün ekonomik zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olmayı ve bu kuruluşların sürdürülebilirliğini desteklemeyi hedeflemiştir (Flemish Regulator for the Media, March 2020).

Bu alınan karar, özellikle radyo yayın kuruluşlarının pandemi dönemindeki belirsizliklerle mücadele etmelerine destek olmak ve bu zorlu süreçte finansal rahatlama sağlamak amacıyla hayata geçirilmiştir. 30 Eylül 2020 tarihine kadar ertelenen ödeme yükümlülükleri, yerel radyo yayınlarının ekonomik olarak nefes almasını sağlamayı amaçlamıştır. Bu destek önlemi, medya sektörünün sürdürülebilirliğini koruma ve pandemi kaynaklı belirsizlikleri en aza indirme çabalarını yansıtmaktadır. Bu finansal destek, radyo yayınlarının daha güçlü bir temel üzerinde ilerlemesine ve toplumun bilgi ihtiyaçlarına etkili bir şekilde ulaşmasına katkı sağlamak amacıyla sunulmuştur (Flemish Regulator for the Media, March 2020).

Şekil 15

VAF Başlangıç Aşamasındaki Görsel-İşitsel Projelere Sübvansiyon Hattı Başlatmasına İlişkin Duyuru



VAF yeni ve başlangıç aşamasındaki görsel-işitsel projeleri desteklemek üzere özel bir sübvansiyon hattı oluşturarak sektördeki yenilikçi gelişmeleri teşvik etmiştir. Bu finansman hattı, yapımcılara önemli bir mali destek sağlamış ve başvuru sahiplerine tek seferde 3 ila 5 görsel-işitsel projeyi içeren bir paket sunma fırsatı tanımıştır. Bu girişimle, özellikle televizyon veya dijital platformlarda yer alacak projelerin daha geniş kapsamlı ve çeşitli olması hedeflenmiştir. Toplam destek miktarı, her başvuru paketi için maksimum 250.000 euro olarak belirlenmiştir. Bu sayede, yapımcılar aynı anda birden fazla projeyi finanse etme ve farklı projeleri hayata geçirme esnekliğine sahip olmuşlardır. VAF'ın oluşturduğu bu sübvansiyon hattı, projelerin gelişimini destekleyerek sektördeki çeşitliliği artırmayı amaçlamıştır (Flanders Audiovisual Fund, April 2020).

Bu destekleme mekanizması, görsel-işitsel ekiplerin farklı konseptleri hayata geçirme ve çeşitli projeler üzerinde çalışma özgürlüğüne sahip olmalarını sağlamıştır. Aynı zamanda, projelerin televizyon veya dijital platformlarda daha etkili bir şekilde sunulmasına olanak tanımış ve sektöre yeni ve inovatif eserler kazandırmıştır. Bu detaylı destek mekanizması, Flaman görsel-işitsel sektöründe yenilikçi projelerin desteklenmesini ve sektörün ulusal ve uluslararası düzeyde daha rekabetçi olmasını sağlamayı hedeflemiştir (Flanders Audiovisual Fund, April 2020).

Bu tür finansal destekler, Belçika'da görsel-işitsel sektörün canlandırılmasını ve yeni yeteneklerin teşvik edilmesini amaçlamaktadır. Bu, yerel film ve televizyon endüstrisinin büyümesine katkı sağlayabilir ve çeşitli projelerin hayata geçirilmesini kolaylaştırabilir.

Valon Hükümeti, Covid-19 salgınının medya sektörü üzerindeki önemli etkilerini göz önüne alarak, salgına karşı medya sektörünü desteklemeyi amaçlayan bir yardım planını hayata geçirmiştir. Bu çerçevede, Hükümet, Covid-19 krizi nedeniyle kaybedilen gelirlerin telafisi için medya sektörüne 3.000.000 euro bütçe ayırmıştır. Bu yardım paketinden, bağımsız ve dernek niteliğindeki radyolar, ayrıca yerel televizyonlar da dahil olmak üzere çeşitli medya kuruluşları faydalanabilmiştir (Government of the Wallonia-Brussels Federation, April 2020).

Oluşturulan bu bütçe, medya sektöründeki çeşitli paydaşların, özellikle de bağımsız radyoların ve yerel televizyonların, Covid-19 krizinden kaynaklanan mali zorlukları hafifletmeyi amaçlamıştır. Bu yardım, özellikle reklam gelirlerindeki düşüş ve pandemi nedeniyle kaybedilen gelirlerle başa çıkma çabalarına destek olmayı hedeflemiştir. Bağımsız ve dernek niteliğindeki radyolar ile yerel televizyonlar gibi çeşitli medya kuruluşlarının bu

yardımdan faydalanabilmesi, sektördeki çeşitliliği ve yerel medyanın sürdürülebilirliğini güçlendirmeyi amaçlamıştır. Bu destek, medya sektöründeki çeşitli aktörlerin krizle mücadele edebilmeleri, faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve istihdamı koruyabilmeleri için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir (Government of the Wallonia-Brussels Federation, April 2020).

Şekil 16

Valon Hükümeti Tarafından Görsel-İşitsel Sektöre Kapsamlı Yardım Paketi Sağlanmasına İlişkin Haber



Valon Kültür ve Medya Bakanı Bénédicte Linard, görsel-işitsel sektörün canlandırılması için kapsamlı bir yardım paketi açıklamıştır. Sektördeki tüm zinciri desteklemeyi amaçlamış ve Covid-19 krizinin işletmeciler ve diğer profesyoneller üzerindeki etkilerine yanıt olarak geliştirilmiştir. Koronavirüs tedbirlerinin yol açtığı ek maliyetler için çözümler önerilmiş ve yapımcılara finansal destek sunulmuştur. Bu yardım paketi, toplamda 6 milyon euro tahsis edilerek finanse edilmiştir. Bu tedbirler, Brüksel Kültür ve Medya Bakanı tarafından sektörle yapılan istişarelerin sonuçlarına dayanmıştır ve sektörün Covid-19 krizinin etkileriyle başa çıkmasına yardımcı olmayı amaçlamıştır. Üretim

ve dağıtım süreçlerinin her aşamasındaki paydaşlar bu yardım paketi aracılığıyla desteklenmiştir (Cinema and Audiovisual Center, May 2020).

Ayrıca Belçika dizi endüstrisini desteklemek ve finansman zorluklarına çözüm bulmak amacıyla dizi başına 100.000 ile 150.000 euro arasında değişen teşvikler sunulmuştur. Bu teşvik paketi, dizi projelerinin gelişimi, üretimi ve sektördeki genel sağlığın güçlendirilmesi için bütçelere bağlı olarak sağlanmıştır. Yerel dizi yapımcılarına yönelik bu teşvikler, projelerin devamlılığını sağlamak, yeni içerikleri desteklemek ve endüstride sürdürülebilirliği artırmak amacıyla tasarlanmıştır. Belçika'nın bu adımı, yerel yapımcıları destekleyerek dizi sektörünü güçlendirmeyi ve içerik üretimine teşvik sağlamayı amaçlamıştır (Cinema and Audiovisual Center, May 2020).

Şekil 17

Valon Görsel-İşitsel Konseyi'nin 08 Mayıs 2020 Tarihli Raporuna İlişkin Haber



Valon Yüksek Görsel-İşitsel Konseyi (CSA), görsel-işitsel medya hizmetleri üzerindeki Covid-19 krizinin etkilerini belirlemek amacıyla bölgedeki medya kuruluşlarına iletilen anket sonrasında bir rapor hazırlamıştır. Yapılan araştırma, radyo istasyonları ve televizyonlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. 08 Mayıs 2020'de yayınlanan rapora göre, Covid-19 salgını, Belçika'nın medya hizmetleri üzerinde önemli değişikliklere yol açtığını göstermiştir:

1. Programlama ve Organizasyon Değişiklikleri: Rapora göre, salgın döneminde medya kuruluşları, programlama ve organizasyonlarda önemli değişikliklere gitmiştir. Haber programları, diğer içeriklere kıyasla daha fazla öne çıkmış ve bu süreçte önemli bir rol oynamıştır.
2. Ekonomik Etkiler: Covid-19 salgınının ekonomik etkilerine bakıldığında medya sektöründe ciddi düşüşlere neden olmuştur. Reklam gelirlerindeki düşüşler, mağaza kapanmaları, reklam bütçelerindeki kısıtlamalar, etkinlik iptalleri ve yeni ürün lansmanlarının ertelenmesi gibi faktörlere bağlanmaktadır. Bu düşüşlerin özellikle Mart ve Nisan aylarında belirgin olduğu ifade edilmiştir.
3. Öneriler: Raporda, sektörün yeniden canlandırılması için çeşitli önerilere yer verilmiştir. Bu öneriler arasında finansal desteklerin sağlanması, vergi indirimlerinin uygulanması, çalışanlara yönelik sosyal hakların güvence altına alınması ve yayın üretimi konusunda teşviklerin artırılması gibi adımlar bulunmaktadır. Bu önerilerin, medya sektörünün krizden etkilenen alanlarında desteklenmesi ve genel olarak sektörün toparlanmasına yardımcı olması amaçlanmıştır.
4. Beklentiler: Rapor, medya kuruluşlarının mayıs ayında gelirlerinde daha da kötüleşme beklentilerini dile getirmiştir. Bu durum, sektörün salgın sürecindeki zorluklarının devam ettiğini göstermektedir.
5. Toparlanma Stratejileri: Belirtilen önerilerin yanı sıra, medya sektörünün toparlanması için uzun vadeli stratejilere ihtiyaç duyulabilir. Dijitalleşmeye odaklanma, çevrimiçi içerik üretimi ve izleyiciye daha etkili ulaşım stratejileri, medya kuruluşlarının krizi atlatmalarına yardımcı olabilir (Superior Audiovisual Council, May 2020).

Bu rapor, Belçika'daki Covid-19 salgınının medya üzerindeki derin etkilerini gözler önüne sermiştir (Superior Audiovisual Council, May 2020).

Şekil 18

Wallimage Valon'daki Görsel-İşitsel Prodüksiyonlara Yönelik Ek Kaynak Ayırmasına İlişkin Haber



Valon ekonomik fonu Wallimage, koronavirüs krizinin etkilerini hafifletmek amacıyla Valon'daki görsel-işitsel prodüksiyonları ve şirketleri desteklemek üzere 1,6 milyon euro ek kaynak ayırmıştır. Bu ek fon, özellikle krizden etkilenen ve önceden onaylanmış olan projelerin devam eden üretim süreçlerini desteklemek üzere tasarlanmıştır. Wallimage'ın sağladığı bu ek finansman, projelerin devamlılığını sürdürebilmeleri için proje başına 70.000 ile 350.000 euro arasında değişen miktarlarda ek finansman sunarak sektöre destek sağlamıştır. Bu özel yardım, Valon'daki görsel-işitsel medya endüstrisine ek yatırım getirisi sağlama amacını taşımıştır (Wallimage, July 2020).

Bu finansmanın odak noktası, önceden onaylanmış projelerin salgın nedeniyle oluşan üretim zorluklarını aşmalarına yardımcı olmak ve sektördeki faaliyetleri sürdürmek için gereken mali desteği sağlamaktır. Wallimage'ın ek fonu, Valon bölgesindeki prodüksiyon şirketleri ve projelerin krizle başa çıkma, istihdamı koruma ve sürdürülebilir büyüme sağlama çabalarına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu destek, sadece mevcut projelerin devamını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda Valon'daki görsel-işitsel endüstrisinin rekabet avantajını artırmayı, sektördeki şirketlerin dayanıklılığını güçlendirmeyi ve bölgesel

ekonomiye katkı sağlamayı hedeflemiştir. Wallimage'ın sağladığı ek finansman, Valon'daki görsel-işitsel sektörünün kriz sonrası toparlanma sürecine destek olma amacını taşımaktadır (Wallimage, July 2020).

Şekil 19

Valon Hükümeti'nin Covid-19 Krizine Karşı Film Prodüksiyonlarına Yönelik Garanti Fonu Sağlamasına İlişkin Duyuru



Valon Hükümeti, film prodüksiyonlarının canlanmasını desteklemek amacıyla, Covid-19 krizine karşı geçici bir garanti mekanizması başlatmıştır. Sigorta şirketleri, Covid-19 ile ilgili riskleri poliçelerine dahil etmeyi reddettiklerinden, faaliyetlerini birkaç ay boyunca durduran yapımcılara destek sağlamak için bazı güvenceler sağlanmıştır. Bu garanti fonu 1 Temmuz'da yürürlüğe girmiştir ve 30 Eylül 2020'de sona ermesi planlanmıştır. Ancak Valon Hükümeti, bu önlemi 31 Aralık 2020'ye kadar uzatmıştır. Bu garanti fonu, aşağıdaki kriterlerle sınırlanmıştır:

- Bir film başına en fazla 1 milyon euro tazminat,
- Bir filmin tazminatı için toplam bütçenin en fazla %20'si,
- Karşılanan tüm zararlar için en fazla 5 milyon euro tazminat,

Brüksel Başbakanı Pierre-Yves Jeholet, bu önlemin sektördeki önemli ekonomik faaliyetlerin yeniden başlamasına yardımcı olduğunu belirtmiştir. Yapımcılar, yönetmenler, aktörler ve diğer sektör profesyonelleri, bu önlem sayesinde faaliyetlerine kaldığı yerden devam edebilmişlerdir. Birçok ülke ve sektör, Covid-19 salgını nedeniyle büyük zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Brüksel Hükümeti'nin aldığı bu önlem, sektörü desteklemeyi ve ekonominin canlanmasına yardımcı olmayı amaçlamıştır. Aynı zamanda, kültür ve sanatın sürdürülebilirliğine katkı sağlamıştır (Cinema and Audiovisual Center, Semtember 2020). Bu tür adımlar, kültürel ve sanatsal faaliyetlerin devam etmesi için önemlidir.

Şekil 20

Flaman Hükümeti, Covid-19 Etkilerine Karşı 10 Milyon Euroluk Garanti Fonu Oluşturduğuna İlişkin Haber



Garantiefonds van 10 miljoen euro voor audiovisuele sector

De Vlaamse Regering keurde op 5 februari een garantiefonds van 10 miljoen euro goed om de heropstart van de Vlaamse audiovisuele productiesector te ondersteunen. Doel van het garantiefonds is het dekken van bepaalde coronagerelateerde risico's vanaf 4 weken voor de start van een opname of tijdens een opnameperiode. De maatregel kadert in het Relanceplan Vlaamse Veerkracht van de regering.

Doel van het garantiefonds

Een belangrijke voorwaarde voor de heropstart van de audiovisuele sector in Vlaanderen is dat er een oplossing komt voor het **verzekeren** van audiovisuele producties. Sinds de uitbraak van de coronapandemie is het voor producenten immers onmogelijk geworden om schade en annuleringskosten als gevolg van pandemieën te verzekeren. Het risico bestaat dat een productie moet worden stopgezet door besmetting van onvervangbare cast- of crewleden of door overheidsmaatregelen tijdens een besmettingsgolf. Dat kan leiden tot **onvoorziene kosten**, die nu door het garantiefonds gedekt kunnen worden.

Flaman Hükümeti, 10 milyon euro değerindeki bir garanti fonunu başlatmıştır. Bu fon, Flaman Görsel-İşitsel Fonu tarafından yönetilmiştir. Fonun oluşturulmasının ana nedeni, Covid-19 salgını nedeniyle görsel-işitsel yapımların iptal edilmesi veya gecikmesi riskine karşı bir güvence sağlanmak istenmiştir. Kurgusal, animasyon, belgesel ve çocuk/gençlik dizileri de dahil olmak üzere tüm televizyon prodüksiyonları bu fondan yararlanmıştır (Flanders Audiovisual Fund, February 2021).

Flaman Hükümeti'nin bu girişimi, özellikle salgın nedeniyle üretim süreçlerinin aksamaması ve sektörün sürdürülebilirliğini koruması amacıyla atılmış bir adım olarak değerlendirilmektedir. Görsel-İşitsel Fonu tarafından yönetilen bu garanti fonu, prodüksiyon şirketlerine güven sağlamak ve olası mali kayıpları önlemek için tasarlanmıştır. Çeşitli türlerdeki televizyon prodüksiyonlarına yönelik geniş kapsamlı destek, sektördeki çeşitli paydaşların bu fondan faydalanmasını mümkün kılmıştır (Flanders Audiovisual Fund, February 2021).

Bu tür güvence fonları, Covid-19 gibi olağandışı durumların meydana getirdiği belirsizlikleri azaltarak, görsel-işitsel sektörün sürekliliğini ve direncini artırmayı hedeflemektedir. Flaman Hükümeti'nin bu fonu uzatarak veya benzeri adımlar atarak, kültür ve sanat alanındaki faaliyetlerin devam etmesine ve sektördeki paydaşların bu tür belirsizliklere karşı daha dirençli hale gelmesine katkı sağlamıştır diyebiliriz (Flanders Audiovisual Fund, February 2021).

Belçika'da medya sektörünün Covid-19 salgınından etkilenmesiyle birlikte, hükümetin sağladığı destekler ve önlemler, görsel-işitsel medya endüstrisinin krizi atlatmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Medya kuruluşlarına yönelik finansal destekler, acil finansal yardımlar ve görsel-işitsel projelere destek gibi geniş kapsamlı tedbirler, sektörde canlanma ve projelerin hayata geçirilmesine olanak tanımıştır.

