T.C.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

UZMANLIK TEZİ

İbrahim USLU

ANKARA

EKİM 2011

T.C.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

UZMANLIK TEZİ

İbrahim USLU

DANIŞMAN

A.Murat TANYU

Üst Kurul Uzmanı

ANKARA

EKİM 2011

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına

Bu çalışma, Tez Değerlendirme komisyonu tarafından oy birliği ile Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Adı Soyadı	İmza
Başkan	: Prof. Dr. Davut DURSUN	
Üye	: Arslan NARİN	
Üye (Tez Danışmanı)	: A.Murat TANYU	

ONAY

…/…/2011

Üst Kurul Başkanı

TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzman Yardımcılığı Giriş ve Yeterlik Sınavları ile Uzmanlığa Atanma, Yetiştirilme, Görev, Yetki ve Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 19'uncu maddesinin 4'üncü fıkrasına istinaden çıkartılan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tez Hazırlama Yönergesi'ne uygun olarak hazırlamış olduğum uzmanlık tezi ilişikte sunulmuştur.

Bu uzmanlık tezindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplayıp sunduğumu; ayrıca, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

24/10/2011
İbrahim USLU
Üst Kurul Uzman Yardımcısı
Uzmanlık Tezinin Adı: Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı

EK:
1-Tez (3 Adet)
2-CD (1 Adet)

Tezi Teslim Alan

Daire Başkanı

Tarih

Adı-Soyadı-İmzası

TEŞEKKÜR

Gerçekleştirilen bu uzmanlık tezi çalışması ile televizyon yayıncılığında kamu hizmeti yayıncılığı teorik alt yapısı incelenmeye çalışılmış ve yayıncılık alanındaki uygulamalarının boyutları araştırılmıştır.

Bu Uzmanlık tezi çalışmasında bana her türlü yardım ve desteği sağlayan tez danışmanım Sayın Ahmet Murat TANYU'ya içtenlikle teşekkür ederim.

Kaynaklarından yararlandığım değerli yazarlara, tezin bu aşamalara gelmesinde görüşleriyle yardımlarını esirgemeyen mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim.

İbrahim USLU
Ankara, 2011

İÇİNDEKİLER

ONAY ..... **I**
TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI ..... **II**
TEŞEKKÜR ..... **III**
İÇİNDEKİLER ..... **IV**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **VIII**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **IX**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
İLETİŞİM, KİTLE İLETİŞİMİ , TELEVİZYON, KAMU HİZMETİ

1.1.İLETİŞİM 7
1.1.1.İletişimin Amacı ve Önemi 9
1.1.2.İletişimin İşlevleri 11
1.2.KİTLE İLETİŞİMİ ve KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİ 13
1.2.1.Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri 18
1.3.KİTLE İLETİŞİMİ ve TELEVİZYON 21
1.3.1. Televizyonun Bulunuşu ve İlk Televizyon Yayınları 22
1.3.2. Televizyonun Kamusal İşlevleri 23
1.3.2.1.Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi 25
1.3.2.2.Eğitme ve Kültürleme İşlevi 28
1.3.2.3.Eğlendirme ve Oyalama İşlevi 30
1.3.2.4.Kamuoyu Oluşturma ve Siyasal İletişimi Sağlama İşlevi 32
1.3.2.5.Mal ve Hizmetlerin Tanıtılmasını Sağlama İşlevi 34
1.4.KAMU HİZMETİ 36
1.4.1.Kamu ve Kamu Hizmeti Kavramı 36
1.4.2. Kamu Hizmetinin Özellikleri 43
1.4.2.1.Kamu Hizmetinde Süreklilik- Düzenlilik 43

1.4.2.2.Kamu Hizmetlerinden Yararlanmada Eşitlik- Nesnellik 44
1.4.2.3.Kamu Hizmetinde Değişkenlik- Uyarlama 45
1.4.2.4.Kamu Hizmetinde Bedelsizlik (Meccanilik) 46

İKİNCİ BÖLÜM
KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

2.1. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI 48
2.1.1. Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığı Modelinin Doğuşu 53
2.1.2.Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığının İlkeleri 55
2.1.2.1.Devlet Tekelinin Sürdürülmesi İlkesi 55
2.1.2.2.Yayınların Ticari Çıkarlardan Uzak Tutulması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Yayınların Finansmanı 56
2.1.2.3.Yayınların Her Türlü Otoriteden Uzak Tutulması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Kuruluşların Yapıları 58
2.1.2.4.Yayınların Halkı Eğitmesi, Bilgilendirmesi ve Ulusal Unsurları Vurgulaması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Yayınların Program Profili 60
2.1.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Kamusal Alan 63
2.1.4. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve İktidar İlişkisi 65
2.2. TELEVİZYON VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI 69
2.2.1. Televizyon Kuruluşlarının Yönetim Biçimleri 69
2.2.2.Devlet-Hükümet-Özel Girişimci Sistem 70
2.2.2.1.Ulusal (Devlet) Yayın Sistemi 71
2.2.2.2.Hükümet Yayın Sistemi 72
2.2.2.3.Özel Girişimci Sistem 72
2.2.2.4.Kurumsal Yayın Sistemi 73
2.2.3.UNESCO Sınıflandırması 73
2.2.3.1. Kamu Hizmeti Yayın Sistemi 74
2.2.3.2. Hükümet Yayın Sistemi 75
2.2.3.3.Özel Girişimci (Ticari) Yayın Sistemi 75

2.3. KAMU HİZMETİ TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE YAYILMASINI SAĞLAYAN KOŞULLAR 76
2.3.1.Ekonomik ve Teknolojik Koşullar 77
2.3.2. Siyasi Koşullar 77
2.3.3. Sosyo-Kültürel Koşullar 78
2.4. KAMU YAYINCILIĞI VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI 79
2.5. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ ÖZELLİKLERİ 85
2.6. TECİMSEL (TİCARİ) YAYIN ANLAYIŞININ ÖZELLİKLERİ 88
2.7. AVRUPA'DA 1980 SONRASI KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI..... 90
2.8. DÜNYA'DA KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI UYGULAMALARI ..…100
2.8.1.ABD Uygulamaları……...……..100
2.8.2.İngiltere Uygulamaları ……...……104
2.9. AVRUPA'DA DÜZENLEYİCİ KURULLAR İLE KAMU HİZMETİ YAYINCILARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER……..…108
2.9.1. Kamu Hizmeti Yayıncıları Üzerinde Düzenleyici Otoritelerin İşlevleri ve Yetkileri …….....108
2.9.2. Kamu hizmeti yayıncılığının denetimi……..…….110

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

3.1. TÜRKİYE'DE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI….....115
3.1.1. Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığının Doğuşu…….115
3.1.2.Yayıncılıkta Devlet Tekelindeki Dönemde Kamu Hizmeti Yayıncılığı..... 118
3.1.3.Değişen Kamu Hizmeti Yayıncılığı 122
3.2.ÖZEL TELEVİZYONLU ORTAMDA KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI ve KAMUSAL İŞLEVLER 132
3.2.1. Televizyon Yayınlarında, Yayıncılık Politikalarının Yakınsaması 133
3.2.2. Televizyon Yayıncılığında Ticarileşmenin Kamusal Yayıncığa Etkileri .. 135

3.3. KAMU HİZMETİ VE KAMU YARARI SORUNU ÇERÇEVESİNDE KAMU VE ÖZEL TELEVİZYONLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ..... 138
3.4. DEĞİŞEN TELEVİZYON YAYINCILIĞI SÜRECİNDE TRT VE KAMUSAL İŞLEVLERİ 145
3.4.1. TRT ve Özel Televizyonlarda Televizyon Programcılığı ve Program Yapıları..... 149
3.4.2. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Özel Televizyon Yayıncılığı Kapsamında TRT'nin Televizyon Yayınlarının Değerlendirilmesi..... 156

SONUÇ..... 165
KAYNAKÇA 168
ÖZET..... 175
ABSTRACT..... 176
ÖZGEÇMİŞ..... 177

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e. :	Adı geçen eser
a.g.t. :	Adı geçen tez
A.Ş. :	Anonim şirket
AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
a.g.m. :	Adı geçen makale
BBC:	British Broadcasting Corporation
EBU:	European Broadcasting Union
FCC:	Federal Communication Commission
ITV:	Independent Television Authority
İETT:	İstanbul Elektrik Tramvay Tünel İdaresi
NTSC :	National Television System Committee
PAL:	Phase Alternation Line
PTT:	Posta Telefon Telgraf
RTÜK:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
RTYK:	Radyo Televizyon Yüksek Kurumu
s. :	Sayfa
SBE:	Sosyal Bilimler Enstitüsü
SECAM:	Squential Couleur a Memoire
SSCB:	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM:	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCDD:	Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
TODAİE:	Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü
TRT:	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TSE:	Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK:	Türkiye Bilim Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO:	United Nations Educational Scientific and Culturel Organization
vd:	Ve diğerleri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1- TRT Televizyon Kanallarının 2011 Yılı Televizyon Yayınlarında Program Türlerinin Hedeflenen Oranları (%)

Tablo 2- 2006 ve 2007 Yıllarında Televizyon Kanallarının Tüm Gün ve Prime Time İzlenme Oranları

Tablo 3- Televizyon Kuruluşlarının 2006 ve 2007'deki Reklâm Pazar Payları

GİRİŞ

Günümüzde kitle iletişim araçları arasında radyo ve televizyon yayınları, toplumu etkileyen önemli bir rol üstlenmektedirler. Dolayısıyla bu iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun kamu yararı için kullanılması amacıyla tüm dünyada belli koşullar öngörülmüştür. Bu çerçevede, dünyanın çeşitli ülkelerinde kamu hizmeti yayıncılığı yapan örgütler kurulmuş ve hiçbir zaman tamamen devlet denetimi dışında kalmadan, çeşitli şekillerde işleyişlerini sürdürmüşlerdir. Ancak değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte, özellikle son yirmi yılda, önce karasal vericiler aracılığıyla, daha sonra da kablo ve uydu yoluyla yayın yapan kanalların sayısı artmıştır. Bu durumun getirdiği rekabetle birlikte, daha önceden öngörülebilir ve kontrol edilebilir bir yapı olan yayın endüstrisi, oldukça karmaşık bir hale dönüşmüştür.

Ülkemizde televizyon yayınlarında kamu hizmeti yayıncılığının temelleri 1964 yılına yani TRT'nin kuruluşuna dayanmaktadır. Dünyada kamu hizmeti yayın kurumları arasında TRT, hem ulusal hem de uluslararası yayınlarıyla önemli bir yere sahiptir. Kuşkusuz bu önem sadece kurumun yayınlarının niteliği ve ulaştığı coğrafyadan dolayı değil, aynı zamanda Türk nüfusun dünyanın çeşitli yerlerine dağılmış olmasından da kaynaklanmaktadır.

1980'li yıllar ile birlikte gerek dünyada gerekse de ülkemizde neredeyse tüm alanları etkisi altına alan liberal akım, medyada da tartışılır hale gelmiş ve gündem oluşturmaya başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki siyasi, ideolojik, sosyolojik kalın çizgiler zayıflamış ve yerini sınırların kalktığı ulus devletlerin gücünün azaldığı bir ortama bırakmaya başlamıştır. Medyada da tartışılan bu gelişmeler ile birlikte, "kamu hizmeti" ve "kamu hizmeti yayıncılığı" anlayışının farklı uygulamalara kapı aralayacağı tartışılır hale gelmiştir. Birçok düşünüre göre de

Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyada serbest ekonominin artan hâkimiyetiyle birlikte en çok tartışılan konuların başında kamu hizmeti yayıncılığının geldiği fikri bulunmaktadır. Bu tartışmalar aslında ekonomik çıkarlar ve gelişmelerle kültürel ve sosyal gelişmeler olmak üzere iki farklı politik alan arasındaki bir gerginliği sergilemektedir.

1990 yılından sonra ülkemizdeki yayıncılık sektöründe de dünyaya paralel değişiklikler yaşanmış ve özel kanalların arka arkaya açılması, TRT'nin elinde tuttuğu tekeli kademeli olarak ortadan kaldırmıştır. Bu süreç, TRT'nin tekel olmasından aldığı gücü azaltmış ve hatta kamu hizmeti yayıncılığının çağa uygun olmayan bir anlayış olarak algılanmasına kadar uzanmıştır. Mevzuatta yapılan değişiklikler özel kanalların da kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı çerçevesinde yayın yapması zorunluluğunu ortaya çıkarmış ve karma bir rejime doğru adım atılmıştır.

Avrupa Birliği, akademik camia, kamuoyunun bir kısmı, demokratik potansiyeli ve dolayısıyla kamu yararı nedeniyle kamu hizmeti yayıncılığını desteklerken, diğer yandan da bu desteği uygun bulmayan, kamu hizmeti yayıncılığını desteklemenin rekabete dayalı piyasa sistemine aykırı olması nedeniyle kamu çıkarına ters düştüğünün ileri süren görüşler bulunmaktadır. Pek çok ülkede hala radyo ve televizyon yayıncılığı alanında devlet kuruluşunun yayıncı olarak faaliyet göstermesinin gerekliliği ciddi tartışma konuları arasındadır. Buna karşılık giderek renklenen ve zor bir alan haline gelen yayıncılık sektöründe kamu hizmeti yayıncısının bulunmasının ciddi katkılarının olacağı, devletin sektörde doğrudan olmasa bile farklı yöntemlerle bu gerekliliği yerine getirmesi de sıkça ifade dilen görüşler arasındadır. [1]

Özelde televizyon, genelde de yayıncılık sektörünün bu kadar geliştiği, kablo, uydu, yayıncılığı ve son zamanlarda da IPTV, sayısal yayın gibi teknolojik ilerlemeler sonunda kamu hizmeti yayıncılığı yerini muhafaza edebilmekte zorlanmaktadır. Acaba böyle bir ortamda kamu hizmeti yayıncılığına yer kalmış mıdır?

[1] Davut Dursun, "TRT Türk ve Türkiye'nin Küresel Vizyonu", *Yenişafak Gazetesi*, 12.05.2009, http://yenisafak.com.tr/Yazarlar/?i=16728&y=DavutDursun (18.10.2010)

Kamu hizmeti yayıncılığı kapsamında iki farklı bakış açısı hemen kendisini göstermektedir. Bu görüşlerden ilki, özelleştirme ve rekabet ile pazar ekonomisi mantığında hareketle devlet müdahalesine karşı çıkan anlayış ile devletin vazgeçilmez bir simgesi olarak yaşaması gerektiğine inanan ve kamunun sesinin olması nedeniyle kamu yayını yapan kurumların yaşaması gerektiğini savunan görüştür.

Günümüzde Türkiye'de her ne kadar, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı bir kural olarak belirlenmişse de, radyo ve televizyon yayıncılığının özündeki sistem hem kamu hizmeti yayıncılığını, hem de ticari yayıncılığı birlikte sürdüren karma bir rejimdir. Kamu yayıncılığı ise devletin tekelinde hem anayasa hem de kanun ile koruma altındadır.

Tarihsel olarak kamu yayıncılığı, radyonun siyasi amaçlı kullanımının önemini anlaşılmasından sonra ortaya çıkmıştır. Radyonun özelikle I. ve II. dünya savaşları sırasında çok önemli bir kitle iletişim aracı olduğunu anlayan devlet yöneticileri, bu gücü kontrol altına almak istemişlerdir. Böylelikle kamu hizmeti yayıncılığı devletin tekelinde ve denetiminde gerçekleşmeye başlamıştır.

Radyo ve televizyon yayıncılığı konusunda 1990'lı yıllardan itibaren yapılan tartışmalardan biri "Kamu Yayıncılığı" ve "Özel Sektör Yayıncılığı" (ticari yayıncılık veya tecimsel yayıncılık) alanıyla ilgilidir. Dünyada özel yayın kurumlarının sayısının hızla artması ve oluşan rekabet ortamı "Kamu Yayıncılığı" kavramının yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir. Bu alanda yürürlükte olan yasaların değişikliği ve kurumların kendi içinde yeniden yapılanma süreci içine girmeleri zorunlu olmuştur.

Tezin birinci bölümünde kavramsal çerçeve üzerinde açıklamalarda bulunulmuştur. İletişim, kitle iletişimi, televizyon, kamu hizmeti kavramları konu ile bütünlük sağlayacak şekliyle irdelenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde ise tezin gövdesini oluşturan kamu hizmeti yayıncılığı irdelenmiştir.. Tezin üçüncü ve son

bölümünde ise kamu hizmeti yayıncılığının Türkiye uygulaması incelenmiştir. Tezin görgül bir çalışma olmaması nedeniyle sistematik olarak sadece konusu, amacı ve sınırlılıkları alt başlık konusu yapılmış, veri toplama tekniği, önemi, … gibi başlıkların ayrı bir alt başlıkta gösterilmesi tercih edilmemiştir.

Tezin Konusu

Bu tezin konusu literatürde ve akademik çalışmalarda yoğun bir şekilde işlenen kamu hizmeti yayıncılığı kavramının televizyon yayınlarındaki gelişimi ve uygulanırlığıdır.

İletişim tarihinde BBC (British Broadcasting Corpation) ile başlayan kamu hizmeti yayıncılığı, bu çalışmada televizyon kanallarının özel mülkiyet konusu değil, kamu malları olarak düzenlenmesi anlamına gelecek şekilde kullanılacaktır. Kamu hizmeti yayıncılığı kimi yazarlarca, radyo ve televizyon yayınlarının, kamusal enformasyon, kültür, eğitim ve eğlence kaynaklarını geliştirmekle yükümlü ulusal kültür kurumları olarak düzenlenmesi anlayışı olarak tanımlamıştır. Kamu hizmeti yayıncılığında ticari ve siyasi çıkarlardan uzak durma eğilimi söz konusudur.

Ticari kaygılar gütmeden kamuya hizmet etme anlayışında olan kamu hizmeti yayıncılığında programlar, eğitici, sanatsal içerikli ve kamu yararına olacak şekilde hazırlanır. Siyasi iktidarların ve sermayenin etkisinden uzak tutulması amaçlanan kamu hizmeti yayın kurumlarında, yayınların tüm ülkede izlenebilmesi, çoğulculuk ve çok seslilik, azınlıklara hitap etme ve ulusal kimliğe saygı gösterilmesi ilkeleri gözetilmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığında yayınların toplumun büyük bir kesimine ulaşması, toplumu eğitmesi, bilgilendirmesi, yaşanan olaylardan haberdar etmesi ve eğlendirmesi beklenmektedir. Kamu yayın organlarında mali kaynak, halkın ödediği ruhsat ücretlerinden sağlanmaktadır. Ülkemizde bunun yanında elektrik faturalarından da kamu yayıncısı olan TRT'ye belirli bir oranda kaynak

aktarılmaktadır. Bu doğrultuda kamu yayın kuruluşları kendilerinden beklenen amaçları yerine getirmek için programlarını geniş bir yelpazede sunmaktadırlar.

Kamu hizmeti olarak değerlendirildiğinde TRT, BBC'nin yayın ilkelerini Türkiye'de hayata geçirmek üzere kurulan kamu hizmeti yayın kurumudur. Radyo ve televizyon yayıncılığı yapmak üzere 1964 yılında radyo yayınları ile başlayan yapısına 1968 yılında televizyon yayınlarını da eklenmiştir. 1 Ocak 1968'de yayın hayatına başlayan TRT 1 kanalının ardından toplumun eğitim ve kültür gereksinimlerini karşılamak üzere TRT 2 kanalı, ardından TRT 3 ve TRT 4 kanalları kurulmuştur. Yayınlarını özerklik ve tarafsızlık ilkelerine göre gerçekleştirmekle yükümlü olan TRT, Türkiye'de özel televizyonların yayına başladığı 1990 yılına kadar yayıncılıkta tekel konumunu sürdürmüştür.

Ticari yayıncılık yapan özel televizyon kanallarında kamu hizmeti yayıncılığından farklı amaçlar benimsenmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığında yurttaş olarak tanımlanan izleyiciler ticari yayıncılıkta tüketici olarak adlandırılmıştır. Ticari yayıncılıkta temel amaç eğlendirmek ve bir tüketim yaratmaktır. Ticari yayıncılıkta kamuoyu oluşturmak hedefi kamu hizmeti yayıncılığında benimsenen bilgilendirerek kamuoyunun serbestçe oluşumunu sağlama amacını yerine geçmiştir. Ticari yayın yapan özel televizyonlarda belli amaçlar doğrultusunda izleyici bir hedefe doğru yöneltilmek istenir ve bu doğrultuda yayın yapılır. Özel kanallar yayına başladıktan sonra kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının sürdürebilirliği tartışılır hale gelmiştir. Bu tartışmalar ortamında ise TRT, izleyici kitlesini sabit tutmaya çalışmıştır. Özel yayıncıların yayınlarında tecimsel kaygılarla hareket etmeleri, kamu hizmeti yayıncılığında karmaşalara sebebiyet vermiştir.

Bu çalışmamızda kamu hizmeti yayıncılığı irdelenmeye çalışılmıştır.

Tezin Amacı

Kamu hizmeti yayıncılığına dair yapılan tartışmalar, ticari yayıncılık ortamında kamu hizmeti yayıncılığının ilkelerinin geçerliliği, kamu yayıncılarının özel yayıncılara alternatif olabilmesi, teknolojik gelişmeler ve ortaya çıkan yeni yayıncılık sisteminde kamu yayıncılarının yeri bağlamında şekillenmektedir. Tez çalışmasının amacı, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı hakkında ki tartışma ve yayınlara katkı sağlayabilmektir.

Tezin Kapsam ve Sınırlılıkları

Tez çalışmamızın kapsam ve sınırlılığı değerlendirildiğinde, hacimsel kaygılar nedeniyle Avrupa ülkeleri ayrı ayrı incelenmemiş sadece gerektiğinde değinilme yoluna gidilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM, KİTLE İLETİŞİMİ, TELEVİZYON VE KAMU HİZMETİ

Tezin birinci bölümü kavramsal açıklamalardan oluşmaktadır. Bu bölümde derinlemesine açıklamalara girilmeden genel olarak iletişim, kitle iletişimi, televizyon ve kamu hizmeti konularına yer verilmiştir. Konularla ilgili ayrıntılı açıklamalara alt başlıklarda yer verilmiştir.

1.1.İLETİŞİM

İnsanların büyük bir toplum içinde ve toplumu oluşturan diğer alt gruplarda yaşamaları, onları ve sosyal grupları birbiri ile sürekli ilişkilere zorlar ve böylece her insan grubu sosyal ilişkilerin bir tür şebekesi olarak ortaya çıkar. Bu etkileşim ancak iletişim yolu ile gerçekleşebilir.

İletişim insanla başlar; insanın ve toplumun var oluşunun zorunlu koşuludur. İletişim sosyal bir toplumun olmazsa olmaz unsuru olarak kabul edilmektedir. İletişim olmaksızın insanın kendi ve toplumsal varlığını sürdürmesi olanaksızdır. [2]

Her insan toplumu, bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve göreneklerden ve insanın toplumun bir üyesi olarak elde ettiği birçok yetenekten

[2] İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Erk Yayınları, 2. Baskı, Ankara, 2005, s. 15.

oluşan bir kültüre sahiptir. Toplumun bireyleri bu kültürü sosyalleşme yolu ile kazanırlar. Sosyalleşmenin sağlanması için de kişiler ve topluluklar arasında iletişim zorunludur. Yani iletişim, toplumların yaşamasını sağlayan zorunlu bir süreçtir. [3]

İletişim kelimesi, Latince bir kelime olan communis yani ortak kelimesinden gelmektedir. Batı dillerinde bu kelimenin karşılığı communication olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sözcüğün dilimizdeki karşılığı olan "iletişim" sözcüğünün kökeni "ileti" dir.[4] Öğretide communis kelimesinden hareket eden yazarlar, iletişimin ortak semboller vasıtasıyla gerçekleştiğini vurgulamakta, yaptıkları tanımlarda ise bu özelliği ön plana çıkarmaktadır.

İletişim kelimesinin tanımı üzerinde bir uzlaşı söz konusu değildir. Daha doğrusu iletişim kavramının birçok alanda kullanılması bu uzlaşıyı mümkün kılmamıştır. İletişim kavramının farklı alanlarda birbirinden farklı anlamlarda kullanılması, kullanılan alan ve tanımı yapan kişilerin farklı olması nedeniyle iletişim kelimesinin yüzlerce tanımının yapıldığı görülmektedir. [5]

Yapılan tanımlamalardaki ortak unsurları bir araya getirdiğimizde, bazı tanımlarla da örtüşecek şekilde iletişimi; "Bir iletinin kaynaktan hedefe bir iletişim kanalı vasıtasıyla iletilmesidir." şeklinde tanımlayabilmek mümkündür.

[3] Şerafettin Ekici, *Bir İletişim Ortamı Olarak İnternet ve Türkiye'de İnternetin Regülâsyonu*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2009, s. 3.
[4] Ayhan Oğuz Ünlüer*, Televizyon Yayıncılığının İletişim Ortamı, Düzen ve Politikaları ile Türkiye'deki Uygulamanın Gelişim Boyutları,* Anadolu Üniversitesi, SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 1995, 23.
[5] Ş.Ekici, 2009, s. 4.

1.1.1.İletişimin Amacı ve Önemi

Bir sosyal yapı içinde iletişime ihtiyaç göstermeyen hiçbir birim ya da canlı yoktur; çünkü iletişim, insanların birbirlerini anlamaları için gerekli olan bir köprüdür.[6]

Bütün insanların her iletişim eyleminde bilgilendirmek, ikna etmek, yönetmek, eğlenmek vb. bir dizi nedeni ve amacı vardır. İletişim amaçları, karşılığı hemen beklendiğinde "tüketime" yönelik; daha sonraki ödüllendirmeler hedeflendiğinde "araçsal" olarak ayırt edilebilir.

İletişim insanların toplu yaşamasının bir ürünü ve bu yaşamın bir gereğidir. Eğer insanlar toplu yaşamak zorunda olmasalardı iletişim olmazdı. Yalnız yaşayan bin insan, belki kendini anlatabilecek araçlar bulur, ama bunu bir başka insana gönderemediği için kişiler arası iletişim olmazdı. Bu yüzden iletişim toplu yaşamanın bir sonucu olarak da değerlendirilmektedir. Toplu yaşamda insanların birbirleriyle ilişki kurmadan ve etkileşmeden yaşamlarını sürdürmeleri olanaksız olduğu için iletişim, toplu yaşamanın bir gereğidir. [7]

İnsan ister tek başına, ister toplumla birlikte yaşasın, amaçlarını iletişim kurarak gerçekleştirebilir. İnsanda iletişim kurma ihtiyacı, çevreyi etkileme isteğinden kaynaklanır. Bu nedenle iletişim, ister bilgiyi yaymak, ister eğitmek, ister eğlendirmek ya da yalnızca anlatmak için olsun, asıl amaç, bilgi verme ve karşıdakini etkilemektir. Özellikle örgütsel ve grup iletişiminde, birlikte çalışan insanların davranışlarını kontrol etmek ve belli bir amaç doğrultusunda yönlendirenin

[6] Âdem Geçimli, *Örgütsel Davranış Biçimi Olarak İletişim,* Selçuk Üniversitesi*,* Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya*, 2007*, s.25.
[7] A.g.t., s.26.

vazgeçilmez aracı, iletişimdir. Bu yönüyle iletişim sadece bir ileti alışverişi değil, insanın toplumsallaşma sürecinde ortak bir etkinlik biçimidir. [8]

İletişim yaşamımızın öylesine bir parçasıdır ki, her düşüncemizin, her davranışımızın ve ilişkimizin ardında isteyerek ya da istemeden aldığımız ve verdiğimiz iletiler var. Günümüz toplumunda uyku dışında kalan zamanımızın çoğunu başkalarıyla gelip geçici-sürekli, içten-mesafeli, anlamlı-yüzeysel, yüz yüze-dolaylı ilişkiler içinde geçirdiğimiz, yalnız olduğumuz zamanda radyo, televizyon, gazete, kitap gibi araçlardan yararlandığımız göz önüne alınacak olursa, iletişimin yaşamımızın yaklaşık dörtte üçünü kaplayan bir olgu olduğu açıktır.

İletişim her şeyden önce, insanın kendini bir insan olarak gerçekleştirmesi ve sosyal süreçlere girmesi bakımından önemlidir. İletişim sayesinde insanlar zihinlerindeki kavram ve fikirleri açığa vurma, onları paylaşma ve değerlendirme olanağına sahip olurlar. Başkalarını etkileme ve onlardan etkilenme, yararlanma, yararlı olma ve bir başarı gösterme iletişim sayesinde mümkün olur. [9]

Etkilemek iletişimin amacıdır. Çünkü iletişim etkilemek için yapılmaktadır. Ama yönetsel olan iletilişim yönetsel olmayan iletişime bakarak karşıdakini etkilemeye daha çok ağırlık verir. Yönetsel iletişim, karşıdakine eyleme geçirmeyi amaçlamaktadır. Bu yüzden yönetsel iletişim bir bakıma eğitsel iletişime benzer çünkü eğitimin amacı da eğitilenin davranışını değiştirmek için onu etkilemektir. Kişiler arası iletişim ise, daha çok ilişki kurma amaçlıdır.

Öğrenmek, öğretmek, anlamak, anlatmak, etkilemek, etkilenmek, paylaşmak ve sahip olmak için iletişim kurarız. Bunların dışında yeme, içme barınma gibi fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarımızı da iletişim kurarak karşılarız. Kısacası insan ilişkilerinin temelinde iletişim vardır. İletişim şüphesiz insanlar ve diğer tüm sosyal sistemler için önemlidir, ancak iletişim özellikle bugün her zamankinden daha büyük bir öneme sahiptir. Günümüzde iletişimin öneminin artmasının nedeni, iletişimin bugün bir güç kaynağı olan bilgi iletiminin temel aracı olmasıdır. Yaygın bir

[8] Hasan Tutar, *Örgütsel İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003, s. 44.
[9] A.g.e., s.45.

tanımlamayla içinde bulunduğumuz çağ "enformasyon çağı" olarak nitelendirilmektedir. Çağımıza adını veren bilginin bir değer olarak ortaya çıkması ve iletilmesi, iletişim sayesinde mümkün olabilmektedir. [10]

Syliane Herpin'e göre iletişimde, dokuz tane ihtimal vardır. Bu ihtimaller; düşündüğümüz, söylemek istediğimiz, söylediğinizi sandığınız, söylediğiniz, karşınızdakinin duymak istediği, duyduğu, anlamak istediği, anladığını sandığı, anladığı, arasında farkların olduğudur. Bunun aritmetiksel anlamı, ilettiğimizi zannettiğimiz mesajların %51 oranındaki bölümün bizim kastetmek istediğimiz gibi algılanmadığıdır. İnsan yaşamının ilk gününden son gününe kadar her türlü iletişim yöntemleriyle iç içe yaşaması ve iletişimi gerçekleştirdiğimiz mesajların yarıdan fazlasının yanlış anlaşılma olasılığının bulunması, iletişimin öneminin ne kadar dikkate alınması gerektiğine örnektir. [11]

Kısaca, iletişimin kişi açısından özel amaçları ne olursa olsun, temeldeki amacı çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış, tutum geliştirmek ve değiştirmektir. [12]

1.1.2.İletişimin İşlevleri

Çağdaş Amerikan toplum biliminin temsilcilerinden Merton'un toplumsal sistem içinde yer alan öğelerin işlevleri için önerdiği ayrımdan hareketle iletişimin açık/amacı belirlenmiş işlevleri yanında örtülü/amaçlanmamış işlevleri olduğu kabul edilir. Açık işlevler iletişimde bulunanlar tarafından arzulanan ve sonuçları kendilerince öngörülen işlevlerdir. Örtülü işlevler ise iletişimde bulunan tarafların ne istedikleri, ne de farkında oldukları işlevlerdir. [13]

[10] H.Tutar, 2003, s.44.
[11] A.Geçimli, 2007, s.26.
[12] A.g.e, s.31.
[13] A.g.e, s.33.