3.1.6. Polonya

Covid-19 salgını sürecinde Polonya Film Enstitüsü'nün yerel film endüstrisine sağladığı etkili destekler, film yapım süreçlerindeki aksaklıkları ve maddi sıkıntıları hafifletmekte önemli bir rol oynadığını ifade edebiliriz. Başbakan Yardımcısı Wicepremier Piotr Gliński, Polonya'da pandemi döneminde konvansiyonel medya şirketlerinin azalan gelirlerine karşın revaçta olan isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformlardan alınacak %1,5'lik vergiyi öngören yasa tasarısını sunmuştur. Bu tasarı, yerel içeriğin desteklenmesini sağlayarak kültürel çeşitliliği korumayı ve film sektörünün sürdürülebilirliğine katkıda bulunmayı hedeflemiştir.

Şekil 21

Covid-19 Salgınında Polonya Film Endüstrisine Destek Sağlanmasına İlişkin Haber



Polonya Film Enstitüsü (PISF), Covid-19 salgınının film endüstrisine getirdiği zorlukları hafifletmek ve yerel film yapımcılarına destek olmak için etkili adımlar attığını söyleyebiliriz. Salgın süreci, film yapım süreçlerinde aksaklıklara ve maddi sıkıntılara neden olarak endüstri üzerinde büyük bir baskı oluşturmuştur. PISF, bu zor zamanlarda sektörün ayakta kalmasını sağlamak adına çeşitli önlemler almıştır. PISF'nin sunduğu destekler arasında finansal ve organizasyonel çözümler bulunmaktadır. Öncelikle, film yapımcılarına yönelik nakit desteği artırılmış ve maddi sıkıntı içinde olanlara doğrudan finansal yardım sağlanmıştır. Bu adım, yapımcıların projelerini tamamlamalarına ve filmlerini seyirciyle buluşturmalarına olanak tanımıştır. Bu destek sayesinde, salgın nedeniyle aksayan film yapımlarının tamamlanması ve sektördeki faaliyetlerin devam etmesi mümkün olmuştur (Cineuropa, March 2020).

Ayrıca, PISF, film endüstrisine yönelik destek programlarını genişleterek ve başvuruları kolaylaştırarak yapımcıların kaynaklara erişimini artırmıştır. Bu sayede, yeni projelerin hayata geçirilmesi ve yerel film endüstrisinin canlılığının sürdürülmesi hedeflenmiştir. PISF'nin sağladığı destekler, film yapımcılarının salgın döneminde projelerini sürdürebilmelerine ve tamamlamalarına imkan tanımıştır. Böylelikle, yerel film endüstrisinin sürdürülebilirliği korunmuş ve yeni yapımların ortaya çıkması teşvik edilmiştir (Cineuropa, March 2020).

PISF'nin sağladığı bu kapsamlı destekler, film endüstrisinin Covid-19 salgınına karşı direncini artırmış ve sektördeki paydaşların güçlenmesine katkı sağladığını ifade edebiliriz. Bu sayede, salgın döneminde aksamaya uğrayan projelerin tamamlanması ve yeni projelerin ortaya çıkması mümkün olmuştur. PISF'nin önlemleri, Polonya'daki film endüstrisinin gelecekteki potansiyelini güçlendirmeye yönelik olumlu bir adım olarak değerlendirilmektedir (Cineuropa, March 2020).

Şekil 22

Polonya Başbakan Yardımcısı Gliński'nin İsteğe Bağlı Video Platformlarına Yönelik %1,5 Vergi Öngören Yasa Tasarısını Savunmasına İlişkin Haber



Başbakan Yardımcısı Wicepremier Piotr Gliński, Polonya'da isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformların gelirlerinden %1,5'lik bir vergi öngören bir yasa tasarısı hakkında konuşmuştur. Amaçları, Polonya film ve dizi endüstrisini güçlendirmek ve sanatçılar ile yönetmenlere daha fazla film yapma fırsatı sunmak olmuştur. Bu filmlerin daha sonra bu platformlarda gösterileceğini ifade etmiştir. Gliński, bu önlemin Polonya Film Enstitüsü'ne destek sağlamak için gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca Gliński, bu verginin zaten televizyon kanalları, sinema sahipleri, film dağıtımcıları ve kablo şirketleri gibi diğer medya

ve eğlence endüstrisi oyuncuları tarafından ödendiğini açıklamıştır. Benzer vergilerin dünya genelinde birçok ülkede uygulandığını ve Avrupa Birliği direktiflerinin bu tür uygulamaları desteklediğine dikkat çekmiştir. Gliński, içerik platformlarının film ve diğer prodüksiyonlara ev sahipliği yaptığı bu alanın şu anda büyüme yaşadığını ve bu işletmenin büyümesini sürdürdüğünü belirtmiştir (Business Insider, April 2020).

Diğer kültürel alanların büyük bir kısmının gelir kaybı yaşadığını ve Polonya'da isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformların, Polonya film endüstrisine katkıda bulunabilecek kaynağa sahip olduğuna dikkat çekmiştir. Gliński, bu verginin Polonya'daki film endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmak için uygun bir yol olduğunu ve isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformların film yapımcılarına destek olmaları gereken bir dönemde bu girişime katkı sunmaları gerektiğini vurgulamıştır (Business Insider, April 2020).

Şekil 23

Polonya'da Film Endüstrisini Desteklemek Adına İsteğe Bağlı Video Platformlarından Alınan Netflix Vergisine İlişkin Haber


Broadcasting

Poland to introduce "Netflix tax" to support local filmmakers

Michal Salajczyk explains a new levy on VOD platforms in Poland, designed to assist a film industry hit hard by the COVID-19 pandemic. Michal looks at the motivations driving this change, and the criticisms levelled at the new law

By Michał Sałajczyk - 1 July 2020

587 0

Starting from 1 July, video-on-demand (VOD) platforms operating in Poland will be obliged to pay 1.5% of their local revenue to the Polish Film Institute (PISF), an institution supporting the Polish film industry. The levy, quickly dubbed "Netflix tax", was introduced as part of a government stimulus package bill prepared in response to the financial crisis caused by the COVID-19 pandemic.

An idea welcomed by filmmakers...

Polonya'da 1 Temmuz 2020'de yürürlüğe giren yasa tasarısı, isteğe bağlı video platformları için %1,5'lik bir vergi öngörmüştür. Bu vergi, isteğe bağlı video platformlarının yerel gelirlerinin %1,5'ini Polonya Film Enstitüsü'ne ödeme zorunluluğunu getirmiştir.

"Netflix vergisi" olarak da anılan bu katkı, Covid-19 mali krizine karşı alınan teşvik paketi çerçevesinde hayata geçirilmiştir. Bu yeni düzenleme, Polonya'daki film endüstrisinin salgın nedeniyle büyük ölçüde etkilenmesiyle bağlantılı olarak ortaya çıkmıştır. Salgın döneminde film yapımcıları, bütçelerini kısmen veya tamamen karşılayamamış ve potansiyel gişe rekortmeni olabilecek filmlerin yapımı konusunda zorluklar yaşamışlardır. Dolayısıyla, isteğe bağlı video platformlarından talep edilen bu ödeme film endüstrisinin desteklenmesi için önemli bir adım olarak görülmüştür (Media Writes, July 2020).

Bu vergi düzenlemesi, film yapımcıları ve bazı film yapım dernekleri tarafından olumlu bir adım olarak karşılanmıştır. Yapımcılar, isteğe bağlı video platformlarından talep edilen bu ödemenin adil olduğunu savunmuş ve yerel film endüstrisinin desteklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Özellikle salgın döneminde, film endüstrisine sağlanan desteklerin önemi büyük olmuştur. Kültür Bakanı da yeni düzenlemeyi desteklemiş ve yerel film endüstrisinin sürdürülebilirliği için atılan bu adımın önemine dikkat çekmiştir (Media Writes, July 2020).

Şekil 24

Polonya Film Yapımcıları Derneği'nin Covid-19 Salgınında Film Endüstrisine 6,5 Milyon Euro Destek Sağlamasına İlişkin Haber


FILMNEWEUROPE.COM

NEWS PODCASTS PRODUCTION BOX OFFICE MARKET ANALYSIS GRANTS FESTIVALS PRESS

19-05-2020

Polish Filmmakers Association Gives 6.5 m EUR / 30 m PLN for COVID-19 Assistance

By Katarzyna Grynienko

WARSAW: The Polish Filmmakers Association (SFP) has agreed to allocate 6.5m EUR / 30m PLN as part of an assistance package to support filmmakers during the COVID crisis. This is one of the largest amounts of support provided by creative organisations to its members during the COVID-19 pandemic.

"We are doing everything to ensure that filmmakers associated in the SFP, as well as authors and producers who entrust their rights to SFP - ZAPA, feel the effects of the film industry paralysis caused by the coronavirus as little as possible," said Jacek Bromski, president of the Polish Filmmakers Association.

The assistance for filmmakers is not limited to financial support. The SFP is helping the most vulnerable to avoid the risk of contact with the virus by providing dinners prepared at the Cinema Paradiso restaurant and assisting in the purchase of medicines. Over 21,898 EUR / 100,000 PLN has been allocated for this purpose.

Polonya Film Yapımcıları Derneği (SFP), Covid-19 salgını sırasında film endüstrisine destek olmak amacıyla 6,5 milyon euro (yaklaşık 30 milyon Polonya Zlotisi) tutarında bir destek paketini onaylamıştır. Bu destek paketi, Polonyalı film yapımcılarına yönelik olarak ayrılmış ve sektördeki olumsuz etkileri hafifletmek üzere tasarlanmıştır. Söz

konusu destek paketi, çeşitli projelerin geliştirilmesi, üretimi ve dağıtımı için film yapımcılarına sağlanacak kaynaklarla desteklenmiştir. Bu destek, özellikle salgın döneminde film yapımcılarının üretkenliklerini sürdürebilmelerine yardımcı olmayı hedeflemiştir (Film New Europe, May 2020).

SFP'nin sağladığı bu destek paketi, film endüstrisindeki yapımcıların üretkenliklerini sürdürmelerine katkıda bulunarak sektördeki olumsuz etkileri azaltmaya yönelik önemli bir adım olmuştur. Pandemi döneminde, birçok film projesi finansman ve üretim süreçlerinde zorluklar yaşamıştır. Bu destek paketi, film yapımcılarının projelerini devam ettirebilmeleri için kritik bir kaynak olmuş ve sektördeki faaliyetlerin devamını sağlamıştır. Özellikle, bu destek paketi yerel film yapımcılarının, yeni projeler geliştirmelerine, çeşitli konseptlerde filmler üretmelerine ve bu filmleri geniş kitlelere ulaştırmalarına destek olmuştur (Film New Europe, May 2020).

Bu destekler, nakit yardımından organizasyonel çözümlere kadar geniş bir yelpazede film yapımcılarına destek olmanın yanı sıra sektörün ayakta kalmasını sağlayarak projelerin tamamlanmasını ve filmlerin seyirciyle buluşmasını mümkün kılmıştır. Alınan bu geniş kapsamlı önlemler ve vergi uygulamaları, Polonya film endüstrisinin gelecekteki gelişimine katkıda bulunarak daha fazla üretim yapabilmesini sağlamak adına önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

3.1.7. Almanya

Almanya, Covid-19 salgınının medya, film ve özellikle televizyon yayıncılığı gibi sektörlere yansıttığı ekonomik zorlukları hafifletmek amacıyla çeşitli destek programları oluşturmuştur. Salgın, özel radyo istasyonlarının reklam gelirlerinde ani düşüşlere sebep olmanın yanında, TV ve yayın prodüksiyonlarında üretim kesintilerine neden olmuştur. Bu durum, özellikle medya ve film endüstrisinde faaliyet gösteren şirketlerin iş yapma biçimlerini, içerik üretimini ve yayınlarını etkilemiştir. Federal hükümet, özel radyo istasyonlarından prodüksiyon şirketlerine kadar geniş bir yelpazede mali yardım ve hibe programları başlatmıştır.

Şekil 25

Alman Federal Hükümeti Yüksek Kaliteli Diziler İçin 50 Milyon Euro Teminat Fonu Oluşturmasına İlişkin Haber



Almanya Federal Hükümeti, 28 Ağustos 2020 tarihinde yüksek kaliteli dizilerin üretimini desteklemek amacıyla Federal Hükümet Teminat Fonu'nu hayata geçirmiştir. Bu fonun bütçesi 50 milyon euro olarak belirlenmiş ve ek finansman sağlamak amacıyla eyaletler tarafından katkılar bu fona eklenmiştir. Teminat Fonu, Covid-19 nedeniyle üretimin doğrudan kesilmesi durumunda devreye alınmak üzere oluşturulmuştur. Bu fonun kapsama süresi, çekimlerin başlama tarihinden son sahnenin çekildiği tarihe kadar olan dönemi içermiştir (European Film Agency Directors Association, September 2020).

Özellikle pandemi gibi beklenmedik durumlarda projelerin üretim süreçlerinin aksamamasını sağlamak hedeflenmiştir. Sigorta miktarı, projenin toplam üretim maliyetine bağlı olarak belirlenmiş ve bu üretim maliyeti maksimum olarak 1,5 milyon euro ile sınırlandırılmıştır. Film Finansman Ajansı (FFA), bu fonun yönetiminden sorumlu kurum olarak belirlenmiştir (European Film Agency Directors Association, September 2020).

Federal Hükümetin Kültür ve Medyadan Sorumlu Komiseri (BKM), salgın sürecinin medya sektörü üzerindeki olumsuz etkilerini hafifletmek adına bir girişimde bulunmuştur. Bu kapsamda, yerel televizyon yayıncılarına yönelik toplamda 20.000 euro tutarında hibe desteği sağlanmıştır. Bu destek, yayıncıların salgın sürecinde yaşadıkları zorlukları en aza

indirebilmeleri ve işlerini sürdürebilmeleri adına büyük bir katkı sağlamıştır (Thuringian State Media Authority, July 2020).

Salgın süreci, medya sektöründe pek çok zorluğu beraberinde getirmiş ve bu durum özellikle yerel televizyon yayıncıları için ciddi bir mücadeleye sebep olmuştur. BKM'nin sağladığı bu destek, sektördeki aktörlerin bu zorluklarla daha etkin bir şekilde başa çıkabilmelerine imkan tanımıştır. Yayıncılar, aldıkları bu destekle birlikte çeşitli alanlarda ihtiyaçlarını karşılayabilmişlerdir (Thuringian State Media Authority, July 2020).

Şekil 26

Federal ve Eyalet Teşvik Kurumlarından 15 Milyon Euro Üzerinde Yardım Verilmesine İlişkin Haber

Förderungen starten Hilfsprogramm für Film- und Medienbranche

Corona-Krise



Die Corona-Krise stellt die gesamte Film- und Medienbranche vor existenzielle Herausforderungen. Um die Branche mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln bestmöglich zu unterstützen, haben die Bundes- und Länderförderer ein gemeinsames Hilfsprogramm mit Maßnahmen für die Bereiche Produktion, Verleih und Kino entwickelt, das schnell und unbürokratisch umgesetzt werden soll.

Federal ve Eyalet teşvik kurumları, film ve medya endüstrisine Covid-19 krizinin sektöre getirdiği zorlukları azaltmak ve dayanışma içinde sektöre destek olmak adına 15 milyon euronun üzerinde bir bütçe ayırarak özel bir yardım programı oluşturmuştur. Bu program, özellikle ortak projeler için yapılan yardımları kapsamış ve diğer yardım programlarının yetersiz kaldığı durumlarda devreye girmeyi amaçlamıştır (Film Fund Hamburg Schleswig-Holstein, March 2020).

Sektörün krizden etkilenen alanlarında faaliyet gösteren yapımcılar, yönetmenler ve diğer paydaşlar bu destek programından faydalanarak projelerini sürdürme, tamamlama veya geliştirme fırsatı bulmuşlardır. Ayrıca, özellikle salgın döneminde çekimlerin aksamaması için gerekli hijyen önlemleri ve güvenlik tedbirleri için de destek sağlanmıştır. Bu yardım programı, sektörün sürdürülebilirliğini korumayı hedefleyerek, film ve medya endüstrisinin önemli oyuncularının faaliyetlerini sürdürmesine olanak tanımıştır (Film Fund Hamburg Schleswig-Holstein, March 2020).

Şekil 27

Baden-Württemberg Medya ve Film Şirketi'nin Covid-19 Sürecinde Medya Endüstrisine Destek Vermesine İlişkin Haber



Baden-Württemberg Medya ve Film Şirketi (MFG), Covid-19 salgınının film ve medya endüstrisine getirdiği zorlukları hafifletmek amacıyla yaklaşık 550.000 euroluk bir yardım programı başlatmıştır. Bu önemli girişim, sektörde faaliyet gösteren bireylere ve şirketlere maddi destek sunarak, salgın sürecinde yaşanan ekonomik ve operasyonel zorlukların üstesinden gelmelerine yardımcı olmayı hedeflemiştir. MFG'nin bu adımı,

endüstride faaliyet gösteren yapımcılar, yönetmenler, senaristler, görsel efekt uzmanları, oyuncular ve diğer profesyoneller için büyük bir destek olmuştur. Salgın döneminde, prodüksiyonların durması, çekimlerin ertelenmesi ve endüstrinin genelindeki belirsizlik nedeniyle birçok profesyonel zorlu bir dönem yaşamıştır. MFG'nin sağladığı maddi destek, bu kişilerin projelerini devam ettirmelerine, ekibin maaşlarını ödemelerine ve sektördeki faaliyetlerini sürdürmelerine yardımcı olmuştur (Baden Württemberg The Land, March 2020).

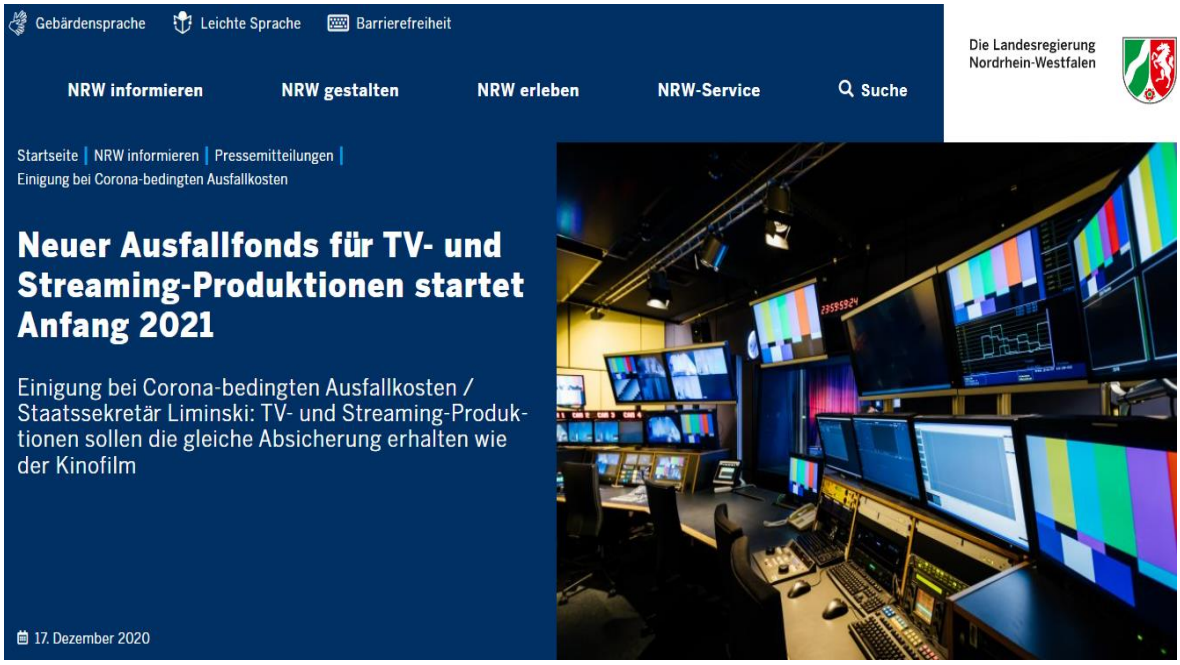
MFG'nin başlattığı yardım programı, sektördeki şirketlerin sürdürülebilirliğini desteklemiş ve iş gücünün korunmasına yardımcı olmuştur. Bu destek, küçük ölçekli bağımsız yapımcılardan büyük stüdyolara kadar geniş bir yelpazedeki işletmeleri kapsamıştır. Bu sayede, endüstrinin çeşitli seviyelerinde faaliyet gösteren pek çok kişi ve kuruluş, salgının etkilerini daha iyi yönetebilmiş ve sektörün sürdürülebilirliği için önemli bir adım atmıştır. MFG'nin bu yardım programı, sadece acil durumlar için maddi destek sağlamakla kalmamış, aynı zamanda medya endüstrisinin büyümesini ve gelişimini de desteklemiştir (Baden Württemberg The Land, March 2020).

Pandemi süreci, özel radyo yayıncılarının reklam gelirlerinde ani bir düşüşle sonuçlanarak, yayıncıların içerik kalitesi ve bilgi sağlama çabalarını olumsuz yönde etkilemiştir. Bu durum, özellikle özel radyo istasyonlarının topluma yönelik kaliteli programlar üretme ve doğru bilgi akışını sağlama çabalarını kısıtlamıştır. Alman hükümeti, bu zorlu durumda özel radyo yayıncılarının kamuoyunu bilgilendirme çabalarını sürdürebilmelerine yardımcı olmak amacıyla bir destek programı başlatmıştır. Bu kapsamda özel radyo istasyonlarına toplamda 20 milyon euroya kadar destek sağlamıştır (The Federal Government, June 2020).

Bu fon, özel radyo yayıncılarının içerik kalitesini artırmaları, daha kapsamlı ve bilgilendirici programlar üretmeleri, dinleyicilere doğru ve güvenilir bilgiyi ulaştırmaları için kullanılabilecek kaynakları içermiştir. Destek programı, özel radyo yayıncılarının reklam gelirlerindeki düşüşe karşı dirençlerini artırarak, böylece topluma doğru ve güvenilir bilgi sunma çabalarını sürdürmelerini teşvik etmeyi amaçlamıştır (The Federal Government, June 2020). Hükümet desteğiyle yayın kalitesinin korunması ve hatta iyileştirilmesi, halkın doğru bilgiye erişimini sürdürmesi için kritik bir önem taşımaktadır. Bu sayede özel radyo istasyonları, kamuya hizmet etme misyonlarını yerine getirmeye devam edebilirler.

Şekil 28

Almanya'da TV ve Yayın Üretimlerinde Covid-19 Kaynaklı Hasarlara Eyaletlerin Destek Sağlamasına İlişkin Haber



Almanya'da, Covid-19 kaynaklı TV ve yayın üretimlerinde oluşabilecek maddi zararları hafifletmek amacıyla "Üretim Durgunluğu Fonu" adında bir destek fonu oluşturulmuştur. Bu fon, federal eyaletlerin katkılarıyla desteklenmiştir ve prodüksiyon şirketlerine Covid-19 kaynaklı üretim kesintilerinden kaynaklanan zararları karşılamıştır. Fon, üretim sırasında ortaya çıkan Covid-19 kaynaklı hasarları karşılamıştır. Program, Covid-19 kaynaklı hasarların öngörülemeyen ve şirketlerin kontrolü dışında gerçekleşmesi durumunda uygulanmıştır. Fona katılan federal eyaletler, üretim şirketlerinin bu fon aracılığıyla zararlarını telafi etmelerine olanak tanımıştır (State Chancellery of North Rhine-Westphalia, December 2020).

Üretim şirketleri, Covid-19 kaynaklı hasarlar için başvurularını belirli tarihler arasında yapmışlardır ve bu süreler eyaletler arasında değişiklik göstermiştir. Fon, Almanya'da gerçekleşen Covid-19 kaynaklı hasarları kapsamıştır ve üretimlerin belirli bir aşamasında oluşan hasarları karşılamıştır. Her bir federal eyalet, toplam destek miktarını belirlemiş ve projelerin zararlarının belirli bir yüzdesini veya maksimum tutarı karşılamayı taahhüt etmiştir (State Chancellery of North Rhine-Westphalia, December 2020).

Şekil 29

Almanya'da Görsel-İşitsel Endüstriye Belirlenen Bütçeyi Aşarak 100 Milyon Euro Destek Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber



Almanya'da Covid-19 salgınının görsel-işitsel endüstri üzerindeki etkilerini hafifletmek amacıyla oluşturulan destek fonu, başlangıçta belirlenen bütçesini aşarak toplamda 100 milyon euroya yükseltilmiştir. Bu fon, film ve dizi sektöründeki zorluklarla mücadele eden sanatçılar, yapımcılar ve diğer endüstri profesyonellerine önemli bir destek sağlamayı hedeflemiştir. Salgın nedeniyle çekimlerin durması, prodüksiyonların ertelenmesi ve endüstrinin genelinde yaşanan belirsizlikler, birçok proje için ciddi zorluklar doğurmuştur. Almanya'daki destek fonu, bu zorluklarla başa çıkabilme ve projelerin devamını sağlayabilme amacı taşıyan bir girişim olarak öne çıkmıştır (Cineuropa, April 2021).

Fonun başlangıçta belirlenen bütçesinin aşılması, endüstrinin ihtiyaçlarının ne kadar büyük olduğunu ve destek talebinin yoğunluğunu göstermektedir. Bu ek kaynak, film ve dizi projelerini sürdürmekte zorlanan birçok yapımcıya ve sanatçıya umut vermiş ve sektördeki ekonomik darboğazı hafifletmeye yönelik bir çaba olarak karşımıza çıkmıştır. Destek fonunun yükselen bütçesi, çeşitli aşamalardaki projeleri kapsayacak şekilde planlanmıştır. Bu, hem prodüksiyon aşamasında olan projelere destek sağlama, hem de geliştirme

aşamasındaki yeni projelerin ortaya çıkmasını teşvik etme amacını taşımıştır (Cineuropa, April 2021).

Ayrıca, sanatçıların ve yapımcıların salgın nedeniyle kaybettikleri gelirleri telafi etmelerine yardımcı olacak maddi destekler de fonun kapsamına dahil edilmiştir. Almanya'da oluşturulan bu tür destek mekanizmaları, kültürel ve ekonomik açıdan kritik bir sektör olan görsel-işitsel endüstriye pandemi döneminde dayanıklılık kazandırmak adına kritik bir rol oynamıştır. Bu fon, salgının neden olduğu çeşitli zorluklara karşı sektörün direncini artırmak, projelerin devamlılığını sağlamak ve endüstrinin ekonomik sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla oluşturulmuştur (Cineuropa, April 2021).

Şekil 30

Almanya'da Televizyon Sektöründe Covid-19 Kaynaklı Üretim Güvencesi Sorununa İlişkin Haber

Film und Fernsehen

Das Corona-Glücksspiel

9. August 2022, 11:04 Uhr | Lesezeit: 4 min



Produktionen sind aufwendig durchgeplant. Für ausfallende Drehtage kommen schnell hohe fünf- bis sechsstellige Verlustsummen zusammen. (Foto: Harald Hordych/SZ)

Film- und Fernsehproduzenten leiden unter der Pandemie. Bislang gab es einen Ausfallfonds, doch der ist ausgelaufen. Was nun?

Almanya'da, Covid-19 pandemisinin sebep olduğu çekim aksaklıklarını karşılamak üzere kullanılan Üretim Durgunluğu Fonunun 30 Haziran 2022 tarihinde sona ermesi, film ve televizyon sektörünü olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Bu fon, devlet destekli bir sigorta

sistemi olarak hizmet vererek, pandemi kaynaklı üretim aksaklıklarını güvence altına almakta önemli bir rol oynamıştır. Ancak, bu fonun sona ermesi, geleneksel sigorta poliçelerinin Covid-19 kaynaklı aksaklıkları kapsamaması sebebiyle endişelere neden olmuştur (Southgerman Newspaper, August 2022).

Üretim Durgunluğu Fonunun sona ermesi, sektördeki profesyoneller gelecekteki film ve televizyon üretimlerini güvence altına almak adına yeni çözümlere ihtiyaç duyduklarını ifade etmişlerdir. Geleneksel sigorta poliçelerinin pandemi kaynaklı riskleri kapsamaması, bu alanda daha kapsayıcı ve esnek bir yaklaşımın benimsenmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda, sektörde oluşabilecek çekim aksaklıklarına karşı mali güvence sağlamak amacıyla alternatif bir sigorta veya destek mekanizması oluşturulması talep edilmiştir. Yeni bir modelin, özellikle pandemi benzeri olağanüstü durumları içeren, daha geniş bir risk yelpazesini kapsayacak şekilde tasarlanması gerekliliği vurgulanmıştır (Southgerman Newspaper, August 2022).

Almanya'nın medya, film ve televizyon endüstrilerini desteklemek amacıyla başlattığı destek programları, salgın sürecinde faaliyet gösteren kurumların iş sürekliliğini ve içerik kalitesini sürdürmelerine katkı sağlamış olduğu söylenebilir. Bu adımlar, Almanya'nın medya ve yayıncılık sektöründeki zorluklara karşı etkili bir ve kapsamlı bir yanıt verme çabasını yansıtmaktadır. Sektörün sürdürülebilirliği için yeni finansal destek modelleri ve pandemi kaynaklı risklere karşı esnek çözümler geliştirilmesi önem arz etmektedir.

3.1.8. Avusturya

Avusturya Hükümeti, Covid-19 salgınının neden olduğu zorlukları hafifletmek ve görsel-işitsel sektördeki projelerin devamlılığını sağlamak amacıyla çeşitli destek önlemleri almıştır. Bu kapsamda 25 milyon euroluk geri dönüş hibe fonu, özel corona yardım bütçesi, dizi yapımları için ayrılan özel yardım fonu ve Viyana Film Fonu tarafından sunulan ek çekim giderleri destek planı gibi önemli mekanizmalar devreye alınmıştır. Bu önlemler, projelerin ertelenmesi veya kesilmesi durumunda ortaya çıkan ek maliyetleri dengelemeyi ve görsel-işitsel projeleri güvence altına almaya yönelik geniş kapsamlı bir destek sağlamayı hedeflemiştir.

Şekil 31

Avusturya Hükümeti Görsel-İşitsel Sektöre 25 Milyon Euroluk Geri Dönüş Hibe Fonuyla Destek Vermesine İlişkin Haber



Covid-19 salgınının neden olduğu zorlukları hafifletmek ve görsel-işitsel sektördeki projelerin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla, Avusturya hükümeti tarafından 25 milyon euroluk bir "Geri Dönüş Hibe Fonu" oluşturulmuştur. Bu fon, sektörün karşılaştığı ekonomik zorluklarla başa çıkabilmesi için kapsamlı bir destek sağlamak üzere tasarlanmıştır. Fonun detayları arasında, proje maliyetlerinin yanı sıra çalışanların ücretlerini ve sigorta primlerini kapsayan geniş kapsamlı bir destek yelpazesi sunulmuştur (Cineuropa, June 2020).

Ayrıca, fonun başvuru süreci ve kriterleri, adil ve şeffaf bir dağıtımın sağlanmasına odaklanmıştır. Bu süreçte, ihtiyaç sahibi olan projelerin ve bireylerin fon kaynaklarından faydalanmasını sağlamak amacıyla titizlikle bir değerlendirme yapılması öngörülmüştür. Başvuruların değerlendirilmesi sürecinde, sektördeki çeşitli aktörlerin görüşleri ve ihtiyaçları dikkate alınmıştır. Fonun etkili bir şekilde kullanılması ve sektördeki çeşitli kesimlere adil bir şekilde dağıtılması sağlanmaya çalışılmıştır. Sektördeki paydaşların

katılımı, fonun ihtiyaç duyulan alanlara odaklanmasını ve gerçekten etkili olmasını sağlamıştır diyebiliriz (Cineuropa, June 2020).

Avusturya Hükümeti, kültürel ve sanatsal sektörlerin yanı sıra özellikle dizi yapımlarını desteklemeyi amaçlayan önemli bir girişimde bulunmuştur. Bu çerçevede, pandemi nedeniyle ertelenen veya kesilen dizi projelerinin yaşadığı zorlukları aşmalarına yardımcı olmak amacıyla özel bir Corona yardım bütçesi tahsis etmiştir. Bu özel bütçe, pandemi koşullarının neden olduğu ek mali zorlukları dengelemeyi ve aynı zamanda dağıtımcıların yaşadığı kayıpları telafi etmeyi hedeflemiştir (European Film Agency, July 2020).

Hükümet tarafından tahsis edilen 1 milyon euroluk Corona yardım bütçesi, özellikle dizi sektöründe yaşanan erteleme ve kesintilerin neden olduğu ek maliyetleri karşılamak üzere oluşturulmuştur. Bu fon, projelerin devam etmesine olanak tanıyarak, sektördeki potansiyel etkilenmeyi en aza indirmeyi amaçlamıştır. Bu sayede, ertelenen projelerin yeniden başlaması ve yeni projelerin hayata geçirilmesi için finansal bir destek sağlanarak sektörün canlanması hedeflenmiştir. Corona yardım bütçesi, Avusturya'nın dizi sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik kararlılığını yansıttığını söyleyebiliriz (European Film Agency, July 2020).

Avusturya Hükümeti, Covid-19 salgınının neden olduğu film ve televizyon prodüksiyonlarındaki kesinti ve gecikmelerle başa çıkabilmek amacıyla kurtarma paketi oluşturmuştur. Kurtarma paketi kapsamında her bir prodüksiyona tahsis edilen hibe miktarı maksimum 2.5 milyon euro olarak belirlenmiştir. Oluşturulan destek mekanizması, özellikle çekimlerin durması veya ertelenmesi nedeniyle karşılaşılan finansal zorlukları aşmaya yönelik olarak tasarlanmıştır (Film in Austria, June 2020).

Hibe miktarının belirlenmesinde, projenin büyüklüğü ve sektördeki genel ekonomik etkisi gibi faktörler dikkate alınmıştır. Bu yaklaşım, desteklenen projelerin hem bireysel hem de sektörel düzeyde etkin bir şekilde desteklenmesini sağlamak amacıyla benimsenmiştir. Öte yandan, projelerin salgın nedeniyle karşılaştığı özel zorluklar da değerlendirilerek, destek mekanizmasının etkili bir şekilde kullanılması hedeflenmiştir. Avusturya'nın bu kurtarma paketi, görsel-işitsel sektördeki paydaşlara detaylı bir mali destek sağlama çabasını yansıtmıştır (Film in Austria, June 2020).