Her toplumun özgün kültürüyle, her bireyin özel yaşantı ve beklentileriyle, amaçlarıyla ayrı bir dünya oluşturduğu düşünülecek olursa, iletişimin işlevleri ister açık, ister örtülü biçimde olsun sayılamayacak kadar çeşitlenebilir. Bu çeşitlilik içinde bakıldığında işlevleri kavramak olası değil ama yine de insanın simgesel düşünme ve iletişim becerisinden yararlanarak bir sınıflandırma ile iletişimin işlevleri psikolojik ve toplumsal açıdan incelenebilir. [14]

İletişim, her türlü bireyin kendisi ile onun psikolojik gereksinimleri ile ilgilidir. Bireyin kendisini tanıması, tanımlaması, neleri yapabildiğini ve yaptırabildiğini kavraması, kendisini nasıl olduğunu sanıyorsa ya da nasıl olmak istiyorsa öylece tanıtması; başkalarının ona yönelik davranışlarından kendisini değerlendirmesi süreçlerinde kendi kendine ve başkalarıyla yaptığı iletişim rol oynar.

İletişim, her toplumun doğuşu ve gelişmesi için temel olan toplumsal ilişkileri somutlaştırır, bu nedenle de insana özgü toplumsal yaşamın ilk ve vazgeçilmez bir öğesidir. İletişimin toplumsal işlevleri şu şekilde sıralanabilir.[15]

Haberdar Etme/Gözetleme işlevi: İletişim, toplumsal sistemin genelinde toplumsal roller, kurallar, olup bitenler, olacak ve olabilecekler hakkında bilgi ve haber verme, bunların değerlendirilmesi, benimsenmesi ya da reddi ile ilgilidir.

Eşgüdüm/Karşılıklı bağlılık işlevi: Toplumdaki denetim mekanizmaları, yani değerler yazılı ve yazısız davranış kuralları ile grupların ve bireylerin davranışları toplumun birliği ve devamı için sınırlandırır ve yönlendirilir. Bu mekanizmaların işleyişini sağlayan iletişimdir. Böylece çevreden alınan bilgi ve habere göre gösterilen ve gösterilebilecek bireyin ve grup tepkilerinin eşgüdümü amaçlanır.

Kuşaklararası aktarma işlevi: Toplumsal ve kültürel mirasın aktarılması, diye tanımlanacak bu işlev, toplumsal sistemin genelinde toplumsal değerlerin, rollerin ve davranış kurallarının toplumun yeni üyeler kazandırması, başka bir deyişle toplumsallaşma süreciyle ilgilidir.

---

[14] A.Geçimli, 2007, s.33.
[15] Merih Zıllıoğlu, *İletişim Nedir?,* Cem Yayınları, 2.Basım, İstanbul, 2003, s. 80.

Eğlence işlevi: Shramm ve Porter, iletişimin eğlence işlevine yalnızca toplumsal sistemin genelinde yer verirler. Boş zamanları değerlendirme, işten ve yaşamın gerçeklerinden kaçma etkinlikleri hep iletişim sayesinde gerçekleşir. Bununla birlikte, ekonomik ve siyasal sistemin kazanç sağlama, hizmet sunma ya da kitleleri uyarma veya uyutma açısından bireysel ya da topluca eğlence/ dinlenme etkinlikleriyle ilgili oldukları gerçeği göz ardı edilemez. [16]

İletişim toplum genelinde, ekonomik ve siyasal düzende ele alınan toplumsal işlevleri üç temel ilke çerçevesinde değerlendirebiliriz.

1-Geçmişi sürdürmek ve güncelleştirmek,
2-Bugünü yaşayabilmek,
3-Geleceği güvence altına almak.

Bu ilkeler iletişimin, kültüre göre değişse de yalnız insana özgü bir zaman anlayışı içinde geçmiş, bugün ve gelecek arasında toplumsal boyutta kurduğu ilişkiyi yansıtır. [17]

1.2.KİTLE İLETİŞİMİ VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİ

Kitle iletişimi bir kitlesel araç yardımıyla (gazete, radyo, televizyon vb.) dolaylı bir biçimde kurulan iletişim sürecidir. Kitle iletişim teriminin tarihine baktığımızda ilk olarak, 1940'larda Harold Lasswell tarafından siyasal bilimler hakkında yapılan araştırmalarında tanımın kullanıldığını görmekteyiz. Burada terimin kullanılmasının amacı ise toplumsal örgütlenmeyi belirten modern koşulları

[16] A.Geçimli, 2007, s.38.
[17] A.g.t., s.39.

belirtmek ve siyasal karar alma süreçlerine iletişim teknolojilerinin rolünü vurgulamaktır. [18]

Kitle iletişimi ile iletişim terimleri her ne kadar birbirlerinin yerine geçebilecek biçimde kullanılan terimler olsalar da, birbirlerinden birçok yönden ayrılmaktadırlar. Bu farklılık, belki de en üst noktasında iletişimin tarafları arasındaki farklılıktır. Bu kurumsallaşma ise kendisini bir meslek ve mülkiyet şekli biçiminde tecimselleşmiş olan gazete, radyo, televizyon, dergi vb. birçok farklı biçimde göstermektedir. Burada kitlelere gönderilecek olan tüm iletiler tek bir kişinin değil, kitle iletişim aracının kurumsallaşmış yapısı içerisindeki tüm bireyler tarafından belirlenir ve buna göre gönderilir. [19]

İletişimle ilgili çalışmalar Batı dünyasında 1950 ve 1960'lı yıllara kadar oldukça dağınık bir biçimde yapılmıştır. İletişim alanındaki çalışmaların birleşip, bir disiplin olma yolunda girmesiyle beraber bu çalışmalar özellikle kitle iletişim araçları üzerinde yoğunlaşmaya başlamış ve kitle iletişim araştırmalarıyla daha genel bir anlama sahip iletişim çalışmaları birbirleriyle özdeşleşmiştir. Günümüze kadar süren dönemde de iletişim alanındaki çalışmalar daha çok "kitle iletişim araçları"nın etkinlikleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Kitle iletişim araçları üzerine yapılmış olan bu çalışmalar dört ana etmeni ortaya çıkarmak veya ölçmek maksadıyla yapılmıştır. Bu etmenler ise, kamuoyu, pazarlama, propaganda ve reklâmdır. Hem kitle iletişimi hem de iletişim terimleri birbirlerinin yerine geçebilecek bir şekilde kullanılabilmektedir. [20]

Kitle iletişimi hakkındaki araştırmalar, 1930'lu yıllarda radyo yayıncılığının hızlı gelişimi ve medyanın insan davranışları üzerinde etkisi üzerinde yapılmıştır. Bu araştırmalar arasında akademik alanda teoriyi geliştirmeye yönelik olanların yanı sıra, ticari amaçlı ve teorik olmayan türden araştırmalar da bulunuyordu. Kitle iletişim araçlarının etkililik açısından bir çok araştırmaya konu olmasının altında

[18] Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü,* Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1998, s. 211.
[19] Ünsal Oskay, *İletişimin ABC'si*, Der Yayınları, İstanbul, 2005, s.42.
[20] Erol Mutlu, *Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi*, Ankara Üniversitesi Yıllığı(1991-1992), Ankara, 1992, s.119.

yatan neden ise, bu araçların içerdiği mesajların sınırları belirsiz bir sahaya yayılabilir olmasıdır. [21]

Birçok toplumbilimci, iletişimde alan olarak araştırmacılara çalışmayı zorlayacak yeni soru ve konuların olduğunu savunmaktadır. Bununla birlikte iletişim alanında yeterli sayıda konu bulunmasına karşın, araştırmaların temel sorunsalı olarak "iletişim sürecinin etkinliği" konusu öne çıkmaktadır. Burada etkinliği araştırılan iletişim süreci ise daha önce de belirttiğimiz gibi kitle iletişim sürecidir. İletişim araştırmaları kapsamında araştırmacılar iletişim sürecinin karmaşıklığını kabul etmiş ve bu sonuçtan hareketle yeni açılımlara yöneltmişlerdir.

Gerek iletişim süreci gerekse de kitle iletişim süreci iletişim süreci içinde değerlendirildiğinde, iletişim araçlarının etkilerinin mutlak olmadığı düşünülmektedir. İletişime girme ve iletişimi sürdürme noktasında birçok farklı unsur ve değişkenin iletişim etkisinin olduğu kabul edilmekte ve bu da iletişim sürecinin karmaşıklığını ispatlamaktadır. Kitle iletişimi kitlesel bir araç yardımıyla yapılan bir iletişim biçimi olarak kendi farklılıklarını ortaya koymaktadır. Bunun yanında kitle iletişimi denilince birçok bakımdan farklı bir iletişim şekli kastedilmektedir. Bu iletişim şeklinin önemli özellikleri de bulunmaktadır.[22] Mutlu'ya göre kitle iletişiminin özellikleri şu şekilde sıralanabilir: [23]

—Kitle iletişiminin izler kitlesi görece geniştir,

—İzler kitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen ve değişik niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden bir topluluktur,

—İzler kitle kimliksiz bir topluluktur; yani izler kitle üyesi ve iletişimci genellikle birbirlerini kişisel olarak tanımazlar,

—Kitle iletişimi kamusaldır; yani içeriği herkese açıktır,

—Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir,

---

[21] Şengül Özerkan, *İletişim Araştırmaları*, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 1-2, İstanbul, 2002, s.70.
[22] Erman Erdoğan, *Yaygın Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Kamusal İşlevleri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 2008, s. 8.
[23] E.Mutlu, 1998, s. 212-212.

—Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir,

—İletişimciyle izler kitle arasındaki ilişki izler kitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur,

—İletişim geri döndürülmezcesine tek yönlüdür ve izler kitlenin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır, böylelikle iletişim sisteminde göndericiyle alıcı arasında keskin bir kutuplaşma söz konusudur,

—Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda hem de birey maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilir.

Kitle iletişim araçlarının özellikle demokratik toplumlarda, modern toplumsal anlayışın bir gereği olarak bireyselciliğin, toplumsal gelişmenin ve düşünce ve davranış özgürlüğünün yanında yer alması beklenir. Çoğulculuk ve çeşitlilik gibi toplumsal kavramların kökeninde liberalizm ve siyasal çoğulculuk bulunmasına karşın, kitle iletişim araçlarının çeşitliliği ise daha çok kamu yararı kavramında aranmalıdır. Kamu yararı ise genel olarak bakıldığında daha çok siyasal çoğulculuğu ilgilendiren bir kavramdır. Kitle iletişim araçları kamu yararını gözeten bir çeşitliliği sağlayabildikleri ölçüde, toplumsal çoğulculuğa katkıda bulunabileceklerdir.

Kitle iletişim araçlarında çeşitlilikten söz ettiğimizde bu çeşitliliğin dört ana boyutunun var olduğu görülmektedir bunlar: [24]

1-Biçim ve konularda çeşitlilik(eğlence, haber, bilgi, eğitim vb.) ,
2-İçeriksel çeşitlilik(görüş ve konularda çeşitliliği),
3-Kişi ve grupların çeşitliliği(temsiller),
4-Coğrafi çeşitliliktir.

Kitle iletişim araçlarının öneminin günden güne artmasına paralel olarak günümüzde en önemli sosyolojik değerlendirme araçlarından birisi konumundadır. Kitle iletişim araçlarının sosyoloji açısından bu kadar önemli kaynaklar haline gelmesinde ise kitleselliğin rolü büyüktür. Kitle toplumu kavramı kendi kökenini

[24] Nurçay Türkoğlu, *Kitle İletişimi ve Kültür*, Naos Yayınevi, İstanbul, 2004, s. 36.

kitlesellikten almaktadır. Kitle kavramı etrafında şekillenmiş olan kitle toplumunun özelliklerini ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür: [25]

—Kapitalist işbölümünün gelişmesi,

—Fabrika örgütlenmesi içinde büyük çaplı meta üretimi,

—Nüfusun önemli bir kısmının kentsel yerleşmelerde toplanması,

—Kentlerin büyümesi,

—Karar alma sürecinin merkezi hale gelmesi,

— Karmaşık ve evrensel düzeyde bir kitle iletişim sistemi,

—Oy haklarının işçi sınıfını da içine alacak bir biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasi hareketlerden büyümesi.

Kitle iletişimi olgusuna işlevsel olarak bakmak gerektiğinde, iletişimin toplumsal gelişim ve daha doğrusu modernizasyon konusundaki etkileri ortaya çıkmaktadır. İletişimin henüz yeterince gelişmemiş ve Batılılaşmaya özenen üçüncü dünya ülkelerinde kişisel gelişim ve bu sayede toplumsal modernizasyona yardımcı olacağı düşüncesi, büyük oranda kitle iletişim araçlarının yaygınlığından kaynaklanan gücüne dayanmaktadır. Lasswell kitle iletişiminde içinde yer aldığı sosyal iletişimin üç temel işlevi olduğunu belirtir: " 1- Çevrenin gözetimini yapmak, 2- Çevreye karşılık vermede toplumun parçaları arasında ortak ilişkiyi kurmak, 3- Bir kuşaktan diğerine sosyal mirası nakletmek." Halloran ise, kitle iletişim araçlarının en temel işlevi olarak toplumsal geçeği tanımlayacak bilgi ve açıklamaları iletmek olduğunu savunur. [26]

Kitle iletişim araçları her ne kadar teknolojik birer aygıt olarak görülse de yadsınamaz bir biçimde toplumsal özelliklerinin de ağır bastığı açıktır. Kitle iletişim araçları içinde bulundukları toplumsal yapının üç temel yapısıyla sıkı bir ilişkiye girmekte, bu şekilde toplumlar arasında farklılaşmasını sürdürmektedir. Kitle iletişim araçları toplumsal yapının en çok sosyal ekonomik ve siyasi yapısından etkilenmektedir.

[25] Ömer Özer, *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2004, s. 1.
[26] İrfan Erdoğan, *İletişimi Anlamak*, Erk Yayıncılık, Ankara, 2005, s.310.

Ekonomik, sosyal ve siyasi alanda görülen değişimler bir yandan iletişim alanındaki yeni gelişmeleri beslerken, diğer yandan da kendileri iletişim alanındaki oluşum ve gelişmelerden etkilenerek benzer bir süreci meydana getirmektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde bulundukları toplumun özelliklerini büyük ölçüde yansıtmaktadırlar. Bundan dolayı kitle iletişim sistemleri arasındaki farkın tam olarak belirlenmesi için toplumsal farklılıkları irdelemek gerekir. Toplumsal sistem ve iletişim sistemi arasında tam bir uyumun olduğunu anlayabilmek için toplumun belirli inanç ve kabullerine bakılmalıdır. Bu belirli inanç ve kabuller ise insanın doğası, toplumun ve devletin doğası, insan ve devlet ilişkileri ile bilgi geçeğin doğası olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle kitle iletişimi ile toplumsal sistem arasındaki ilişkinin biraz felsefik bir ilişki olduğu söylenebilir.[27]

Kitle iletişim araçları ve bu araçlarla sağlanan iletişim bazı farklı noktaları da bünyesinde taşımaktadırlar. Kitle iletişim araçlarının anlamsal referansının, teknolojik olarak veya işlevsel olarak mı alınması konusu her yönden karşımıza çıkmaktadır. Burada farklı bir anlamsal karşılaşma yapılması gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarının sadece bir teknoloji olarak değil, işlevsel olarak değerlendirilmesiyle bu araçların kavramsal açılımının medya olması gerektiği savunulmaktadır. Medya kavramsal karşılık olarak bu şekilde daha geniş bir yelpaze içinde değerlendirmeye açılacaktır. [28]

1.2.1.Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişimini yalnızca haber ve mesaj değişimi olarak değil aynı zamanda düşünce, olgu ve veri iletim ve değişiminin tamamını içine alan bir unsur olarak değerlendiren UNESCO hazırladığı "İletişim ve Toplum" raporunda kitle iletişiminin işlevlerini şöyle sıralamaktadır: [29]

---

[27] Metin Işık, *Kitle İletişim Sistemleri*, Eğitim Kitabevi, Konya, 2002, s.3.
[28] Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayınları, Ankara, 2005, s.13.
[29] MacBride Steven*, Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya: İletişim ve Toplum*, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayını, Ankara, 1993, s. 15.

Haber ve Bilgi Sağlama İşlevi: Kitle iletişim araçları bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslararası konuları akılcı biçimde kavramak ve gerekli kararları alabilmek için haber ve ilgi aktarırlar.

Toplumsallaştırma İşlevi: Kitle iletişim araçları, insanların toplum içinde varlıklarını sürdürebilmeleri için gerekli olan toplumsallaşmanın sağlanmasına yardımcı olurlar. Toplumun maddi ve manevi temelleri kitle iletişim araçları vasıtasıyla topluluk üyelerine aktarılır, onlar tarafından öğrenilmesi sağlanır.

Motivasyon İşlevi: Kitle iletişim araçları tartışma ortamı oluşturarak, kamusal çıkar konusunda var olan sorunların açığa çıkmasına yardımcı oldukları gibi diyalog yoluyla uzlaşma sağlanmasına da katkıda bulunurlar. Kitle iletişim araçları yoluyla ulusal ve uluslararası sorunlarda tartışma ortamına toplumun tüm kesimlerinin katılması temin edilerek, en uygun çözümün bulunması sağlanır.

Eğitim İşlevi: Kitle iletişim araçları haber ve bilgi aktarırken, dolaylı olarak da toplumun eğitim seviyesinin yükselmesine yardımcı olur. Kitle iletişim araçları ayrıca bireylerin yetenek ve beceri düzeylerinin gelişmesinde de önemli rol oynar.

Kültürel Gelişme İşlevi: Kitle iletişim araçları sanatsal yapıtları yayarak kültürün gelişmesine katkıda bulunduğu gibi geçmişin mirasını korumada da önemli rol üstlenmektedir.

Eğlendirme İşlevi: Kitle iletişim araçları bireylere eğitim ve kültürün yanı sıra eğlence imkânı da sunmaktadır. Bireyler, kitle iletişim araçları vasıtasıyla hoşça vakit geçirebilmektedirler.

Bütünleştirme İşlevi: Kitle iletişim araçları bir toplumdaki bireylerin birbirlerinin koşullarını tanımalarına yardımcı olduğu gibi farklı toplumların da

birbirlerine yakınlaşmalarında önemli bir rol üstlenmektedir. Kitle iletişim araçları farklılık içinde birlikte yaşamak ve çoğulculuk ilkesine de katkıda bulunmaktadır. [30]

UNESCO'nun kitle iletişim araçlarının işlevlerine yönelik detaylı sınıflandırmanın yanı sıra, bir başka yaklaşım kitle iletişim araçlarının işlevlerini "toplumsallaştırma işlevi, siyasal işlev, ekonomik işlev ve enformasyon işlevi" olarak dört temel kategoride toplamaktadır. [31]

a)Kitle İletişim Araçlarının Toplumsallaştırma İşlevi: Kitle iletişim araçlarının ana işlevi toplumsallaştırmadır. Karmaşık bir toplumda insanların bir arada yaşayabilmelerinin sağlanmasında esas görev kitle iletişim araçlarına düşmektedir. Çünkü toplumsallaştırma, insanın kendine uygun insanca davranışları öğrenmesi süreci, yani kişinin toplum içindeki yerini alma sürecidir. Kitle iletişim araçları bu süreçte, özellikle düşünceyi yönlendiren norm ve değer sistemleri ile örnek kimselerin tanıtılmasında, yaşamı kolaylaştıran düşünce ve davranış şekillerinin aktarılarak sosyal sistemin sürekliliğinin korunmasında önemli roller oynamaktadır.

b)Kitle İletişim Araçlarının Siyasal İşlevi: Demokratik bir düzende kitle iletişim araçlarının temel işlevi, kamuoyunun oluşturulmasıdır. Kitle iletişim araçları toplumdaki mevcut görüş ve fikirleri ayırım yapmaksızın duyurma ve inceleme sorumluluğuyla kamuoyunu oluştururken, çevreden gelen girdilere cevap vererek siyasi düzenini korunması yönünde de bir işlev görürler. Siyasi sistemi algılanabilir bir şekle indirgemek ve böylece siyasi bilinçlendirmeyi sağlamakla da yükümlü görülen kitle iletişim araçları, bu arada eleştiri ve kontrol görevini de üstlenmektedir. Bu da kitle iletişim araçlarına toplumsal dengelerde yasama, yürütme ve yargı güçlerinden sonra "dördüncü güç" olma imkânını sağlamaktadır.

c)Kitle İletişim Araçlarının Ekonomik İşlevi: Ekonomik işlevler, doğrudan ya da dolaylı olarak kar sağlamaya yönelik işlevlerdir. Bu çerçevede en önemli işlev,

[30] Ş.Ekici, 2009, s. 69.
[31] A.g.e., s. 70.

ürün/para ilişkisinin daha da canlılık kazanmasına yardımcı olmaktadır. Bu da çoğunlukla reklam sayesinde gerçekleşmektedir.

d)Kitle İletişim Araçlarının Enformasyon İşlevi: Enformasyon, alıcının sübjektif bilgisini artıran, bilgi eksikliğini gideren bir unsurdur. Bir ifadenin enformasyon olarak nitelendirilebilmesi için söz konusu kişi ya da kişiler için önceden bilinmeyen bir konunun aydınlığa kavuşturulması gereklidir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları, sosyal, siyasi ve ekonomik sistemler için enformasyon işlevini yerine getirerek bireylere enformasyon aktarmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının temel özelliklerine ve başlıca işlevlerine bakıldığında; kitle iletişim araçlarının bireylerin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde, verecekleri kararların oluşmasında önemli roller üstlendikleri görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarının, haber ve bilgi verme fonksiyonlarının dışında toplumsal işlevleri de bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının siyasal sistemin alınmasında, siyasal bilgi edinilmesi ve siyasal katılımın artırılması yönündeki işlevleri de altı çizilmesi gereken unsurlar arasında yer almaktadır. [32]

1.3.KİTLE İLETİŞİMİ VE TELEVİZYON

Kitle iletişiminde televizyonun rolü ve önemi çok büyüktür. Büyük toplum kitlelerine rahatça ulaştırılabilme, verilen mesajın rahatça iletilebilmesi gibi nedenlerle kitle iletişiminde televizyon başat rol oynamaktadır.

[32] Ş.Ekici, 2009, s. 71.

1.3.1. Televizyonun Bulunuşu ve İlk Televizyon Yayınları

Televizyon sözcüğü "uzak" anlamındaki Yunanca tele ve "görme" anlamındaki Latince Visio sözcüklerinden türetilmiştir. Bu tanıma göre televizyonun sözcük anlamı "uzaktakini görme" dir. Televizyonla ilgili ilk çalışmalar, radyoda olduğu gibi Avrupalı bilim adamları tarafından gerçekleştirilmiştir. Televizyonun radyoya göre daha karmaşık bir tekniğe sahip oluşu, çalışmaların daha yavaş bir gelişme göstermesine neden olmuştur.[33]

Televizyonla ilgili ilk teknik buluş, İrlandalı bir telgrafçı olan Andrew May tarafından 1873 yılında gerçekleştirilmiştir. May, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini ve selenium adlı kimyasal maddenin elektriğe karşı dirençli olduğunu ve bu direncin güneş ışınında daha da azaldığını bulmuştur. May'in bu buluşundan on yıl sonra bir Alman bilim adamı Paul Nipkow, bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirmiştir. "Döner disk" adı ile anılan bu aracın içinde kenarlardan itibaren helezonik şekilde yerleştirilen kare delikler, bir delikten geçirilerek verilen elektrik ışınları ile baştan başlayarak dönerek taranmakta ve bu taranan yerler ışık ve gölge olarak bir diğer yerde görüntü olarak elde edilmektedir. [34]

"Döner disk" görüntüyü başka yere aktaran ilk araç olması bakımından önemli bir buluştur. Nipkow'un daha sonraları mekanik tarama olarak adlandırılacak "döner diski", 1923 yılında Amerikalı Jenkins, 1925'de ise İngiliz Baird tarafından ilk deneme yayınlarını gerçekleştirmek için kullanılmıştır. Ancak İngiltere'nin Hasting kasabasında alınan ilk sonuçlar, belli belirsiz kaba çizgilerden öteye gidememiştir. Yapılan denemelerde saniyede 20 resim 60-120 çizgi ile taranmıştır. 1936 yılında ise Baird, saniyede 24 resim ve 240 çizgi ile yaptığı denemede daha net bir görüntü elde etmiştir. Baird'ın bu buluşu, İngiliz televizyon yayınlarında başlangıçta kullanılan mekanik tarama sisteminin temeli olmuştur. Bilim adamları görüntünün net olarak aktarılmasını sağlayan araştırmalar yapmaya devam

[33] Esra Eren, *Kamu Yayıncılığı ve Bir Kitle İletişim Kurumu Olarak Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu,* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008, s. 9.
[34] A.g.t., s. 10.

etmişlerdir. Görüntünün elektronik olarak nakledilmesini amaçlayan bu çalışmalar, uygulamaya Vladimir Zworykin tarafından 1923 yılında geçirilmiştir. ABD'de denemelerini yapan bu Rus bilgini, İkenoskop (icenoscope) adı verdiği ve elektronik tarama ile görüntü yayını gerçekleştirmiştir. [35]

Yapılan bu denemelerden sonra dünyada gerçekleştirilen ilk düzenli televizyon yayını, 1936 yılında İngiltere'de yapılmıştır. Ancak bu düzenli yayınlara 2. dünya Savaşı nedeniyle 1939 yılında ara verilmek zorunda kalınmış, 1945 yılında savaşın sona ermesiyle tekrar başlanmış ve 10 yıl sonra yayınlar ülkenin her yerinden izlenebilecek duruma gelmiştir. İngiltere'den sonra televizyon yayınlarını başlatan ikinci ülke ABD'dir. Bunu SSCB ve diğer ülkeler takip etmiştir. [36]

Televizyon hiç kuşkusuz bir kitle iletişim aracı olarak, durumu en çok sorgulanan yapılardan birisi olmuştur. Televizyon gerçekten sosyal, ekonomik boyutlarının yanı sıra hukuki boyutlarıyla da önemli bir kitle iletişim aracıdır. Bundan dolayı televizyon, özellikle 1950'li yıllardan itibaren filizlenen iletişim ve kitle iletişim çalışmalarında ana objesi olma durumuna gelmesi çok uzun sürmemiştir.

1.3.2. Televizyonun Kamusal İşlevleri

Kamusal bir araç olarak televizyon, toplumun ihtiyaçlarına göre bilgilendiren, eğiten ve eğlendiren bir araçtır. Televizyon yayınları toplumun gereksinimlerini doğrultusunda yapılmaktadır. Televizyonun en başta gelen işlevi de toplumun bu ihtiyaçlarına cevap verilmesidir. Yani haber, bilgi ve eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasıdır.[37]

Televizyon, günümüzde herkesin üzerinde genel olarak birleştiği şekilde en etkili kitle iletişim aracıdır ve insanların temel bilgi kaynaklarından birisidir.

[35] E.Eren, 2008, s. 10.
[36] A.g.t., s. 11.
[37] E.Erdoğan, 2008, s. 105.

Televizyonun toplumsal yaşamda bu kadar yaygın olması onun kamusal sorumluluklar açısından daha etkili bir biçimde ele alınmasını sağlamıştır. [38]

Televizyonun temelde üstlenmiş olduğu işlevler kitle iletişim araçlarının tümünde bulunması gereken işlevleridir. Televizyonun üç temel işlevi ise " haber", " eğitim" ve "eğlence" sağlamaktır. Aslında dikkatle incelendiğinde televizyonlarda yayınlanan programların temelinin bu üç unsur tarafından belirlendiği görülmektedir. Bununla birlikte, televizyonun kamusal bir araç olarak üstlenmesi gereken işlevlerden sadece bunlar olduğunu söylemek yanlış bir değerlendirme olacaktır. Televizyonun kitle iletişim araçlarının işlevleri ile benzerlik gösteren işlevlerini, Aysel Aziz ise aşağıdaki gibi sıralamaktadır: [39]

—Haber verme, aydınlatma,
—Eğitme, kültürleştirme,
—Eğlendirme, dinlendirme,
—Mal ve hizmetlerin tanıtılması,
—Etkileme, inandırma, harekete geçirme.

Başka bir sınıflandırmada ise televizyonun işlevleri şu şekilde belirtilmektedir: [40]

∗Haber ve bilgi verme,
∗Eğitim ve kültürel gelişime katkı,
∗Eğlendirme,
∗Mal ve hizmetlerin tanıtımının sağlanması,
∗Güdüleme, toplumsallaştırma ve kamuoyu oluşturma.