Avusturya Film Enstitüsü ve Viyana Film Fonu, 15 Mart - 31 Aralık 2020 tarihleri arasında küresel Covid-19 salgını nedeniyle film endüstrisinde ortaya çıkan ek çekim

giderleri ve diğer zorluklarla başa çıkabilmek, aynı zamanda görsel-işitsel projelerin sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla bir destek paketi oluşturmuştur. Bu destek paketi, projelerin toplam maliyetinin %5 ile %10'u arasında değişen oranlarda destek sağlamayı hedeflemiştir (Austrian Film Institute, August 2021).

Fonun amacı özellikle Covid-19 salgınından kaynaklanan ekstra masrafları dengelemek, çekimlerin devamını sağlamak ve endüstri içindeki ekonomik zorluklarla başa çıkabilmek adına tasarlanmıştır. Destek paketi, prodüksiyon şirketlerine, yönetmenlere, yapımcılara ve diğer sektör paydaşlarına sağlanacak mali yardım ile sektördeki faaliyetleri devam ettirme ve istihdamı koruma konularına odaklanmıştır. Bu destek, çekim süreçlerinin aksamadan devam etmesini sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Bu girişim, film endüstrisinin uzun vadeli sürdürülebilirliğini garanti altına almayı ve sektördeki profesyonellerin ekonomik zorluklarla başa çıkmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır (Austrian Film Institute, August 2021).

Bu detaylı ve çeşitli destek önlemleri, Avusturya'nın görsel-işitsel sektördeki paydaşları koruma ve sürdürülebilirliği destekleme konusundaki kararlılığını ortaya koymaktadır. Covid-19 salgını nedeniyle ortaya çıkan zorluklarla etkili bir şekilde başa çıkabilmek için alınan bu önlemler, sektördeki projelerin devamını sağlamış, çalışanların güvencesini temin etmiş, sektörün krizden güçlenerek çıkmasına olanak tanımış ve genel olarak kültürel zenginliğin korunmasına katkıda bulunmuştur diyebiliriz.

3.1.9. Estonya

Görsel-işitsel sektörün pandemi sürecinde karşılaştığı zorlukları hafifletmek amacıyla Estonya'da birtakım destekler hayata geçirilmiştir. Baltık Film Ajansı'nın duyurduğu tazminat paketi ve Estonya Hükümeti'nin revize edilmiş bütçe stratejisi çerçevesinde artırılan finansal katkı ile görsel-işitsel sektöre yardımcı olunmaya çalışılmıştır. Bu destekler, Estonya Film Enstitüsü ve Estonya Kültür Bakanlığı işbirliğiyle gerçekleştirilerek, ülkenin görsel-işitsel endüstrisinin Covid-19 salgını sürecinde güçlenmesine katkı sağlamayı hedeflemiştir.

Şekil 32

Estonya Film Endüstrisine 800.000 Euroluk Destek Sağlanmasına İlişkin Haber



Baltık Film Ajansı, pandemi sürecinde görsel-işitsel sektördeki olumsuz etkileri hafifletmek ve Estonya'nın film ve dizi endüstrisini güçlendirmek amacıyla kapsamlı bir tazminat paketi duyurmuştur. Bu önemli destek, Estonya Film Enstitüsü (EFI) ve Kültür Bakanlığı işbirliğiyle titiz bir şekilde yürütülmüştür. Bu kapsamlı destek paketi, sadece sektördeki sorunlarla başa çıkma amacı taşımakla kalmayıp aynı zamanda uzun vadeli sürdürülebilirlik ve büyüme hedeflerine odaklanmıştır. Toplamda 800.000 euro'dan fazla maddi destek içeren bu paket, özellikle pandeminin sebep olduğu zorluklar nedeniyle üretimlerde yaşanan aksamaları aşmayı hedeflemiştir. Film ve dizi yapımcılarına, çekimlerin devam etmesi, projelerin tamamlanması ve sektördeki profesyonellerin istihdamının sürdürülebilir kılınması için önemli bir finansal güvence sunulmuştur (Cineuropa, May 2020).

Destek paketi, aynı zamanda Estonya'nın kültürel kimliğini ve sanatsal potansiyelini öne çıkarmayı amaçlamıştır. Yerel yeteneklere ve hikayelere odaklanarak, Estonya'nın görsel-işitsel sektöründe özgün ve nitelikli içeriklerin üretilmesine destek olmuştur. Bu girişim, sadece mevcut krize çözüm sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda Estonya'nın film ve dizi endüstrisinin uzun vadeli büyümesine katkıda bulunarak sektöre olan güveni

artırmayı amaçlamıştır. EFI ve Kültür Bakanlığı işbirliğiyle gerçekleştirilen bu destek paketi, görsel-işitsel sektördeki paydaşların bir araya gelerek sektörü daha dirençli ve sürdürülebilir hale getirme çabalarının bir örneği olarak değerlendirilebilir (Cineuropa, May 2020).

Estonya Kültür Bakanlığı, Covid-19 salgınının görsel-işitsel sektörü ciddi bir şekilde etkilediğinin farkında olarak, bu zorlukları hafifletmek ve sektörü canlandırmak amacıyla 1.3 milyon euroluk bir destek programını devreye almıştır. Bu destek programı, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren sanatçıları, kültür profesyonellerini ve işletmeleri destekleyerek, sektördeki ekonomik sıkıntıları azaltmayı ve yenilikçi çözümleri teşvik etmeyi hedeflemiştir. Bakanlık tarafından sağlanan destek, öncelikle yeni projelerin başlatılmasını teşvik etmek üzere kullanılmıştır. Bu projeler aracılığıyla, sanat ve kültür etkinliklerinin devam etmesi sağlanmaya ve sektöre yeni eserler kazandırılmaya çalışılmıştır. Ayrıca, dijital platformlarda gerçekleştirilen sanat etkinliklerine yönelik desteklerle, sanatın dijital dünyadaki varlığını güçlendirmek amaçlanmıştır (Film New Europe, May 2020).

Şekil 33

Estonya Hükümeti Tarafından Görsel-İşitsel Sektöre Ek 3 Milyon Euro Destek Verilmesine İlişkin Haber



Eylül 2020'de Estonya Hükümeti, ülkenin görsel-işitsel endüstrisini desteklemek amacıyla önemli bir duyuru yapmıştır. Bu duyuru, 2021-2024 yıllarını kapsayan revize edilmiş bütçe stratejisi çerçevesinde gerçekleşmiştir. Estonya Hükümeti, görsel-işitsel endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmak ve yeni film prodüksiyonlarına teşvik sağlamak amacıyla bütçe desteğini artırmıştır. Bu kapsamda, Estonya Film Enstitüsü (EFI), 2021 yılından itibaren ek 3 milyon euro daha alacak şekilde finansal destek almıştır. Bu ek fon, ülkedeki yeni film projelerinin üretimine yönelik yatırımları desteklemeyi hedeflemektedir. Ocak 2021 itibarıyla, Estonya Film Enstitüsü'nün toplam üretim fonu yılda 7 milyon euro seviyesine çıkmıştır (Cineuropa, October 2020). Estonya'nın bu hamlesi, ülkenin kültürel ve ekonomik açıdan çeşitlendirilmesine yönelik bir stratejinin parçası olarak görülebilir. Görsel-işitsel endüstrine yönelik olan yüksek miktardaki bu destek, ülkede film prodüksiyonlarını teşvik etmek ve yerel sanatçılara daha fazla fırsat sunmak için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Bu tür destekler, yerel yetenekleri ve yapımcıları teşvik ederek, Estonya'nın film endüstrisinin sürdürülebilir büyümesini sağlayabilir.

Tüm bu destek ve teşviklerin, Estonya'nın görsel-işitsel endüstrisinin pandemi sonrası toparlanmasına ve daha da güçlenerek ilerlemesine yönelik önemli bir adım olduğu değerlendirilebilir. Bu çabaların, sektördeki aktörlerin maddi ve moral motivasyonunu artırarak daha verimli çalışmalarına olanak sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, sağlanan desteklerin yeni projelerin başlatılmasını teşvik ederek sektördeki yenilikçiliği artırabileceği ve uluslararası alanda Estonya'nın görsel-işitsel sektörünün rekabet gücünü artırabileceği olası görülmektedir.

3.1.10. Macaristan

Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu (NMHH), Covid-19 salgını nedeniyle görsel-işitsel sektörde yaşanan ekonomik zorluklara karşı önlem almak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Bu destek mekanizmaları, televizyon ve radyo kuruluşlarına yönlendirilmiş olup reklam gelirlerindeki azalma, prodüksiyon maliyetlerindeki artış ve genel işletme giderlerindeki zorluklar gibi sektöre özgü sorunlara çözüm sağlamayı amaçlamıştır.

Şekil 34

Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumunun Reklam Geliri Kayıplarını Hafifletme Çabasına İlişkin Haber



NMHH Médiatanács: közel 125 millió forint helyi és körzeti tévéknek

2020. 03. 13. 15:00
Frenki

Hír-, közéleti és magazinműsorokat készíthetnek 124,5 millió forint pályázati forrásból helyi és körzeti televíziók a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) Médiatanácsának legutóbbi döntése szerint. Több mint másfélszeresére nőtt a Duna TV műsoraiban a szponzorüzenetek száma egy a testület által elfogadott tanulmány szerint.

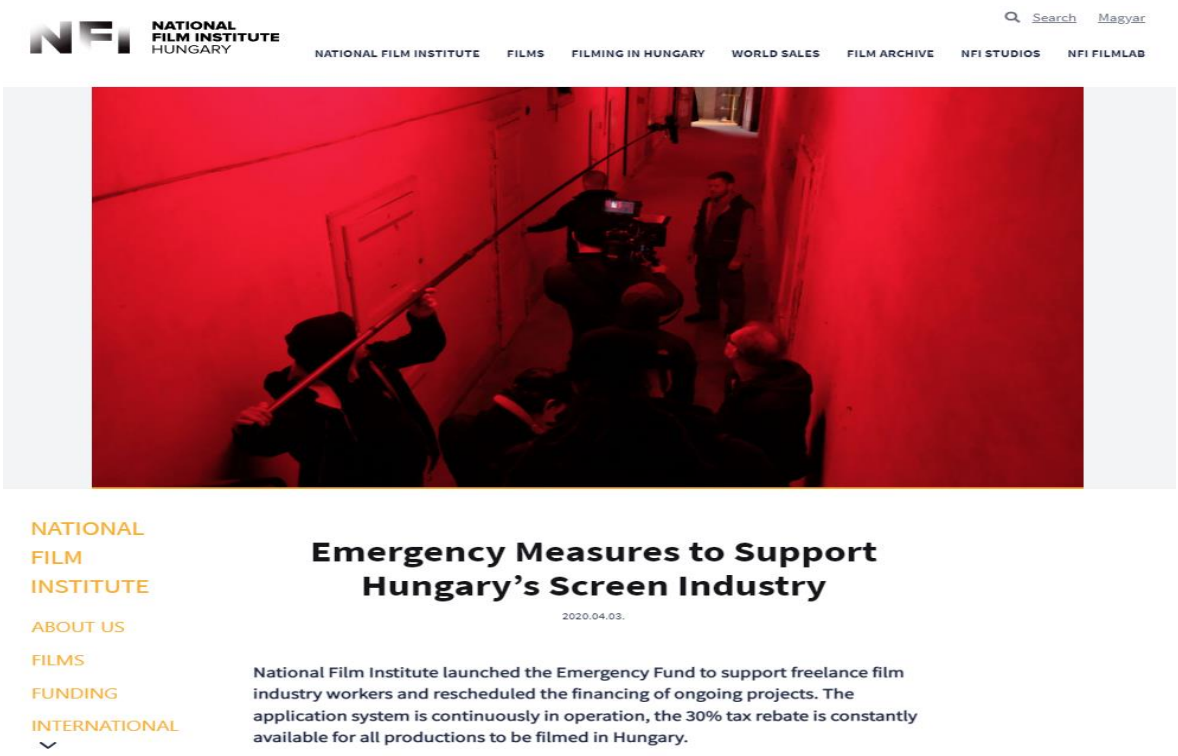
Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu (NMHH), medya sektöründe faaliyet gösteren yerel ve bölgesel televizyon istasyonlarının karşılaştığı reklam geliri kayıplarını azaltmak ve finansal sürdürülebilirliklerini korumak amacıyla kapsamlı bir destek programı başlatmıştır. Bu stratejik adım, sektördeki ekonomik zorlukları aşmak ve medya kuruluşlarının reklam gelirlerindeki azalmalardan kaynaklanan etkileri en aza indirmek için atılmıştır. NMHH, bu amaç doğrultusunda, bölgesel ve yerel medya kuruluşlarının finansal sürdürülebilirliklerini korumak için 124,5 milyon HUF (Macar Forinti) değerinde bir fon sağlama kararı almıştır. Bahsedilen fon, özellikle reklam gelirlerindeki azalmalarla başa çıkabilmek, sektördeki ekonomik dengesizlikleri dengelemek ve medya kuruluşlarının daha dirençli hale gelmelerini desteklemek amacıyla oluşturulmuştur (National Media and Infocommunications Authority, March 2020).

NMHH'nin bu fonu, yerel medya kuruluşlarının işlerini sürdürmelerine yardımcı olmak ve yayın hizmetlerini etkileyen ekonomik zorlukları en aza indirmek için bir kaynak sağlamaktadır. Bu destek, medya sektöründeki ekonomik zorluklara duyarlılık gösteren NMHH'nin, yerel ve bölgesel televizyon istasyonlarının reklam gelirlerindeki azalmaların

etkilerini hafifletme çabalarının somut bir ifadesidir. NMHH'nin bu girişimi, medya çeşitliliği ve yerel haber sağlayıcılarının sürdürülebilirliği açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. NMHH'nin bu girişimi, medya çeşitliliği ve yerel bilgi akışının sürdürülebilirliği açısından önemli bir adım olarak değerlendirilebilir (National Media and Infocommunications Authority, March 2020).

Şekil 35

Macaristan Film Endüstrisine Acil Durum Fonu ve %30 Vergi İndirimi Uygulamasına İlişkin Haber



Macaristan Ulusal Film Enstitüsü (NFI), 2020'nin Nisan ayında, Covid-19 salgınının film endüstrisini olumsuz etkilediği dönemde, görsel-işitsel sektöre destek sağlamak amacıyla Acil Durum Fonu'nu başlatmıştır. Bu fon, Ulusal Film Enstitüsü tarafından oluşturulmuş olup, pandeminin sebep olduğu prodüksiyon kapanmaları ve ertelenen çekimler nedeniyle doğrudan etkilenen serbest film endüstrisi çalışanlarına kısa vadeli finansal destek sağlamayı hedeflemiştir. Başlangıçta 50 milyon Macar Forinti (HUF) tutarında olan bu fon, endüstri içindeki zorlu koşulları hafifletmeye yönelik bir adım olarak atılmıştır (National Film Institute Hungary, April 2020).

Ayrıca, Macaristan Hükümeti tarafından alınan bir diğer önemli karar ise ülkede çekilecek tüm yapımlar için %30 vergi indirimi uygulamasına başlanmıştır. Bu vergi indirimi, film yapımcılarına maliyetlerini azaltma ve projelerini daha ekonomik hale getirme fırsatı sunarak, yerel film endüstrisinin canlanmasına katkı sağlamayı amaçlamıştır. Teşvik önlemleri, hem yerel film yapımcılarını destekleyerek sektördeki faaliyetleri canlandırmayı hem de Macaristan'ı uluslararası film çekimleri için cazip bir yer haline getirmeyi hedeflemiştir. Bu kapsamlı destek önlemleri, pandemi döneminde film endüstrisinin ayakta kalabilmesi ve gelecekte güçlenmesi için önemli adımlar olarak değerlendirilebilir (National Film Institute Hungary, April 2020).

Şekil 36

Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu Tarafından Covid-19 Salgınında Görsel-İşitsel Sektöre 115,4 Milyon HUF Destek Fonu Tahsis Edilmesine İlişkin Haber



Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu (NMHH), Covid-19 salgını döneminde görsel-işitsel sektördeki ekonomik zorlukları hafifletmek amacıyla önemli adımlar atmıştır. NMHH, bu çerçevede, Medya Konseyi aracılığıyla hayata geçirilen bir fonla, toplamda 115,4 milyon HUF miktarında kaynak tahsis etmiştir. Bu destek fonu,

özellikle salgın koşullarının etkisi altındaki medya kuruluşlarına finansal destek sağlamayı hedeflemiştir. Fon, 8 televizyon ve 11 radyo kuruluşuna yönlendirilmiştir. Özellikle, medya sektöründeki ekonomik zorluklara odaklanarak, reklam gelirlerindeki azalma, prodüksiyon maliyetlerindeki artış ve genel işletme giderlerindeki zorluklar gibi sektöre özgü sorunlara çözüm sağlamayı amaçlamıştır (National Media and Infocommunications Authority, April 2020).

Özellikle reklam gelirlerindeki düşüş, birçok medya kuruluşunun gelir kaynaklarında ciddi bir azalmaya neden olmuştur. Aynı zamanda, prodüksiyon maliyetlerindeki artışlar, işletmelerin karşılaştığı ek mali baskıları daha da artırmıştır. NMHH'nin bu girişimi, medya sektörünün sürdürülebilirliğini desteklemek ve salgın koşullarında faaliyet gösteren kuruluşlara yardım eli uzatmak açısından önemli bir adım olarak değerlendirilebilir (National Media and Infocommunications Authority, April 2020).