Türkiye'de ise televizyonun bir kamusal iletişim kaynağı olduğu 1964 yılında kabul edilen TRT Kanununda belirtilirken, televizyonun işlevleri olarak, haber

[38] Günel Teymurova, Televizyon *Habeciliği ve Küreselleşmede Televizyon*, Yayınlanmamış Yüksel Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 2003, s. 5-6.
[39] Aysel Aziz, *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı: Giriş*, Turhan Yayınevi, Ankara, 2006, s. 69.
[40] Vakur Kayador, *Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk*, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:11, İstanbul, 2001,s. 134.

vermek, eğitmek, bilgilendirmek, kamuoyu oluşturmak ve milli birlik ve beraberliği sağlamak olarak belirtilmiştir. Genel anlamda farklı şekilde sınıflandırmalar mevcut bulunsa da, televizyonun kamusal işlevleri haber verme ve bilgilendirme, eğitme ve kültürleme, eğlendirme ve oyalama, kamuoyu oluşturma ve siyasal iletişimi sağlama ile mal ve hizmetlerin tanıtımı biçiminde sınıflandırılmaktadır. Bu işlevler içerisinde kimi öğelerin zaman zaman öne çıktığı görülmektedir. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı açısından haber verme, bilgilendirme ve eğitme işlevlerinin önemi büyük önem taşımaktadır. Kalkınmakta ola ülkeler açısından ise en önemli işlevi eğitme işlevidir. Burada hem temel eğitim hem de tamamlayıcı eğitime yönelik eğitme işlevinden söz edilmektedir. Bu bakımdan televizyonda, kamusal anlamda öne çıkan işlevler esas itibariyle haber verme ve bilgilendirme ile eğitme ve kültürleme işlevleridir. [41]

1.3.2.1.Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi

Televizyonun başlıca işlevlerinden birisi olan haber verme işlevi, kişileri çevrelerinde olan olaylar hakkında aydınlatmak ve enformasyon sağlamak işlevi olarak kabul edilmektedir. Haber verme işlevi televizyonun ve diğer medyaların en başta gelen işlevlerindendir. Bir haber içerisinde birçok özelliği barındırabilir. Bilgilendirici olmak haberin en önemli özelliğidir. Bununla beraber haber vererek kişileri bilgilendirmenin yanında, eğitmek ve günümüzde yaygınlaşan bir özelliğiyle eğlendirmek de haberin özelliği olabilmektedir.[42] Televizyonun haber verme işlevini tanımlamadan önce, haberin ne olduğunun tanımlanması gerekir. " Haber, gerçekle bağlantılı ya da gerçeğin kendisi olduğu sanılan bir medya içeriğidir." Haberin amacı, gerçekleşen herhangi bir olayın kitlelere aktarılmasını sağlamaktır. Habere konu olan bir olay sadece eylemsel değil, söylemsel de olabilir. Bu nedenle olay kavramını geniş düşünmek gerekir. [43]

[41] V.Kayador, 2001, s.135.
[42] E.Erdoğan, 2008, s. 97.
[43] Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İnkılap Yayınları, İstanbul,2000, s. 73.

Haberin ve haberleşme kavramının geçmişi insanlığın geçmişi kadar eskidir. İlk insanların çevrelerini gözlemleyerek bir şeyler anlatmaya çalışmasıyla başlayan süreç, günümüze kadar süregelmiştir. Bu süreç, kendisi ve çevresi hakkında bilme ihtiyacına koşut olarak sonsuza kadar sürecektir. Haberleşme, sosyal yaşamın en önemli parçalarından birisidir. İnsan için de haber alma özgürlüğü vazgeçilmez bir haktır. Teknolojik gelişmelere paralel içimde bir olayın haber olarak sunumu da büyük gelişmeler göstermiştir. Günümüzde özellikle televizyon teknolojisinin gelişmesiyle birlikte bir olay oluş halindeyken haber haline gelmektedir. Bugün ve geçmişte haber asla önemini yitirmeyen bir kavramdır ve bu bir toplumsal olgu olarak da sürecektir. Toplumsal yapının yönetim, ticaret, eğitim, ekonomi, askeri katmanlarında görülen gelişmelerin ve kalkınma ile büyümeyi haber kavramlarından soyutlayarak açıklamak şimdiki dünyamız açısından pek de mümkün görülmemektedir. [44]

Haber olgusunu olay olgusu ile düşünmek, haberin kapsamının ister istemez aşırı derecede büyümesine yol açacaktır. Gündelik yaşamın akışı içinde sayısız olay ve olgu meydana gelmektedir. Bunların içinde habere konu olacakların niteliklerinin belirlenmesi ve bu niteliklere göre ayırt edilmesi, ancak bu alanda geliştirilmiş olan kavram ve yaklaşımların birer ölçüt olarak benimsemesiyle olacaktır. Bu anlamda yapılan sınıflandırmalara göre bazı kurumlar, hükümet, devlet ve yasal işleyiş ile ilgili konuları içeren olayları "politika ve politikacı haberleri", ekonomik sorunlar ve ekonomik işleyişi aktaran olayları "ekonomi haberleri", "uluslararası ilişkileri ve dış ülkeler hakkında olayları "yabancı ülkelerle ilgili haberler", gündelik konularla ilgili olarak gerçekleşen olayları "durum haberleri" , ve diğer haber türlerini de "yerel haberler" ve "spor haberleri" olarak sıralamaktadır. [45]

Televizyonun haber verme işlevi kendisi açısından en önemli ve kamusal bir işlevdir. Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun dayandığı en önemli noktadır. Televizyonlarda yayınlanan haberlerin içerik ve sıklığı ülkedeki televizyon alt yapısına göre değişmektedir. Gelişmiş ülkelerde televizyon kanal sayısının fazla

[44] Serap Öztürk, *Televizyon Haberciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 1996, s. 13-14.
[45] Hakan Ergül, *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000, s.88.

olmasıyla birlikte, belli kanallarda haber yayınlarına daha çok yer ayrılmakta ve hatta bazı kanallar sadece haber yayınlarına ayrılmaktadır. Teknolojik gelişmeye bağlı olarak televizyonda haberin önemi gittikçe artmakta ve haber verme teknikleri de gelişmektedir. [46]

Televizyondan haber verme işlevi basın ve radyo yayıncılığı vermeden farklıdır. Bu farklılık ise bizzat aracın yapısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Televizyon hem görsel hem de işitsel bir araçtır. Bu özelliğiyle habere konu olan " olayların" gözler önünde haber olması sağlanır. Bu ise izleyicinin kendisinin olayın bir tanığı haline gelmesini sağlar. Televizyondan farklılığı ayrıca bu aracın geniş bir yaygınlığa ve izleyici kitlesine sahip olmasına da bağlıdır. Televizyon hem göze hem de kulağa seslenen bir araç olmasıyla birlikte herhangi bir eğitim veya birikime sahip olmayan kişiler tarafından da izlenir. Eğitim ve sosyal düzeyi fark etmeksizin hemen her kesim televizyonu izleyebilmektedir.[47]

Televizyon kitle iletişim araçları içinde "zamanlılık" kavramı açısından en önemli araçtır. Bir olayın haberleştirilip ekrana getirildiği zaman ile bu olayın oluş zamanı arasındaki fark, televizyon için sıfır'dır. Televizyonda olaylar olurken, haber haline gelirler. Bu özellik, televizyondaki "canlı yayın" kavramı ile sağlanmaktadır. Televizyon teknolojisinde, olaylar oluş halinde haberleşir ve olayı görüntüleyen muhabir, kameraman vb. ile izleyici aynı anda olayın tanıkları haline gelirler. [48]

Televizyon haberlerin verilmesi ile bu haberler belli başlı özelliklere sahip olmaktadır. Televizyon haberlerin genel nitelikleri ise şöyledir: [49]

—Haberlerin konuşma havası içinde verilmesi,
—Kalıcı olmaması,
—Zamanla sınırlı olmaması,
—Derinliğine haber verilmemesidir.

[46] Sergül Keskin, *Basın ve Televizyon Haberciliği,* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 1991, s.45.
[47] E.Erdoğan, 2008, s. 98.
[48] S.Öztürk, 1996, s.30.
[49] S.Keskin, 1991, s.45.

1.3.2.2.Eğitme ve Kültürleme İşlevi

Televizyonun eğitici ve öğretici bir araç olarak görülmesi öteden beri bilinen bir olgudur. Televizyonun kamu hizmeti görmesinde de eğitici rolünün önemi daha büyük olmaktadır. Ancak televizyon ile eğitimde iki farklı yön bulunduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi bildiğimiz dar anlamıyla beceri, uğraş alanı, tutum ve fikir değişikliği yaratacak olan eğitimdir. Diğer eğitimsel yön ise, daha geniş anlamıyla bir toplumsallaşma ve kültürel değerlerin televizyon yoluyla verildiği ve benimsendiği eğitim türüdür.

Günümüzde televizyonun eğitim amacıyla kullanımı hem gelişmiş hem de gelişmekte ülkeler açısından oldukça olağan bir duruma gelmiştir. Televizyonun yaygın eğitim olarak nitelendirilen gençlerin ve yetişkinlerin eğitiminde kullanılması televizyonun dar kapsamlı olarak üstlendiği eğitim misyonunda önemli bir yer tutmaktadır.

Televizyonun eğitim amaçlı kullanımı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından farklılıklar göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde televizyonun eğitimindeki rolü "gelişen teknik olanaklarından, dış ülkelerde yararlanılan yöntem ve tekniklerden haber verme, bu konularda eğitme" ile beceri, uğraşı, yetenek ve bilgi kazandıran, tutum ve davranışları etkileyecek nitelikteki yayınlar yapmaktır. Televizyondan kalkınmakta olan ülkelerin yararlanış biçimi de biraz farklı olsa da temel aynı amaca yöneliktir. Kalkınmakta olan ülkeler ise televizyonu, çoğunlukla temel eğitim eksikliğini tamamlayıcı ve kişilerin bilgi ve görgülerini artırıcı olarak kullanmaktadır. Televizyonun ana işlevi bu ülkelerde kalkınmak ve çağdaşlaşmadaki temel hedef olan yardımcı insan unsurunun temel konularda eğitilmesi olarak gösterilebilir. [50]

[50] Aysel Aziz, *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*, TODAİE Yayınları, Yayın No: 148, Ankara, 1975, s. 30.

Kalkınma çabası olan ülkelerde kalkınmanın esas itici gücü durumunda olan insan unsurunun yetiştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede televizyona büyük ödevler düşmektedir. Televizyon genel anlamda insanın sürekli yenilemek, teknik ve sosyal gelişmelere karşı uyum sağlamalarını hızlandırmak, bireysel, toplumsal ve ekonomik alanlarda gelişmelerini sağlamak, örgün eğitimdeki eksikliklerini tamamlamak ve öz bir biçimde hayat boyu eğitim almalarına yardımcı olmak gibi görevler üstlenmiştir. [51]

Televizyon konusunda gerek sahip olduğu potansiyelden ötürü, sosyal, siyasal, eğitimsel ve ekonomik sorunların çözümünde yararlanılacak en önemli araç olduğunu savunan görüşler, gerekse televizyonun insanın değerli boş vaktini çalan, işe yaramayan ve kişiyi bilgilendirmek yerine bilgiden uzaklaşan bir araç olduğunun savunduğu görüşlerin ikisinin birlikte birleştikleri nokta; televizyonun eğitimsel özelliklerinden bulunduğu ve eğitime yardımcı olarak kullanılabileceği konusudur. Bu uzlaşmadan hareketle televizyonun doğrudan doğruya eğitici, eğitime yardım edici ve eğitimi zenginleştirici işlevlerinin bulunduğunu ifade edebiliriz. Televizyon sahip olduğu bu işlevler ile okuma-yazma gibi temel konulardaki eğitimde, beceri ve yetenek sağlamak gibi ekonomik anlamda eğitimde ve genel kültür ve genel bilgi vermek gibi toplumsal eğitimde önemli bir yere sahip olmaktadır.

Televizyon ile yapılan eğitimin en büyük avantajı ise bu eğitimin bilinen kalıplaşmış, örgün eğitimden farklı özelliklere sahip olmasıdır. Televizyon ile verilen eğitim geleneksel eğitim sisteminin kalıplaşmış yöntemi bulunmamaktadır. Ayrıca televizyon örgün eğitimin ulaşamayacağı sayıdaki geniş kitleye aynı anda görüntülü ve sesli bir biçimde eğitim hizmeti sunmaktadır. Televizyonla eğitimin bir başka amacı ise herhangi bir şekilde zaman veya mekânsal sınırlama olmadığı için öğrenme psikolojisi açısından daha yararlı olmasıdır. Bu özellikleriyle televizyon yaygın eğitimde yararlanılabilecek önemli bir kaynak olarak görülmektedir. [52]

[51] Oya Akbaş, *Gelişmekte Olan Ülkelerde Televizyonun Önemi ve TRT Televizyonu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 1998, s. 71.
[52] A.Aziz, 1975, s. 32.

Televizyonun eğitimsel işlevindeki ikinci yönü ise toplumsallaştırma ve kültürleme olarak niteleyebileceğimiz daha geniş anlamlı işlevdir. Bir toplumun varlığını sürdürmesi, kültür edinme, kültürü verme ve kültürünü geliştirme ile mümkün olabilmektedir. Burada kültürün bu şekilde dolaşımını sağlamak ise eğitim sayesinde olmaktadır. Eğitim ise en genel tanımlamayla bireyin toplumsallaşmasına yöneliktir. Eğitim toplumsallaşma işlevine dönük olarak bireyin doğumundan itibaren aile ortamında başlar ve daha sonraki yıllarda okul, arkadaşlık ilişkileri gibi çeşitli gruplarla sürdürülen iletişimle devam eder. Bu süreçle birey içinde bulunduğu topluma uyum sağlayarak toplumsallaşır veya toplumsallaştırılır. Toplumsal değerler, eğitim vasıtasıyla bireye aktarılır, bireyler vasıtasıyla toplumda yaygınlaşır ve bu şekilde toplumun devamlılığı ve birliği sağlanmış olur.

1.3.2.3.Eğlendirme ve Oyalama İşlevi

Televizyon yayınlarının bir diğer işlev olan, eğlendirme ve hoşça vakit geçirtme, diğer işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı bir işlevdir. Bu işlevin, televizyon aracılığıyla veriliyor olmasının en önemli yararları ise, hem eğlenceyi ucuz bir biçimde elde edilmesine yardımcı olmak hem de eğitici ve kültür verici yayınlarının izlenmesini arttırmak olarak belirtilebilir. Şu tartışılmaz bir gerçek olarak önümüzde durmaktadır ki, gelir düzeyi ne olursa olsun televizyon tüm bu kitleye hitap edebilmektedir. Genel olarak kamu hizmeti yayıncılığının "eğitirken eğlendirmek, eğlendirirken eğitmek" söyleminin çıkış noktası da eğlendirici yayınlarının kültür ve eğitsel yayınlarla birlikte verilmesi olarak gösterilebilir. [53]

Televizyon ilk çıktığı günlerde insanlar tarafından sadece bir eğlence aracı olarak görülmekteydi. Bununla birlikte daha sonraki dönemde televizyonun etkisinin anlaşılmasıyla bu aracın önemli bir kitle iletişim aracı olarak ve bir haberleşme ve eğitim aracı olduğu kabul edilmesine rağmen, eğlendirici ve zaman geçirici bir araç olarak da görülmesinden bir sakınca görülmemiştir. Televizyonun eğlendirme işlevi

[53] A.Aziz, 2006, s.73.

yerine getirmesi, diğer işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı olan bir unsurdur. Bu temel işlev televizyon sayesinde izleyicilere, en rahat ve ucuz bir biçimde sağlanır. Televizyon haber veren, bilgilendiren ve eğiten bir araç olarak, bilgilendirirken ve eğitirken eğlendiren bir araçtır. Burada önemli olan kültürel seviyenin yükseltilmesi ve haberleşmenin sağlanmasıdır.[54]

Televizyonun temel ve kamusal işlevlerinden birisi olarak değerlendirdiğimiz eğlendirme işlevi aslında, televizyona yöneltilen eleştirilerin de temeli sayılmaktadır. Televizyon aslı itibariyle bir enformasyon aracıdır ve bu enformasyon yayma görevi, televizyonun haber verme ve eğitme işlevlerini de yerine getirmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte televizyonun enformasyon üretimi, günümüzde büyük ölçüde "eğlence" üretimi ile birlikte yürütülmektedir. Televizyon bu şekilde enformasyon ve eğlence üreten bir araçtır. [55]

Günümüzde televizyonun eleştirilmesindeki en önemli mantık, televizyonun eğlendirici olması veya eğlendiriyor olması değildir. Televizyonun insanın yaşam deneyimleri açısından önemli bir aygıt olduğu bilinen bir gerçektir. Neil Postman, eğlenceden kaynaklanan sorunun, televizyonun eğlendirici programlar sunmasından değil, bütün programların eğlence kaynağı olarak sunulmasından kaynaklandığını ileri sürmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, eğlencenin televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisi olduğunu ifade etmektedir. Televizyon ekranları ile yansıtılan her şeyin insanın eğlenmesine, hoşça vakit geçirmesine ve haz almasına yönelik olarak sunulduğuna dikkat çekmektedir. [56]

[54] E.Erdoğan, 2008, s. 100.
[55] Nabi Avcı, *Kitle Kültürü ve Enformasyon Cehaleti*, Rehber Yayıncılık, 2.Baskı, Ankara,1990,s. 114.
[56] Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, (Çev: Osman Akınyay), 1.baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1994, s. 99.

1.3.2.4.Kamuoyu Oluşturma ve Siyasal İletişimi Sağlama İşlevi

Günümüzde medya, kamuoyunun oluşumunda en büyük etkiye sahip, gücü ve belirleyiciliği olan bir organdır. Medya, kamuyu yansıttığı kadar, kamuyu biçimlendirme ve bu şekilde aktif olarak bir kamuoyu yaratma potansiyeline sahiptir. Bundan dolayı günümüz medyaları içinde en kapsayıcı ve etkin bir araç olan televizyon da kamuoyu oluşturulmasına etki anlamında önde gelen bir araçtır. [57]

Hem medya hem de televizyon açısından ortak bir kamusal görev, "haber vermek, bilgilendirmek, denetlemek, eleştirmek, böylece kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve oluşan bir kamuoyunu açıklamak" olarak tanımlanabilir. Bu anlayış içinde televizyon kurumsal olarak toplumdan gelen kanaatleri yönetimlere duyuran ve aynı zamanda kendi hedef kitlesi durumunda olan kamuda, kanaatlerin oluşturulması sürecinde aktif olarak yer alabilen bir araçtır. [58]

Bununla birlikte sağlıklı bir kamuoyunun oluşması için ise, düşünce ve kanaatlerin serbestçe ifade edilebilmesi ve bu kanaatlerin serbestçe yayılabilmesine bağlıdır. Bu bakımdan gerek yazılı gerekse görsel medyanın özgür olması kamuoyunun yaratılması açısından büyük önem taşımaktadır. Medyanın özgürlüğü uygulamadaki gerekliliğine rağmen, siyasi ve ekonomik koşullar nedeniyle kısıtlanabilmektedir. İfade özgürlüğünün kısıtlanmasında ve siyasi ve ekonomik koşulların oluşmasında sadece ülkedeki yasal ortam ve siyasi iktidarın uygulaması etkili değildir. Kamuoyunun oluşturulması için gerekli ifade özgürlüğünün gerçekleştirilmesinde, kitle iletişim araçlarının yöneticilerinin görev ve anlayışları da, bu araçların toplumsal işlevlerini yerine getirmesi yönünde büyük önem taşımaktadır. Medyanın görev anlayışı, yayın politikaları, hedef kitlenin beklentileri, ifade özgürlüğünün gerçekleştirilmesini ve bu şekilde kamuoyunun biçimlendirilmesi sürecini doğrudan etkilemektedir. [59]

---

[57] E.Erdoğan, 2008, 105.
[58] Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, 1. Basım, İnkılâp Yayınları, İstanbul, 2000, s. 127.
[59] E.Erdoğan, 2008, s.106.

İfade özgürlüğünün sağlanması ve buna bağlı olarak kamuoyunun oluşturulması yönünde hem medyaya hem de buna bağlı olarak televizyona bazı görevler düşmektedir. Bu görevler ise şunlardır:

- Anlamlı bir çerçeve içinde, günün olaylarını doğru, tam ve mantıki bir biçimde sunma,
- Kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edildiği bir forum olma,
- Toplum içindeki grupların kanaatlerini ve tavırların birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olma,
- Toplumun amaçlarını ve değerlerini sunma ve açıklama yöntemi olma,
- Basının yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımlarıyla toplumun bütün üyelerine seslenebilme. [60]

Başta televizyon olmak üzere, kitle iletişim araçlarının izlenmesi, bireyin siyasal olaylar ve işleyiş hakkında bilgiye sahip olmasını sağlarken, aynı zamanda bu şekilde bireylerin siyasal sisteme olan talepleri ve siyasal yaşama katılmasını da uyarmaktadır. Kitle iletişim araçları ve televizyon toplumdaki etki merkezlerinden kanaatlerin oluşması için bilgi üretirler ve bu araçlara sahip olanların da görüşlerini topluma yayarlar. Bu şekilde kitle iletişimi kamuoyunun oluşumuna ve siyasal iletişime büyük ölçüde olanak sağlarlar. [61]

Demokratik rejimlerin en önemli özelliği halkın siyasi anlamdaki katılımının en üst düzeyde olması veya bir başka ifadeyle kendi çıkarlarını gerçekten iyi bilmesidir. Yurttaşlara kendi çıkarları konusunda bilgilendirecek ve onları siyasal iletişime sokacak olanlar ise başta kitle iletişim araçları olmak üzere, çeşitli baskı grupları ve sivil toplum örgütleridir. Bu unsurların hedefi ise vatandaşların çıkarlarının iyi, kapsamlı ve eşitçe iletilmesini sağlamaktır. Eğer bu hedefler istenildiği düzeyde gerçekleşmezse, bireylerin siyasi konulara ilgisi azalır ve en büyük sorunlardan birisi olan siyasi katılım oranı düşer.

[60] A.Girgin, 2000, s.125.
[61] A.g.e., s.127.

Siyasal sistemin demokratik olma özelliğini büyük oranda etkileyen katılım oranının yüksek olmasında en fazla sorumluluk üstlenen araçlar kuşkusuz kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları özellikle tepkilerin dolaşımında çok önemli görevler üstlenirler. Kitle iletişim araçları toplumdan veya çevreden gelen girdilerin(taleplerin) siyasal sisteme sunulup, siyasal sistemde de çevreye çıktı (destek) olarak geri besleme sürecinde ve daha sonrasında çevrede oluşan tepkilerin de aynı biçimde iletilmesinde, büyük rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları içinde en fazla etkinliği bulunan araç olarak televizyonun bu süreci yönlendirme işlevi günümüzde daha da önemli hale gelmiştir. Modern kitle iletişim sistemi içinde yer alan televizyon kullanış şekline göre toplumsal çevre içerisinde girdilere (taleplere) yol açarken, toplumsal karar ve uygulamaları da topluma yaymaktadırlar. Değişik bir ifadeyle televizyon toplumda taleplerin ortaya çıkmasına çalışırken, bir yandan da iktidar kademesi tarafından gelen desteklerin toplumu etkileyecek bir biçimde verilmesini sağlayarak, toplumda yeni taleplerin ortaya çıkmasını sağlayacak, dairesel biçimde işleyen bir "etki-tepki" sürecinin medyana gelmesini sağlamaktadır. [62]

Bu sayılan nedenden ötürü, toplumda vatandaşlarla birlikte, yöneticilerin de kararlarını biçimlendirmede, istekleri ve kararları toplu ve örgütlü bir biçimde yansıtabilme gücüne sahip olan televizyonun, kamusal iletişim kurmasında ve vatandaşların kamusal konular üzerinde kamuoyu oluşturması sürecinde son derece etkin ve önemli olduğunu göstermektedir.

1.3.2.5.Mal ve Hizmetlerin Tanıtılmasını Sağlama İşlevi

Televizyonun bir diğer işlevi ise mal ve hizmetlerin tanıtılmasını sağlamaktır. Bu işlevde ise, reklâmcılık faaliyetleri önemlidir. Bu işlev özellikle, televizyonun özel girişimin elinde bulunduğu ülkelerde önemlidir. Özel girişimin elindeki bu televizyonların başlıca amaçlarından birisi de mal ve hizmetlerin satışının artırılmasıdır. [63]

[62] E.Erdoğan, 2008, s.107.
[63] A.Aziz, 2006, s.74.

Radyo ve televizyon yayıncılığında, kapitalist düzen ve sermayenin ekonomik değişim değerini reklâmlar belirler. Reklâmlar, televizyonun başlıca ekonomik girdisi ve temel unsurudur. Özellikle, ticari televizyonlar, var oldukları mevcut ekonomik sistemin gereği olarak reklâma bağımlı kılınmışlardır. Bununla birlikte kamu hizmeti yayıncılığının reklâma olan bağlılığı göreceli olarak değişmektedir. Ancak günümüzde hem kamuya ait yayıncılar olsun hem de özel sektöre ait yayıncılar olsun farklı oranlarda reklâma bağımlılık duymaktadırlar. Mattelart'a göre, reklâmsız bir medya düşünülemez. Bundan dolayı hem ticari yayıncılık hem de kamusal yayıncılığın reklâmsız bir biçimde devam ettirilmesi mümkün değildir. Bundan dolayı reklâm veya mal ve hizmetlerin tanıtımını sağlama, bir kamusal işlevden çok, televizyondan beklenen işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı olan bir işlevdir. [64]

Günümüzde mal ve hizmetlerin tanıtımı açısından en önemli mecra televizyondur. Televizyonun ortaya çıkışından hemen sonra, reklâmcılık açısından bu yeni aracın önemli keşfedilmiş ve televizyon diğer tüm kitle iletişim araçlarını sollayarak günümüzde reklamcılık açısından en önemli alan durumuna gelmiştir.

Özel girişimci televizyon sistemleri açısından reklâmcılık, yaşamsal bir öneme sahiptir. Çünkü özel televizyonların yayınlarını sürdürülebilmeleri için gerekli olan gelir, sadece reklâmlar yoluyla kazanılabilmektedir. Özellikle reklâmcılık, Amerikan sistemindeki gibi özel girişimin televizyon yayıncılığındaki etkinliğine dayalı sistemlerde son derece önemli bir olgudur. [65]

Reklâmcılık açısından ise televizyon yayınları çok önemli bir mecradır. Televizyon reklâmlar açısından her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Türkiye'de televizyonların tüm reklâm yatırımları içinde aldıkları pay her yıl düzenli olarak büyümektedir. Reklâm sektöründeki büyümeye koşut bir biçimde gelişen bu sektörde televizyonun aldığı pay, 1997 yılında yüzde 31 iken, 2000 yılında yüzde 43

[64] Can Bilgili, *Radyo ve Televizyonda Reklama Bağımlılık ve Kuralsız Pazar Düzeni*, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 12, İstanbul, Ocak 2007, s. 73.
[65] A.Aziz, 2006, s.74.

ve son olarak ise 2010 yılında yüzde 55.85 olmuştur. Bu iki milyar on sekiz milyon liralık bir reklâm yatırımı anlamına gelmektedir. Bu açıdan televizyon tek başına tüm diğer kitle iletişim araçlarından daha fazla reklâm alan bir mecra haline gelmiştir. Bu ise televizyonunu kitle iletişim alanındaki etkinliğini kanıtlayan diğer bir etken olarak görülmektedir. [66]

1.4.KAMU HİZMETİ

Tezin bu kısmında kamu hizmeti yayıncılığı kavramının daha net anlaşılabilmesi amacıyla kamu hizmeti kavramı, kamu hizmeti türleri yayıncılık ilişkisi bağlamında açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir.

1.4.1.Kamu ve Kamu Hizmeti Kavramı

Yabancı dillerde karşılığı "public" olan kamu sözcüğü, en yalın anlamıyla; genel, herkes, umumi, açık, halka ait, ortak müşterek anlamına gelmektedir. Kamu, toplumu ifade etmekte ve herkesin denetimine açık anlamını içermektedir. Ancak gündelik konuşmada kamu sözcüğü geçtiği zaman aklımıza hemen devlet ve devlete ait kavramlar gelir ve çoğu zaman "kamu" ile "devlet" kavramlarının aynı anlamda kullanıldığı görülür.

Kamu sözcüğü bir ülkedeki halkın bütününü yani orada yaşayan insanların tümünü ifade etmektedir. Aynı toprak parçasını paylaşan bu insanların yaşamlarını sürdürülebilmeleri için, işbölümü yapmaları kaçınılmaz bir şeydir. Zira kimse kendisi için gerekli olan mal ve hizmetleri, başka kişi veya topluluklardan yararlanmaksızın tek başına sağlayamaz. İhtiyaçlar, ya özel iktisadi yaşayış içinde, ya da kamu

[66] http://www.rvd.org.tr (22.09.2010)

kuruluşlarının faaliyetleri sonucunda giderilir. [67] Sosyolog Meral Özbek " Kamusal Alan" çalışmasında konuyla ilgili olarak şöyle demektedir:

" *...Kamuoyu'nun halka (umuma) ait olduğunu, 'kamu hizmetinin devlete hizmet olmadığını, kamu yararının devletin düzen-güvenlik güçlerinin yararı anlamına gelmediğini biliriz. Yine de kamuoyundaki kamunun kim olduğunu düşünmeden, kamuyu devlet kavramıyla aynı anlamda kullanmayı sürdürürüz."* [68]

Kamu hizmeti kavramı ise, toplumda ortak ve genel bir ihtiyacın belirmesi, bu ihtiyacın süreklilik taşıması yani giderilmekle tükenmemesi, her gün yenilenmesi ve tatmin edilmemesi halinde de toplumda bir huzursuzluk doğacağı, dirlik ve birliğin bozulacağı varsayımından hareketle, devletin ya o zamana kadar var olan ya da bu iş için özel yasayla kurulacak bir idare aracılığıyla kamu hizmeti dediğimiz bir etkinliğe girişmesi şeklinde tanımlanmaktadır. [69] Bu tanım üç önemli özelliği içinde barındırmaktadır: "Ortak ve genel bir ihtiyacın belirmesi", bu "ihtiyacın sürekliliği" ve "tatmin edilememesi durumunda toplumda huzursuzluk". Burada üzerinde durulması gereken nokta, kamu hizmetinin özel bir ihtiyaçtan çok, kamusal bir ihtiyacı gidermesi yani kamu yararını hedeflemesidir. Bir ihtiyacın, kamu hizmeti kurulmasını gerektirecek derecede toplumsal önem kazanıp kazanmadığını takdir edecek olan yasama organıdır.

Toplumsal ihtiyaçların duyulduğu her alan, sağlıktan eğitime ekonomiden haberleşmeye kadar pek çok faaliyet kamu hizmetinin konusuna girmektedir. Kamu hizmeti kavramı idare hukukundan, kamu maliyesine kadar birçok sosyal bilim alanında karşımıza çıkmaktadır. Ancak kamu hizmeti kavramıyla en çok ilgilenen bilim dalı idare hukuku olmuştur.

Başta devlet olmak üzere kamu tüzel kişilerinin faaliyetlerini, iktisadi ve sosyal yönlerden inceleyen kamu maliyesi, kamu hizmeti kavramını, kamu ihtiyaçları ve kamu giderleri bağlamında ele almıştır. Örneğin, bu alanda araştırmalar yapan

---

[67] *Kamu Hizmeti,* Meydan Larousse: Büyük Lügat ve Ansiklopedi, C. X.,Sabah, 1992, İstanbul, s. 426.
[68] B.Kejanlıoğlu, 2004, s. 31.
[69] İlhan Özay, *Gün Işığında Yönetim*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2004, s. 227.

Nadaroğlu, kamu hizmetlerini, kamu ihtiyaçlarını gidermek görevini yüklenen kamu ekonomisi kesimindeki faaliyetlerin ürünü olarak görmekte ve kamu giderlerini bu faaliyetlerin mali plandaki parasal görüntüsü olarak ifade etmektedir. [70]

Kuşkusuz, kamu hizmeti kavramı ile en çok ilgilenen bilim dalı, İdare hukuku olmuştur. Zira kamu hizmeti kavramı bu bilim dalının hem temel, hem de en çok tartışılan konularından birisidir. İdare Hukuku'nda kamu hizmeti çok genel olarak "toplum için önem kazanmış olan ortak ve genel bir ihtiyacın tatminine yönelik olarak kamu tüzel kişileri veya onların denetimi altında özel kişilerce yürütülen bir faaliyet" şeklinde tanımlanmaktadır. [71] İdarenin hangi faaliyetlerinin kamu hizmeti sayılması gerektiği; hangi koşulların varlığı halinde özel kişilerce görülen bir kamu hizmetinden bahsedilebileceği ise, halen devam etmekte olan başlıca tartışma konularındandır.

Kamu hizmetinin amacını kamunun çıkarını korumak, yararını sağlamak biçiminde özetleyebiliriz. Kısacası kamu hizmeti, "Devletin ve diğer kamu kuruluşları tarafından doğrudan doğruya veya bir kamu kuruluşunun sıkı gözetimi, denetimi ve sorumluluğu altında toplum ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yapılan faaliyetleri kapsamaktadır." [72]

Bu tanımlanın yanı sıra kamu hizmeti kavramı öğretide çeşitli açılardan tanımlamıştır. Organik açıdan kamu hizmeti, belli görevleri yürütmek için bir kamu tüzelkişisi tarafından tahsis edilmiş olan ajan ve vasıtaların bütünü olarak tanımlanmıştır. Örneğin Anayasanın 70. maddesinde yer alan "Her Türk kamu hizmetlerine girme hakkına sahiptir." hükmündeki kamu hizmeti deyimi organik açıdan kullanılmıştır. [73]

Maddi açıdan kamu hizmeti, bu faaliyeti yürüten örgütün niteliklerinden tamamen bağımsız olarak, yalnızca faaliyetin niteliğine bakılarak tanımlanmaktadır.

---

[70] Halil Nadaroğlu, *Kamu Maliyesi Teorisi*, 11.Baskı., Beta Yayınları, İstanbul, 2000, s. 129.
[71] Aydın Gülan,"*Kamu Hizmeti Kavramı"* İdare Hukuku ve İlimler Dergisi, No:1,Ankara, 1988, s.148.
[72] Özkan Tikveş, *İdare Hukuku*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004, s. 12.
[73] Metin Günday, *İdare Hukuku*, İmaj Yayınevi, 7. Baskı, Ankara, 2003, s. 282.

Buna göre kamu hizmeti, tatmininde kamu yararı olan toplumsal bir gereksinimi karşılayan faaliyettir. Anayasanın 47. Maddesinde yer alan "Kamu hizmeti niteliği taşıyan özel teşebbüsler… devletleştirilebilir." hükmündeki kamu hizmeti deyiminin faaliyet anlamında kullanıldığı açıktır. Nihayet şekli açıdan ise kamu hizmeti, belli bir usulü, belli bir hukuki rejimi ifade etmektedir. Buna göre bir faaliyetin kamu hizmeti sayılabilmesi için kamu hizmetleri hukuki rejimine, yani kamusal yönetim usullerine tabi tutulmuş olması gerekir. [74]

İdarenin yürütmekle yükümlü olduğu kamu hizmetleri kamu görevlileri tarafından yerine getirilir. Kamu görevlilerinin atanmaları, yetiştirilmeleri, çalışma koşulları, yükselmeleri, özlük işleri vb. konularının tamamı idare hukuku alanına girmektedir. İdare belli bir amacın gerçekleştirilmesi için kurulan bir örgüt, bir yönetimdir. Kamu hizmeti etkinliğinde bulunan idare, ruhsat ve imtiyaz vermek suretiyle aynı etkinliğin özel girişimciler tarafından da gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Buradan çıkışla, idarenin gerçekleştirdiği etkinliklerin birçoğunun özel girişimciler tarafından da yerine getirildiği düşünüldüğünde, devlet neden idarenin bir etkinliği kamu hizmeti olarak yürütmesinde yarar görür diye bir soru akla gelmektedir. Sorunun cevabı birden çok nedene bağlı olarak cevaplandırılabilir. İlk olarak verilecek cevap, genel ve ortak ihtiyacın özel girişimciler yolu ile kamu yararını sağlayacak biçimde karşılanmasının ve giderilmesinin mümkün olamayacağıdır. Bu durumda doğal olarak idare bu kamu hizmetini yerine getirecektir. İkinci neden de, bir etkinliğin sadece özel girişime bırakılması halinde genel ve ortak ihtiyaçların tam, kesintisiz bir biçimde kamu yararının zorunlu kıldığı kadar tatmininin mümkün olmamasıdır. Özel girişimin halkın günlük ihtiyaçlarını (haberleşme, bilgi edinme, kültür-sanat) karşılamak için yürüttüğü kamu hizmeti olarak kabul edilen etkinliklerinde önemli olan, etkinliği yürüten kişilerin bunu istemeleri, bundan maddi bir yarar sağlamalarıdır. [75]

Yasal olarak engellenmemiş her türlü etkinlik, özel girişim tarafından istenildiğinde başlanılır ve sonlandırılır. İdare tarafından gerçekleştirilen herhangi bir genel ve ortak ihtiyacın giderilmesi için yapılan kamu hizmeti etkinliklerinin ise

[74] M.Günday, 2003, 282.
[75] E.Eren. 2008, s. 14.

yerine getirilmesi bir zorunluluktur. Çünkü idare için kamu hizmetini yerine getirmek bir görevdir. Hizmeti keyfi olarak sonlandırmak ya da ara vermek bile mümkün değildir. Kamu hizmetinin yerine getirilmesindeki amaç "kamu yararı" olarak ifade edilen toplumun tatminidir. İşte bu nedenle, idarenin özel girişimcilerden farklı bir misyon ve vizyon anlamında üstünlüğe sahip olması gerekmektedir. Bu üstünlüğe de "kamu gücü" denir. İdarenin "kamu gücü" ayrıcalığından yararlanmasının tek nedeni "kamu yararı" gözetmesidir.

Kamu hizmetleri tekelli ve tekelsiz olmak üzere sınıflandırılır. Eğitim, sağlık alanları tekelsiz kamu hizmetine örnektir. Özel hastaneler, özel okular gibi. Ama demiryolu ulaşımı halen sadece idare tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla tekelli bir maldan söz etmek mümkündür. Yayıncılık alanında bu hizmet 1993 yılında yapılan yasal düzenlemelere kadar devlet tekelinde bir hizmet olarak sürdürülmüştür. Kamu hizmetleri yürütüldükleri alana göre de farklılık gösterir. Bir kamu hizmeti Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) örneğinde olduğu gibi, bütün ülkede yürütülüyorsa buna "milli kamu hizmeti" denir. Eğer sadece belli belli bir bölgede yürütülüyorsa, İstanbul'daki İETT ulaştırma hizmeti gibi, buna da "mahalli kamu hizmeti" denir. Halk, eğitim ve sağlık gibi alanlarda yürütülen kamu hizmetlerinden bireysel ve doğrudan doğruya yaralanabilir. Ama örneğin, bayındırlık alanında yürütülen bir kamu hizmetinden ise birlikte ve dolaylı bir şekilde yararlanma mümkündür.

Kamu hizmetleri konularına göre de farklı sınıflara ayrılır: eğitim, sağlık, bayındırlık gibi kamu hizmetlerinin yerine getirilmesine idari kamu hizmetleri denir. İdari kamu hizmetleri devletin geleneksel kamu hizmetleridir. İdari kamu hizmetleri esas itibariyle kamu hukuku kurallarına tabidir. [76] Elektrik, telefon, gaz gibi hizmetlerin gerçekleştirilmesine de iktisadi kamu hizmetleri adı verilir. Sosyal devlet ilkeleri doğrultusunda uygulanan, sosyal güvenlik, emeklilik gibi konular ise sosyal kamu hizmetleri alanı içinde yer alırlar. Sosyal kamu hizmetlerinden bir kısmı devletin tekeli altında, bir kısmı ise özel girişim ile beraber yürütülmektedir. Bilimsel ve kültürel kamu hizmetleri ise toplumu oluşturan bireylerin gelişiminde önemli rol

[76] M.Günday, 2003, s. 291.

oynarlar. TÜBİTAK, TSE, TÜİK gibi kuruluşlar bilimsel ve kültürel kamu hizmet yürüten kuruluşlardan bazılarıdır. Radyo ve televizyon yayıncılığı da bilimsel ve kültürel kamu hizmetleri alanına girmektedir. Bu tür kamu hizmeti veren kuruluşları kamu hukukun ağır kuralları içinde yürütmek zordur. Bu sebeple de bu kuruluşların daha serbest yöntemlerle idare edilmeleri önemlidir. [77]

Kamu ve özel girişim tarafından yürütülen hizmetlerin gerektiği gibi gelişmesi için bir örgütlenmeye, mala ve personele ihtiyaçları vardır. Bu nedenle kuruluşlarının yasal bir düzenlemeyle gerçekleşmesi zorunludur. Bir kamu hizmetine gereksinim kalmadığı durumlarda ise bu hizmet yasama organının yetkisi doğrultusunda kaldırılabilir. Kamu hizmetinin kuruluş aşamasında hizmetin kim tarafından ve hangi yöntemlerle yürütüleceği de ayrı bir konudur. Ancak zaman içinde meydana gelen olaylara bağlı olarak, hizmeti yürüten örgütün hukuksal yapısında ve yürütülüş biçiminde değişiklik yapılması durumu ortaya çıkabilir. Nitekim daha önce de değinildiği üzere anayasamızın 47. maddesi kamu hizmeti niteliği taşıyan özel teşebbüslerin kamu yararının zorunlu kıldığı durumlarda devletleştirilebileceğini öngörmektedir. Bunun tam terside mümkündür. Yani yine kamu yararının zorunlu kıldığı durumlarda kamu hizmetinin tamamen özelleştirilmesi de mümkündür. Bu yöntemlerin hangisinin doğru olacağı siyasal bir tercih olup yasama organı ve hükümetin takdirine bağlıdır. [78]

Kamu hizmetlerinin ortaya çıkış nedenlerine bağlı olarak sahip oldukları birtakım özellikler vardır. Kamu hizmetleri bu belirli temel ilkelere uyarak hayata geçirilir. Aşağıda bahsedilecek olan kamu hizmetlerinin klasik ilkeleri tüm kamu hizmetleri için geçerli olan asgari müşterektir. [79] Bu ilkeler kamu hizmetlerinin "ortak hukuku" dur. Kamusal rejimin minimum unsudur. Kim tarafından yerin getirilirse getirilsin, sınaî/ ticari veya klasik, hangi nitelikte olursa olsun tüm kamu hizmetleri bu ortak hukuka tabidir. Bu ilkeler kamu hizmetinin özüne sıkı sıkıya bağlıdır ve bozulduğu zaman, kamu hizmeti, sahip olması gereken niteliğini yitirir.

[77] E.Eren, 2008, s. 15.
[78] M.Günday, 2003, s. 16.
[79] Onur Karahanoğulları, *Kamu Hizmeti (Kavram ve Hukuksal Rejim),* Turhan Kitabevi, Ankara, 2002, s. 188.

Kamu hizmeti ilkeleri sistemin sert çekirdeğidir. Bu ilkeler kamu hizmeti ile eş anlamlıdır. Onlar olmadan hizmet, kamuya sunulan hizmet kamunun hizmeti olamaz.

Televizyon yayıncılığı alanında ise, kamu hizmeti kavramının ayrı bir önemi bulunmaktadır. Zira 1980'lere kadar televizyon yayınları, sadece radyo dalgaları ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan düzenlemelere rağmen hala kısıtlı olan bu kaynak, gerçekte kamunun malıdır. Dolayısıyla, birçok yazarın da önemle vurguladığı gibi, televizyon iletilerinin aktarılmasından kamunun malının kullanılması, doğal olarak verilen hizmetin de niteliğini belirlemiştir. [80] Yani özetle, kullanılan kaynak gerçekte kamunun malı olduğuna göre, verilecek hizmet de kamu yararını amaçlamalıdır. Ayrıca Avrupa Birliği ülkelerinde, televizyon da dâhil tüm medyanın, sağlıklı bir kamusal alan yaratması beklenmektedir. Medya bu görevi "kamu gözcüsü", "halkın temsilcisi" ve "bilgi verici" rollerini üstlenerek yapmalıdır. Bu bağlamda televizyon programları eğitim, bilgi ve kültür kaynağı olmanın yanı sıra, bireylere "kendi deneyimlerini yeniden yorumlamalarını", "farklı dünya görüşlerini tanımalarını", "egemen kültürün varsayım ve fikirlerini sorgulamalarını", " sivil toplum örgütlerinin canlandırılmasını", "çatışan çıkarlar arasında anlaşma ve uzlaşma yoluyla toplumun ortak hedeflerinin gerçekleşmesini sağlayacak", zıt görüşlerin yüksek bir sesle tartışıldığı kamusal bir platform sunmalıdır. [81] Dolayısıyla bu alanda verilen hizmetler; hem bireyleri topluma kazandıracak, hem de toplumların gelişmesine katkıda bulunacak özellikleri içermelidir. Pratikte bunların ne ölçüde gerçekleştirildiği tartışma konusu olsa da, yayıncılığın temel amacı, kamuya hizmet olmuş ve yayıncılıkla ilgili geliştirilen kuramlar bu esasa göre hazırlanmıştır.

Kamu hizmetlerinin işleyişinin çeşitli ilkelere tabi olduğunun kabulü, bunların zaten doğası gereği söz konusu nitelikleri taşıdıkları ya da doğurdukları anlamına geldiği gibi, uyma gerekliliği bakımından normatif değer taşımasını, yani kamu hizmetlerinin bunlara uyma gerekliliğini de içerir. Kamu hizmetlerinin

[80]Cem Pekman, *Televizyon'da Özelleşme: Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*, , Beta Yayınları, İstanbul, 1997, s. 9
[81] James Curran, *Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme"*, Medya Kültür Siyaset, (Der. Süleyman İrvan), Ankara, 1997, s. 142-180.

doğasında olduğu kabul edilen bu ilkeler, aynı zamanda kamu hizmeti işleyişinin uyması gereken normlardır. [82]

1.4.2. Kamu Hizmetinin Özellikleri

Kısaca bu özellikler şu başlıklar altında ifade edilebilir:

1.4.2.1.Kamu Hizmetinde Süreklilik- Düzenlilik

Süreklilik, bir kamu hizmetinin kesintisiz ve düzenli bir şekilde yürütülmesi anlamına gelir. Bu kavram zaman bakımından devamlılığı, içerik ve yoğunluk bakımından da istikrarı içinde barındırır. Süreklilik kavramına yayıncılık alanından örnek vermek gerekirse, program yayınlarının saatleri istisnai bir durum yoksa bellidir ve izleyici belirlenen yayın akışına göre takip etmek istediği programları seçer. Teknik bir arıza olmadığı sürece bir yayın kanalı keyfi bir tutumla yayınlarına ara veremez. Önceden belirlediği yayın politikası doğrultusunda her türlü programa belli oranlarda zaman ayırması gerekir. [83]

Kamu hizmetleri, tatmininde kamu yararı bulunan bir gereksinimi karşılayan faaliyetler olarak kabul edildiklerinden, bunların sürekli ve düzenli bir biçimde yürütülmesi gerekir. Aksi takdirde kamu gereksinimi gerçekleşmez ve kamu yararı amacına uygun bir şekilde tamamlanamaz. Kesintiye uğrayan ya da düzensiz bir biçimde yürütülen kamu hizmetlerinin toplum yaşamında doğuracakları olumsuz etkileri uzun uzun anlatmaya gerek dahi yoktur. Kamu hizmetlerinin sürekli ve düzenli olma ilkesine ters düşen bir idari işlem hukuka aykırı olduğundan idari yargı

[82] E.Eren, 2008, s. 16.

[83] A.g.t., s. 19.

yerlerince iptal edilebileceği gibi, bu niteliğe ters düşen bir idari işlem veya eylem nedeniyle bir zarar doğmuşsa idarenin mali sorumluluğu cihetine de gidilebilir. [84]

1.4.2.2.Kamu Hizmetlerinden Yararlanmada Eşitlik- Nesnellik

Kamu hizmetinden yararlanmada eşitlik özelliği, ihtiyaç duyan herkese, hizmetin eşit biçimde sunulması ve bu hizmetten herkesin eşit bir biçimde yararlanmasının sağlanılması şeklinde ifade edilmektedir. Kamu hizmetleri bireysel değil ve fakat toplumsal gereksinimlerin giderilmesi için yürütüldüklerinden, idare bu hizmetleri yürütürken nesnel davranmak, tarafsız olmak zorundadır. Bu nedenle, bireyler de kamu hizmetleri karşısında gerek yararlanma ve gerekse katılma yönünden eşit durumdadır. Ayrıca kamu hizmetlerinin getirdiği yükümlülükler bakımından da bireyler arasında fark gözetemez.[85]

Anayasamızın 10. maddesi "herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayrım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir. Hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz tanınamaz. Devlet organları ve idare makamları bütün işlemlerinde kanun önünde eşitlik ilkesine uygun olarak hareket etmek zorundadır." der. Bu maddeden de anlaşılacağı üzere, kamu hizmetinin amacı toplum yararı olduğundan; idare nesnel bir şekilde taraf tutmadan hareket etmeli, bireylere işlemlerinde eşit muamele göstermelidir.

Televizyon yayıncılığında ulusal, bölgesel ve yerel olmak üzere üç türlü yayın şekli vardır. Ulusal, bölgesel ve yerel televizyon kanalları 6112 sayılı kanunun yürürlüğe girmeden önceki uygulamaya göre yayınlarına başlamadan önce yayın alanını açıklamak zorundaydılar. 13.04.1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanunun 18. maddesi uyarınca, " Üst kurulun ulusal yayın izni verdiği kuruluşlar izin tarihinden itibaren en geç ikinci yılın sonunda Türkiye alanının %70'ine yayınlarını ulaştırmak ve haftada asgari

[84] M.Günday, 2003, s. 287.
[85] A.g.e., s. 288.

seksen saat yayı yapmak mecburiyetindedirler." [86] hükmü bu uygulamanın yasal alt yapısını oluşturmakta idi. 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un tanımlar başlıklı 3. maddesinde de ulusal yayın tanımında ülke nüfusunun en az yüzde yetmişine yayın hizmeti sunan, bölgesel yayın, bir coğrafi bölge içerisindeki illerin toplam nüfusunun asgari yüzde yetmişine yayın hizmeti sunan, yerel yayın ise, en fazla bir ilin sınırları içine karasal ortamdan yayın hizmeti ulaştıran tanımlamalarına yer verilmiştir.[87] Böylelikle ulusal çapta yayın yapan kuruluşların yayınlarının, ülkenin her yerinden izlenebilmesi yasa ile şarta bağlanmış olup kamu hizmetinden yararlanmada eşitlik ve nesnellik ilkesine uymaları zorunlu olmuştur. [88]

1.4.2.3.Kamu Hizmetinde Değişkenlik- Uyarlama

Bir faaliyetin kamu hizmeti haline getirilmesi, o konudaki kamusal gereksinimin en iyi ve uygun bir biçimde karşılanması amacına yönelik olduğundan, kamu hizmetleri değişken olmak; yani değişen ve gelişen koşullara ve teknik verilere kendilerini uydurmak zorundadırlar. Bu nedenle, kamu hizmetlerinin örgütlenme ve işleyişinde yeni yöntemlere, araç-gereç ve düzenlemelere derhal yer verilmelidir. [89]

Değişkenlik, kamu hizmetinin içerik ve biçimine, değişen ve gelişen koşulların, yeniliklerin uygulanmasıdır. Örneğin, televizyon yayıncılığında değişkenlik, televizyon kuruluşlarının teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri ve bu gelişmeleri yayıncılık alanına taşımalarıdır. Kamu yayın kuruluşları yayıncılık alanındaki teknolojik gelişmeleri hiçbir ticari çıkar gözetmeksizin kurumlarına getirmelidir. Fakat özel yayın kuruluşları için bu durum geçerli değildir. Bu kuruluşlar için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek ve uygulamak açısından herhangi bir zorunluluk yoktur. Özel yayın kuruluşları, teknolojik gelişmeleri ticari çıkarlarına uygun bulmaları durumunda değerlendirirler. [90]

---

[86] www.mevzuat.gov.tr , 3984 Sayılı kanun, 18. Maddesi, (08.09.2010)
[87] www.mevzuat.gov.tr , 6112 Sayılı kanun, 3. Maddesi, (06.05 2011)
[88] E.Eren, 2008, s. 17.
[89] M.Günday, 2003, s.289.
[90] E.Eren. 2008, s.17.

Değişkenlik ve uyum ilkesinin önemli bir sonucu idarenin hizmetin işleyişine ilişkin kurallarda sürekli değişiklik yapabilmesi ve kullanıcıların da bunun karşısında kazanımlı hak iddiasında bulunamamasıdır. Kamu hizmetlerinde değişkenlik ve uyum idarenin sürekli bir değerlendirme, öngörme ve planlama yükümlülüğünü de içerir. Bu durum birçok yargı kararında da açıkça ifade edilmektedir. [91]

1.4.2.4.Kamu Hizmetinde Bedelsizlik (Meccanilik)

İdare sınırlı sayıdaki kamu hizmetini yürüttüğü dönemlerde, hizmetten yararlananlardan herhangi bir bedel talep etmiyordu. Bugün dahi, klasik nitelikteki bazı kamu hizmetleri parasız olarak yürütülmektedir. Örneğin karayollarından (bazı istisnalar hariç) yararlananlardan özellikle para talep edilmemektedir. [92] Ancak bugün idarenin üstlendiği kamu hizmetlerinin çoğalması ve buna paralel olarak hizmetten yararlananların sayısının da artması sonucu kamu hizmetlerinden yararlanan birey, bunun karşılığı olarak ödeme gücünü aşmayacak cüz'i bir katılma payı öder. Kamu hizmetlerinden yararlanma karşılığında ödenen bu paranın hukuksal niteliği ne olursa olsun aslında hemen vurgulanması gereken bunun bir fiyat olmadığı, olmaması gerektiğidir. Bilindiği gibi ekonomik anlamda fiyat "maliyet artı kar" unsurlarından oluşan bir kavramdır. Bunların olabildiğince düşük tutulması için çaba sarf edilebilir ama bu iki unsurdan oluşan fiyattan vazgeçen hiçbir ekonomik girişim olamaz.

Özel girişim tanım olarak gelir getirici bir etkinliktir ve ekonomi alanında bunun adı da "kâr"dır. Buna karşılık kamu hizmetinin "kâr"ı, söz konusu olmadığı gibi amacı da "kamu yararı" dır. Eğer idare bir hizmeti gelir elde etme amacıyla yerine getirirse, bu hiçbir şekilde kamu hizmeti olarak düşünülemez. Aslında ilke olarak kamu hizmetlerinden yararlanma bedelsizdir. Bugün idarenin üstlendiği kamu hizmetlerinin çoğalması ve hizmetlerden yararlananların sayısının artması nedeniyle,

[91] O.Karahanoğulları, 2002, s.225.
[92] M.Günday, 2003, s. 289.

parasız olarak yürütülen hizmetlerin yükünün o hizmetten hiç yararlanmayanlara yüklenmesini önlemek amacıyla belli hizmetlerden yararlananlardan ödeme güçleri de dikkate alınarak bir katılma payı alınmaktadır. Ancak bu katılma payını, bir "fiyat", bir "bedel" olarak saymak yerine "dolaylı bir vergi" şeklinde nitelendirmek mümkündür. Nitekim anayasanın 73. maddesi, herkesin vergi ödemekle yükümlü olduğunu belirtmekle birlikte, bu yükümlülüğün bireyin "mali gücüne göre" olmasını uygun görmüştür. Televizyon yayıncılığında kamu hizmeti karşılığı olarak alınan para, ruhsat ücreti olarak tanımlanmaktadır. Birçok Avrupa ülkesinde vatandaşlar her yıl bu parayı ilgili kuruluşlara düzenli olarak ödemekle yükümlüdürler.

Kamu hizmeti kavramının anlamının gün geçtikçe değiştiği, kamu hizmeti adı altında özel girişimin ağırlığının arttığı, kamu yararı kavramının içeriksizleştiği görülmektedir. Bütün bu olumsuz gelişmelerin yerine getirilen ise "rekabet" kavramıdır. Her koşulda her durumda, her üretimde, her hizmetin sunumunda geçerli olan tek şey "rekabet"in olduğu görülmektedir. [93]

[93] E.Eren, 2008, s. 18.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Tezin ikinci bölümünde kamu hizmeti yayıncılığı ve televizyonun bu yayıncılıkla olan ilişkisi incelenecektir.

2. 1.KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Son yıllarda akademik camiada da yoğun bir şekilde işlenen ve büyük ilgi gören kamu hizmeti yayıncılığı kavramı çerçevesinde yapılan tartışmalar dikkat çekmektedir. Çoğunlukla kamu hizmeti yayın kurumlarının iktidardan bütünüyle bağımsız hale getirilerek, özel yayıncılığa alternatif, adındaki içeriğe uygun olarak " kamuya hizmet" eden bir yapıya dönüştürmesinin gerekliliği noktasından hareket etmekte, bazı çalışmalarda da Habermas'ın "Kamusal Alan"ı kamu hizmeti yayıncılığıyla ilişkilendirilmektedir. Bu kurumların demokratik bir toplumun geliştirilmesi ve sürdürülmesine önemli katkı sağlayacağına dikkat çekilmektedir. Bu nedenle, kamu hizmeti yayıncılığını ortaya çıkışı geçirdiği evreler ve kamu hizmeti yayıncılığının ortaya çıkışı, geçirdiği evreler ve kamu hizmeti yayıncılığı uygulamalarına geçmeden önce kavramın kendisine ilişkin tartışmalara, iktidarla ilişkisine ve kamusal alanla bağlantılandırılan çalışmalara göz atmak gereksinimi duyulmaktadır. [94]

[94] Nimet Ersin, *Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT'de Program Üretim Süreci*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 2007, s. 21.

Konuyla ilgili çalışmalarda "kamu hizmeti yayıncılığı" kavramı hep problematik bir kavram olarak ele alınır. Kavramın kullanımı, pek çok soruyu da beraberinde getirmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığını devlet yayıncılığından ayırt edici özelliği nedir?, kamu hizmeti yayıncılığı devlet yayıncılığı değilse, bu hizmet kimin tarafından gerçekleştirilir?, kamu hizmeti yayıncılığını karşıtı "özel yayıncılık" mıdır?, özel yayıncılık deyince yayın kurumunun mülkiyetinin özel ellerde olması mı anlaşılmaktadır?, özel mülkiyete sahip bir kurumda ticari çıkar gütmeksizin kamuya hizmet götürmek amacıyla yayıncılık yaptığında bu özel yayıncılık mıdır, kamu hizmeti yayıncılığı mıdır?, ya da mülkiyeti kamuya ait bir kurum ticari yayıncılık gerçekleştiremez mi?, bu durumda kamuya ait kavramı devlete ait demek anlamına gelmez mi?" ... gibi sorular kavramın kullanımıyla ilişkilidir. [95]

Williams, kamu hizmetinin temelde kâra yönelik olmadığı ve gelirlerinin tümünün yayıncılık hizmetlerine ayrıldığı konusunda bir anlaşmazlık bulunmadığını, sorunun, kamu çıkarları olarak ortaya konduğunda ortaya çıktığını belirtir çünkü "kamu çıkarı" ile " devlet çıkarı" arasında basit bir denklem yoktur. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığının tekel olduğu bir sistemde, yayıncılıkta devlet denetiminin, bilgi ve ideolojideki devlet denetiminin bir işlevi olduğunu söyler. [96]

Erol Mutlu, kamu, kamu yararı ve kamu hizmeti kavramlarının birbirlerinin yerine kullanılmasının yol açtığı muğlâklığın giderilmesinin gerektiğini belirtir. Kamu yayın kurumlarındaki "kamu" sözcüğünün, bu kurumları mülkiyet ilişkileri ile kısıtladığını, kamu yayın kuruluşu dendiğinde, mülkiyetinin kamuya ait olan kurumların kastedildiğini, bunun karşısında da mülkiyeti özel yayın kuruluşlarının bulunduğunu yazar. Mutlu, ayrımın "devlet ve "özel" yayın kurumları olarak kullanımının kavram kargaşasını giderebileceğini söyler. Asıl kafa karıştıran kavramın " kamu yayıncılığı" olduğunu belirterek terimin karşıtı olarak akla gelen özel yayıncılığın özel çıkarlara hizmet eden bir yayıncılık anlayışını içermekte

[95] N.Ersin, 2007, s. 22.
[96] Williams R., *Kültür*, (Çev. Suavi Aydın), İmge Yayınevi, Ankara, 2003, s. 32

olduğunu, kamu yayıncılığının karşıt teriminin tecimsel yayıncılık olarak düşünüldüğünü, ancak bu ayrımın da yanıltıcı olabileceğini, çünkü bu ayrımda kastedilenin kâr amacı gütmeyen ile kâr amaçlı yayıncılık düzenleme ve uygulamaları arasındaki farklılık olduğunu, örneğin bir vakfın kar amacı gütmeyen televizyon yayını yapması durumunda bu etkinliğin " kamu yayıncılığı" olarak adlandırılması gibi bir yanlışlığa yol açabileceğini, yine TRT gibi yayın saatlerini gelir getirme karşılığında reklâmcılara satan kamu kuruluşlarının da "tecimsel yayıncılık" kategorisine sokulabileceğini belirtir ve "kamu yayıncılığı" yerine "tecimsel olmayan yayıncılık" teriminin kullanılmasının doğru olacağını söyler. [97]

Mutlu, BBC tarafından geliştirilen kamu hizmeti kavramına ilişkin olarak, kamu hizmeti kavramının verilen hizmetin niteliği ile ilgili olduğunu ve bu hizmeti veren kurum ya da kişilerin mülkiyet önemli olmadığını şöyle ifade etmektedir: " Örneğin bir kentin özel bir firmaya ihale edilen toplu taşımacılığı, bu hizmetin 'kamu hizmeti' niteliğini değiştirmez. Aynı şekilde eğer yayıncılık toplumun bir gereksinimini karşılıyorsa, bu işin özel firmalar ya da kamu firmaları tarafından yapılması, yapılan işin 'kamu hizmeti' olma niteliğini ortadan kaldırmaz. Ne var ki 'kamu hizmeti' kavramının yayıncılıkta farklı bir anlamı vardır ve 'kamu hizmeti yayıncılığı' topluma yönelik diğer hizmetlerden farklı bir takım ilkelerle tanımlanmaktadır. [98]

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramının net bir tanımı yapılamasa da içerdiği öğeler çeşitli çalışmalarda benzerlik göstermektedir. Raşit Kaya'nın belirttiği ilkelere göre, kamu hizmeti yayıncılığının, kuruluş yönetmeliği uyarınca, izleyicilere haber vermek, onları eğitmek, eğlendirmek işlevlerini yerine getirebilmesi gerekir. Bu işlevlerini yerine getirebilmesi için de program tipi dağılımının dengeli olması gerekir. Kamu hizmeti yayın kurumunun gelir kaynakları siyasi iktidarlardan ve ticari odaklardan bağımsızlaştırılmıştır. Programın içeriği yansızdır ve farklı siyasal görüşlere dengeli bir biçimde yer verir. [99]

---

[97] N.Ersin, 2007, s. 23.
[98] A.g.t., s. 23.
[99] Raşit Kaya, *Kitle İletişim Sistemleri,* Teori Yayınları, Ankara, 1985, s. 78.