Şekil 37

Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu Tarafından Görsel-İşitsel Medya Sektörüne 110 Milyon HUF Destek Verilmesine İlişkin Haber



Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu (NMHH), koronavirüs salgınının görsel-işitsel medya sektörüne etkisini hafifletmek ve teknik gelişim projelerine destek

sağlamak amacıyla toplamda 110 milyon HUF daha fon ayırmıştır. NMHH'nin bu fonu, özellikle televizyon ve radyo yayıncılığı alanlarında faaliyet gösteren medya kuruluşlarını desteklemek amacıyla ayrılmıştır. Fonun dağıtımında, televizyon istasyonlarına beş milyon HUF, radyo istasyonlarına üç milyon HUF ve kırsal bölgelerde faaliyet gösteren küçük radyo istasyonlarına ise bir milyon HUF'a kadar destek sağlanmıştır (National Media and Infocommunications Authority, May 2020).

Televizyon istasyonları için ayrılan fon, özellikle prodüksiyon maliyetleri, içerik üretimi ve teknik altyapı güçlendirme gibi alanlarda destek sağlamayı amaçlamıştır. Radyo istasyonları için ayrılan destek, dijitalleşme süreçlerine uyum ve program çeşitliliğinin sürdürülebilirliği gibi konulara odaklanmıştır. Kırsal bölgelerde faaliyet gösteren küçük radyo istasyonlarına yönelik destek ise bu bölgelerde medya çeşitliliğinin ve yerel bilgi akışının devamlılığını sağlamayı hedeflemiştir (National Media and Infocommunications Authority, May 2020).

Yukarıda bahsedilen tedbirler ve destek mekanizmaları, Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumunun Covid-19 salgınının neden olduğu ekonomik zorluklara karşı duyarlı bir yaklaşım sergileyerek, görsel-işitsel sektörün sürdürülebilirliğini koruma amacına yönelik çabalarını yansıtmaktadır. Bu destek mekanizmaları, yerel ve bölgesel televizyon istasyonlarından küçük radyo istasyonlarına kadar geniş bir yelpazedeki medya kuruluşlarına odaklanarak, sektördeki ekonomik dengesizlikleri azaltma hedefini taşıdığını ifade edebiliriz. Bu çabalar, medya çeşitliliğinin ve yerel bilgi akışının devamını sağlamak adına potansiyel bir kilit rol oynayabilir ve sektördeki paydaşlara güçlü bir destek sunma olasılığını beraberinde getirebilir.

3.1.11. İrlanda

İrlanda'nın görsel-işitsel medya sektörünü desteklemek amacıyla birtakım destekler hayata geçirilmiştir. İrlanda'nın film, televizyon ve animasyon endüstrisinin ulusal organı olan İrlanda Ekran Kurulu, Covid-19 pandemisi sırasında sektördeki zorluklarla başa çıkma ve istikrarı koruma amacıyla finansal destek sağlamıştır. Covid-19 salgını sırasında görsel-işitsel sektöre sağlanan 4.25 milyon euro finansman, İrlanda Ekran Kurulunun 2021 yılı sermaye bütçesinde %52'lik bir artış yapılması ve 1 milyon euro değerindeki Covid-19 Üretim Fonu gibi desteklerle medya sektörüne yardımcı olunmaya çalışılmıştır.

Şekil 38

İrlanda Ekran Kurulu Tarafından Covid-19 Krizi Sırasında Film ve Televizyon Endüstrisine 4.25 Milyon Euroluk Destek Verilmesine İlişkin Haber

Screen Ireland Gives $4.6 Million to COVID-19 Support Measures

Screen Ireland has given several support initiatives a $4.6 million boost amid the COVID-19 crisis.

BY ALEX RITMAN APRIL 17, 2020 8:04AM



COURTESY OF SUNDANCE INSTITUTE

Screen Ireland has unveiled an enhanced round of support measures totaling 4.25 million euros ($4.6 million) to assist the Irish film and TV industry during the coronavirus crisis.

İrlanda'nın film, televizyon ve animasyon endüstrisinin ulusal organı olan İrlanda Ekran Kurulu (IE), Covid-19 krizi sırasında film ve televizyon endüstrisine destek olmak amacıyla 4.25 milyon euro (yaklaşık 4.6 milyon dolar) tutarında bir finansman sağlamıştır. Bu önemli destek, endüstri aktörlerinin kriz sırasında karşılaştığı çeşitli zorluklarla başa çıkma, üretim süreçlerini sürdürme ve sektörde istikrarı koruma amacını taşımıştır. İrlanda Ekran Kurulu tarafından sağlanan bu finansman, kültürel ve ekonomik açıdan kritik bir öneme sahip olan film, televizyon ve animasyon endüstrilerinin koronavirüs zamanında ayakta kalmasına ve toparlanmasına katkıda bulunmuştur (The Hollywood Reporter, April 2020).

Bu tür destekler, yerel film ve televizyon endüstrilerinin sadece sanatsal açıdan değil, aynı zamanda ekonomik anlamda da sürdürülebilirliğini sağlama konusunda kritik bir rol oynamaktadır. İrlanda'nın bu girişimi, sektörde faaliyet gösteren profesyonellerin ve yapımcıların finansman ihtiyaçlarını karşılamak, projeleri devam ettirmek ve istihdamı sürdürmek adına önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Bu destekler, endüstrinin

gelecekteki projelerini teşvik ederek yerel kültürel mirasın korunmasına da katkıda bulunabilir. Ayrıca, ulusal düzeyde sağlanan finansmanlar, uluslararası rekabet avantajı sağlamak ve ülkenin film ve televizyon endüstrisini küresel ölçekte daha rekabetçi hale getirmek için stratejik bir araç olarak kullanılabilir (The Hollywood Reporter, April 2020).

İrlanda Ekran Kurulu, 29 Haziran'da yeni çekim yönergelerinin uygulanmasıyla ilişkili ek üretim maliyetlerini kısmen dengelemek için tasarlanan 1 milyon Euro tutarında yeni bir Covid-19 Üretim Fonu başlatmıştır. Söz konusu fon, film ve televizyon endüstrisinde faaliyet gösteren yapımcılara mali destek sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Yeni çekim yönergelerinin uygulanmasıyla birlikte ortaya çıkan ekstra maliyetlerin karşılanması ve endüstrinin canlılığının sürdürülmesi hedeflenmektedir. Bu fon, projelerin devam edebilirliğini destekleyerek sektördeki olumsuz etkileri en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Screen Ireland, June 2020).

Şekil 39

İrlanda'da Medya Sektörüne Yönelik Yeni Teşvik Paketinin Duyurulmasına İlişkin Haber



İrlanda Ekran Kurulu, İrlanda Turizm, Kültür, Sanat, Gaeltacht, Spor ve Medya Bakanı Catherine Martin'ın açıkladığı destekleri büyük bir memnuniyetle karşılamıştır. Bakan Martin, temmuz teşvik paketi kapsamında sektöre yönelik 10 milyon euro

değerindeki Performans ve Prodüksiyon Destek Paketi'ni duyurarak, bu alandaki potansiyeli daha da güçlendirmeyi amaçladığını belirtmiştir. Söz konusu destek paketinin yarısı, yani 5 milyon euro, görsel-işitsel sektöre yönlendirilmiştir. Bu, sinema, televizyon, dijital içerik ve diğer görsel-işitsel üretim alanlarında faaliyet gösteren işletmelere ve sanatçılara önemli bir mali destek sağlamayı hedeflemektedir. Ayrıca, TV Drama finansmanına ek olarak 3 milyon euro daha eklenmiştir (Scannian Irish For Movies, July 2020).

Bu adım, televizyon drama üretimlerinin desteklenmesi ve çeşitlendirilmesi açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Ülkenin televizyon endüstrisinin ulusal ve uluslararası düzeyde rekabetçiliğini artırmayı hedefleyerek, sektörde yeni ve çeşitli projelere olanak sağlamayı amaçlamaktadır. Bu destekler, İrlanda'nın sanat, kültür ve medya sahnesini daha da zenginleştirmeyi ve bu alanlarda istikrarlı bir büyüme sağlamayı amaçlayan kapsamlı bir stratejinin bir parçası olarak görülmektedir (Scannian Irish For Movies, July 2020).

Şekil 40

İrlanda Ekran Kuruluna Yapılan %52'lik Bütçe Artışına İlişkin Haber



İrlanda Turizm, Kültür, Sanat, Gaeltacht, Spor ve Medya Bakanı Catherine Martin, İrlanda Ekran Kurulunun 2021 yılı sermaye bütçesini duyurarak kurumun güçlü finansal destek aldığını belirtmiştir. Yapılan açıklamaya göre, İrlanda Ekran Kurulunun 2021 sermaye bütçesi 26,2 milyon Euro olmuş, bu da 2020 yılına kıyasla %52'lik bir artışı ifade etmektedir. Bu artışın, İrlanda'nın film ve televizyon endüstrisinin büyümesine yönelik sağlanan önemli bir finansal destek olduğu vurgulanmıştır. Açıklamada, sadece sermaye bütçesi değil, aynı zamanda İrlanda Ekran Kurulunun toplam bütçesinin de gözle görülür bir şekilde yükseldiği belirtilmiştir. İdari maliyetler ve diğer harcamaları içeren toplam bütçe, 2021 yılında 30,09 milyon Euro'ya ulaşmıştır. Bakan Martin, bu finansal artışın kültürel ve sanatsal projelerin desteklenmesi, film ve televizyon endüstrisinin güçlendirilmesi açısından önemli bir adım olduğunu ifade etmiştir. İrlanda Ekran Kurulunun bu bütçe artışıyla daha fazla projeye katkı sağlaması ve sektördeki potansiyeli arttırması beklenmektedir (Cineuropa, October 2020).

Covid-19 krizi sırasında sağlanan finansal destekler, endüstrinin krizle mücadelesine ve toparlanmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Bu desteklerin, İrlanda'nın film, televizyon ve animasyon endüstrisinin ulusal düzeyde güçlenmesine ve sürdürülebilir bir şekilde büyümesine yardımcı olması beklenmektedir. Desteklerin devam etmesi, İrlanda'nın kültürel ve ekonomik açıdan önemli bir sektörü olan görsel-işitsel medya sektörünün daha da gelişmesine yardımcı olabilir.

3.1.12. İtalya

İtalya Hükümeti, dünya genelinde etkisini sürdüren pandemi krizinin olumsuz etkilerini hafifletmek ve ülkenin kültürel mirası olan film ve televizyon sektörüne yardımcı olmak gayesiyle birtakım destekler sağlamıştır. Bu destekler, pandemi krizinin neden olduğu zorlukları hafifletmek ve görsel-işitsel sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla tasarlanmıştır.

Şekil 41

İtalya İletişim Garantileri Kurumunun İletişim Endüstrisi Katkı Payı Ödemelerini Ertelemesine İlişkin Haber



İtalya'da iletişim endüstrilerinin düzenleyici otoritesi olan İletişim Garantileri Kurumu (AGCOM), Covid-19 salgınının neden olduğu istisnai koşulların etkisiyle 2020 yılı için ödenmesi gereken katkı paylarında nefes aldıracak bir karar almıştır. Elektronik haberleşme ve medya hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlara yönelik bu karar, özellikle kurum cirosu 50.000.000,00 euroya eşit veya daha az olan şirketleri kapsamıştır. AGCOM'un aldığı karara göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşların 1 Nisan 2020 tarihinde ödemesi gereken katkı paylarını 15 Haziran 2020'ye kadar erteleme olanağı sağlamıştır. AGCOM'un bu kararı, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri destekleme amacını taşımıştır. Özellikle, erteleme sürecinin 15 Haziran 2020'ye kadar uzatılması, şirketlere bu dönemi daha dikkatli bir mali planlama ile yönetme imkanı sunarak, uzun vadeli sürdürülebilirliklerini koruma konusunda bir destek sağlamayı hedeflemiştir (Authority for Communications Guarantees, March 2020).

AGCOM'un aldığı bu tedbir, pandemi koşullarının neden olduğu belirsizlik ve zorluklarla başa çıkma adına sektöre yönelik bir destek olarak değerlendirilmektedir. Bu süre

zarfında, şirketler pandeminin neden olduğu belirsizliklerle mücadele ederken, finansal olarak daha esnek bir yapıya sahip olma imkanı bulmuşlardır. Bu kararın, pandemi nedeniyle sektörde yaşanan belirsizliklerle başa çıkma amacını taşıdığı gibi, aynı zamanda işletmelerin likidite sorunlarıyla mücadele edebilmelerine ve faaliyetlerini sürdürebilmelerine olanak tanıması beklenmektedir (Authority for Communications Guarantees, March 2020).

Şekil 42

Covid-19 Film ve TV Acil Yardım Fonuyla İtalyan Görsel-İşitsel Endüstrisine Netflix'ten 1 Milyon Euro Destek Sağlanmasına İlişkin Haber

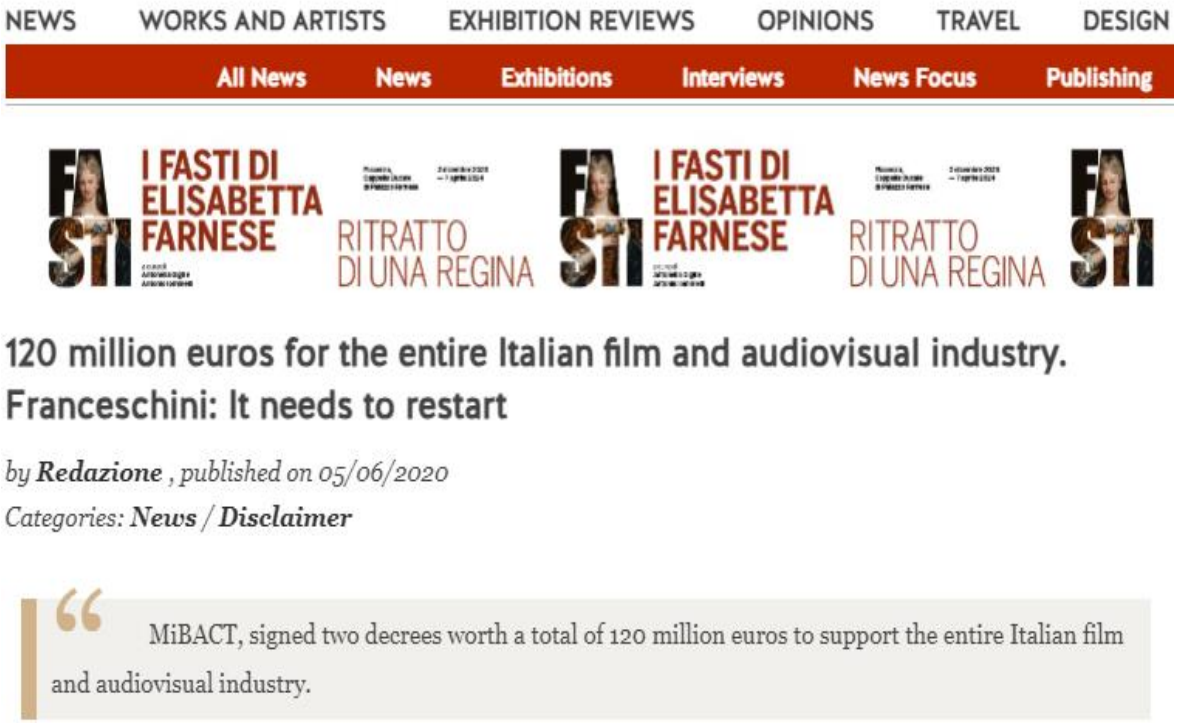


2 Nisan 2020 tarihinde, İtalyan Film Komisyonları ile Netflix işbirliğinde, Covid-19 salgını kaynaklı ekonomik zorluklarla başa çıkmak adına "Covid-19 Film ve TV Acil Yardım Fonu" oluşturulmuştur. Netflix, bu fonun etkin bir yönetimini sağlamak ve İtalyan Film Komisyonlarına destek olmak amacıyla 1 milyon euro tahsis etmiştir. Netflix'in İtalyan Film Komisyonlarına yönlendirdiği 1 milyon euro, sektördeki ekonomik kayıpları azaltmanın yanı sıra, kültürel açıdan önemli olan film ve televizyon projelerinin sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlamıştır (Netflix, April 2020).

Fon, İtalyan Film Komisyonları aracılığıyla sektörde faaliyet gösteren birçok paydaşa maddi destek sağlamıştır. Bu destek, yapımcılara, yönetmenlere, oyunculara ve diğer endüstri profesyonellerine ekonomik bir nefes alma imkanı sunarak, salgının sektöre olan olumsuz etkilerini hafifletmeyi amaçlamıştır. Ayrıca, fonun kullanımıyla birlikte, kültürel açıdan önemli olan projelerin sürdürülebilirliği ve devamlılığı da gözetilmiştir (Netflix, April 2020).