Kavramın içerdiği bütün sorunlara rağmen kamu hizmeti yayıncılığı ele alan çalışmaların hepsinde eşit erişim, denge ve tarafsızlık ilkesi göze çarpar.

"Kamu Hizmeti Yayıncılığı, genellikle bir kamu kuruluşu olarak örgütlenmiş yayın kurumunun toplumdaki herkesin eşit bir biçimde erişebildiği yayınlarında, haber verme, eğitme ve eğlendirme işlevlerine göre dengeli program türü dağılımı sunması ve politik konularda tarafsızlığı ve dengeliliği gözetmesidir." [100]

Kamu hizmeti yayıncılığı, kavramsal olarak sorunlu olsa ve uygulamada ülkeden ülkeye farklıklılar gösterse de, bu yayıncılığın BBC'nin ilk Genel Müdürü John Reith[101] tarafından ilk kez ortaya konulan ve "Reithian Triology" olarak adlandırılan "eğitici", "eğlendirici" ve "bilgilendirici" işlevleri vardır. Kamu hizmeti yayıncılığının, evrensel yayıncılık ilkelerine uymanın yanı sıra, "ulusal ve yerel kültürleri yansıtma", "izleyiciyi odak alma", "azınlıklara yönelik yayın yapma", " katılımcılığı teşvik etme", "yaratıcı, özgün programlar üretme" ve bu yolla "halkın yeteneklerini keşfetmesine yardımcı olma", "azınlıklara seslenme" gibi geniş bir yelpazeyi kapsayan amaçları vardır. [102] Bu amaçlar, günün gelişmelerine göre değişebileceğinden kamu hizmeti yayıncılığının tanımı da değişebilmektedir. Sözgelimi, "tekel" dönemi kamu hizmeti yayıncılığı kavramının tanımında "eğiticilik" çok önemli bir ilke iken, rekabetçi dönemle birlikte etkileşimli iletişim araçlarının da gelişmesi ile vurgu, "katılımcılık" kavramına yapılmaktadır. Teknolojik gelişmelerin ve rekabetçi ortamın ortaya çıkardığı sonuçlara göre kamu hizmeti yayıncılığı daha önceki "toplumun her kesimine eşit bilgi, eğitim, eğlence götüren, bu program türlerin dengeli dağılımını sağlayan, tarafsız yayın kuruluşu" tanımı, genişleyerek ve eklemeler yapılarak " izleyicinin katılımına önem veren", "yaratıcı, özgün programlar üretme konusunda öncü", "hesap verilebilirliği olan"

---

[100] Beybin Kejanlıoğlu, *Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı, Kamusal Alan* , (Der. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul, 2004, s. 693.

[101] http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/resources/in-depth/reith_1.shtml (10.06.2011) John Reith, BBC'nin kurucusu olarak tanınmıştır. Reith BBC'nin ilk Genel Müdürüdür. 1927-1938 arasında BBC'nin genel yönetmenliğini yapan John Reith (sonradan Lord Reith) kuruluşun ilk yıllarında önemli bir rol oynadı. İmparatorluk çapında kısa dalga yayınları başlattı. 1936'da ilk televizyon yayınlarının geliştirilmesi çalışmalarını yönetti. Reith'in, yayıncılığı kamu hizmeti olarak gören anlayışı İngiltere'de çok benimsendi.

[102] BBC, *Responding to the Gren Paper*, W1A 1AA, BBC, Published by the Brtish Broadcasting Corporation, Broadcasting House, London, 1993, s. 17.

gibi yeni özelliklerle tanımlanabilir ama bu tanımın da her ülke ve her dönem için geçerli olacağını söylemek olanaksızdır.[103]

1970'li yıllardan itibaren sermayenin uluslararası bir anlam kazanması ve tekelleşmesi, iletişim ortamında da önemli değişiklikler yapmıştır. Siyasal ve ekonomik gücü hedef alan yeni medya kanalları giderek belirli ellerde toplanmaya ve güçlü tekeller oluşturmaya başlamışlardır. Kamunun malı olan yayın frekansları, belirli kişilerin veya şirketlerin eline geçmiştir. Tekilci, indirgeyici ve sadece fazla izleyici çekmeye yönelik bir yayıncılık anlayışı tüm televizyon kanallarının birbirine benzer programlarla dolmasına neden olmuştur.

Medyanın demokratik rolünün, devleti gözleyen bir kamu gözcüsü olarak hareket etmek olduğunu ileri süren geleneksel liberal düşüncenin yeni medya anlayışı ile kökünden sarsılması, kamu hizmeti yayıncılık anlayışının daha fazla üzerinde durulmasına yol açmıştır. Bu konuda yapılan tartışmaların odak noktasını demokrasi ve çoğulculuk anlayışı teşkil etmektedir. Bu düşünceden hareketle, kamu hizmeti televizyon yayıncılığını, belirli yurttaşların kendi fikirlerini açıklayacak alanlar açarak gerçek bir çeşitlilik sağlayan, tekilci, indirgemeci bakış açısından kurtulmuş, kamunun bilgilenmesine, aydınlanmasına, özgürce düşünce oluşturmasına, eleştirel ve yaratıcı yeteneklerini geliştirmesine, demokrasi bilincinin olgunlaşmasına katkı yapan yayıncılık anlayışı olarak tanımlayabiliriz. [104] Bu tanıma kamu hizmeti yayıncılığının Türkiye'de ki en etkili sesi TRT'nin Genel Müdürünün şu ifadelerini de ekleyebiliriz: "Kamu hizmeti yayıncılığının bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme olmak üzere üç temel fonksiyonu vardır. Kamu hizmeti yayıncılığının kalite ve çeşitlilik-denge gibi ilkelerinin de bulunmasının yanı sıra, kalite hem görsel hem de içeriksel açısından bulunmalıdır." . [105]

[103] N.Ersin, 2007, s.25
[104] J.Curran, 1997, s. 142
[105] İbrahim Şahin, *"Kamu Hizmeti Yayıncılığı" Konferansı,* Aylık RTÜK Konferansları, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=c2ddca3a-bf82-4d47-a7f9-f6a02f25e473 (28.09.2010)

2.1.1. Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığı Modelinin Doğuşu

Dünya'da ilk düzenli televizyon yayınlarının kamuya hizmet vermek amacıyla 1936 yılında İngiltere'de başlatıldığı bilinmektedir. Yayınları gerçekleştiren İngiliz özerk kamu yayın kuruluşu BBC'nin (British Broadcasting Corparation: İngiliz Yayıncılık Kuruluşu) hedefi, " çok çeşit türde en üst kalitede programların en geniş coğrafi yayılımı kapsayacak ve olası en geniş izler kitleye ulaşacak" şekilde yayınlar yaparak, toplumun sosyo- kültürel ihtiyaçlarını gidermektir. Başka bir deyişle, İngiltere'de televizyon yayıncılığı, toplumun ortak ve genel ihtiyaçlarının tatminine yönelik bir hizmet olarak doğmuştur. Oysa aynı tarihlerde, yani 1939 yılında, Atlas Okyanusu'nun diğer tarafında ABD'de, bambaşka bir yayıncılık anlayışı benimsenmiştir. Kamuya hizmetten çok, temel olarak kâr etmeyi amaçlayan ve ticari yayıncılık modeli olarak adlandırılan bu yayıncılık sistemi, özel girişimcilerin elinde güçlenerek, kısa zamanda ABD'nin büyük şebekeler ve bağımsız yerel televizyon istasyonları ile dolmasına neden olmuştur.[106]

Televizyon yayınlarının bu iki ülkede bambaşka biçimlerde gelişmesinin başlıca nedeni, devam etmekte olan radyo yayıncılığıdır. Zira devletler televizyon yayıncılığını genellikle radyo yayıncılığının devamı olarak görmüşler, diğer bir deyişle televizyon yayıncılığına da aynı sorumluluğu yüklemişlerdir. Örneğin, Amerika'da reklam yayınlarının gerçekleşmesi ile kısa sürede ticarileşen radyo yayınları, ülkede televizyon yayınlarının da ticari amaçlarla başlamasına zemin hazırlamıştır. Böylece yayıncılar için önce dinleyiciler, daha sonra da izleyiciler reklamcılara pazarlanacak bir yığın olarak görülmüşlerdir.

İngiliz hükümeti ise, radyo yayıncılığı alanında daha temkinli davranarak, kendisinden iki yıl öndeki Amerika'daki gelişmeleri izlemiş ve gereken tedbirleri almıştır. Örneğin, hükümet, Amerika Birleşik Devletleri'nde sayıları hızla artan radyoların yol açtığı frekans kargaşasının İngiltere'de de yaşanmasına önlemek için, yayınların tek bir kuruluş tarafından gerçekleştirilmesine karar vermiş ve bu

[106] Hülya Yengin, *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar*, İstanbul, 1994, s. 60.

bağlamda radyo cihazı satışlarını artırmayı hedefleyen altı büyük ve birçok küçük üretici firmayı aynı çatı altında birleştirerek, sadece bu şirkete, yani BBC' ye (British Broadcasting Company: İngiliz Yayıncılık Şirketi), yayın frekansı tahsis etmiştir. [107]

Öte yandan bu dönemde İngiltere'de reklâmın, radyo yayınlarının niteliğini düşüreceği kanısı giderek yaygınlık kazanmaya başlamış, nitekim Amerikan radyosundaki birkaç program da bunu kanıtlamaya yetmiştir. Dolayısıyla İngiliz Hükümeti, BBC'nin reklam yayınlamasına kesinlikle izin vermemiş; dahası, şirkete yayın izni verirken yayınlarda "kamu yararının, ticari çıkarlarının üstünde tutulmasının" şart koşmuştur. Buna karşılık, ilk günden itibaren yayıncılara destek olmak amacıyla Posta İdaresi'nin topladığı ruhsat ücretlerinden pay verilmiş; fakat bir kamu yayın kuruluşu olarak yeniden yapılandırılmıştır. Yani özetle, İngiltere'de radyo yayınlarının ticarileşmesine kesinlikle izin verilmemiş; yayıncılığa kamu yararını amaçlayan bir takım sorumluluklar yüklenmiştir. Televizyon yayıncılığı aynı özerk kuruluşun bünyesinde, aynı sorumluluklarla ve radyo yayıncılığı gibi devletin tekelinde başlatılmıştır.

Amacını yansıtacak şekilde, daha sonraları kamu hizmeti televizyon yayıncılığı olarak adlandırılan bir yayıncılık modeli, İngiltere'den hızla bugünkü Avrupa Birliği ülkelerine yayılmış; en önemlisi de, uygulandığı ülkelerde yayıncılık sistemlerinde kalıcı etkiler yaratmıştır. Zira, bahis konusu olan ülkelerde, yayıncılıkla ilgili temel değer yargıları, büyük ölçüde kamu hizmeti televizyon yayıncılığının özellikle, programcılık alanında belirlediği ilkelere göre şekillenmiştir. Böylece kamu hizmeti televizyon yayıncılığının gözden düştüğü dönemlerde bile, bu modelin bazı özellikleri terk edilememiştir. Bunun en bariz örneği, ticari yayıncılığın gündeme gelmesi ile İngiltere'de yaşanmış; ticari yayıncılarla yapılan anlaşmalarda, yayıncılardan halkı eğitme, bilgilendirme gibi kamu hizmeti yayıcılılık anlayışının başlıca ilkelerine bağlı kalmaları istenmiştir. [108]

[107] Andrew Crisell, *An Introductory History of British Broadcasting*, New York, Routladge, 1997, s. 13.
[108] A.Crisell, 1997, s. 17

2.1.2.Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığının İlkeleri

İncelenen koşullara göre birçok Avrupa Birliği ülkesinde televizyon yayıncılığı, İngiltere'deki gibi, kamu yararını amaçlayarak, devlet tarafından, devletin tekelinde ve denetiminde başlatılmıştır. Kuşkusuz ki, BBC'nin kısa sürede yayınları ile saygın bir konuma gelmesinde, ilk Genel Müdür John Reith'in yayıncılık alanında geliştirdiği ilkelerin büyük derecede katkıları olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda birçok devlet, yayın kuruluşlarını ve yayın sistemlerini Reith'in ilkelerine göre şekillendirmiştir. Böylece kamu hizmeti televizyon yayıncılığı modelinin özellikleri de bu uygulamalar ile, zaman geçtikçe iyice belirginleşmiş, daha net bir şekilde kendini göstermeye başlamıştır. [109] Bu ilkeler şunlardır:

2.1.2.1.Devlet Tekelinin Sürdürülmesi İlkesi

Genel Müdür John Reith, tecimsel yayıncılığın başlamasını isteyen çevrelere karşı devlet tekelini savunmuş, kamu hizmeti yayınlarının gelişimi ve izleyicilere fayda sağlaması açısından bu tekelin korunması gerektiği fikrini ortaya atmıştır. Zira, Reith ve onun bu görüşünü benimseyenlere göre, izleyicilerin çoğu hangi tür yayınların kendisi için yararlı olduğuna karar veremeyecek durumdadır. Dolayısıyla ticari yayınlar başladığında halkın büyük bir kısmı, kendisini eğiten ve bilgilendiren kamu hizmeti televizyon yayınlarından çok, yayın saatlerini izlenimi kolay, eğlence programları ile doldurarak, kar etmeyi hedefleyen ticari televizyon kanallarına yönelecektir. Bu durumda da kamu hizmeti televizyon yayını, ne kadar nitelikli olursa olsun, hedefine ulaşamayacaktır. Öyle ise, yapılması gereken, yayıncılıkta devlet tekelinin korunması ve yayıncılık işinin kamu kuruluşlarınca veya kamu yararına çalışan özel şirketlerce sürdürülmesinin sağlanmasıdır.

[109] E.Mutlu, 1999, s. 23.

Ne var ki, Reith'in bu ilkesi İngiltere'de uzun bir süre uygulanamamış, çeşitli çevrelerden gelen baskılar sonucunda devlet tekeli 1954 yılında kaldırılarak, ikili yayın sistemine geçilmiştir. ITV (Independent Television: Bağımsız Televizyon) ve BBC'nin oluşturduğu ikili yayın sistemi, 1980'lerden sonra yeni kanalların ortaya çıkması ile de iyice genişlemiştir. Öte yandan, birçok Avrupa Birliği ülkesinde devlet tekeli çeşitli uygulamalar ile fiilen yıkılmış olsa da, 1980'li yıllara kadar yasal olarak sürdürülmüştür. Günümüzde Avusturya'da halen yayıncılık alanında devlet tekeli gücünü korumaktadır. [110]

2.1.2.2.Yayınların Ticari Çıkarlardan Uzak Tutulması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Yayınların Finansmanı

John Reith'in geliştirdiği bir başka temel ilke de, yayınların ticari çıkarlardan uzak tutulması kuralıdır. Aslında BBC 1922 yılında radyo yayınlarına başladığında, daha önce de belirttiğimiz gibi, radyo cihazı satışlarını artırmayı hedefleyen, altı büyük ve birçok küçük üreticinin bir araya getirilmesi ile kurulmuş olan ticari bir şirkettir. Ancak İngiliz hükümeti şirkete yayın izni verirken, yayınlarda kamu yararının ticari çıkarların üstünde tutulması şartını koşmuş ve böylece bir ilke geliştirmeye çalışmıştır. Kurucu Genel Müdür John Reith de, bu şarta fazlası ile riayet ederek, İngiliz halkını eğitmeyi ve bilgilendirmeyi hem yayınların hem de kendisinin başlıca amacı olarak belirlemiştir. Ancak Reith, BBC'nin aynı zamanda cihaz satışlarını artırmaya yönelik bir kuruluş olmasını, ilk günden itibaren kabul edememiş ve yayın kuruluşun kamu yararını hedefleyen yayınlar yapabilmesi için, her türlü ticari kaygıdan arındırılması gerektiğini savunmuştur. Nitekim, BBC çok geçmeden maddi açıdan zorlanmaya başlamış ve bu durumda çeşitli çevreler şirketin reklam almasını önermişlerdir. Reith ise, tahmin edilebileceği gibi, bu görüşe kesinlikle karşı çıkarak, BBC'nin ruhsat ücretlerinden aldığı payın arttırılmasını ve en önemlisi de, kuruluşun satış amaçlayan yapısının yayınların sağlığı açısından bir an evvel değiştirilmesini istemiştir. Bu durum karşısında hükümet, Sir Sykes

[110] Ü.Tekinalp, 2000, s. 22.

başkanlığında bir komiteyi BBC'nin mali yapısını incelemek üzere görevlendirmiş; komite yaptığı incelemeler sonucunda kuruluşun reklam gelirlerindense, tamamen ruhsat ücretleri finanse edilmesinin uygun olacağı görüşüne varmıştır. Kont Crawford başkanlığındaki bir başka komite ise, BBC'nin tamamen ruhsat ücretleri ile finanse edilen özerk bir kamu kuruluşuna dönüştürülmesi gerektiğini savunarak, Reith'in fikirlerini desteklemiştir. Hükümet özerk kamu kuruluşu fikrine tereddütle yaklaşırken, ruhsat ücreti uygulanmasında yeni bir düzenleme yapılmasını hemen kabul etmiştir. Böylece Posta İdaresi'nin topladığı ruhsat ücretlerinin hemen hemen tümü, BBC'ye aktarılmaya başlanmıştır. [111]

Ancak bazı kamu hizmeti yayıncılarının özellikle 1970'lerden sonra, ağırlaşan ekonomik koşullar ve rekabet karşısında, değişen ölçülerde reklam yayınlarına yer verdikleri görülmüştür. Ne var ki, günümüzde reklam yayınlarının kamu hizmeti televizyon yayınlarının doğasına ters düştüğü büyük ölçüde kabul edilmektedir. Fransa'da kamu hizmeti yayıncılarının reklam saatlerinin azaltılması konusunda önemli çalışmalar yapılmaktadır. Öte yandan günümüzde bazı üye ülkelerde, kamu hizmeti televizyon yayınlarının ruhsat ücretlerine dayalı finansman yapısı ile ilgili, karşıt görüşler de ortaya çıkmıştır. Bu çevreler ücretsiz izlenebilen ticari kanalların düzinelerle ifade edildiği bir ortamda, halktan halen kamu hizmeti yayınları için ruhsat ücreti toplanmasına karşı çıkmaktadırlar. Örneğin, Hollanda'da uzunca bir süredir uygulanan ruhsat ücreti uygulaması bu tartışmaların neticesinde, 1 Ocak 2000 tarihi itibariyle kaldırılmış ve Hollanda hükümeti kamu hizmeti yayınlarının büyük ölçüde kamu fonları ile karşılanmasına karar vermiştir.

[111] E.Mutlu, 1999, s. 16-19.

2.1.2.3.Yayınların Her Türlü Otoriteden Uzak Tutulması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Kuruluşların Yapıları

John Reith, İngiliz Yayıncılık şirketinin maddi açıdan yetersiz kalmaya başladığı günlerde, kuruluşa her türlü otoritenin baskısından uzak bir yapının sağlanmasının da şart olduğunu söylemiştir. Reith, aksi halde kamu hizmeti televizyon yayınlarının halkı eğitmek ve bilgilendirmek gibi hedeflerinden kolaylıklı uzaklaşabileceğini, en önemlisi de, tarafsızlığını yitirebileceğini iddia etmiştir. Nitekim daha önce de belirtildiği gibi, hükümet tarafından BBC'nin geleceği ile ilgili araştırmalar yapmak üzere 1925 yılında görevlendirilen Kont Crawford Komitesi de bu görüşü destekleyerek, ticari şirketin özerk bir kamu kuruluşuna dönüştürülmesinin şart olduğu kaydedilmiştir. Ancak İngiliz Hükümeti, özellikle Winston Churchill, BBC'nin hükümetten uzak bir şekilde yeniden yapılandırılmasına karşı çıkmıştır.[112]

3 Mayıs 1926 tarihinde ülkede patlak veren genel grev, bazı gerçeklerin daha iyi anlaşılmasına neden olmuştur. Zira devlet kuruluşlarının hemen hemen hepsi halk tarafından yağmalanırken, hala ticari bir kuruluş niteliğindeki BBC olaylardan zarar görmediği gibi, gelişen olayları taraf tutmadan, olduğu gibi yayınlanabildiği için halkın güvenini kazanarak, grevin bırakılması yönündeki telkinlerinde de etkili olmuştur. Her ne kadar hükümet grev süresince BBC'yi eleştirmişse de, daha sonraki yıllarda, yayıncı kuruluşun işlevlerini yerine getirebilmesi ve halkın güveninin kazanması için, hükümetten bağımsız bir şekilde yapılandırılmasının gerektiğini kabul etmiştir. 1927 yılında İngiliz Yayıncılık şirketi, yeni adıyla İngiliz Yayıncılık Kuruluşu, İngiliz Kraliyeti'nin verdiği beratla özerk bir kamu kuruluşu olarak yeniden yapılandırmıştır. Böylece yayıncılık tekeli devlette kalırken, televizyon yayıncılığı ve işletmeciliği işi, kar amaçlayan özel bir şirketten özerk bir kamu kuruluşuna devredilmiştir. [113]

Ne var ki, BBC'nin özerkliği birçok araştırmacının konusu olmuş; örneğin, bazıları işletme ruhsatının belirli aralıklarla yenilenmesi, yönetim kurulunun

[112] E.Mutlu, 1999, s. 17.
[113] A.g.e., s. 19.

hükümet tarafından atanması ve ruhsat ücretlerinin hükümet tarafından belirlenmesi gibi unsurlara dikkatleri çekerek, bu koşullarda ancak yarım bir özerkliğin varlığından söz edilebileceğini iddia etmişlerdir. [114] Kuşkusuz bu unsurlar, özellikle işletme ruhsatının yenilenmesi ve ruhsat ücretlerinin belirlenmesi konusunda, devleti yönetenlerin kullanabileceği baskı araçları olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ancak BBC örneğinde, söz konusu olan özerk yapının, özellikle programcılık alanındaki hükümetin etkisini sınırlandırıldığını söylememiz mümkündür. Reith'in yayınların otoriteden uzak tutulması ilkesi İngiltere'de benimsendiği gibi savaş sonrasında, günümüzdeki Avrupa Birliği'ne üye diğer devletlerde de yankı bulmuş ve bu ülkelerde yayıncılık tekeli devletlerde kalırken, televizyon yayıncılığı ve işletmeciliği işi, özerk kamu kuruluşlarının veya devletin hisselerinin tamamına veya önemli bir kısmına sahip olduğu, kamu yararına çalışan özel şirketlerin bünyesinde başlatılmıştır. Örneğin, televizyon yayıncılığı Almanya'da eyalet kuruluşlarının bir araya gelerek, oluşturduğu özerk bir kamu kuruluşu bünyesinde, Avusturya'da ise devletin yüzde 99'una sahip olduğu bir limitet şirketin çatısı altında gelişmiştir. Öte yandan, Fransa'da televizyon yayınlarını, devlet kurduğu özerk bir kamu kuruluşunda; İtalya'da ise, özel bir kuruluş gibi görünen fakat aslında devletin kuruluşlarının önemli bir kısmına sahip olduğu, kamu yararına çalışan özel bir şirkette devam ettirmiştir. Ancak tüm üye ülkelerde nihai kontrol devletin elinde kalmıştır. [115]

Avrupa Birliğinin diğer üye devletlerinde televizyon yayınları, uzunca bir süredir radyo yayınlarını gerçekleştiren kuruluşların bu ilke çerçevesinde yeniden yapılandırılması suretiyle başlamıştır. Örneğin, İrlanda'da yayıncı devlet kuruluşu televizyon yayınlarına başlamadan hemen önce özerk bir kamu kuruluşuna dönüştürülmüştür. Buna benzer başka bir örnekte Portekiz'de yaşanmış, devlet, televizyon yayınlarına başlamadan önce yayıncılık işini devletin de ortakları arasında olduğu bir anonim şirkete bırakmıştır. Öte yandan, Finlandiya'da devlet kuruluşu bir limitet şirkete dönüştürülmüştür. İspanya ve Yunanistan'da benzer oluşumların yaşanması, demokrasiye geçişle birlikte gerçekleşmiştir. Muhtemelen bu türlü bir yapılanma ile, devleti yönetenlerin yayıncılıktan tamamen uzaklaşması oldukça

[114] Bülent Çaplı, *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Yayınları, Ankara, 1995, s. 105.
[115] B.Çaplı, 1995, s. 110.

güçtür. Zira hisselerinin tamamına veya önemli bir kısmına devletin sahip olduğu özel şirketler, fiilen devlete aittir. Keza özerk kamu kuruluşları olarak yapılandırılan kurumların da özerklikleri, İngiltere örneğinde olduğu gibi sık sık tartışma konusu olmaktadır. Ancak hangi koşullarda olursa olsun, yayıncılık hizmetlerinin yerine getirilebilmesi için, devletten bağımsız bir yapıya sahip olan kamu kuruluşlarının veya özel şirketlerin oluşturulması, devletin yayıncılık ve özellikle programcılık alanındaki nüfusunu azaltmayı amaçlamıştır. [116]

Doğal olarak, uygulamada bunun gerçekleşmesi büyük ölçüde devletin yayıncılığa karşı tutumuna da bağlıdır. Örneğin, yayıncılığın ve siyasetin birbirinde ayrı tutulmasına özen gösteren İsveç'te, limitet şirket olarak yapılandırılan yayıncı kuruluş, en büyük ortağının bir devlet vakfı olmasına rağmen, tarafsız yayınları ile beğeni toplamıştır. Buna karşılık, Çaplı'nın "siyasetin yayıncılığın üstünde tutulduğunu" iddia ettiği Fransa'da ise, özerk bir kamu kuruluşu olarak yapılandırılan kamu hizmeti televizyon yayın kurumu, devleti yönetenlerin propaganda aracı olarak görülmüştür.

2.1.2.4.Yayınların Halkı Eğitmesi, Bilgilendirmesi ve Ulusal Unsurları Vurgulaması İlkesi ve Buna Bağlı Olarak Yayınların Program Profili

BBC'nin ilk Genel Müdürü John Reith, kamu malı olan radyo dalgalarının en iyi şekilde kullanılması gerektiği fikrinden yola çıkarak, radyo ve televizyon programlarının halkı eğitecek ve bilgilendirecek şekilde hazırlanması gerektiğini savunmuştur. Reith'e göre, " halk ne istediğini, neye ihtiyacı olduğunu bilmeyen cahil bir kitledir"; bu durumda " yayıncı bir eğitmen gibi ve ahlak otoritesi rolünü üstlenmeli, halkın istediğinden çok, halk için en iyi olanı seçip ekranlara yansıtmalıdır." [117] Bu bağlamda televizyonun ilk yıllarında İngiliz izleyiciler, yayıncının tercihi olan George Bernard Shaw, William Shakespera gibi yazar ve şairlerin eserlerini izlemek durumunda kalmışlardır. Bu dönemde ayrıca, halkı

[116] C.Pekman, 1997, s. 14.
[117] A.Crisell, 1997, s.28.

birleştirmek amacı ile, ulusal unsurları vurgulayan programların yayınlanmasına da özen gösterilmiştir. 1970'lerde ise, Reith'in yayıncıyı ahlak otoritesi ve eğitmen; izleyici de cahil bir kitle olarak gören görüşünden vazgeçilmiştir. Dahası o zamana kadar yayınlarda işlenen ulusal İngiliz kültürünün ne olduğu ve bu dönemde tek bir kültürden bahsedilip bahsedilmeyeceği gibi konular, yayıncının üstlenmesi gereken yeni rol ile birlikte, yoğun bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Yani gün geçtikçe daha kozmopolit bir toplum olmaya başlayan İngiltere'de yayınların tek bir kültürü hedef almasının yanlış olduğu büyük ölçüde kabul edilmiştir. Ancak toplumu toplum yapan birleştirici unsurların da yayınlarda ihmal edilmemesi gerektiği görüşü benimsenmiştir. Buna göre yayıncı, toplumsal birlikteliği destekleyen programların yanında, dengeli ve tarafsız davranarak, çoğulcu bir yaklaşım içinde, farklı kültürlere ve özel ilgi alanlarına da hitap edecek çeşitlilikte, halkı eğiten, bilgilendiren ve eğlendiren programlar yayınlanacaktır. [118] Yani, Reith'in izleyici kitle, yayıncılar ve ulusal kültür hakkında empoze ettiği bazı görüşler zamanla tamamen değişmiş; ancak, kamu hizmeti yayınlarının özellikle eğitici ve bilgilendirici olması gerektiği yönündeki temel ilkeye sadık kalınmıştır.

İngiltere'de olduğu gibi, bu modeli benimseyen diğer üye devletlerde de kamu hizmeti yayınları program çizelgelerinde, ağırlıklı olarak halkı eğiten ve bilgilendiren programlara yer vermişlerdir. Örneğin, bu alanda çalışmalar yapan Achille ve Miege, kamu hizmeti yayınlarının program çizelgelerinde ilk sırada halkı eğiten programların; ikinci sırada halkı bilgilendiren programların; üçüncü sırada ise, eğlence programlarının geldiğini kaydetmişlerdir. [119] Bir başka araştırmaya göre de, kamu hizmeti yayıncıları genellikle sahip oldukları kanallarının birinden, çoğunluğun istek ve eğilimleri doğrultusunda programlar yayınlarken, diğer kanal veya kanallardan azınlıklara ve çeşitli ilgi alanlarına yönelik yayınlar yapmaktadırlar. [120]

Kamu hizmeti yayıncılarının halkı eğiten programları arasında klasik müzik, tiyatro, sanat, bilim ve diğer kültürel programlar; ayrıca, çocuklar ve erişkinler için

[118] A.Crisell, 1997, s.29.
[119] Yves Achille, Bernard Miege, *The Limits to the Adoptaion Strategies og European Public Service Television, Media, Culture and Society*, C.XVI, No: 1, January 1994, s.33.
[120] C.Pekman., 1997, s. 17.