Şekil 43

İtalya'nın Görsel-İşitsel Sektörüne 120 Milyon Euro Destek Verilmesine İlişkin Haber



İtalya'da faaliyet gösteren görsel-işitsel sektörü desteklemek amacıyla, Kültürel Miras, Faaliyetler ve Turizm Bakanı tarafından iki önemli kararname imzalanmıştır. Bu kararnameler, Covid-19 salgınının sektör üzerindeki etkilerini hafifletmeyi ve İtalyan görsel-işitsel endüstrisinin hem ekonomik hem de kültürel açıdan sürdürülebilir bir şekilde güçlenmesini hedeflemiştir. İlk olarak, bakanlık tarafından alınan kararname ile 80 milyon euro değerinde bir destek paketi oluşturulmuştur. Bu destek, özellikle Covid-19 salgınından doğrudan etkilenen sinema, televizyon ve diğer görsel-işitsel üretim alanlarında faaliyet gösteren şirketlere yönelik olmuştur. Bu kaynak, yapımcılara ve sanatçılara mali destek

sağlamak, film ve televizyon projelerinin üretimini teşvik etmek, endüstri profesyonellerinin istihdamını korumak amacıyla kullanılmıştır (Ministry of Culture, June 2020).

İkinci olarak, bakanlık tarafından imzalanan diğer bir kararname ise 40 milyon euro değerinde bir kaynağı kültürel mirasın korunması ve dijitalleştirilmesi için ayırmıştır. Bu fon, özellikle dijitalleşme süreçlerine yatırım yaparak, İtalya'nın zengin kültürel mirasını koruma ve gelecek nesillere aktarma amacını taşımıştır. Ayrıca, bu kaynak, sanat ve kültür alanındaki dijital girişimcileri destekleyerek, sektörde inovasyonu teşvik etmeyi amaçlamıştır. Bu kararnameler, İtalyan görsel-işitsel sektörünü koruma ve güçlendirme konusunda önemli adımlar atmayı hedeflemekte olup, sektördeki paydaşlara mali destek ve dijitalleşme imkanları sunarak, Covid-19 salgınının etkilerini en aza indirmeyi hedeflemiştir (Ministry of Culture, June 2020).

İtalya Hükümeti, Ocak 2021'de alınan kararla birlikte, pandemi krizinden olumsuz etkilenen film ve televizyon sektörüne yönelik 640 milyon euroluk (775 milyon dolarlık) bir destek paketi oluşturmuştur. Bu desteklerin detaylarına baktığımızda, televizyon sektörüne yönelik olarak 110 milyon euro tahsis edilmiştir. Film dağıtımcılarına 25 milyon euroluk destek sağlanmış ve devlet film kuruluşu Cinecitta Işık Enstitüsüne 35 milyon euro bağışlanmıştır. Bu adım, sektördeki krizi aşma çabalarına katkıda bulunmayı amaçlamıştır (Ministry of Culture, January 2021).

Bununla birlikte, yardım fonu tarafından desteklenen %40 vergi indirimi, film ve televizyon üretimine yönelik ekonomik canlanmayı hedeflemiştir. Bu vergi indirimi, sektörde faaliyet gösteren firmalara mali destek sağlamıştır. Üretim şirketleri, vergi avantajlarından faydalanarak projelerini daha uygun maliyetlerle gerçekleştirebilmiş ve yeni içeriklerin üretilmesi teşvik edilmiştir. Bu uygulama, sektördeki ekonomik darboğazın aşılmasına katkı sağlayarak işletmelerin sürdürülebilirliğini artırmıştır. Bu sayede, film ve televizyon projeleri aracılığıyla kültürel çeşitliliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması sağlanmıştır (Ministry of Culture, January 2021).

Şekil 44

İtalya'nın Film ve Televizyon Endüstrisine Yönelik 775 Milyon Dolarlık Yardım Fonu Sağlanmasına İlişkin Haber



İtalya'nın film ve televizyon endüstrisindeki zorluklarla başa çıkma çabalarına destek olmak amacıyla duyurulan 775 milyon dolarlık yardım fonu, sektördeki paydaşlar arasında memnuniyetle karşılanmıştır. Özellikle küresel pandeminin etkisiyle birlikte, endüstri genelinde gelirlerde düşüşler yaşanmıştır. Sektördeki birçok proje, finansal kısıtlamalardan kaynaklanan zorluklarla karşılaşmış, bu da üretkenliği ve pojelerin devamını tehdit etmiştir (Variety, January 2021).

Hükümet tarafından sağlanan bu finansal destek, sektördeki sürdürülebilirliği artırmaya ve rekabet gücünü güçlendirmeye yönelik stratejik bir adım olarak değerlendirilmiştir. Bu fon, film ve televizyon projelerinin üretim süreçlerini destekleyerek sektördeki ekonomik canlanmaya katkıda bulunmuş ve iş gücünü korumuştur. Aynı zamanda, endüstrinin dijital dönüşümüne ayak uydurabilmesi için yapılan yatırımlar, sektördeki paydaşların teknolojik altyapılarını güçlendirmelerine olanak tanıyarak uzun vadeli sürdürülebilirliği desteklemiştir. Ayrıca, fonun sektöre olan etkilerinin sadece ekonomik bir canlanma ile sınırlı kalmayacağı, aynı zamanda kültürel mirası koruma, sanatsal çeşitlilik ve endüstri standartlarının yükseltilmesi gibi alanlarda da olumlu katkılar sağlaması beklenmektedir (Variety, January 2021).

Bu desteklerin, İtalya'nın görsel-işitsel sektörünün korunmasına yönelik önemli girişimler olduğunu söyleyebiliriz. Hükümetin gösterdiği bu çaba, pandemi koşullarında zarar gören film ve televizyon sektörünün toparlanmasına katkı sağlayarak, ülkenin sanatsal zenginliğini ve kültürel çeşitliliğini güvence altına almaya yönelik adımlar olarak değerlendirilebilir.

3.2. Türkiye'nin Tedbirleri ve Sağladığı Destekler

Covid-19 salgını sürecinde Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörü de olumsuz yönde etkilenmiş ve bu duruma yönelik çözümler aranmıştır. Salgın döneminde ekonomik sıkıntılarla boğuşan medya sektörü, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından alınan kararlarla desteklenmeye çalışılmıştır. Toplamda 1793 medya hizmet sağlayıcı kuruluşun ödeyeceği ticari iletişim gelirlerinden kaynaklı Üst Kurul payları, ekonomik zorluklarla mücadele eden medya sektörüne destek olmak amacıyla 3 aylık bir süre için ertelenmiştir. Öte yandan, medya hizmet sağlayıcılarına belirli dokümanların gönderim sürelerinin uzatılması gibi önlemlerle görsel-işitsel medya sektörü desteklenerek, ekonomik sıkıntılarla mücadelede bir katkı sunulmaya çalışılmıştır.

Şekil 45

Medya Sektörüne Ekonomik Destek Sağlamak Amacıyla Ticari İletişim Gelirlerinden Kaynaklı RTÜK Üst Kurul Paylarının 3 Ay Ertelemesine İlişkin Haber



Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun olağan toplantısında alınan karara göre, 1793 medya hizmet sağlayıcı kuruluşun ödeyeceği ocak, şubat, mart aylarına ait ticari iletişim gelirlerinden kaynaklı Üst Kurul payları, 3 aylık dönem için ertelenmiştir. Bu karar, Covid-19 salgını nedeniyle ekonomik sıkıntılarla mücadele eden karasal yayıncılara yönelik bir destek mekanizması olarak uygulamaya konulmuştur (Kalyoncuoğlu, Anadolu Ajansı, Nisan 2020).

RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin, yaptığı açıklamada, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan liderliğindeki ekonomik desteklere RTÜK olarak katkı sağladıklarını belirtmiştir. Şahin, medya sektörünün fedakarca hizmet verdiğini ve toplumun bilinçlenmesine önemli katkılar sağladığını vurgulayarak bu sektörün desteklenmesinin RTÜK'ün sorumluluğu olduğunu ifade etmiştir. Ödemelerin ertelenmesiyle ilgili alınan kararın, özellikle yerel ve ulusal radyo-televizyon kuruluşlarına nefes aldıracak bir önlem olduğunu belirten Şahin, salgın döneminde medya sektöründe çalışan meslektaşların işlerini kaybetme riskini en aza indirmeyi amaçladıklarını ifade etmiştir. Ayrıca, bu kararın sektördeki istihdamı destekleyerek ekonomik etkileri en aza indirme hedefine yönelik bir adım olduğunu söylemiştir. Kurul üyelerinin oy birliğiyle alınan bu karara imza atanlara teşekkür eden Şahin, RTÜK'ün medya sektörüne olan desteğini sürdüreceğini belirtmiştir (Kalyoncuoğlu, Anadolu Ajansı, Nisan 2020).

Şekil 46

RTÜK'ün Pandemi Nedeniyle Yayıncılara Ek Süre Tanımasına İlişkin Haber



Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), pandemi sürecinin olumsuz etkilerini hafifletmek amacıyla, medya hizmet sağlayıcı kuruluşların Üst Kurula iletmekle yükümlü oldukları "yeminli mali müşavir raporu" ile "bilanço ve gelir tablosu" evraklarının gönderim süresini 30 Eylül 2020 tarihine kadar ertelemiştir. Daha önce yayıncıların ödemekle sorumlu oldukları ticari iletişim gelirlerinden kaynaklı Üst Kurul paylarını da 3 ay erteleyen RTÜK, bu yeni düzenleme ile medya hizmet sağlayıcılarına ek bir kolaylık daha sağlamıştır. Bu kapsamda, medya hizmet sağlayıcıların ticari iletişim gelirlerinin ve Üst Kurul paylarının kanun ve yönetmeliklere uygun şekilde beyan edilip edilmediğinin denetimi ve kontrolü amacıyla düzenlenen belgelerin iletimi için tanınan süre, sadece 2020 yılı için geçerli olmak üzere uzatılmıştır. Bu karar, Üst Kurulun pandeminin negatif ekonomik etkilerini azaltmak ve yayıncıları desteklemek amacıyla aldığı bir önlem olarak değerlendirilebilir (Kalyoncuoğlu, Anadolu Ajansı, Haziran 2020).

Bu çeşitli önlemler ve destek mekanizmaları, Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörünü Covid-19 salgınının olumsuz etkilerinden korumak ve ekonomik sıkıntılarla başa çıkabilmesine destek olmak adına atılmış önemli adımlar olarak değerlendirilebilir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun aldığı destekleyici kararlar, medya sektörüne ekonomik destek sağlama amacı gütmüş ve bu zorlu süreçte sektörün dayanıklılığını artırmaya yönelik bir adım olarak ön plana çıkmıştır. Bu çabalar, salgın döneminde medya sektörünün karşılaştığı zorluklara karşı bir dayanışma ve destek örneği sunmaktadır.

3.3. Türkiye'nin Gelecekteki Olası Salgınlar ve Krizler İçin Görsel-İşitsel Medya Sektörüne Yönelik Uygulanabilir Tedbirler ve Destekler

Salgın ve kriz dönemlerinde medya sektörü, topluma doğru ve güvenilir bilgi akışını sağlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Avrupa'nın pandemiyle mücadelede görsel-işitsel medya sektörünü desteklemek için benimsediği önlemler, Türkiye'nin benzer zorluklarla karşılaştığı durumlarda rehber olabilir. Bu kapsamda, Türkiye'nin gelecekteki salgınlar ve krizler için hazırlıklı olması adına görsel-işitsel medya sektörüne yönelik çeşitli uygulanabilir tedbirler ve desteklerin hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin Avrupa'daki benzer uygulamalardan öğrenerek kendi koşullarına uygun stratejiler geliştirmesi önemlidir. Bu noktadan hareketle, Avrupa'daki iyi uygulama örneklerini, Türkiye'de nasıl uygulamaya koyabileceğimiz konusuna odaklanılmış ve çeşitli perspektiflerden incelenmeye çalışılmıştır.

Danimarka Kültür Bakanlığı'nın medya sektörüne yönelik hızlandırılmış finansal destekleme yaklaşımı, Türkiye için bir model olabilir ve benzer bir uygulamanın burada hayata geçirilmesinin yerinde olacağı düşünülmektedir. Türkiye'de de özellikle Covid-19 salgını gibi olağanüstü durumlarda medya sektörünün işlevselliğini koruması ve yayıncılık faaliyetlerini sürdürebilmesi adına benzer acil durumlar için önceden belirlenmiş bir hızlandırılmış finansal destek programı uygulanabilir. Türkiye, medya kuruluşlarının güvenilir bilgi ve haber akışını sürdürmelerini teşvik etmek amacıyla öncelikli olarak bu alanlara destek sağlayabilir. Bu, toplumun doğru ve güvenilir bilgilere erişimini sağlayarak kamuoyunun bilinçli bir şekilde hareket etmesini sağlayabilir. Türkiye'nin bu modeli benimsemesi, medya sektörünün sürdürülebilirliğini sağlayarak kamu yararına olan içerik üretimine katkı sağlayabilir.

Danimarka Kültür Bakanlığı'nın reklam gelirlerindeki azalma oranına bağlı olarak tazminat sağlama yaklaşımını da Türkiye'nin benimsemesi veya uyarlaması, medya sektörünün sürdürülebilirliği açısından önemli bir adım olabilir. Bu yaklaşımın Türkiye'ye uyarlanması, medya kuruluşlarının karşılaştığı ekonomik zorlukları hafifletmeye yardımcı olabilir ve görsel-işitsel medyanın güçlenmesine katkıda bulunabilir. Bu çerçevede, medya kuruluşlarının reklam gelirlerindeki azalmaya bağlı olarak tazminat sağlanması, adil bir şekilde belirlenmiş kriterlere dayalı olmalıdır. Örneğin, gelirlerdeki belirli bir yüzde düşüşte, belirli bir yüzde oranında tazminat öngörülebilir. Bu, medya kuruluşlarının finansal kayıplarını telafi etmeye yardımcı olabilir ve işlerini sürdürmelerini sağlayabilir.

Tazminatın dağıtımı için adil ve şeffaf bir başvuru ve değerlendirme süreci belirlenmelidir. Bu süreç, tazminat talep eden medya kuruluşlarının başvurularını değerlendirmek için objektif kriterler içermelidir. Hükümet veya özel fonlar aracılığıyla mali kaynaklar sağlanabilir. Bu yardım programının düzenli olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi de son derece önemlidir. Bu şekilde, medya sektörünün sürdürülebilirliği uzun vadede korunabilir. Türkiye'de benzer bir destek mekanizmasının hayata geçirilmesi, medya sektörünün güçlenmesine katkıda bulunabilir. Danimarka modeline dayalı olarak Türkiye'de benzer bir destek mekanizmasının oluşturulması, medya sektörünün sürdürülebilirliğini ve topluma hizmet kapasitesini artırabilir.

Katalonya Hükümeti'nin Katalan Finans Enstitüsü (ICF) aracılığıyla sağladığı kültür kredisinin benzerini Türkiye de uygulayabilir. Türkiye, bu tür bir destek programıyla görsel-işitsel sektörün Covid-19 gibi zorluklarla başa çıkmasına ve sürdürülebilirliğini sağlamasına

yardımcı olabilir. Yayıncı şirketler, kültür kredisi fonundan faydalanmak için belirli başvuru süreçlerine tabi olabilirler.

Başvuruların değerlendirilmesi, şirketlerin finansal durumları ve projelerinin potansiyeli üzerinden yapılabilir. Değerlendirme sürecinde, projenin teknik uygunluğu ve finansal açıdan uygunluğu gibi kriterler göz önünde bulundurulabilir. Başvuru sahiplerinin finansal durumları ve projelerinin potansiyeli üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda belirlenen kredi miktarları, şirketlerin özel ihtiyaçlarına uygun bir şekilde belirlenebilir. Kredi programı, başvuru sahiplerine esnek kredi koşulları sunmalıdır. Örneğin, kredilerin geri ödeme süresinin uzatılması ve ödemesiz dönem gibi avantajlar eklenerek şirketlerin finansal yükleri hafifletilebilir. Türkiye'nin bu tür bir kültür kredisi modelini uygulaması, görsel-işitsel sektördeki şirketlerin likidite ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olabilir.

Fransa'nın Covid-19 salgınının etkilerini hafifletmek ve yerel kültür endüstrisini desteklemek amacıyla dijital platformlar üzerinden sunulan içeriklerde yerel ve Avrupa yapımı eserlere yatırım yapma zorunluluğu getiren yasal düzenlemeleri, Türkiye'nin de benzer bir yaklaşımı uygulayabileceği bir örnek teşkil etmektedir. Türkiye, dijital platformların Türk yapımı içeriklere yatırım yapma ve bu içerikleri platformlarında sunma yükümlülükleri getirerek yerel kültür endüstrisini destekleyebilir. Bu kapsamda, dijital platformlar üzerinden içerik sunan uluslararası platformlara (Netflix, Amazon Prime, Apple TV, Disney Plus gibi) Türk yapımı eserlere yatırım yapma zorunluluğu getirilebilir.

Yerel içeriklerin desteklenmesi ve çeşitliliğin artırılması için Türk yapımı eserlere yönelik yatırım yapma yükümlülüğü getirilerek, platformların kendi kütüphanelerinde bu içeriklere daha fazla yer vermesi sağlanabilir. Bu düzenleme, Türk kültürünün korunması ve geliştirilmesi açısından önemli bir adım olabilir. Türkiye'nin bu tür bir yasal düzenlemeyi uygulaması, yerel yapımcıları destekleyerek yerel içeriğin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilir ve kültürel çeşitliliği artırabilir.