çeşitli konulardaki eğitim programları yer almaktadır. Halkı bilgilendiren programlar ise, güncel olayları yansıtan haberler, söyleşiler, açık oturumlar, çeşitli belgeseller, bilgi ağırlıklı yarışma programlarıdır. Halkın zevk ve estetik düzeyini yükseltici, aydınlatıcı, bilgilendirici, düşündürücü konulu filmler, arkası-yarınlar, diziler, soap-operalar, talkshowlar ve beceri ağırlıklı yarışma programları, eğlenceye ve dinlenmeye yönelik programlardır.

1980'lerde ise, kamu hizmeti yayınlarının program profilini de etkileyecek büyük bir değişim yaşanmış; birçok üye devlette televizyon yayıncılığı alanındaki devlet tekeli kaldırılmış ve yayına başlayan ticari televizyon kanalları, kamu hizmeti yayıncılarının sadık izleyici kitlesini, bambaşka bir yayın profili ile parçalayarak adeta kendilerine bağlamışlardır. Kuşkusuz, bu durumun sadece yeni kanalların program profilinden kaynaklandığını söylemek de yanlış olacaktır. Ancak birçok etkenin yanında, ticari kanalların daha çok renkli eğlence programlarına yer vermeleri, yayınların izleyiciler için cazip hale gelmesini hızlandırmıştır. Bu nedenle rekabet karşısında çoğu kamu hizmeti yayıncısı, program profilinde önemli bazı değişiklikler yapmışlardır. Örneğin, Almanya, İtalya, İrlanda, İspanya, Avusturya ve Belçika'nın Valon Bölgesindeki kamu hizmeti yayıncıları, halkı eğiten ve bilgilendiren türdeki programlarını göreceli olarak azaltırken; yayınlarında eğlence programlarına da yer vermeye başlamışlardır. Yani, kamu hizmeti yayınlarının ticarileşmeye veya ticarileşme eğilimi göstermeye başladıkları kaydedilmiştir. Ancak gelişmelere bakarak, bu yayıncıların halkı eğitmek ve bilgilendirmek gibi misyonlarından saptıklarını söylemek yanlış olacaktır. Zira, söz konusu yayınlar halkı eğiten ve bilgilendiren mevcut programları ile, halen ticari kanallardan oldukça farklı bir program profili çizmektedirler. Buna karşılık Danimarka, Hollanda, Portekiz ve Belçika'nın Flaman Bölgesindeki kamu hizmeti yayıncıları, rekabet karşısında halkı eğiten ve bilgilendiren programlarının sayılarını arttırtmışlardır. [121]

[121] C.Pekman, 1997, s. 18.

2.1.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Kamusal Alan

Son yıllarda akademik çalışmaların ilgi gösterdiği ve medyanın da gündeminde yer alan "kamusal alan" kavramı kamu hizmeti yayıncılığı ile de ilişkilendirilmekte ve kamusal alan gelişkin bir kamu hizmeti yayıncılığı için temel alan görüşler ortaya atılmaktadır.

Habermas tarafından kavramsallaştırılan ve son yıllarda medya çalışmalarında çokça tartışılan "kamusal alan" kavramı, kamu hizmeti yayıncılığı kavramıyla bağlantılandırılmakta, kamu hizmeti yayıncılığının "kamusal alanın" bir parçası olarak işlev görebileceği ileri sürülmektedir. Habermas, bu kavramla, 17. yüzyılın sonlarında başlayıp 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar geçen sürede, modern kapitalizmin ortaya çıktığı dönemde bireylerin eşit biçimde önce edebi konularda, daha sonra da devletle ilgili konularda serbestçe konuşup eleştiri yaptıkları, herkesçe erişilebilir bir alanı tanımlamıştır. [122]

Habermas, "kamusal alan" kavramıyla toplumsal yaşantı içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği alanı kastettiğini belirtir. Bu alana tüm yurttaşların eşit erişimi garanti altına alınmıştır. "Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur." diyen Habermas, bu tür biraradalıkların başka tür toplantılardan farklı olduğunu söyler. Bu tür biraradalıklar durumundaki bireylerin davranışları, iş ve meslek sahiplerinin özel işlerini görürken yaptıkları davranışlara da bir devler bürokrasisinin yasal sınırlarına tabi anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına da benzemez. Habermas, "Yurttaşlar, ancak genel yarara ilişkin meseleler hakkında, kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlanama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde, kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar." demiştir. [123]

Garnham ve Curan gibi yazarlar, Habermas'ın "Kamusal Alanı" nın günümüz medyasının sorunları karşısında iyi bir dayanak olduğunu belirler ve alternatif

[122] J.Habermas, 2004, s. 95.
[123] A.g.e., s. 96.

yayıncılık modelleri önerirler. Aslında önerdikleri modeller klasik kamu hizmeti yayıncılığındaki sorunların giderilip, geliştirilmesi şeklinde olarak nitelenebilir. [124]

Garnham, giderek daha bütünleşen bir global pazarın ulus- devletlerin altını oymakta olduğu günümüzde Habermas'ın çalışmasının ilgiyi topladığını belirtir ve global bir ekonomiyle siyaseti kontrol etmek için ne gibi siyasal kurumlar gerektiğinin, yeni kamusal alanın nasıl olması gerektiğinin sorar. Bu soruların ortak bir Avrupa Pazarı'nın gelişimi, Sovyet İmparatorluğu'nun hızla çöküşü ve buna bağlı olarak yeni bir sivil toplum ve kamusal alanın yaratılmasının ihtiyacıyla yeni bir aciliyet kazanmış olduğunu öne sürer. Ona göre bu yaklaşımların yetersizliği karşısında Habermas'ın kamusal alan kavramı iyi bir çıkış noktası olacaktır. Garnham: "… hem medya ve demokratik siyaset alanında cereyan eden gelişmelerin eleştirel analizi, hem de günümüz dünyasına uygun bir iletişim ve temsili demokratik sistemin yeniden inşası için gerekli analizlerle siyasal eylemlilik için güçlü bir temel sağladığı düşüncesindeyim." diyerek konu hakkında görüşlerini başka bir yönden de dile getirmiştir. [125]

Kejanlıoğlu, "Medya Çalışmalarında Kamusal Alan" kavramı başlıklı makalesinde, Garnham'ın uygulamadaki bütün aksaklıklarına karşın kamu hizmeti modelinin yeniden değerlendirilmesi ve yaşatılması gerektiğini savunduğunu ve bu savunucusunu "kamusal"a dayandırdığını belirtir. [126] Bazı araştırmacılara göre ise zaten mevcut pratikler, belli belirsiz de olsa kamusal alan'ın varlığını gösterir, ya da medya profesyonelleri, belli belirsiz de olsa kamuoyu oluşumuna katkıda bulunmak üzere bir kamusal alan'a hizmet etme isteğindedirler.

Aslında, yazarların "kamusal alan"ı temel alan ideal medya ortamları, doğrudan ideal kamu hizmeti yayıncılığı anlayışını akla getirmektedir. Çoğu yazara göre kamusal alan, siyasetçiler ve gazetecilerin dar bir alanı değil, devletle özel yaşam arasında yer alan devasa bir alandır. Sözgelimi Peters ve Cmiel'in " ilke olarak bu alan sadece medyanın eşik bekçileri değil, her yurttaş girebilir. Tam bir

[124] N.Ersin, 2007, s. 34.
[125] A.g.t., s. 35.
[126] B.Kejanlıoğlu, 2004, s. 48

kamusal alanda her yurttaş birer olgu toplayıcısı ve fikir savunucusu olabilir; her yurttaş, günümüzde gazetecilerin temel görevi gibi görün şeyleri yapabilir." [127] şeklinde idealleştirdikleri "kamusal alan", uygulamada kamu hizmeti yayıncılığının ilkelerinin hayata geçirilmesi ve korunması ile hiç de uzak bir hayal değildir.

2.1.4. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve İktidar İlişkisi

Medya ve siyasal iktidar ilişkisini ele alan çalışmalarda kamu hizmeti yayıncılığı ve iktidar ilişkisinin ihmal edildiği görülmektedir. Özellikle de yayıncılığın "özerk" olarak konumlandığı ülkeler için bu yayıncılığı iktidarın ne tam içinde ne tam dışında algılayıp yorumlamamak her zaman mümkün olmamaktadır.

Curan, medya tarihine ilişkin radikal yaklaşımlarda, medya-iktidar ilişkisi ele alınırken kamu hizmeti yayıncılığının göz ardı edildiğini söyler. Bu yaklaşımda "devlet" ve "pazar" olmak üzere ikili bir yapının yer aldığı bir sistem incelemesi yapılır ve kamu hizmeti yayıncılığının bu "ikili denetim" sistemi içerisinde yeri yoktur. Kimi yaklaşımların bu eksikliğine rağmen kamu hizmeti yayıncılığını ülkeden ülkeye değişen medya sistemleri içinde her ülkenin kendi koşullarına göre iktidarla ilişkisini belirleyen ve bu ilişki biçimine göre konumlandırıldığı çalışmalar da bulunmaktadır. Aslında kamu hizmeti yayıncılığı kavramının kendisi iktidardan ve her türlü çıkar grubundan bağımsızlığı içerdiği için, iktidara karşı mesafeli durması beklenen bir durumdur. Bu durumda hükümet, kamu hizmeti yayıncılığı stratejilerini etkileyen ve dolayısıyla program içeriklerine katkıda bulunan halk, kurumun çalışanları, basın, birlikler, rakip kanallar, kurumun yönetim kurulu, uluslar arası birlikler gibi faktörlerden sadece biridir. [128]

Aslında her ülkenin medya sistemi, kendi kültürüne göre biçimlenirken, bu sistemin bir parçası olarak kamu hizmeti yayın kurumunun iktidarla ilişkisi de kendine özgü bir şekilde kurulmaktadır. Dağılmadan önceki SSCB ve Doğu Avrupa

[127] N.Ersin, 2007, s. 25.
[128] A.g.t., s. 26.

ülkelerinde yayıncılık halk adına devlet tarafından yürütülen bir etkinliktir. Bazı Avrupa ülkelerinde ise, devlet özerk bir kamu kuruluşu kurarak yayıncılığın idaresini bu kuruluşa bırakır, ancak son denetim yine de devletin elindedir. İngiltere, Fransa, Batı Almanya ararlında farklılık bulunsa da bu kategoride ele alınabilir. [129] İtalya, İsviçre gibi ülkelerde, kamu hizmeti yayın kurumları özel bir anlayışla çalışmasına karşın hisselerin ya tamamı ya da önemli bir bölümü devlete aittir. ABD'de ise bir kamu hizmeti yayıncılığı bulunmakla birlikte etkin değildir ve yayıncılık tamamen özel ellerdedir. Lüksemburg ve Monako'da da ticari sistem hâkimdir. Şu çok açık bir olgudur ki, toplumsal ve siyasal yapı ülkelere göre farklılık gösterdiği için, her ülkenin kitle iletişim sistemi, dolayısıyla yayın kurum, kuruluş ve politikaları kendi ülkesiyle sosyal ve siyasal yapısının yansıtmadır. Bu da aslında kaçınılmaz olarak nerdeyse ülke sayısı kadar farklı bir yayıncılık sistemini ortaya çıkarmaktadır.

Çoğu Avrupa ülkelerindeki kamu hizmeti yayın kurumları, siyasal iktidarın etkisi dışında tutulmak ve tarafsız yayın yapmasına olanak sağlamak amacıyla özerk olarak yapılandığı halde bu özerkliğin sorgulanmasına yol açan uygulamalar da olmuştur. Bülent Çaplı, " iletişim araçları ile siyasal kurumlar arasındaki ilişkinin temelinde iletişim kurumlarının ne kadar özerk olduğu ve bu özerkliğin ne tür yöntemlerle ve ne ölçüde kısıtlandığı soruları yatmaktadır." [130] diyerek iletişim sahasındaki araç ve amaçlarda toplumun ne ölçüde etkin olduğunu vurgulamaktadır. Muhakkak ki Çaplı, bu sözünde iletişim araçlarını sadece dar anlamda değil geniş anlamda ifade etmektedir.

Avrupa ülkelerinde yayıncılık, her zaman devlet tarafından düzenlenmiştir. Örneğin Fedaral Almanya Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, yayıncılığı bir kamu hizmeti olarak tanımlamıştır. BBC'nin Kraliyet beratı aynı şekilde kamu hizmeti için sağlanmaktadır. Fransız yayıncılar kamu hizmeti ilkeleri altında çalışmaktadır. Fransız yayıncılar kamu hizmeti ilkeleri altında çalışmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığı, her ne kadar kuruluş felsefesi hükümetten bağımsız, özerk bir yapılanma olarak ortaya çıksa da, özellikle de haber ve haber program yayınlarında içinde bulundukları ülkenin bir sözcüsü gibi de görülmüşler, bazen bir ülkenin kamu

[129] C.Pekman, 1997, s. 14.
[130] Bülent Çaplı, *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitapevi, Ankara, 1995, s. 11.

hizmeti yayın kurumunun haberleri ya da programları, bir başka ülkede büyük tepkilere neden olabilmiştir. Örneğin, BBC'de *Sabotage in South Africa* adlı programın yayınlanacağı duyurulunca Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Londra'ki elçiliği tarafından protesto edilmiştir. *Panorama* programı bazı bölümleri nedeniyle Hindistan'da, Portekiz'de, Birleşik Arap Cumhuriyeti'nde büyük protestolara neden olmuştur. [131]

Fransa'da radyo ve televizyon, siyasal propaganda amacıyla çok kullanılmıştır. Bu ülkede, radyo ve televizyon, ulus kavramının yerleştirilmesinde bir araç olarak görülmektedir. Bu nedenle, 3 Haziran 1958'de ilan edilen 5. Cumhuriyet'in ardından De Gaulle'cü hükümetlerin bu araçları siyasal amaçlı kullanması doğal karşılanmıştır. Sürekli olarak çeşitli biçimlerde siyasi baskı altında olan kamu hizmeti yayın kurumu kendinden beklenen hizmeti nasıl gerçekleştirecektir? Hükümetin icraatlarını eleştirmek üzere kamuoyu oluşuna nasıl katkıda bulunacaktır?

Çaplı, demokratik bir düzende, yayın kurumlarının hem siyasi olarak bağımsız olmalarının, hem de siyasal anlamda sorumlu olmalarının beklendiğini yazar. Kurallar ve normlardaki bu belirsizliğin, kamu hizmeti yayın kurumları üzerinde çeşitli yöntemlerle baskı kurmaya çalışan siyasilerin işine geldiğinin belirtir. Son yıllarda devlet tekelinin özelleştirilme çabaları ve yarı kamu hizmetine doğru bir özelleştirme sürecini anlatan " düzenleyici devlet" kavramı, kamu hizmeti yayıncılığı ve siyasal iktidar ilişkilerini açıklamada da kullanılmaktadır. [132]

Bu açıklamalara göre kamu hizmeti yayın kurumları eşitlikçi bir yapıdadır ve demokrasiye katkısı vardır. İktidardan bağımsızdır, iktidarla bazen çatışmaktadır ama iktidarın tam da etkisi dışında değildir ve devletin sadece gerekli düzenlemeleri yaptığı bir siyasal sistem içinde iki arada bir derede durmaktadırlar. Bu yaklaşımlara göre BBC gibi kamu hizmeti yayın kurumlarının kendini tanımladığı nesnellik ve şeffaflık gibi ilkelerle düzenleyici devlet felsefesi birleşmektedir. Hangi açıdan bakılırsa bakılsın, kamu hizmeti yayın kurumlarının tam bir bağımsızlık içinde

[131] N.Ersin, 2007, s. 29
[132] Bülent Çaplı, *Medya ve Etik*, İmge Yayınevi, Ankara, 2002, s. 36.

olduğunun ileri sürülemeyeceği gerçeği ortadadır. En köklü kamu hizmeti yayın kurumu BBC bile bütünüyle siyasal iktidarın etki alanı dışında değildir. Smith, BBC iktidarla ilişkisi konusunda Irak işgali sırasındaki gelişmeleri örnek verir. Eylül 2002'de, Irak Savaşı'ndan 6 ay önce, İngiliz hükümeti *Irak'ın Kitle İmha Silahları* adında bir dosya yayımlamıştır. Tony Blair'ın önsözüyle yayımlanan dosyada, Irak'ın İngiliz ordusunu 45 dakika içinde yok edebilecek kitle imha silahlarına sahip olduğu açıklanmaktadır. Ancak hükümetin, bu gerçekçi olmayan 45 dakikada yok edecek iddiası çok çabuk ortadan kaldırılmıştır. [133]

BBC, hükümetin Irak iddialarına mesafeli ve dikkatli yaklaşmıştır. Sonradan Genel Müdür Greg Dyke şu açıklamaları yapar: " Bizim işimiz savaş karşıtı olayları ve savaşın kendisini olabildiğince doğru aktarmaktı. BBC, kesinlikle hükümetin bir propaganda makinesi olmayacaktı, fakat savaş karşıtı görüşlerin de oransız olarak sunumunu yapmayacaktı." Irak'ın işgali sırasında, BBC, bu tutumu yüzünden "Falkland Olayı"nda olduğu gibi hükümetle çatışmıştır. BBC muhabiri Andrew Gilligan'ın hükümetin Irak'taki kitle imha silahlarıyla ilgili hazırladığı dosyanın abartılı olduğuna ilişkin haberinin ardından haberin kaynağı olan Doktor Kelly'nin intiharı sonrasında, bir soruşturma açılmış, soruşturmayı yürüten ve daha sonra "Hutton Raporu" olarak tarihe kaydedilen Lord Hutton'un raporunda BBC'ye sert eleştiriler yöneltmiştir. Bu eleştirilerin sonunda, BBC yönetim kurulu başkanı istifa etmiştir. Smith'in hatırlattığı bu örnek, ulusal çıkarlar söz konusu olduğunda en bağımsız kurumlara bile siyasal iktidarın nasıl müdahale edebileceğini göstermektedir. [134] Yine de BBC tarihi hükümetle mesafe konusunda diğer kamu hizmeti yayıncılarına öncülük eden örneklerle doludur. Örneğin, BBC'nin bağımsızlık testinin ilki 1926'da Genel Grev'in gelişi olmuştur. Winston Churchill, Genel Grev sırasında BBC'ye el koymak istemiş, fakat Reith, bunun yalnızca BBC'nin istasyonlarında greve neden olacağını, bilginin bastırılmasının krize neden olacağını açıklamıştır. BBC'nin haber servisleri Grev'i bağımsız bir yayın kuruluşu gibi izlemiş ve BBC, bu krizden güçlenerek çıkmıştır. Smith, BBC'nin, 1980'lerdeki politik, teknolojik ve ideolojik saldırılar karşısında nasıl bağımsızlığını korudu ve ayakta kaldıysa, "Hutton Raporu" gibi hükümet baskıları, "düzenleyici devlet" gibi

[133] N.Ersin, 2007, s. 31.
[134] http://www.bbc.co.uk/turkish/news/story/2004/01/040129_bbccrisis.shtml (13.04.2011)

ideolojik ortam ve sayısallaşma gibi teknolojik zorluklar karşısında da hükümetten ve ticari çıkar gruplarından bağımsızlığını koruyacağını ileri sürer. [135]

Dünyadaki bütün kamu hizmeti yayın kurumlarının yaşatılması, demokrasiye, çoğulculuğa katkıda bulunacaktır ancak bu katkının sağlanabilmesi için her türlü iktidar ilişkisinden uzak tutulmalıdır. Bunun için ise siyasal koşulların uygun olmasının yanı sıra kamu hizmeti yayın kurumlarının kesintisiz bir finans kaynağına kavuşturulması gerekmektedir. İşlevsel bir kamu hizmeti yayıncılığını demokratik, çoğulcu bir toplum için "kamusal alan"ın bir parçası olarak önemli bir işlev görebileceği düşünceleri de ortaya atılmaktadır. [136]

2.2. TELEVİZYON VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Televizyonların birçok ülkede devlet tekelinden çıkmasından sonra yayıncılık alanında tecimsel bir sektörün oluşması aşağıda ifade edilen yönetim biçimlerini ortaya çıkarmıştır.

2.2.1. Televizyon Kuruluşlarının Yönetim Biçimleri

Kitle iletişim araçlarının en etkinleri olarak bilinen televizyon yayınlarının içinde yer aldığı kuruluşların örgütleniş biçimleri, bunların yönetimi ülkeden ülkeye değişen ve genellikle o ülkenin sahip olduğu bir durumdur. Bir diğer ifadeyle, ülkede egemen olan özellikler; siyasal ve ekonomik düzen, televizyon kuruluşlarında da örgütlenişini, yönetim biçimini belirlemektedir. Bu yüzden günümüzde bir ülkenin yönetim biçimine bakarak, genel hatları ile o ülkedeki kitle iletişim araçlarının, özellikle de radyo ve televizyonun nasıl bir örgütlenme içinde olduğu, yani kapitalist

[135] N.Ersin, 2007, s. 33.
[136] A.g.t., s. 34.

bir ülkedeki televizyon ile sosyalist bir ülkedeki radyo ve televizyon araçlarının nasıl bir yapı içinde olduğu, nasıl yönetildiği kolayca söylenebilir. [137]

Televizyon kuruluşlarının örgütlenmeleri ve yönetimleri konusunda dünyadaki çok sayıda farklı örgütlenme ve yönetim tiplerine rastlanabilir. Ancak, bunların genel benzerlikleri bir araya getirilerek gruplandırma yapılabilir. Bu gruplandırmalarda televizyon yayınlarının yönetilmesinde iki temel ölçüt rol oynamaktır. Siyasal erk (iktidar) in yayın kuruluşunu yönetimi ve denetimi altında tutup tutmaması; yayın kuruluşunun gelirini nerden sağladığı. Bu iki soruya verilecek yanıtlarla, o ülkenin televizyon örgütlerinin yönetim biçimleri ortaya çıkabilir. Hangi sistemle yönetilirse yönetilsin o ülkedeki televizyon kanallarının siyasi yaşamla ilişkileri, sistemi belirleyen en önemli etkendir. Yayın kanallarının siyasal iktidar (hükümet) ile olan ilişkisi bu genel ilişki içerisinde daha da özel bir konuma sahiptir. Bu kanalların parasal olanakları nereden sağladıkları bile bu ilişki çerçevesinde belirlenir. Aynı şekilde bu kanalların denetlenmesi, yayınların içeriğinin hangi oranda ne olacağı bile bu ilişki çerçevesinde saptanır.

Televizyonun kitle iletişim araçları olarak toplumlara hizmet sunmaya başlamasından bu yana geçen 70-80 yıllık bir süre içerisinde farklı sistemler uygulanmıştır. Bu uygulamalarda ölçütler ise, daha öncede ifade edildiği üzere, bu araçlara yüklenen işlevler, bu yayın kanallarının siyasal erk ile ilişkisi ve parasal kaynağını nereden sağladığı ile çerçevelenmiştir. Bu sistemler içerisinde genel olarak kabul gören üç farklı sistemden söz edilebilir. Ancak, farklı görünmesine karşılık bu sistemler gerçekte birbirleri ile de örtüşmektedir. [138]

2.2.2.Devlet-Hükümet-Özel Girişimci Sistem

Bu sınıflandırmada temel olarak devlet, hükümet ve özel girişimci üçlü bir ayrımı yapılmaktadır. Ancak sistem, daha ayrıntılı olarak beşli grupta da

[137] Aysel Aziz, *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı,* Turhan Kitapevi, 5.Basım, Ankara, 2006, s. 91.
[138] A.Aziz, 2006, s. 92.

verilmektedir. Yayıncılık tarihi açısından yapılan bu sınıflama en eski ve klasikleşmiş bir sınıflamadır.

2.2.2.1.Ulusal (Devlet) Yayın Sistemi

Ulusal yayın sisteminde (National System), yayın kanalları doğrudan ya da dolaylı olarak devletin elinde bulunur ve kamu yararına yayın yapılır. Yayın kanallarının siyasal erk ile ilişkisi yasalar ile belirlenmiştir. Geliri devlet tarafından, onun koyduğu kurallar çerçevesinde devlet bütçesinden ya da televizyon hizmetlerinden yararlanma karşılığı olarak ruhsat ücretlerinden sağlanır. Bu sisteme örnek olarak, özellikle Avrupa ülkelerindeki demokratik ülkelerdeki devletlerin elindeki televizyonları verebiliriz. Sistemin reklamlara yer veren sistemi ise "Ulusal –Tecimsel Sistem (National Commercial System)" adı ile adlandırılır. Yayın kanalları giderlerini karşılamak için devletten elde edeceklere bütçeye ek olarak ya reklamlara yer verirler ya da gelir elde etmek üzere diğer faaliyetlerde (program satışı gibi) bulunurlar. Bu sistem, genel olarak Avrupa ülkelerinde ve Avrupa dışında, geçmişte Avrupa ülkelerinin (İngiltere, Fransa, Hollanda, Belçika gibi) yönetimi altında olan bir kısım Asya ve Afrika ülkelerinde de görülmektedir.[139] Türkiye'de de TRT bu sisteme örnek olarak verilebilir. 1990'lı yılların başından sonra ise karma bir sistem olarak "ulusal ve tecimsel" karma sistemi benimsenmiştir. Günümüzde giderek karma sistem yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle, Sovyetler Birliğinin yıkılmasından sonra ayrılan ülkelerde bu karma sistem uygulanmaya başlamıştır. Bu sistem, gerek ulusal, gerek ulusal tecimsel sistemler ilk uygulandıkları yer olması bakımından aynı zamanda da "Avrupa sistemi" olarak da adlandırılmaktadır.

[139] A.Aziz, 2006, s. 92.

2.2.2.2.Hükümet Yayın Sistemi

Hükümet sisteminde (Governmental System) televizyon kanallarının yönetimi doğrudan hükümetin elindedir. Yayın kanalları ile hükümet arasındaki ilişkiler, siyasal erklerin çerçevelediği biçim ve içeriktedir. Televizyon yönetimleri bu ülkelerde devlet- hükümet denetimindedir. Ancak, yöntemler ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Örneğin Avrupa'nın sosyalist ülkelerinde yayın yönetimleri, her yönü ile devlet-hükümet-siyasal parti ilişkisinde sıkı denetim ve baskısında olduğu için yayınlanan programlar " parti siyasasını" pekiştirecek niteliktedir. Tecimsel yayınlara yer verilip verilmemesi, ülkeden ülkeye değişebilir. Ancak, sistemin demokratik olmayan ülkelerde uygulanması durumunda ülkedeki yönetim biçimlerinin doğal sonucu olarak, rekabeti gerektiren bir durum olmadığı için, reklama yer verilmesi rekabet için değil, tanıtma, duyurma amacı iledir. Sistem, merkezi hükümetlerin çoğunlukta olduğu Avrupa ve Afrika ülkelerinde görülmektedir. Bu yöntemin de yaygın olarak uygulandığı ülke, tarihsel gelişimi içerisinde, Avrupa Kıtası olduğu için, sistemin bir diğer adı da yine "Avrupa Sistemi" dir. [140]

2.2.2.3.Özel Girişimci Sistem

Televizyon kanallarının özel girişimin elinde olduğu " Özel Girişimci Sistem (Commercial System)" de televizyon yayınları kar elde etmek amacıyla yapılır. Ülkelerin yasaları çerçevesinde, isteyen her gerçek ve tüzel kişinin, gerekli koşulları yerine getirerek televizyon kanallarını kurma ve işletme hakkı vardır. Bu tür yayın sistemlerinde siyasal erk ile yayın kanalları arasındaki ilişki, yasalarla sınırlanmıştır. Yayın kanallarının giderleri devletten değil, kuruluşların kendileri tarafından karşılanır. Bunun da en yaygın yolu ise, yayınladıkları reklamlardan elde ettikleri gelirlerdir. Bu tür toplumlarda reklam piyasası çok gelişmiştir. Bu bakımdan yayın sistemleri özel girişimci olan ülkelerin ekonomik sistemleri liberal ekonomiye dayanır. Bu sistem ilk kez liberal ekonominin en yoğun olduğu ABD ile bu ülkelerin

[140] A.Aziz, 2006, s. 93.

siyasal, ekonomik etkisinde olan Latin Amerika ülkelerinde uygulandığından sistem, "Amerikan sistemi" olarak adlandırılmaktadır.

2.2.2.4.Kurumsal Yayın Sistemi

"Kurumsal Yayın sistemi" (Institutional System) gerçekte bir ülkenin yayın sistemini tek başına belirleyici değildir. Belirli kurumların topluma verdikleri hizmetleri daha etkili olarak yapmaları için televizyon yayınlarından yararlanırlar. Bu yayın kuruluşlarının amaçları, doğrudan kendi amaçları ile sınırlıdır. Örneğin, üniversitelerin yapmış oldukları radyo ve televizyon yayınları, vakıfların, derneklerin ya da devlet kurumlarından kimilerinin, örneğin polisin, meteorolojinin, askerlerin, doktorların kendi hizmetlerini halka daha iyi aktarmak için yapmış oldukları radyo ve televizyon yayınları bu tür yayınlardır. Bu yayın kanallarındaki devlet ve hükümet ile ilişki, kurum ya da kuruluşun bulunduğu statüye bağlı olmakla birlikte, yayınlar hizmete yönelik ve çoğunlukla haber vermek ve eğitmek üzere yapıldığından, sınırlıdır. Yayınlar, kurumun amaçları ile sınırlandırılmıştır. Bu tür radyo ve televizyon kanallarının gelirleri ise kuruluşun kendisi tarafından ya da hükümet ile ilişkisi ise, genel bütçeden karşılanır. [141]

2.2.3.UNESCO Sınıflandırması

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), 1976 yılında aldığı bir tavsiye kararı ile radyo ve televizyon kurumlarının yönetim sistemlerini, yayın kurumlarının toplumdaki işlevleri, bu işlevlerle ilgili hizmetleri dikkate alarak üç grupta toplamıştır. Bu sınıflamada temel alınan ölçüt (kriter) "kamu hizmeti" , " kamu görevlisi" , "kamu yararı" gibi kavramlar olmuştur. Özellikle, 1970'li yıllarda başlayan toplumun her alanda haber alma özgürlüğü tartışmaları, televizyon

[141] A.Aziz, 2006, s. 94.

yayınlarının ya da genel olarak ele alındığında tüm kitle iletişim araçlarının toplumdaki işlevlerini; ‘ Topluma hizmet mi?, hükümete hizmet mi?, yoksa kişisel çıkarlara hizmet mi?’ tartışmasını getirmiştir. Bu tartışmalardan çıkan ayrımda, demokratik ülkelerde toplumların haber alma özgürlüğünün yayınlar yolu ile sağlanmasının temel koşul olduğu, hatta demokrasinin temelinde haberlerin serbestçe dolaşımının, en gelişmişinden en gelişmemişine kadar, toplumsal gereksinimleri karşılamak üzere biçimlenmesinin gerektiği üzerinde durulmuştur. Hatta bu nedenle daha sonraları kitlesel iletişimde ve özellikle elektronik yayıncılıkta kuralların kaldırılması, serbestleştirilmesi (deregülasyon-deregulation) ya da yeniden düzenlenmesi (reregulasyon) ile ilgili tartışma ve uygulamalar yapılmıştır. [142]

2.2.3.1. Kamu Hizmeti Yayın Sistemi

“Kamu Hizmeti Yayın Sistemi” (Public Service Broadcasting Institution), birinci sınıflandırmada görülen “ulusal sistem” ile örtüşmektedir. Bu sistemde yayın kuruluşları topluma hizmet vermek amacı ile yayın yaparlar. Yayınlarında egemen anlayış, kamuya, topluma hizmet vermektir. Bu bakımdan toplumu oluşturan herkesin haber alma özgürlüğü, tarafsız bir şekilde yayın kuruluşlarınca karşılanmalıdır. Yayın kuruluşları ile ilgili yasal düzenlemeler, bu hizmeti gerektiğinde yerine getirmek üzere yeniden düzenlenmiştir. Bunu sağlamak üzere de yayın kuruluşları ile devlet ve hükümet ilişkileri sınırlı tutulmuştur. Ancak, uygulamalar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Yayınların giderleri devletten ve sistemin özelliğine bağlı olarak ruhsat ücretlerinden ya da reklamlardan karşılanır.

[142] A.Aziz, 2006, s. 94.

2.2.3.2. Hükümet Yayın Sistemi

"Hükümet Yayın Sistemi" (Govermental Broadcasting Institution), daha önce aynı ad ile verilen sistemle aynı niteliktedir. Yayınlarında egemen yaklaşım, yayın kuruluşlarının politikalarının pekiştirilmesi çerçevesinde yapılmasıdır. Bu sistemde de kamu hizmeti anlayışı olmakla birlikte, bu hizmetin verilmesinde "kamu görevi" yaklaşımı temel olarak alınır. Yayınların giderleri devlet, hükümet ve yasalar çerçevesinde oluşturulan diğer kaynaklardan sağlanır.

2.2.3.3. Özel Girişimci (Ticari) Yayın Sistemi

"Tecimsel Yayın Sistemi" (Commercial Broadcasting Institution), birinci sınıflandırmada görülen özel girişimci sistemle aynıdır. Yayın kanallarının sahibi özel kişilerdir. Bu kuruluşların "kamu hizmeti" anlayışı ile hareket etmeleri beklenmez. Bu bakımdan yayınların toplumun, haber, eğitim gibi gereksinimleri ile ilgili programlar değil, en çok izleyici çeken programlar yayınlarda yer alır. "Rating" (İzlenme oranı) en önemli ölçüttür. Çünkü gelir tüm olarak reklamlarla karşılanır.

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklamaya çalıştığımız televizyon yönetim biçimleri radyolar için de geçerlidir. Bu yönetim biçimleri günümüzde ülkelerin koşul ve olanaklarına göre değişen oranlarda kullanılmaktadır. Bazı ülkeler yalnızca tek bir yöntemi benimsemiş iken, bazı ülkelerde birkaç yöntemin bir arada kullanıldığı da görülmektedir. Genel olarak bir değerlendirme yapmak gerekirse üçünü dünya ülkeleri ile yeni bağımsızlığını kazanan ülkelerdeki televizyon yönetim biçimlerinin daha çok devlet, hükümet ya da bir kamu kuruluşu olarak ortaya çıkışı, buna karşılık Amerika kıtası ve onunla uzun süreli ilişkide bulunan ülkelerde özel girişimci yöntemlerin uygulandığı görülmektedir. Ancak, burada bir noktaya dikkat çekmek gerekmektedir. Birçok ülke giderek, özel girişimcinin de içinde yer aldığı, karma yöntemi benimsemektedir. Özellikle ekonomileri liberal ya da karma olan

ülkelerde başlangıçta devlet tekelinde olan radyo ve televizyon yayın hakkı, özel girişimci ile paylaşılmaktadır. [143]

2.3. KAMU HİZMETİ TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE YAYILMASINI SAĞLAYAN KOŞULLAR

Kamu hizmeti televizyon yayıncılığı modelinin birçok Avrupa Birliği ülkesinde benimsenmesinin nedenlerini, ülkelerin paylaştıkları ekonomik, teknolojik, siyasi ve sosyo-kültürel koşullarda aramamız gerekmektedir. Zira bu koşullar, farklı bir yayıncılık modelinin ortaya çıkmasına engel olduğu gibi, başarılı bir şekilde yayın yapan BBC'nin örnek alınmasına da neden olmuştur.

Kuşkusuz, bu koşulları inceleyebilmek için önce söz konusu olan dönemi belirlemek gerekmektedir. Her ne kadar İngiltere'de televizyon yayınları 1936 yılında başlamışsa da, ikinci dünya savaşının çıkması ile bu yayınlara 1946 yılına kadar ara verilmiştir. Diğer ülkelerde ise, kamu hizmeti televizyon yayınları sırasıyla şu yıllarda başlamıştır: Fransa 1947, Danimarka 1951, Belçika ve Hollanda 1953, Batı Almanya ve İtalya 1954, İspanya 1956, Portekiz, Finlandiya, İsveç ve Avusturya 1957, İrlanda 1960, Yunanistan 1968. Özetle bu tarihlere bakarak, kamu hizmeti televizyon yayınlarının 2.dünya Savaşı'ndan sonra ve özellikle 1950'lerde geliştiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Kamu hizmeti televizyon yayıncılığı modelinin Avrupa Birliği ülkelerinde yayılmasını sağlayan koşullar şunlardır:

[143] A.Aziz, 2006, s. 96.

2.3.1.Ekonomik ve Teknolojik Koşullar

2. Dünya Savaşı, savaşa katılan ülkelerin ve çevrelerindeki diğer ülkelerin ekonomilerini olumsuz yönde etkilemiştir. Yaşanan krizin bir an evvel atlatılabilmesi için, Keynesçi iktisat politikaları benimsenerek, devletlerin ekonomik yaşama müdahaleyi çözüm olarak görülmüştür. Böylece devlet, hizmet ve doğrudan doğruya üretim alanına girmiştir. Örneğin, Fransa'da demiryolları, silah ve havacılık sanayileri; İngiltere'de İngiltere Bankası, kömür madenleri, elektrik-gaz sektörü, demiryolları ve demir-çelik sanayileri devletin tekeline geçmiştir. Bu ortamda televizyon yayınlarının da devlet eliyle başlaması veya sürmesi gayet doğaldır. [144]

Öte yandan, bu dönemde televizyon yayıncılığı alanında kullanılan yegâne teknoloji karasal yayın teknolojisidir. Bu yayın teknolojisi, yayınların tüm ülkede izlenebilmesi için çok sayıda aktarıcı istasyon, verici ve alıcı gerekmekte; bununla birlikte, oldukça fazla ekipman ve personel ihtiyacını doğurmaktadır. Bu durum finansal açıdan ciddi yatırımlara ihtiyaç gösterdiği gibi, işletme açısından da teknolojik bilgi birikimi gerektirmektedir. Bu dönemde gerekli bilgi birikimine sahip kuruluşların hemen hepsi devlet kurumları olduğu gibi, yatırımlar için gerekli finansal kaynakta sadece devlette bulunmaktadır. Nitekim Fransa gibi bazı ülkelerde devlet bile, televizyon yayıncılığı alanındaki yatırımları finanse etmekte zorlanmıştır. [145]

2.3.2. Siyasi Koşullar

Bu dönemde Avrupa siyasi alanında da büyük farklılıklar yaşanmıştır; Mussolini ve Adolf Hitler gibi diktatörlerin, insanlığı nasıl bir felakete sürükleyeceğine bizzat tanık olmuştur. Savaş sonrasında ise devletler, her alanda güçlü bir Avrupa yaratmanın, barış ve demokrasinin sağlanması ile mümkün

[144] Gencay Şeylan, *Değişim Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi*, İmge Yayınları, Ankara, 1995, s.45.
[145] Cem Pekman, 1997, s.10.

olabileceği görüşünü paylaşmışlardır. Bu bağlamda birçok proje geliştirilmiş, hatta bazı yazarlar savaşın ardından kurulan ve bugünkü Avrupa Birliği'nin temellerini oluşturan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun (18 Nisan 1951) esas amacının, üye devletlerin özellikle Almanya'nın hâkimiyet haklarının uluslarüstü bir kurma devrini sağlamak amacıyla, yani devletlerin ekonomik, siyasi ve askeri yönlerden güçlenmesine engelleyerek, barışı daim kılmak olduğunu yazmışlardır. [146]

Savaş döneminde, Hitler'in yayın kuruluşlarını kullanarak, bütün Alman toplumunu gerçek dışı propaganda yayınları ile yönlendirilmesi; iletişim araçlarının yanlış ellere geçtiklerinde ne gibi tehlikelere yol açacağını gözler önüne sermiştir. Bu durumda, amaçlanan barış ortamı için, iletişim araçlarının denetiminin şart olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece devletler, henüz tam tanımadıkları yeni kitle iletişim aracı olan televizyonun denetimleri altında gelişmesini isteyerek, birçok ülkede yayınları bizzat başlatmışlar ve topraklarında ticari televizyon yayıncılığının gelişmesine izin vermemişlerdir.

2.3.3. Sosyo-Kültürel Koşullar

Dönemin Avrupası'nda daha önce de belirttiğimiz gibi, radyo ve televizyon iletilerini taşıyabilen radyo dalgaları oldukça kısıtlıdır. Ülkelere frekans bantları tahsis etmekte olan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin yaptığı çalışmalar, ülkelerin ulusal çapta yayın yapabilecekleri kanal sayısının çok sınırlı olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla örneğin kamu arazileri ve barajlar gibi kamunun malı olan radyo dalgalarının da, kamu için en iyi şekilde kullanılması bir zorunluluk olarak devletlerin karşısına çıkmıştır.

Savaş sonrasında toplumların sosyo-kültürel ihtiyaçları yani, dilsel, edebi, manevi, estetik ve etnik zenginliklerin korunması, bunun yanında eğitim ve

[146] Ünal Tekinalp vd., *Avrupa Birliği Hukuku*, 2.bs., Beta Yayınları, İstanbul, 2000, s.4.

bilgilendirilme gibi gereksinimleri her zamankinden daha fazla önem kazanmıştır. Bu durumda, yayınların ticari çıkarlardan ziyade, toplumların sosyo-kültürel ihtiyaçlarını giderecek şekilde biçimlendirilmesi gerekmektedir. Buna göre, yayınlar, devletin tekelinde ve devletin denetiminde başlatılmalı, özel girişimcilere ise, ticari çıkarlarla saydığımız unsurları göz ardı edebilecekleri düşünülerek bu alanda fırsat tanınmamalıdır. [147]

2.4. KAMU YAYINCILIĞI VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Kitle iletişim araçlarının halka bilgi ve haber ulaştırması açısından çok önemli kaynaklar oldukları kabul edilen bir gerçektir. Bu araçlar bu işlevlerini kamuya ait araçlarla birlikte gerçekleştirebileceği gibi tamamen özel teşebbüse ait araçlarla da gerçekleştirebilir. Ancak bunların hiçbiri, genelde kitle iletişimin özelde ise televizyonun kamusal bir araç olduğu gerçeğin önüne geçemez. Televizyonun veya radyonun üretimleri çoğunlukla diğer kitle iletişim araçlarının üretiminden ayrılır. Çünkü bu üretim temel anlamda, maddi olmayan bir üretim olarak gösterilir. Bu üretimin aslı ise bir kamusal üretimdir. Televizyonda bu sonucu doğuran ise, televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre daha fazla olan izleyici kitleye sahip olmasıdır. Televizyon, mesajın alındığı anda ortamda bulunmaları ve bu mesajları almalarını sağlayacak gerekli teknik donanıma sahip olmaları şartıyla sınırsız sayıda izleyici kesime ulaşma şansına sahip bir araçtır ve bu haliyle de bir kamusal araçtır. [148]

Televizyon ve radyoyu içine alan elektronik medyanın temel üretimi ise yayındır. İngilizce'de karşılığı broadcasting olan bu kavramın sözcük karşılığı ise "ses ve görüntünün, elektromanyetik dalgalar aracılığıyla belirli bir yerden vericiye verilmesi, oradan da özel alıcılar ile topluma aktarılmasıdır."[149] Elektronik yayıncılık kavramında asıl önemli olan, özellikle bu yayıncılığın mülkiyetini, gelir kaynaklarını

[147] Ü.Tekinalp, 2000, s.21.
[148] Vedat Demir, *Medyada Ticarileşme Olgusu*, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, sayı: 12, İstanbul, 2007, s.107.
[149] Vakur Kayador, *Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk*, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:11, 2001, İstanbul, s.132.

ve program yapılarını tanımlayan yayıncılık rejimleridir. Nitekim başta televizyon olmak üzere bu araçların mülkiyetini, siyasi iktidarlarla olan ilişkilerini, gelir kaynaklarını ve program yapılarını tanımlayan yayıncılık rejimleri hakkında UNESCO'nun 1976'da yaptığı sınıflandırma daha öncede değinildiği üzere bu konudaki temel kategorileştirmelerden biri olarak kabul edilmektedirler. [150]

Yayıncılık alanında kamu hizmeti modeli, hükümet yayıncılarının ve ticari yayıncıların, yayıncılıktan beklenen işlevleri yerine getirememesinden dolayı ortaya çıkmıştır. Kamu hizmeti modelinde yayıncılığın esas amacı, medyanın mülkiyeti ister devlet isterse özel girişimin elinde olsun, medyanın kamusal bir hizmet görmesini sağlamaktır. Kamu hizmeti yayıncılığı sadece bir hükümet yayıncılığı veya devletin yayıncılığı biçiminde, siyasetin yayıncılık alanındaki bir üstünlüğü veya tahakkümü olarak algılanmamalıdır. Kamu hizmeti yayıncılığı bu anlayışın dışında kapsayıcı ve demokratik bir yayıncılık şekli olma iddiasındadır.

Televizyon ve radyonun sadece devlet tekelinde değil, özel girişimin elinde bulunması da bu araçlardan topluma karşı beklenen kamusal görevlerini yerine getirmelerinde bir engel değildir. Yani kamusal yayıncılık sadece devlet tekelindeki yayın kurumlarını bağlayan bir yayıncılık rejimi değildir. Televizyon gibi gelişmiş ve etki gücü son derece güçlü olan medya araçlarının da bu nedenle sadece ticari bir meta olarak görülüp, ticari kurallara uygun bir biçimde yönetilmesi yayıncılık alanındaki karşılaşılan sorunlardan başlıcasıdır. Yayıncılığın sadece piyasa mekanizması ile idare edilmesinin hem demokrasiye hem de kamuya yeteri kadar yararlı olamayacağı açıktır. Yine aynı şekilde, özel girişimin yerine merkezi bir devletçilik anlayışıyla yayıncılığın sürdürülmesi de yayıncılıktan beklenen işlevlerin tam anlamıyla yerine getirilmesine engel değildir. Yayıncılık alanında bu iki zıt durum, alternatif yayıncılık rejimi arayışlarını hızlandırmıştır. Yayıncılık alanında sosyal sorunluluk kavramı bağlamında devlet tekeli veya özel teşebbüse dayalı bir model daha oluşturulmuştur. Bu ise kamu hizmeti yayıncılığı modelidir. [151]

[150] V.Kayadar, 2001, s. 134.
[151] Vedat Demir, *Türkiye'de Medya ve Siyaset İlişkisi*, Beta Yayınları, İstanbul, 2007, s. 69.

Kamu hizmeti yayıncılığını, radyo ve televizyon kurumlarının ticari birer işletme olarak değil, kamu kurumları biçiminde ve bu araçların yayınlarının da, kamusal enformasyon, kültür, eğitim ve eğlence kaynaklarını geliştirmekle yükümlü kılındığı ulusal kültür kurumları olarak düzenlediği yayıncılık modelidir. [152] Bununla birlikte kamu hizmeti yayıncılığını tanımlamak esas itibariyle, bu yayıncılık anlayışının dayandığı kamu hizmetini tanımlamaya sıkı sıkıya bağlı durumdadır. Avrupa Yayın Birliği EBU (Europen Broadcasting Union)'ya göre yayıncılık alanında kamu hizmeti şu şekilde tanımlanabilir: " Yükümlü bulunan oluşumun, topluma karşı ayrım gözetmeden toplumun tüm katmanlarının gereksinimini karşılaması kamu hizmetidir." Kamu hizmeti yayıncılığının temel özellikleri tarafsızlık ve kapsayıcılıktır. Bu nedenle çeşitli çıkar grupları ile siyasetin etkisinden uzak durması esastır. Bu tanımdan da anlaşılabileceği üzere kamu hizmeti yayıncılığı, yayıncılık alanında kendine özgü bir yeri olan yayıncılık anlayışıdır. Kamu hizmeti yayıncılığında, yayın kuruluşlarının devlet tarafından kurulması ve yasalara dayanarak yayınlarının devlet tarafından denetlenmesi söz konusu olabilir. EBU'nun bu kamu hizmeti yayın kurumu hakkındaki tanımı ise şöyledir: " Özerk bünyesiyle, yasal-resmi düzenlemelerle devlet tarafından tanımlanmış, genel ya da özel meşru yapılardır." [153]

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramını ilk defa kullanan BBC'nin Genel Müdürü olan Sir John Reith, BBC'nin kamu yararına bir radyo ve televizyon tekeli olduğunu vurgulamıştır. Reith, ayrıca yayıncılıkta gözetilecek temel ilkelerin herkese ulaşmak ve mali kaygılardan uzak bir biçimde toplumsal sorumluluklara öncelik verilmesi olduğunu belirtmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığında çok önemli noktalardan birisi de tarafsızlıktır. Burada çıkar gruplarının ve siyasetin etkisinde kalmamak önemlidir. Ancak kamu hizmeti yayıncılığı yapacak olan kurumun devlet tarafından kurulması ve yasalar gereğince düzenlenesi de söz konusu olabilir.[154] Kamu hizmeti yayıncılığı kar amacı gütmeyen, halkı aydınlatmaya, bilinçlendirmeye, eğitmeye ve halkın yöneticilerle sürekli iletişim kurmasını sağlamaya, halkın siyasal konulardaki etkinliklerini artırmaya yönelik bir yayıncılık türüdür. Bu yayıncılık

[152] E.Mutlu, 1998, s.194.
[153] V.Demir, 2007, s. 70-71
[154] A.B.Gürsoy, 1990, s. 30.

rejiminin tek gelir kaynağı, ticari yayın kuruluşlarındaki gibi reklamcılık değildir. Kamusal hizmet yayıncılığı modeli hem devlet hem de ticari yayıncılıktan ayrı bir şekilde konumlanmış ve her ikisinden de bağımsız bir yayıncılık türüdür.

Kamu hizmeti yayıncılığının sağlıklı bir biçimde yürümesi, sivil topluma dayalı kamusal düzenlemelerin hâkim olduğu ve hem siyasi baskılardan hem de ticari kaygılardan uzak bir yayıncılık politikasına dayanmaktadır. Bununla birlikte günümüzde kamusal yayıncılıkta bazı değişimler yaşanmaktadır. Yeni kamu hizmeti yayıncılığı liberal düzenlemelerin ağırlıkta olduğu "deregülasyon" modeli ile benzeşmektedir. Her iki model de sivil toplum ve devlet ayrımını benimsemişlerdir. Her iki sistem de devletten ayrı olan medyaları geliştirme amacını taşımaktadırlar. Ancak kamu hizmeti yayıncılığı yeni liberal yayıncılık modelinden birkaç bakımdan ayrılmaktadır. Birinci olarak kamu egemenliği devletin yayıncılık alanındaki egemenliğini reddetmekte ve kamuyu hizmeti "rekabet" aylayışının dışında tutmaktadır.[155]

Kamu hizmeti modeli mümkün olduğu kadar kamusal düzenlemeler ve toplum üzerindeki ticari baskıların azaltılmasını öngörmektedir. Bu yayıncılık modeli televizyonun hem bir devlet kurumu haline gelmesine hem de sermayeye bağlı ticari bir araç olmasına karşı çıkmaktadır. Televizyondaki özelleşme karşısında kamusal çıkarların savunulması kamusal yayıncılığın temel işlevlerinden birisidir. [156] Kamu hizmeti yayıncılığı esas olarak Avrupa kıtasına özgü bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu yayıncılığın en önemli özelliği belli bir toplumsal, kültürel, ekonomik yapının uzantısı olması ve genel olarak Avrupa kıtasındaki ülkelerde yayıncılığın ilk zamanlarından bu yana benimsenmiş bir yayın politikası olmasıdır. Kamu hizmeti yayıncılığı bir bakıma bir ülkenin kendine has özelliklerinin radyo ve televizyonlarına yansımış halidir. Bundan dolayı kamu hizmeti yayıncılığının ülkeden ülkeye değişen özellikleri bulunmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramının Amerika'dan ziyade Avrupa kıtasında ortaya çıkmış olmasının en önemli nedeni bu kıtadaki ulus-devlet kavramıdır. Ulus

[155]V.Demir, 1997, s.71.
[156] A.g.e., s.72.

devletler kamu hizmeti yayıncılığının temelini oluşturmuştur. Bazı düşünürler bu konuda ulusların şekillenmesinin, medya teknolojilerinin oluşturduğu kitleselleşmenin bir parçası olduğunu savunarak, medyaların bu şekillenme sonucunda sadece küçük bir izler-kitle değil, ulusal bir izler-kitle yaratığını belirtir. Kimisine de izleyicilerin de yayın teknolojilerinin kendilerine sunduğu olanaklardan yararlanarak, bu dünyaya sembolik olarak ulaşabildiğini ve bu şekilde yayın teknolojilerinin simgesel düzeyde bir ulusal birliği teşvik ettiğini belirtmektedir. [157]

Kamu hizmeti yayıncılığı, elektronik yayıncılığın bu işlevlerini sürdürmesine imkân verecek bir biçimde düzenlenmiş olan bir yayıncılık rejimini tanımlamaktaydı. Kamu hizmeti yayıncılığı fikri ile ulusallık fikri birbirine sıkı sıkıya bağlıydı. Bu yayıncılık fikrinin ardındaki asıl itici güçler bu ülkeye özgü kültürel özelliklerin bütün bir vatandaş topluluğu tarafından paylaşılır hale gelmesi, kültürel ve siyasal bütünlüğe tehdit oluşturan bireylerin bilgili, eğitimli, kültürlü, bilinçli vatandaşlar olmasını sağlayacak, eğitim, bilgi ve kültürün verilmesi idi. Bu görevlerin radyo ve televizyon tarafından göreve getirilmesi için bu araçların hem piyasadan hem de devletten bağımsız ve özerk biçimde örgütlenmesini öngören kamu hizmeti yayıncılığı rejimi ile sağlanabilirdi. [158]

Televizyon yayınlarının başlaması ile birlikte bu yayıncılık politikası ile ilgili arayışlar daha da artmıştır. Bu yeni aracın nasıl bir hukuksal ve idari düzenlemelere tabi tutularak, nasıl bir televizyon politikası izlenmesi gerektiği üzerinde durulmaya başlanmıştır. Yine televizyon ile ilgili düzenlemelerle ilgili olarak, daha önce ortaya çıkmış olan radyo konusunda Avrupa'da yapılan düzenlemelerin yol gösterici olduğu görülmektedir. Avrupa'da radyo yayınları ilk başladığında özel girişimciler ve kamuya bağlı örgütler tarafından yapılmaktaydı. Özel şirketler tarafından yapılmasının nedeni, bu yeni teknolojinin bu şirketler tarafından geliştirilmiş olmasıdır. Avrupa'da radyo yayınları özel girişimciler eliyle başlatılmış olmasına rağmen kısa zaman içinde kontrol devletin eline geçmiştir. Bu kontrol Doğu ve Batı Avrupa ülkelerinde farklı mekanizmalar aracılığıyla kurulmuş olmasına rağmen, asıl

[157] Erol Mutlu, *Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali, Medya Politikaları*, Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gürsel Adaklı (drl.), 1. Basım, İmge Yayınevi, 2001, Ankara, s.25-26.
[158] A.g.e., s. 26-27.

nitelik yayınların doğrudan ve dolaylı olarak devlet eliyle yürütülen bir kamu hizmeti olarak görülmesidir. Radyo yayıncılığında uygulanan bu düzen televizyonun ortaya çıkmasından sonra, televizyonu da dâhil edecek biçimde bir devlet tekeline dönüşmüştür. Televizyon yayıncılığı Avrupa'nın birçok ülkesinde radyo ile aynı görevleri üstlenmiş bir kamu hizmeti olarak, genel olarak hem radyo hem de televizyonu yöneten bir kamu kuruluşunun çatısı altında örgütlenmiş ve yayınlarını sürdürmüştür.

Bununla birlikte hem televizyon hem de radyo alanında Amerika'da, Avrupa'dan farklı bir gelişim görülmüştür. Burada özel mülkiyete dayalı ve devletin ekonomik yaşam üzerindeki müdahalelerini kısıtlayan bir Pazar ekonomisinin varlığı hem televizyon hem de radyo rejimini derinden etkilemiştir. Burada yayıncılığın bir kamu hizmeti olarak değerlendirilip, bu şekilde çalışması için belirli düzenlemeler ve denetleme mekanizmaları bulunmasına rağmen, bunlar yayıncılık alanında özel girişimin ve pazar ekonomisi anlayışının giderek etkisini artırmasını engelleyememiştir. ABD'de düzenli televizyon yayınlarının başlamasıyla birlikte, radyo rejimindeki gibi kurallar geçerli olmuş ve televizyon yayınlarının özel kuruluşlar eliyle kurularak, yönetilmesi ve reklam ile sponsorluğa dayalı bir gelir yapısını devam ettirmesi günümüze kadar geçerli olmuştur. Bu şekilde ABD'deki model yayıncılığı daha çok liberal ekonomik düzen içinde gelişip, işlev gören ve özel sektör tarafından yürütülen bir ticari faaliyet olarak gören " tecimsel yayıncılık modeli" olarak tanımlayabiliriz. [159]

Kamu hizmeti yayıncılığı konusunda bazı farklı görüşler bulunmaktadır. Bu görüşleri ise şu şekilde sıralayabiliriz:

Reformist görüş: Kamu hizmeti yayıncılığının program politikasının, ticari yayıncılık modeli dikkate alınarak yeniden oluşturulması gerektiğini ileri sürmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığının en önemli görevinin özel televizyonların ihmal ettikleri alanlarda ve özellikle azınlıklara yönelik yayınlar yapması olarak

[159] Cem Pekman, *Televizyonda Özelleşme,* Beta Yayınları, İstanbul, 1999, s.5.

görmektedir. Yine yayıncılık alanında özel televizyondakine benzer bir biçimde yaratıcı yayıncılık kapsamına önem verilmesi gerektiğini ileri sürmektedir.

Pragmatist Görüş: Bu savunanlar ise doğrudan bir görüşü kamusal programlara da gereksinim duyulduğunu ve bunun özel televizyonlar ve radyolar aracılığıyla sağlanabileceğini öne sürmektedirler. Kamusal yayıncılık yapan özel televizyonların, yayınları içinde kamu hizmetine yönelik yayınlara yer vermesi durumunda, bu televizyonların ekonomik açıdan desteklenmelerini önermiş ve bu şekilde televizyon yayıncılığı üzerindeki politik baskıların kaldırılabileceğini öne sürmektedir.

Ortodoks görüş: Bu görüş ise kamu hizmeti yayıncılığının ve bu hizmeti sağlayan kamusal kurumların önemini savunmaktadır. Kamusal yayıncılığın öneminin, özel yayıncılığın artmasıyla birlikte daha da önemli hale geldiğini savunan bu görüş, yayıncılığın temel işlevlerinin geleneksel değerlerin, ulusal birliğin ve klasik kültürün yaygınlaştırılması olduğunu belirtmekte ve kamusal yayıncılığın da bunu gerçekleştirebilecek bir araç olduğunu vurgulamaktadır. [160]

2.5. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ ÖZELLİKLERİ

Bir ulusal yayıncılık sisteminin şekillenmesinde üç faktör önemli rol oynamaktadır. Bu faktörler ise mülkiyet, denetim ve finansmandır. Bu üç etmene göre de yayıncılık sistemlerinin temel özellikleri belirlenmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığında saydığımız şekilde farklı görüşler ve uygulamalar bulunmakla birlikte, bu yayıncılık biçimi belirleyici bazı özelliklere sahip durumdadır. [161]

Örgütlenme: İdeal bir kamu hizmeti yayıncılığı modelinde, yayıncılık kurumlarının siyasi iktidardan bağımsız ve özerk bir yapı içinde kurulması ve yönetilmesi beklenir. Devlet ise yayıncılığın sadece " iletim" bölümünü

[160] S.Can Aysener, 2002, s. 45.
[161] C.Pekman, 1999, s. 13.

üstlenmektedir. Bununla birlikte genelde devlet yayıncılık alanında bu kısıtlı rolle yetinmeyerek, yayıncılıkta müdahaleci bir tavır takınmaktadır. Yayıncılık sistemi üzerinde tekel hakkına sahip olan devlet de belirli ölçüde bu haktan yararlanmak istemiştir.

Finansal Özellikler: Kamu hizmeti yayıncılığının, özellikle sistemi içinde televizyon yayıncılığının finansmanını televizyon alıcılarından alınan ruhsat ücretleri, reklam gelirleri ve devletten sağlanan yardımları oluşturmaktadır. Avrupa sistemi içinde ruhsat gelirleri kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında en eski ve en geleneksel gelir kalemleridir. Bu özellikleriyle Avrupa sistemi, sadece reklam ve sponsorluk gelirleriyle beslenen Amerikan sisteminden ayılmaktadır. Avrupa'daki ülkelerin çoğunda reklam ve ruhsat ücretleri birlikte yayıncılığın finansmanında kullanılır. Devlet yardımları da yayıncıların bütçelerinin açık vermesi durumunda devreye girmektedir.

Program Yapısı: Kamu hizmeti yayıncılığı kapsamında yayın yapan tüm televizyon yayıncılarının en fazla üzerinde durdukları şey çok geniş bir yelpazedeki izleyici kitlesinin gereksinim ve beğenilerine en uygun bir biçimde seslenmektir. Bu nedenle çoğunlukla iki ya da daha fazla kanala sahip olan kamu hizmeti yayıncısı televizyonlar, bu kanallar vasıtasıyla hem çoğunluğa yönelik ulusal çapta programlar ile hem de azınlığa yönelik bölgesel, yöresel çapta programlar yayınlayarak, çoğulcu bir yapı sergiler.