28 Şubat 2024 tarihinde RTÜK'ün sitesinde yer alan verilere göre Türkiye'de toplamda 134 yerel televizyon yayını yapan yayıncı kuruluş ve 789 yerel radyo yayını yapan yayıncı kuruluş bulunmaktadır (RTÜK İnternet Sitesi, Şubat 2024). Bu rakamlar, Türkiye'deki medya sektörünün çeşitliliğini ve yerel medyanın önemini göstermektedir. Macaristan Ulusal Medya ve Bilgi İletişim Kurumu (NMHH), pandemi döneminde yerel medya kuruluşlarının reklam geliri kayıplarını azaltmak ve finansal sürdürülebilirliklerini sağlamak amacıyla 124,5 milyon HUF değerinde bir fon tahsis etmiştir. Tıpkı bu örnekte

olduğu gibi, RTÜK de kriz zamanlarında yerel medya kuruluşlarına destek olmak için çeşitli önlem ve destek mekanizmaları oluşturabilir. Bu destekler, yerel medya kuruluşlarının mali ihtiyaçlarını karşılamak ve sürdürülebilirliklerini artırmak amacıyla tasarlanabilir. Örneğin, RTÜK, yerel yayıncılara yönelik hibe programları geliştirebilir. Bu programlar, reklam gelirlerindeki düşüş gibi belirli zorlukları aşmalarına yardımcı olacak şekilde tasarlanabilir. Ayrıca, dijital dönüşüm projelerine destek sağlanarak, yerel medya kuruluşlarının teknolojik altyapılarını güçlendirmeleri teşvik edilebilir.

1 Temmuz 2020'de yürürlüğe giren yasa tasarısı ile Polonya'da isteğe bağlı yayıncılık yapan uluslararası platformlar için öngörülen %1,5'lik vergi, Türkiye'de de Covid-19 mali krizi gibi dönemlerde uygulanabilir. Türkiye, görsel-işitsel medya sektörünü desteklemek ve yerel içeriğin gelişimine katkı sağlamak amacıyla benzer bir vergi veya katkı modeli uygulayabilir. Bu verginin, platformların Türkiye'deki gelirlerinin belirli bir yüzdesi üzerinden uygulanması ve bu gelirlerin bir kısmının Türkiye'deki görsel-işitsel medya endüstrisinin desteklenmesi için ayrılması sağlanabilir. Bu sayede, Türkiye'deki televizyon ve radyo endüstrisinin gelişimine katkıda bulunulabilir. Bu destek, yerel yapımın teşvik edilmesi ve sektörün büyümesi için önemli bir kaynak olabilir. Ancak, benzer bir vergi veya katkı modelinin Türkiye'ye uyarlanması durumunda, verginin uygulanma şekli, oranı ve gelirlerin nasıl kullanılacağı gibi konuların dikkatlice planlanması ve sektör paydaşlarıyla işbirliği içinde kararlaştırılması önemlidir. Bu şekilde, sektörün ihtiyaçlarına uygun ve adil bir destek mekanizması oluşturulabilir.

Türkiye, Avusturya Hükümeti gibi pandemi nedeniyle ertelenen veya kesilen dizi projelerinin yaşadığı zorlukları aşmalarına yardımcı olmak üzere özel bir destek bütçesi tahsis edilebilir. Türkiye'de dizi sektörü, Avusturya'da olduğu gibi pandemi koşullarından olumsuz etkilenmiştir diyebiliriz. Bu nedenle, Türkiye'de de kriz dönemlerinde dizi sektörünü desteklemek amacıyla özel bir koronavirüs yardım bütçesi oluşturabilir. Bu bütçe, pandemi nedeniyle geciken veya kesilen dizi projelerinin devam ettirilmesine ve sektördeki paydaşların yaşadığı ekonomik zorlukların hafifletilmesine yardımcı olabilir. Bu fon, dizi yapımcılarına maddi destek sağlayarak üretim süreçlerini sürdürmelerine ve projelerini tamamlamalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, bu özel bütçeyle birlikte dizi sektörünün dijital platformlarda daha görünür hale gelmesi ve uluslararası alanda rekabet edebilirliğinin artırılması da hedeflenebilir. Bu sayede Türk dizi sektörü, hem yerel hem de uluslararası alanda daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilir ve Türkiye'nin kültürel etkisinin artırılmasına katkıda bulunabilir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin görsel-işitsel medya sektörünü desteklemek ve kriz dönemlerinde direncini artırmak için Avrupa'da benimsenen çeşitli modeller ve uygulamalar, değerlendirilmeye değerdir. Danimarka'nın hızlandırılmış finansal destek programı, Fransa'nın dijital platformlar üzerinden yerel ve Avrupa yapımı eserlere yatırım zorunluluğu getiren yasal düzenlemeleri ve Polonya'nın uluslararası platformlar için öngördüğü vergi gibi örnekler, Türkiye'nin medya sektörünü güçlendirmek için değerli birer kılavuz olabilir. Türkiye, bu modelleri kendi koşullarına uygun şekilde uyarlayarak medya sektörüne yönelik etkili tedbirler ve destekler sağlayabilir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu bölümde “Sonuçlar” ve “Öneriler”e dair bilgiler sunulmaktadır. Bölüm iki alt başlık altında incelenmektedir.

Sonuçlar

Covid-19 salgını, küresel ölçekte görsel-işitsel medya sektöründe ciddi ve geniş kapsamlı etkilere neden olmuştur. Salgın, reklam gelirlerindeki düşüş, içerik üretimindeki zorluklar, dijital dönüşümün hızlanması gibi pek çok faktörle birlikte, medya kuruluşlarını yeni ve belirsiz bir döneme adapte olmaya zorlamıştır. Birçok Avrupa ülkesi, görsel-işitsel medya sektörünü desteklemek için çeşitli kamu destek programları ve fonlar oluşturma çabası içine girmiştir.

Bu tez çalışmasının ilk bölümünde, Covid-19'un tanımı ve küresel ölçekteki etkileri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Covid-19'un küresel ölçekteki etkileri, ekonomik ve sosyal açıdan derinlemesine hissedilmiştir. Ekonomik olarak, birçok sektör ciddi şekilde etkilenmiş, iş kayıpları ve finansal belirsizlikler ortaya çıkmıştır. Bu durum, uluslararası ticaretin ve iş dünyasının dengesini bozmuştur. Sosyal hayat üzerindeki etkiler ise fiziksel temasın azaltılması, toplu etkinliklerin kısıtlanması ve günlük alışkanlıkların dijital platformlara kaymasıyla kendini göstermiştir.

İkinci bölümünde, Avrupa'da Covid-19 salgınıyla birlikte görsel-işitsel medya sektörünün karşılaştığı çeşitli boyutlardaki etkilerin ayrıntılı bir incelemesi yapılmıştır. Bu inceleme, Covid-19'un medya sektörü üzerindeki genel etkisini anlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Öncelikle, Avrupa'daki medya sektörünün genel durumu, özellikle televizyon, radyo, dijital platformlar ve yayıncılık gibi alt sektörler, ayrıntılı bir şekilde ele alınarak analiz edilmiştir. Ardından, Covid-19 salgınının bu sektörler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Covid-19 salgınının medya sektörüne olan etkileri çeşitli yönlerde derinlemesine ele alınmıştır. Reklam gelirlerinde yaşanan keskin düşüşler, özellikle medya kuruluşlarının finansal durumunu olumsuz etkilemiştir. Ayrıca, içerik üretim ve dağıtım süreçlerinde yaşanan aksamalar, programların ve içeriklerin zamanında ve kaliteli bir şekilde sunulmasını zorlaştırmıştır. İzleyici davranışlarında görülen değişiklikler, özellikle dijital platformlara olan ilginin artması ve geleneksel medya tüketiminin azalmasıyla kendini

göstermiştir. Bununla birlikte, yatırım ve istihdam sorunları da sektörde ciddi endişelere neden olmuş ve birçok şirketin mali zorluklarla başa çıkmasına yol açmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Avrupa ülkeleri ile Türkiye'nin Covid-19 salgını sürecinde görsel-işitsel medya sektörüne yönelik aldığı ekonomik tedbirler ve sağladığı desteklerin incelendiği kapsamlı bir analiz sunulmuştur. Bu bölümde, bazı Avrupa ülkelerinin söz konusu hususta aldığı tedbirler ve sağladığı destekler araştırılmıştır. Danimarka, İspanya, Fransa, Norveç, Belçika, Polonya, Almanya, Avusturya, Estonya, Macaristan, İrlanda ve İtalya gibi Avrupa ülkelerinin sektöre yönelik politikaları ve uygulamaları incelenmiştir. Özellikle, devletin medya kuruluşlarına yönelik sunduğu mali destekler, vergi indirimleri, teşvikler ve benzeri politikalar üzerinde durulmuştur. Türkiye'nin bu süreçte görsel-işitsel medya sektörüne yönelik aldığı tedbirler ve sağladığı destekler de gözden geçirilmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin gelecekteki benzer krizler için medya sektörüne yönelik uygulanabilir tedbirler ve destekler konusunda yapılabilecek öngörüler de sunulmuştur. Bu öngörülerin sektör üzerindeki etkileri ve uygulanabilirliği de detaylı olarak tartışılmıştır. Bu bölüm, Covid-19 salgını döneminde medya sektörünün karşılaştığı zorlukları ve alınan önlemlerin etkinliğini anlamak için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Pandemi sürecinde Polonya'da gerçekleştirilen yasa değişikliği ile yabancı isteğe bağlı video platformlarına %1,5 oranında vergi getirilmesi ve elde edilen gelirin büyük bir kısmının Polonya'nın yerel görsel-işitsel medya sektörüne yönlendirilmesi, sektör temsilcileri tarafından memnuniyetle karşılanmıştır. Danimarka Kültür Bakanlığı'nın pandemi döneminde medya sektörüne sağladığı hızlandırılmış ödemeler ve reklam gelir kaybına karşı tazminat yardımları, sektördeki belirsizlik ve zorluklarla başa çıkmak adına etkili bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır. Tazminat yardımlarıyla ilgili olarak, reklam gelir kaybının belirli bir yüzdesine göre yapılan ödemeler, medya kuruluşlarının ekonomik zorluklarını hafifletmeye yönelik yerinde bir destek olarak görülmektedir.

Türkiye'de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından alınan ticari iletişim gelirlerinden kaynaklı Üst Kurul paylarının ertelenmesi kararı ile Belçika'da Flaman Medya Düzenleyici Kurumu tarafından radyo yayın kuruluşlarına sağlanan erteleme kararı benzer bir yaklaşımı temsil etmektedir. Her iki ülkede de, Covid-19 salgınının neden olduğu ekonomik zorluklara karşı duyarlılık ve esneklik gösterilmiştir. Türkiye ve Belçika'daki bu benzer uygulamalar, medya sektöründe uluslararası düzeyde benzer sorunlara karşı benzer çözümlerin uygulanmasını yansıtmaktadır.

Öneriler

Türkiye'deki görsel-işitsel medya sektörü, Avrupa'daki birçok ülkede olduğu gibi Covid-19 salgınıyla birlikte bir dizi zorlukla karşı karşıya kalmıştır. Bu zorlukların üstesinden gelebilmek ve sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak adına, Türkiye'ye özgü tedbir ve destek önerileri aşağıda derlenmiş ve sıralanmıştır. Aşağıdaki önerilerin yalnızca RTÜK değil, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından da uygulanması önemlidir.

- Türkiye'nin salgın dönemlerinde medya kuruluşlarının ekonomik sürdürülebilirliklerini korumak için finansal destek mekanizmalarını devreye alması uygun görülmektedir. Bu destekler, reklam gelirlerindeki düşüşe karşı medya şirketlerinin direncini artırmak amacını taşımalıdır.
- Medya sektörünün gelecekteki krizlere etkili bir şekilde adapte olabilmesi için teknolojik altyapı güçlendirilmeli ve yerel konvansiyonel medya kuruluşlarının dijital platformlara geçişi hızlandırılmalıdır. Bu sayede, uzaktan çalışma ve içerik üretimindeki sürekliliği sağlamak mümkün olacaktır.
- Salgınlar ve kriz dönemlerinde medya çalışanları, kriz iletişimi ve yönetimi konularında eğitilmelidir. Bu, doğru ve güvenilir bilgi akışının devamını sağlamak için önemli bir unsurdur.
- Medya sektöründeki çalışanlara dijital beceri kazandırmak için üniversiteler ve mesleki eğitim kurumları ile işbirliği yapılmalıdır.
- Kamu ve özel sektör arasındaki işbirlikleri artırılmalıdır. Bu işbirlikleri, medya sektörünün kriz anlarında toplumun ihtiyaçlarına daha etkin bir şekilde yanıt verebilmesini sağlamalıdır.
- Küçük ve orta ölçekli medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara yönelik özel destek programları oluşturulmalıdır. Vergi avantajları, finansal destekler ve danışmanlık hizmetleri gibi teşviklerle bu işletmelerin büyümesi ve gelişmesi desteklenmelidir.
- Türkiye, medya sektörünü gelecekteki salgın ve krizlere karşı hazırlıklı hale getirecek stratejik planlamalar yapmalıdır. Acil durum ekipleri oluşturarak kriz iletişimi konusunda kapasite geliştirmeli ve kriz senaryoları üzerinde çalışmalıdır.
- Türkiye, ulusal ve uluslararası düzeydeki başarılı uygulamalardan öğrenerek, medya sektörünü sürdürülebilir bir şekilde güçlendirecek, krizlere karşı dirençli kılacak ve toplumun bilgi ihtiyaçlarına etkili bir şekilde yanıt verebilecek uzun vadeli stratejileri belirlemelidir.

KAYNAKLAR

Adgate, B. (2021, April). The Impact COVID-19 Had On The Entertainment Industry In 2020. Forbes. Retrieved July 22, 2021, from https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2021/04/13/the-impact-covid-19-had-on-theentertainment-industry-in-2020/?sh=19df2cf250f0 Erişim Tarihi: 11.10.2023

Aslam, Faheem, Wahbeeah Mohti, and Paulo Ferreira. 2020. Evidence of Intraday Multifractality in European Stock Markets during the recent Coronavirus (COVID-19) Outbreak. International Journal of Financial Studies 8: 31.

Anderson K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: It is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12. Crossref

Anwar A, Malik M, Raees V, Anwar A (2020) Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic. Cureus 12(9):e10453.

Bonini, Tiziano; Pais, Ivana (2017). "Hacking public service media funding: A scenario for rethinking the license fee as a form of civic crowdfunding". International journal on media management, v. 19, n. 2, pp. 123-143. https://doi.org/10.1080/14241277.2017.1298109

Berger V. et al. (2020). A Lockdown for Independent Media? Effects of the COVID–19 pandemic on the media landscape and press freedom in Central and Southeast Europe. Working paper. Available at: https://www.fes-budapest.org/fileadmin/user_upload/dokumente/pdfdateien/A_Lockdown_for_Independent_Media_Report_Final.pdf Erişim Tarihi: 17.10.2023

Brooks S.K., Webster R.K., Smith L.E., Woodland L., Wessely S., Greenberg N., Rubin G.J. The psychological impact of quarantine and how to reduce it: Rapid review of the evidence. The Lancet. 2020;395(10227):912–920.

Busca, Laurent, and Laurent Bertrandias. 2020. "A Framework for Digital Marketing Research: Investigating the Four Cultural Eras of Digital Marketing." Journal of Interactive Marketing 49: 1–19.

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Thousand Oaks: Sage, 614.

Craighead, C. W., Ketchen, D. J., ve Darby, J. L. (2020). Pandemics and Supply Chain Management Research: Toward a Theoretical Toolbox. DecisionSciences, 51(4), 838-866. https://doi.org/10.1111/deci.12468

Coronavirus: Four ways the economy has been affected, BBC News, 3 Nisan 2020, https://www.bbc.com/news/52138535. Erişim Tarihi: 07.08.2023

Cerezo, Pepe (2020). El impacto de la pandemia en la prensa. http://evocaimagen.com/dosieres/dosier-evoca-09-medios-y-coronavirus.pdf

Casero-Ripollés, Andreu (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak". El profesional de la información, v. 29, n. 2, e290223. https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23

Carter, B. (2021, March 17). The pandemic won't be the end of movie theaters, but it will forever change them. CNN Business. Retrieved June 30, 2021, from https://edition.cnn.com/2021/03/17/perspectives/movie-theaters-streamingpandemic/index.html Erişim Tarihi: 11.10.2023

Child, K. (2021, June 7). Cinema will survive pandemic, says SA industry. BusinessDay. Retrieved June 30, 2021, from https://www.businesslive.co.za/bd/companies/retail-andconsumer/2021-06-07-cinema-will-survive-pandemic-says-sa-industry/ Erişim Tarihi: 17.10.2023

Curran, Noel (2020). Covid-19 crisis makes compelling case for digital transformation. EBU, 3 June. https://www.ebu.ch/news/2020/06/covid-19-crisis-makes-compelling-case-for-digital-transformation Erişim Tarihi: 19.10.2023

Cowan K. Academy of Medical Sciences. 2020. Survey results: Understanding people's concerns about the mental health impacts of the COVID-19 pandemic.

Ding, W., Levine, R., Lin, C., ve Xie, W. (2020). Corporate immunity to the COVID-19 pandemic. NBER Working Paper No. 27055. National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA. Retrieved from https://www.nber.org/papers/w27055.pdf

Drouin M., McDaniel B.T., Pater J., Toscos T. How parents and their children used social media and technology at the beginning of the COVID-19 pandemic and associations with anxiety. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking.

Fehr AR, Perlman S (2015). Coronaviruses: An Overview of Their Replication and Pathogenesis. Methods Mol Biol, 1282:1-23.

Fernández-Quijada, David; Speck, Dominik (2020). Covid-19 crisis. Public radio response to the pandemic. Geneva: EBU. https://www.ebu.ch/publications/research/loginonly/report/covid-19-crisis-public-radio-response-to-the-pandemic Erişim Tarihi: 13.10.2023

Foucault, M. and V. Galasso (2020), "Working during COVID-19: Cross-Country Evidence from Real-Time Survey Data", OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 246, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/34a2c306-en. Erişim Tarihi: 20.10.2023

Grenik, G (2020). 'Digital Video Consumption Has Seen a Huge Increase Amid the Pandemic, Now Content Creators Have to Find New Ways to Keep Up', Forbes, 27 October. Available at: https://www.forbes.com/sites/garydrenik/2020/10/27/digital-video-consumption-has-seen-a-huge-increase-amid-the-pandemic-now-content-creators-have-to-find-new-ways-to-keep-up/?sh=167d159e2906 Erişim Tarihi: 20.10.2023

Grech, Victor (2020). "Unknown unknowns – COVID-19 and potential global mortality", Early Human Development, 144, May 2020, doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2020.105026. Erişim Tarihi: 19.10.2023

Gloster A.T., Lamnisos D., Lubenko J., Presti G., Squatrito V., Constantinou M.…Karekla M. Impact of COVID-19 pandemic on mental health: An international study. PLoS One. 2020;15

Gao J., Zheng P., Jia Y., Chen H., Mao Y., Chen S.…Dai J. Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. PLoS One. 2020;15(4).

He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. Journal of Business Research, 116, 176-182. Erişim Tarihi: 09.10.2023

Howcroft, Chloe (2020). The financial impact of Covid-19 on European public broadcasters. Public Media Alliance. https://www.publicmediaalliance.org/the-financial-impacts-of-covid-19-on-european-public-broadcasters Erişim Tarihi: 19.10.2023

Jeffrey SK, Kenneth M (2005). History and Recent Advances in Coronavirus Discovery. Pediatr Infect Dis J, 24 (11), p S223-S227.doi: 10.1097/01.inf.0000188166. 17324.60

Luchetti M., Lee J.H., Aschwanden D., Sesker A., Strickhouser J.E., Terracciano A., Sutin A.R. The trajectory of loneliness in response to COVID-19. American Psychologist. 2020;75(7):897–908.

Lisitsa E., Benjamin K.S., Chun S.K., Skalisky J., Hammond L.E., Mezulis A.H. Loneliness among young adults during Covid-19 pandemic: The mediational roles of social media use and social support seeking. Journal of Social and Clinical Psychology. 2020;39(8):708–726.

Meyer, S. (2020), Understanding the COVID-19 effect on online shopping behavior. Retrieved from https://www.bigcommerce.com/blog/covid-19-ecommerce/#understanding-panic-buying-andcoronavirus. Erişim Tarihi: 19.10.2023

Mak H. W., Fancourt D. (2020). Predictors of engaging in voluntary work during the Covid-19 pandemic: Analyses of data from 31,890 adults in the UK [SocArXiv papers]. https://osf.io/preprints/socarxiv/er8xd/ Erişim Tarihi: 19.10.2023

McKinsey. 2021. The Future of Work After COVID-19. McKinsey & Company. February 18. Available online: https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-after-covid-19 Erişim Tarihi: 19.10.2023

Newman N. (2021). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2021. Digital News Project January 2021. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-01/Newman_Predictions_2021_FINAL.pdf Erişim Tarihi: 17.10.2023

Nielsen, Rasmus-Kleis; Fletcher, Richard; Newman, Nic; Brennen, J. Scott; Howard, Philip N. (2020). Navigating the 'in-fodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus. UK: The Reuters Institute for the Study of Journalism & University of Oxford. ISBN: 978 1 907384745https://bit.ly/2SNhNN3 Erişim Tarihi: 17.10.2023

Orendorff, A. (2020, May 11), Coronavirus e-commerce data, ımpact & resources: COVID-19 updates. Retrieved from https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/coronavirusecommerce#coronavirus-ecommerce-data Erişim Tarihi: 09.10.2023

Patel, Jitendra, and A Malpani. 2020. "Impact of Covid19 on E-Marketing: An Early Stage Review." International Journal of Advanced Science and Technology 29(12s): 75 1774–79.

Reinhart, C. M. (2020). This time truly is different. Project Syndicate. Retrieved from https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-crisishasno-economic-precedent-by-carmen-reinhart-2020-03

Rodero, Emma (2020). "Una voz invisible". The Unesco courier, n. 1, pp. 18-19. https://es.unesco.org/courier/2020-1/voz-invisible Erişim Tarihi: 17.10.2023

Seale, C. (1999). Quality in qualitative research. Qualitative Inquiry, 5(4), 465-478.

Sağlık Bakanlığı (t.y.). COVID-19 Bilgilendirme Platformu. https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html. Erişim Tarihi: 24.07.2023

Speck, Dominik (2020). Market insights. Trust in media 2020. Geneva: EBU. https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media

Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". El profesional de la información, v. 29, n. 3, e290315. https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15 Erişim Tarihi: 12.10.2023

Sharma M.K., John N., Sahu M. Influence of social media on mental health. Current Opinion in Psychiatry. 2020;33(5).

Saud M., Mashud M., Ida R. Usage of social media during the pandemic: Seeking support and awareness about covid-19 through social media platforms. Journal of Public Affairs. 2020;20(4):e2417.

Taştan, C. vd. (2020). Kovid-19 salgını ve sonrası psikolojik ve sosyolojik değerlendirmeler. O. İmga – U. Ayhan (Der.). Kovid-19 Salgını ve Sonrası Toplum, Devlet ve Küresel Sistem içinde. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.

Thelwall, Mike; Levitt, Jonathan M. (2020). "Retweeting Covid-19 disability issues: Risks, support and outrage". El pro-fesional de la información, v. 27, n.1, pp. 49-64. https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.16 Erişim Tarihi: 13.10.2023

Tull M.T., Edmonds K.A., Scamaldo K.M., Richmond J.R., Rose J.P., Gratz K.L. Psychological outcomes associated with stay-at-home orders and the perceived impact of COVID-19 on daily life. Psychiatry Research. 2020;289.

Valdez D., Ten Thij M., Bathina K., Rutter L.A., Bollen J. Social media insights into US mental health during the COVID-19 pandemic: Longitudinal analysis of Twitter data. Journal of Medical Internet Research. 2020;22(12).

Yang C.C., Tsai J.Y., Pan S. Discrimination and well-being among Asians/Asian Americans during COVID-19: The role of social media. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2020;23(12):865–870

Wach, E. (2020). Learning about qualitative document analysis, 1.

World Economic Forum (2020). This is how COVID-19 is affecting the advertising industry. Available at: https://www.weforum.org/agenda/2020/06/coronavirus-advertising-marketingcovid19-pandemic-business/ Erişim Tarihi: 10.10.2023

Wahl-Jorgensen, K. (2020). "An emotional turn in journalism studies?" Digital Journalism, 8(2), 175-194. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626 Erişim Tarihi: 11.10.2023

Elektronik Kaynaklar

https://www.statista.com/topics/7070/coronavirus-impact-on-advertising-worldwide/#topicOverview Erişim Tarihi: 09.10.2023

https://www.hud.ac.uk/news/2020/november/how-coronavirus-changed-tv-viewing-c-johnson/ Erişim Tarihi: 17.10.2023

https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/about-deloitte-uk/articles/deloitte-our-role-in-the-covid-19-testing-programme.html Erişim Tarihi: 19.10.2023

https://cineuropa.org/en/newsdetail/395059 Erişim Tarihi: 27.10.2023

https://www.regeringen.dk/nyheder/2020/hjaelp-paa-vej-til-danske-medier/ Erişim Tarihi: 29.10.2023

https://www.dr.dk/nyheder/politik/regeringen-fremrykker-mediestotte-til-coronaramte-medier Erişim Tarihi: 29.10.2023

https://icec.gencat.cat/ca/actualitat/noticies/detall/Noticia_SectorAudiovisual2020 Erişim Tarihi: 21.09.2023

https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2020/08/200804-ayudas-produccion-largometrajes.html Erişim Tarihi: 20.09.2023

https://cineuropa.org/en/newsdetail/387337/ Erişim Tarihi: 03.01.2024

https://www.icf.cat/ca/productes-financers/liquiditat-covid-19/icf-cultura-liquiditat Erişim Tarihi: 21.09.2023

https://www.lefilmfrancais.com/television/146320/france-televisions-adopte-un-plan-de-soutien-pour-les-producteurs Erişim Tarihi: 28.09.2023

https://www.lefilmfrancais.com/cinema/146776/culture-emmanuel-macron-annonce-une-annee-blanche-pour-les-intermittents-un-fonds-dnindemnisation-pour-les-tournages-et-la-transposition-rapide-de-la-directive- Erişim Tarihi: 28.09.2023

https://www.senat.fr/salle-de-presse/202010/projet-de-loi-de-finances-pour-2021.html Erişim Tarihi: 12.12.2023

https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/plan-de-relance-des-filieres-du-cinema-et-de-laudiovisuel_1319933#fonds-de-compensation Erişim Tarihi: 26.09.2023

https://cineuropa.org/en/newsdetail/391666/?fbclid=IwAR2zZbALUQSkMJJzkvER5jEPuaNJ6qpFcvWLs2ICFLg0sXWzQCvOwo2RYDE#google_vignette Erişim Tarihi: 26.09.2023

https://www.nfi.no/eng/news/2020/new-measures-from-the-nfi Erişim Tarihi: 04.10.2023

https://www.medietilsynet.no/om/aktuelt/forskriftsendring-skal-gi-medier-mulighet-til-a-fa-bade-statlig-og-kommunal-stotte/ Erişim Tarihi: 05.10.2023

https://www.dagsavisen.no/kultur/2022/03/02/filmbransjen-forsterkes-med-30-millioner/ Erişim Tarihi: 05.10.2023

https://www.regjeringen.no/no/tema/kultur-idrett-og-frivillighet/innsiktsartikler/tidslinje-koronatiltak-under-kulturdepartementet/ Erişim Tarihi: 20.12.2023

https://subjekt.no/2022/01/27/deler-ut-65-millioner-kroner-i-stotte-til-filmproduksjon/ Erişim Tarihi: 20.12.2023

https://cineuropa.org/en/cfocusnewsdetail/1679/399600/ Erişim Tarihi: 26.12.2023

https://cineuropa.org/en/newsdetail/388511/ Erişim Tarihi: 23.01.2024

https://www.csa.be/102126/resultats-de-lenquete-sectorielle-du-csa-relative-a-limpact-des-mesures-de-confinement-sur-les-services-de-medias-audiovisuels-belges/ Erişim Tarihi: 05.12.2023

https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak Erişim Tarihi: 30.10.2023

https://www.vaf.be/nieuws/nieuwe-coronamaatregel-slatefunding Erişim Tarihi: 30.10.2023

https://linard.cfwb.be/home/presse--actualites/publications/publication-presse--actualites-29.publicationfull.html Erişim Tarihi: 04.12.2023

https://audiovisuel.cfwb.be/actualite/news/prolongement-du-fonds-de-garantie-pour-les-tournages/ Erişim Tarihi: 29.10.2023

https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/nieuws/2020/uitstel-tot-30-september-2020-voor-betaling-vergoeding-erkende-netwerk-en-lokale-radio Erişim Tarihi: 30.10.2023

https://audiovisuel.cfwb.be/actualite/news/plan-de-relance-en-faveur-du-secteur-du-cinema-et-de-laudiovisuel/ Erişim Tarihi: 29.10.2023

https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/garantiefonds-van-10-miljoen-euro-voor-audiovisuele-sectoro Erişim Tarihi: 30.10.2023

https://www.lecho.be/entreprises/media-marketing/wallimage-ajoute-1-6-million-de-plus-dans-la-production-audiovisuelle/10237779.html Erişim Tarihi: 27.12.2023

https://businessinsider.com.pl/firmy/podatki/nowa-danina-od-dostawcow-vod-skladka-na-rzecz-pisf/vt2dyfl Erişim Tarihi: 02.10.2023

https://mediawrites.law/poland-to-introduce-netflix-tax-to-support-local-filmmakers/ Erişim Tarihi: 03.01.2024

https://www.filmneweurope.com/news/poland-news/item/120001-polish-filmmakers-association-gives-6-5-m-eur-30-m-pln-for-covid-19-assistance?idU=1&acm=_2606 Erişim Tarihi: 03.01.2024

https://www.dwdl.de/nachrichten/79347/ausfallfonds_fuer_filme_und_highendserien_ist_gestartet/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term= Erişim Tarihi: 04.01.2024

https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BKM/kulturelle-filmfoerderung-dokumentarfilm.html Erişim Tarihi: 04.01.2024

https://www.moin-filmfoerderung.de/de/news/2020/20200326-hilfspaket-corona-bundes-un-laenderfoerderer.php Erişim Tarihi: 05.01.2024

https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/bundesweites-hilfsprogramm-fuer-die-film-und-medienbranche Erişim Tarihi: 05.01.2024

https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/neustart-kultur-1761588 Erişim Tarihi: 09.01.2024

https://www.land.nrw/pressemitteilung/neuer-ausfallfonds-fuer-tv-und-streaming-produktionen-startet-anfang-2021 Erişim Tarihi: 09.01.2024

https://www.sueddeutsche.de/medien/fernsehen-film-corona-ausfallfonds-1.5630493 Erişim Tarihi: 11.01.2024

https://www.bmf.gv.at/en/press/press-releases/2020/Mai/Film-Industry-Summit--%E2%82%AC25-million-package-for-Austrian-film-.html Erişim Tarihi: 16.01.2024

https://cineuropa.org/en/newsdetail/389741/ Erişim Tarihi: 19.01.2024

https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak Erişim Tarihi: 19.01.2024

https://filminstitut.at/news/covid19-ueberschreitungsreserve Erişim Tarihi: 19.01.2024

https://www.filminaustria.com/news/ Erişim Tarihi: 22.01.2024

https://cineuropa.org/en/newsdetail/388366/ Erişim Tarihi: 23.01.2024

https://cineuropa.org/en/newsdetail/393430 Erişim Tarihi: 23.01.2024

https://www.filmneweurope.com/news/estonia-news/item/119974-estonia-announces-support-for-film-industry Erişim Tarihi: 06.02.2024

https://hirtv.hu/ahirtvhirei/nmhh-tizenkilenc-teve-es-radio-kap-osszesen-tobb-mint-szazmillios-tamogatast-2498749 Erişim Tarihi: 15.02.2024

https://nfi.hu/en/national-film-institute/news/emergency-measures-to-support-hungarys-screen-industry.html Erişim Tarihi: 15.02.2024

https://www.sikeresceg.co.hu/palyazatok/2020/03/13/nmhh-mediatanacs-kozel-125-millio-forint-helyi-es-korzeti-teveknek.html Erişim Tarihi: 15.02.2024

https://www.sikeresceg.co.hu/palyazatok/2020/05/29/nmhh-mediatanacs-110-millio-forint-muszaki-fejlesztesi-tamogatasra-palyazhatnak-kozossegi-televiziok-es-radiok.html Erişim Tarihi: 15.02.2024

https://about.netflix.com/en/news/netflix-and-italian-film-commissions-set-up-new-covid-19-film-and-tv-emergency-relief-fund-with-1-million-euro-donation-by-netflix Erişim Tarihi: 18.02.2024

https://www.finestresullarte.info/en/news/120-million-euros-for-the-entire-italian-film-and-audiovisual-industry-franceschini-it-needs-to-restart Erişim Tarihi: 18.02.2024

https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/PDF/Slide_COVID2020.pdf Erişim Tarihi: 19.02.2024

https://variety.com/2021/film/news/italy-government-relief-fund-film-tv-coronavirus-1234888480/ Erişim Tarihi: 19.02.2024

https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-reklam-ust-kurul-paylarini-erteledi/1788047# Erişim Tarihi: 25.02.2024

https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-yayincilarin-gonderecekleri-iki-evrak-icin-3-ay-erteledi/1889376 Erişim Tarihi: 25.02.2024

https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar-1757 Erişim Tarihi: 28.02.2024

https://www.scannain.com/irish/industry/screen-ireland-additional-support/ Erişim Tarihi: 19.02.2024

https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/screen-ireland-gives-46-million-covid-19-support-measures-1290692/ Erişim Tarihi: 19.02.2024

https://cineuropa.org/en/newsdetail/393720/ Erişim Tarihi: 26.02.2024

https://www.screenireland.ie/news/screen-ireland-welcomes-covid-19-production-guidelines-and-launches-new-1-m Erişim Tarihi: 26.02.2024

https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/covid-19-d/#anchorTopP2

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı: Mehmet TANRIVERDİ

E-Posta Adresi: mehmettanriverdi@rtuk.gov.tr

İş Deneyimi:

Unvan	Görev Yeri	Yıl
Üst Kurul Uzman Yardımcısı	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu	2021-Devam Ediyor

Akademik Bilgiler

Öğrenim Durumu:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	2015-2019
Yüksek Lisans	Yönetim Bilimleri	Ankara Üniversitesi	2021-Devam Ediyor

RTÜK