Program yapılarında, özellikle işlevsel bir dengenin gözetilmesi de kamu hizmeti sisteminin belirgin özelliklerinden birisidir. Programların sadece eğlendirici işlevlerinin değil, eğitici ve bilgilendirici işlevlerinin de yayınlarda kullanılması amaçlanmıştır. Özellikle geleneksel olarak Batı Avrupa ülkelerindeki kamusal yayıncı kuruluşlar, yaptıkları yayınlarla halkı bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmeyi amaçlamışlardır. [162] Kamu hizmeti yayıncılığının kendine has bu özelliklerini belirttikten sonra, bu yayıncılık türü ile diğer yayıncılık türleri olan ticari ve devlet yayıncılığı türlerinin karşılaştırması şu şekilde gösterilebilir:

[162]C.Pekman, 1999, 15-17.

Bir kamu hizmeti televizyon veya radyo kuruluşu bulunduğu ülke sınırları içinde her yerde izlenebilme özelliğine sahiptir. Genel anlamda bir kamu yayıncısının ulaşabildiği nüfusun oranı yüzde doksan olmalıdır. Yine bir devlet yayıncısı kurumu da kendi amaçları doğrultusunda tüm ülke geneline ulaşabilmek zorundadır. Ancak bir ticari yayın kurumu için yayınlarını ulaşabilmedeki öncelik potansiyeli tüketen nüfusun bulunduğu alanlardır. Bu nedenle çoğunlukla ticari yayın kuruluşlarının ulaşabildiği alan kamu hizmeti ve devlet yayıncısı kurumlara göre daha sınırlıdır.[163]

Kamu hizmeti yayıncısı kuruluşları değişik izleyici kesimlerinin farklı gereksinimlerine cevap verecek nitelikte yayın yaparlar. Bununla birlikte bir ticari yayın kuruluşu öncelikle izleyicilerin eğlenme, oyalanma, hoş vakit geçirme, rahatlama gibi öncül gereksinimlerine yönelik programlar yapmaktadır zaten ticari yayıncılığın en önemli amacı izleyicinin en küçük paydasını bularak, uzunca mal ettiği programlarda en çok sayıda izleyiciyi bulmaktır. Bu nedenle ticari yayıncılık için bir program çeşitliliğinden bahsedilemez. Devlet yayıncısı kuruluşu için durum daha farklıdır. Devlet yayıncıları ise, izleyici kesimleri oy veren kitleler olarak görür ve buna göre programlarının niteliklerini bu kitlenin ikna edilmesi ve devlet politikalarının benimsetilmesini sağlayacak biçimde oluşturur

Kamu hizmeti yayın kurumunun amacı, bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek iken, ticari yayıncılıkta temel amaç eğlendirmek ve bu yönde daha çok izlenilir olabilmektir. Devlet yayın kurumunun amacı ise ikna etmek, eğitmek ve sadece iktidarın istediği biçimde bilgilendirmektir. Burada net bir şekilde kamu hizmeti yayıncılığı ile devlet yayıncılığı farkı belirtilmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığının ortaya çıkmasına yardım eden temel amaç, izleyicinin ulusal kimliğinin korunmasını ve yaşadığı toplumun bir parçası olduğunun hatırlatılmasını sağlamaktır. Ticari yayın kurumları ise bu işi ekonomik

[163] E.Erdoğan, 2008, s. 65.

bir faaliyet olarak nitelendirir ve kendi izleyici sayılarını artırarak bunları reklam verenlere satmayı amaçlar. Devlet yayıncılığı ise, devletin amaçları ve ideolojisinin tartışılmaksızın kabul edilmesini sağlamaya çalışır. [164]

Kamu yayın kuruluşları izleyicilere en fazla sayıda seçeneği en iyi kalitede sunmayı amaçlar. Bu bakımdan izlenme oranı ve payı çok düşük veya çok yüksek programlar yapabilir. Ticari yayıncılık içinse izlenme oranı ve payı program yapımında en önemli faktördür. Çünkü reklam alma ve gelir elde etme bu radyo ve televizyonlar için hayati öneme sahiptir. Bu amaçla ticari yayın kuruluşları sürekli çok izlenen programlar yapmaya çalışır ve bu da onları popüler yayıncılığın yörüngesi altına sokar. Kamu yayıncıları da reklam alırlar ancak bu reklamlar onları, kamu hizmeti yayıncılığı ilkelerine göre yayınlarını sürdürmekten alıkoymaz. Reklam gelirlerini artırmak ve izlenme oranını yükseltmek uğruna kendi temel ilkelerinden tavizler vermezler. [165]

2.6. TECİMSEL (TİCARİ) YAYIN ANLAYIŞININ ÖZELLİKLERİ

Amerikan sistemi olarak da adlandırılan bu yayın sisteminin belirgin özellikleri şu şekilde ifade edilebilir:

—Yayınlarda çoğulculuk hâkimdir. Her özel ya da tüzel kişinin, koşulları yerine getirerek, yayın yapma hakkı vardır.

—Devletin ya da hükümetin yayınlarda denetimi, yalnızca yayınlara izin vermek ve yayınların çok genel çerçevedeki koşullara uyup uyulmadığını sağlamaktır. Devletin ya da hükümetin yayın öncesi ve sonrası herhangi bir denetimi söz konusu değildir.

[164] Ali Nihat Yazıcı, *Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma*, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayını, Ankara, 1999, s. 12.
[165] A.Yazıcı, 1999, s. 13.

—Televizyon kanallarının geliri devletten, hükümetten ya da alıcılardan değil, yalnızca reklâmlardan elde edilir. Ya da belli hizmetleri görme amacıyla eğitim gibi, çeşitli örgütlerce karşılanabilir. Bir başka deyişle, yayın kanallarının varlığı reklâma dayanır. Reklâm ise, izleyici sayısı ile belirlenir, izleyici sayısındaki artış, alınan ve verilen reklamların da sayısını ve süresini belirleyeceğinden tüm çabalar, sonuçta reklam pastasından daha çok pay almak içindir.

—Reklâm, yayınlarda temel belirleyici olduğundan çok izleyici, çok reklam mantığından hareketle programların en ilgi çekici olması istenir. Bunun için de sık sık yapılan izleme oranları (rating) ile ilgili araştırmalar yol göstericidir. Yayınlarda yer alan programlar, bu "rating" lere göre yayınlarda yer alır. Kanallar arasında oldukça önemli rekabet, yarışma vardır. Bu rekabet hem yöresel hem ulusal yayın organlarında net bir şekilde kendini göstermektedir.

—Programlarda merkezileşme yoktur. Hem kanal, kendi yayın politikasını, izleyicisinin özelliklerini dikkate alarak saptar. Bu bakımdan küçük izleyici gruplarının istek ve beğenilerine de programlarda yer verilir. Bunun doğal sonucu olarak da ulusal nitelikte, kamuoyu oluşturma, belirli devlet politikalarının yayın yolu ile oluşturulması oldukça zordur. [166]

—Yayınlarda rekabet temel belirleyici olduğundan, en iyi program, en zengin program, en ilginç program yapma yarışı vardır. Bu bakımdan, yayın kurumları arasında acımasız bir rekabetin sonucu olarak yönetici, yapımcı, yönetmen, sunucu (spiker) showman, teknik elemanların transferleri sık sık ve oldukça yüksek ücretlerle yapılır. Bu durum ise, kamu hizmeti ya da kamu görevi anlayışı ile yapılan yayın kurumlarında çalışanların durumlarını olumsuz olarak etkiler.

[166] A.Aziz, 2006, s. 98.

—Yayın yapma hakkı, olanakları ve izni olan herkes tarafından yapıldığı için yerel (mahalli) yayıncılık çok gelişmiştir. Bu bakımdan yayınlarda yerel özellikler; haber, eğitim, eğlence ve tüm bunların varlığının nedeni olan reklâm yayınları yerel özellikler taşırlar.

—Yayın kurumlarının yönetici ve diğer çalışanları, atama ve görevden alınmalarda devletin, hükümetin herhangi bir yetkisi yoktur. Ancak, her zaman olduğu gibi, reklâm ya da diğer parasal yollarla yayınlara etki etme olasılığı her zaman için söz konusudur. Özellikle, son yıllarda gelişen medya patronluğu olgusu ile çapraz ilişkilere sahip radyo ve televizyon kanallarının, hangi yolardan iktidarlar tarafından etkileneceği hususu oldukça önem kazanmaktadır.[167]

2.7. AVRUPA'DA 1980 SONRASI KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Dünya ekonomisi, 2. dünya savaşının ardından, 1970'lerin başına kadar büyüme, refah artışı ve bolluk çizgisinde ilerlemiştir. 1970 yılında büyük bir ekonomik krize girmiş ve bunun sonucu olarak verimlilik ve rekabet düşmüş, teknolojik gelişme yavaşlamış, yatırımlar gerilemiştir. Savaş sonrası büyüme ve refah döneminde uygulanan, İngiliz iktisatçı J.M.Keynes'in, özel girişime dayalı ekonomik sistem içinde devletin çeşitli alanlarda müdahalesini de öneren " Keynes"ci iktisat politikaları, yerini Amerikalı iktisatçı Friedman'ın serbest piyasanın etkinliğine dayanan, devletin ekonomiye müdahalesini en aza indirmeyi amaçlayan " Friedman"cı yaklaşımlara bırakır hale gelmiştir. [168]

1970'lerin başındaki petrol krizinden sonra enflasyon ve ekonomik durgunluktan çıkış yolları aranırken, kamu girişimciliğini sorunların kaynağı olarak gören görüş ağırlık kazanmıştır. Sosyalist bloğun da çözülme sürecine girmesiyle "serbest piyasa ekonomisi" söylemleri giderek yaygın hale gelmiş, kamu

[167] A.Aziz, 2006, s. 99.
[168] N.Ersin, 2007, s. 55.

girişimciliği, mülkiyeti ve işletmeciliği mahkûm edilmiştir. 1980'li yıllarla birlikte "Küreselleşme", " Yeni Dünya Düzeni" gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Yeni Dünya Düzeni, serbest piyasa ekonomisinin evrenselleştirmeyi amaçlarken, küreselleşme de sermayenin uluslararası alanda hareketini engelleyici sınırların kaldırılmasını, dünyanın bütünleşmiş bir ekonomik sürece girmesini öngörmektedir. Devletlerin ekonomik alandaki etkinliğinin yok edilmesiyle uluslararası sermayenin evrensel çaptaki özgürlüğü artacaktır. Bunun için de devlet girişimleri ve devletin ekonomiye müdahalesi ortadan kaldırılmalıdır. 1970'lerin sonunda, "deregülasyon" olarak adlandırılan devlet müdahalesinin serbest piyasa sisteminden arındırılması uygulamaları Amerika'da başlayarak Avrupa'ya da yayılmıştır. Amerika'da Regan dönemine damgasını vuran, İngiltere'de Thatcher hükümeti ile başlayan "özelleştirme-özelleşme" ya da " serbestleşme" rüzgârı, 1980'li yılların ortasında Sovyetler Birliği'nde Gorbaçov'un yönetiminde Doğu ülkelerini de etkilemeye başlamıştır. 1980'lerin sonlarında Sovyetleri Birliği dağılınca, komünist rejimler de büyük bir hızla yeni sisteme ayak uydurmaya başlamıştır. [169]

İngiltere'de başlayıp bütün dünyaya yayılan özelleştirme uygulamaları, kamu hizmeti yayıncılığın da tartışılır hale getirmiştir. Ancak diğer sektörlerde yaygın kabul gören ve hızla yol alan özelleştirme uygulamaları, "kamu hizmeti yayıncılığı" alanında aynı hızda gidememiştir. Gerçi deregülasyon politikaları ve özelleştirme çabaları bu kurumları da çok etkilemiş, tahtını sallamıştır ama henüz devirememiştir. Bunun, ABD'de özel ellerde olan yayıncılık sisteminin başarısızlığının görülmüş olması, İngiltere'de bir kamu hizmeti yayın kurumu olan BBC'nin başarısı, diğer ülkelerin kiminde "kalkınmacı anlayış"ın devam etmesi, kiminde serbest piyasanın tam hâkimiyet kuramamış olması, Avrupa ülkelerinin bir yandan Avrupa Birliği'nde olduğu gibi, örgütlenip tek pazar yaratma girişimlerine rağmen bir yandan da ulusal kültürlerini koruma çabaları gibi birçok nedeni vardır. [170]

1980-1990 arası yıllarda İngiltere'deki televizyon politikası daha geniş bir siyasal ideolojik peyzajla oluşturulmuştur. 70'li yılar boyunca devletin hizmetlerinde, direk üretimdeki faydalılığı hakkında kurulan politik uzlaşma,

[169] C.Pekman, 1997, s. 22.
[170] N.Ersin, 2007, s. 57.

çökmeye başlamıştır. İngiltere'de 1985'te, başbakan Thatcher'ın muhafazakâr hükümetinin özelleştirme çabaları, o dönemde İngiltere'de bir kamu hizmeti yayın kurumu olan BBC'yi de etkilemiş, BBC'den kendi kaynaklarını yaratması istenmiş, kuruma hükümet müdahalesi en çok bu dönemde görülmüştür. Ancak BBC, hükümetle çatışmasına rağmen tam bir boyun eğen tutum içine girmemiştir. [171]

Liberal bir ekonomiyi İngiltere'ye yerleştirmeye çalışan Thatcher hükümeti, liberal sisteme aykırı olarak, yayıncılıkta bazı denetim mekanizmaları getirmeye, BBC'ye bazı kısıtlamalar getirmeye çalışmıştır. Ancak ülkenin güçlü demokrasi geleneği nedeniyle bu müdahalelerin önüne geçilmiştir.

Hükümet, BBC'nin geleceğine ilişkin incelemeler yapmak üzere 1985 yılında Profesör Alan Peacock başkanlığında, sonraları "Peacock Komitesi" olarak ünlenen bir çalışma başlatır. Çalışma sonucunda BBC'nin reklam alması kararının çıkması beklenmektedir. Ancak komitenin 1986 tarihinde hazırladığı raporda, BBC'nin finansmanı için reklam gelirlerine başvurmasının BBC'nin bağımsızlığına zarar vereceği ve nitelikli programlar üretmesini engelleyeceği gerekçesiyle yakın bir zaman için doğru olmayacağı sonucuna varılmıştır. BBC daha çok kurum içinde kendi ürettiği programlara ağırlık vermeye yönelik bir politika izlese de kaçınılmaz olarak dış kaynakla yapımlara da yer vermektedir. BBC'nin dış yapımlarının 1984'te, yüzde 70'i ABD, yüzde 11'i İsveç, yüzde %'i Fransa ve diğer Avrupa ülkelerinden alınmıştır. İngiltere 'de ABD yapımlarının oranının fazla olmasında muhtemelen dil farklılığının bulunmaması da etken olmuştur. 1985 yılında BBC'de BBC iç yapımlarının oranı yüzde 71, dış kaynaklı film ya da dizilerin oranı yüzde 16,9'dur. [172]

Thatcher hükümetinin BBC'yi reklam yoluyla gelir elde etmeye zorlaması, özelleştirme amacıyla yapılan girişimlerin bir sonucudur. Serbest piyasacılara göre pazar mekanizması, yayıncılığa da adapte edilmelidir. Ürünün, karlı olabilmesi için en ucuza mal edilmesi ve en yüksek karın amaçlanması gerekir. Ancak pazarın bu eğilimi, yayıncılık söz konusu olduğunda farklı bir durum ortaya çıkmakta, bir

[171] N.Ersin, 2007, s. 57.
[172] A.g.t., s. 58.

yapımın ekonomik ölçütlerle değerlendirilmesi her zaman çatışma yaratmaktadır. Liberal sistemin hiçbir kısıtlama olmaksızın tüm işlerin piyasaya bırakılması önerisi, yayıncılıkta serbest piyasa sistemini tam anlamıyla uygulamak isteyen ülkelerde bile olası görülmemektedir. Örneğin yayıncılıkta bir kamu hizmeti bulunmayan, reklam yayınlarında ise hiçbir kısıtlama olmayan Lüksemburg'ta bile çocukların korunmasına yönelik bazı önlemler alınması gerekliliği düşünülmüştür. [173]

Kamu hizmeti yayıncılığı tekellerinin ortadan kaldırılması, bazı yazarlara göre özelleştirme girişimlerinin çeşitli yöntemlerinden birisidir. Çünkü yayıncılık alanında özelleştirme sadece kamu kurumlarının satılışı yoluyla değil, başka yöntemlerle de gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemler dört başlık altında sınıflanabilmektedir:

1-Devlet kontrolünden çıkarmak (Fransa'da TF1'in Chirac hükümeti döneminde özelleştirilmesi gibi)

2-İşlerin özelleştirilmesi (BBC'nin yapımlarının yüzde 25'ini dışarıya yaptırma zorunluluğu getirilmesi gibi)

3-Tekelleri kırmak (Başka kurumlar oluşturarak)

4-Örgütsel özelleştirme (Kurumların satılması)

Yayıncılık, çoğu Avrupa ülkesinde devlet denetimi alanında başlamış ve geliştirilmiştir. Ancak dünyadaki gelişmelerin zorlamasıyla, devletin yayıncılık üzerindeki denetimi zamanla gevşeyerek özel kanallara yol açılmıştır. Yayıncılıktaki devlet tekeli, çeşitli ülkelerde farklı zamanlarda ortadan kaldırılmıştır. Bugün Avrupa'nın hemen tüm ülkelerinde kamu-özel olmak üzere ikili bir sistem oluşmuştur. [174]

Her ülkenin kamu hizmeti yayın kurumu kendi tarihsel kökenlerine, geleneğine, kültürüne, coğrafyasına ve ekonomik yapısına göre yeniden şekillenmiştir. Kendi ülkesindeki yayıncılık ortamında kendini konumlandıracak

[173] Şermin Tekinalp, *Avrupa Toplulu'nda Ulusal Kültür ve Televizyon: Sorunlar- Öneriler- Çözümler, Avrupa Deneyimi ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme*, İstanbul Üniversitesi Yayını, İstanbul, 1993, s. 46.
[174] N.Ersin, 2007, s. 60.

koşulları bulmuştur. Farklı yayıncılık modelleri, sonuçta her ülkenin kendi politik, ekonomik ve kültürel koşullarını yansıtmaktadır.

Kamu yayıncılık sistemleri, ülkelerin tarihsel, yapısal, ekonomik ve kültürel özelliklerine göre çeşitlilik gösterdiği ve her biri kendine özgü özellikler gösterdiği için dünyada tektir. İngiltere'de "Reith'in öncülüğünü yaptığı ilkeler"in hâkimiyeti, Fransa'da "devlet kontrolü" geleneği, İtalya'da "siyasi partilerin egemenliği", Almanya'da "savaştan sonra yeniden kurulan ana ilkelerde birleşen federal bir yayıncılık" anlayışı, İsviçre'de "sosyal demokrat değerler" in hakimiyeti, ABD'de "incinmemiş bir ruh hali (kamu televizyon gettoları)" vardır. BBC, dünyanın en önemli içerik sağlayıcısı olmayı, SVT İskandinav ülkelerinde lider olmayı, NRK Norveç'in medya şirketlerinin lideri olmayı amaçlar. [175]

1980'lerden sonraki deregülasyon süreciyle kökten bir değişime uğrayan ve giderek çoğalan özel kanalların artan rekabeti ve sayısal çağın gelmesiyle yayıncılık, 1990'larda yeniden büyük değişimlere açık hale gelmiştir. Bu dönem serbestleşme ve pazarın hâkimiyet kurduğu, izleyici tercihlerinin öne çıktığı, nitelikten çok popüler programların yapıldığı bir dönemdir.

Doğu ve Avrupa'daki komünist rejimlerin çöküşüyle, bu ülkelerdeki devlet yayıncılığı sona ermiş, Avrupa yayıncılık pazarı genişlemiş, bütün bu gelişmeler özel yayıncılığı giderek güçlendirirken, kamu hizmeti yayıncılığının zayıflamasına yol açmıştır. Artan rekabet ortamıyla birlikte, "yayıncılık basit, öngörülebilir bir tekelden, karmaşık, değişken, istikrarsız bir ekolojiye dönüşmüştür" ve kamu hizmeti yayıncıları, bu ortamda yaşamak için savaşan birçok oyuncudan sadece birisi haline gelmiştir. 1980'lerden sonra liberal rüzgarlar, kamu hizmeti kurumlarını sarsarken, bu kurumlardan piyasaya kaynak aktarımı yapılmaya başlanmıştır. İngiltere'de hükümet, BBC'yi 1987-1988'de mümkün olduğu kadar çok sayıda programı bağımsız yapımcılardan almaya zorlamış, 1990'da da yürürlüğe giren Broadcasting

[175] N.Ersin, 2007, s. 60.

Act (yayıncılık yasası) ile BBC ve ITV kanallarına en az yüzde 25'inin bağımsız yapımcılar tarafından üretilmiş programlara yer verme zorunluluğu getirilmiştir. [176]

Bu uygulama ile birkaç amaca birden ulaşılması beklentisi vardır. Hem ulusal bir yapım sektörünün oluşması ve güçlenmesi desteklenmiş, hem de piyasadaki yaratıcı gücün ve dolayısıyla program çeşitliliğinin kamu hizmetine sunulması sağlanmış, hem de piyasadaki istihdam sorununun çözümüne bir katkıda bulunulmuş olacaktır. Ayrıca bu yöntem, serbest piyasanın rekabetçi sistemine, kurumun bütün yapımlarını kendinin üretmesinden daha uygundur. Bağımsız şirketler, çeşitli program önerilerini bu kurumlara kabul ettirmek isterken hem kendi aralarında rekabet etmekte, hem de kurumların yapımlarıyla yarışmaktadır. Görüleceği üzere bu uygulama amacı doğrultusunda kullanılmıştır. [177]

Bütün bu gerekçelere rağmen, finans sıkıntısı çeken kamu hizmeti yayın kurumlarının dışarıya program yaptırmasının büyük paralar harcamayı gerektirmesi nedeniyle zaten kısıtlı olan kaynakların dışarıya aktarılmasının ne derece doğru olduğu da tartışılmaktadır. Bazı düşünürler, BBC'nin yüzde 25 bağımsız yapımcılara kota uygulamasının, kurumun paralarına dışarıya saçmak anlamına geldiği gerekçesiyle kurumun parasal sıkıntıya sokan önemli bir neden olarak görür. Çünkü dışarıdan alınan yapımların maliyeti kurum içinde yapılanlardan çok daha yüksek olabilmektedir. Zaten 1990'ların başlarında BBC'nin parasal sıkıntısı öyle çoktur ki BBC1 ve BBC2 yeterli yeni programlarının çoğunu tekrar yayınlarına vermektedir. Bağımsız yapımcılara yaptırılan programların çoğu drama yapımları olduğu için BBC'nin drama programları üreten bölümü krize girer. BBC çalışanlarının işine engel olunduğu, BBC'nin kendi iç dramalarını çöpe attığı söylenir. Ancak prodüktörlerin pek çoğu da bu uygulamaları sessizlikle karşılamıştır. [178]

Rekabet nedeniyle bir yandan özel kanallarla rekabet ederek popüler programlar yapmak bir yandan da "eğiticilik", " çeşitlilik" nosyonu gereği gerçekleştirdikleri programlar kamu yayın kurumlarında maliyetleri artıran

[176] N.Ersin, 2007, s. 62.
[177] C.Pekman, 1997, s. 66.
[178] N.Ersin, 2007, s. 63.

unsurlardan biri olmuştur. Örneğini İngiltere'de BBC, ağırbaşlı, eğitim, kültür ve haber ağırlıklı programcılık anlayışını, özel kanalların rekabeti ile değiştirmeye başlamış, programlarında eğlenceye daha çok yer vermeye yönelmiş, televizyonların en çok izlenme saatlerinde melodram oyun ve diziler koyulmuştur. [179]

Siyasal nedenlerle ruhsat ücretleri giderek azalan ve artan maliyetler nedeniyle gelirleri düşen kamu yayın kurumları çözüm olarak çeşitli ticari faaliyetlere girişmişlerdir. 1994 yılında BBC, ticari faaliyetlerini " BBC Worldwide" adı altında bir araya toplamıştır. BBC'nin ülke dışına yayın yapan kanalları bu şirketin organizasyonunda çalışmaktadırlar. BBC, bu kanallara reklam kabul etmekte, buradan elde ettiği geliri, kamu hizmeti yayıncılığın aktarmaktadır. Diğer ülkelerdeki kamu yayın kurumları da BBC'yi izleyerek hem maliyetleri düşürme hem de çeşitli ticari girişimlerde bulunarak gelirlerini artırma yoluna gitmişlerdir. Çoğu kamu hizmeti yayın kurumu, ürettiği programların satışı için mevcut birimlerini geliştirmiş, dış satıma büyük önem vermiştir.

İngiltere'de bu yıllarda ülke içine yayın yapan kanallarında reklam almamaya devam etmiş, bazı ülkeler reklamlar konusunda ki kısıtlamalarını esnetmiş, İtalya'daki RAI gibi bazı kanallar eğlenceli yayıncılık anlayışıyla özel kanlarla yarışacak ölçüde reklam geliri elde etmişlerdir. 1999 yılı kamu televizyon gelirleri yüzde bazında bazı Avrupa ülkelerinde aşağıda gösterilmiştir: [180]

[179] Ş.Tekinalp, 1999, s. 40.
[180] N.Ersin, 2007, s. 65.

	Ruhsat ücretleri	Reklam gelirleri
Avusturya	46	43
Belçika(Valonya)	65	34
Fransa	44	56
Almanya	60	31
Finlandiya	74	26
İrlanda	35	65
İtalya	56	40
Hollanda	69	22
Portekiz	23	62
İspanya	13	75
İsviçre	71	28
İngiltere	78	15

BBC'de, John Birt döneminde (1993-2000) BBC'nin geleceğini sağlama almak üzere yapısal durum ve programcılık yönlerinden bir dizi çalışma yapılmıştır. Bu girişimlerde bazı kalıplaşmış sloganvari ifadeler ortaya çıkmıştır: "Statüko bir seçenek değildir! ", "Kendinize güvenin !" , "Yöndeşen iletişim dünyasına kendinizi hazırlayın !", "Ulusa hizmet, dünya çapında rekabet!" gibi. [181]

BBC, 1991'de "serbest piyasa" sistemine uyumlaşma süreci olarak da değerlendirilebilecek bir uygulama başlatmıştır. Program giderlerinde azalma sağlamak amacıyla "Prodüktörün Seçimi" olarak adlandırılan bu yöntemle program üretilmesine yönelik işleyiş şu haldedir:

Her kanalın başında bir koordinatör vardır ve kanal koordinatörü sorumlu olduğu kanalda yayınlanacak programı belirlemede ve akış planı konusunda tam yetkilidir. Kanal koordinatörleri, nasıl bir yayıncılık yapacaklarını ve bu yayıncılık

[181] N.Ersin, 2007, s. 65.

için ne gibi programlar gerektirdiğini, BBC'nin yayın ilkelerine uygun olarak belirlerler. Gereken kaynak, kanal koordinatörlerine sağlanmıştır. Kanal koordinatörü, üretilecek programları ya BBC yapım birimlerine ya da kurum dışına ihale ederler. BBC prodüktörleri, yapımını üstlendikleri program için gerekli teknik ekip ve malzemeyi kurum içinden ya da kurum dışından satın alma yetkisine sahiptirler. BBC'nin teknik ve artistik hizmet veren birimleri, kaynaklarını dış pazarlar ile rekabet edebilmek için cazip koşullarla sunmak zorundadırlar. Prodüktörler, ister içerde, ister dışarıda olsun, satın aldıkları tüm hizmetler için sözleşme imzalamaktadırlar. [182]

BBC'de, prodüktörün seçimi yöntemini kurumun dış pazarda, dolayısıyla rekabete açılması nedeniyle hem programların maliyetini düşürdüğü hem de iyi program fikirlerini ortaya çıkardığı ileri sürülmektedir. Prodüktörün seçimi uygulamasını bürokrasinin çılgınlığı olarak alaya alanlar, kurumun ticarileşmesinin bir yöntemi olduğu gerekçesiyle sert eleştiriler getirenler de olmuştur. Kamu hizmeti yayıncıları çeşitli taktikler geliştirip yenilenerek, kendi tür çeşitliliğine sahip yayıncılığını sürdürmeye çalışırken, izleyiciler ise giderek artan sayıda daha eğlendirici ticari kanallara yönelmişlerdir. Bazı görüşlere göre kamu hizmeti yayıncılığı teoride halkın beklentilerini karşılıyor olmasına rağmen, uygulamada bu beklentiler karşılanamamıştır çünkü izlenmemektedir. Bir çok kamu hizmeti yayın kurumu "iyiyi popüler, popüleri de iyi yapmayı beceremektedirler."[183]

Üstelik de ticari yayıncılar, yerel programlara, kamu hizmeti yayın kurumlarından daha az para harcamaktadırlar. 1990'da EBU tarafından yapılan bir araştırmaya göre Avrupa'daki kamu hizmeti yayın kurumları özgün programlara, bütün programlarının bütçesinden yüzde 93 harcama yaparken, ticari yayıncıların kendi yaptıkları programlara ayırdıkları pay, bütün programlar içinde yüzde 73'lik bir orana sahiptir.

90'lı yıllar kamu hizmeti yayıncılığı açısından "sayısal çağ"ın gelişi nedeniyle ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü yayıncılıkta "sayılasallaşma", kanal

[182] N.Ersin, 2007, s. 66.
[183] A.g.t. , s. 67.

seçeneklerini daha da artıracağından, kamu hizmeti yayıncılığının izleyici payını daha da düşüreceği düşünülmektedir. Asıl etkisi de maliyetleri artıracak olmasıdır. Sayısal yayıncılığa geçiş, kamu hizmeti yayın kurumlarının yeni donanımlar satın alması ve en sonunda analog sistemin bırakılmasına kadar eski donanımı işletmeye devam etmesi gerektiği için çok harcama gerektirmektedir. [184]

Sayısal teknoloji, metin ses ve görüntüleri sıkıştırma ve tek bir formata çevirerek sınırsız sayıda kullanım ve uygulamaya imkan vermektedir. Bu teknoloji, sayısallaştırılmış verilenin nakledilmesinden önce sıkıştırılmasına imkan vererek, taşınan bilgilerin daha dar bir frekans alanında (bant genişliğinde) iletilmesine imkan sağlamakta, ayrıca sıkıştırılmış görüntüler daha iyi ses ve görüntü kalitesi sağlamaktadır. Birbirine bağlı bilgisayar şebekelerinin oluşturduğu global ağ olan internet, sadece metinleri değil, çok çeşitli çoklu medya seçeneklerini taşıyabilmektedir. Böylece tek iletim hattında her türlü iletişim biçiminin yer alması, yayıncılıkta farklı bir ortama gidişi göstermektedir. Sayısal teknoloji, frekans tayfının çok geniş kullanımı ve en çok yeni yayıncılık hizmetlerinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. [185]

Çoklu televizyonun anlamı, bütün mevcut şebekeleri parçalayıp küçültecek, interaktif hizmetleri başlatacaktır. Daha hızlı rekabet, internetin büyümesine yol açacak, bu da piyasada mevcut diğer kanallar gibi kamu hizmeti yayıncılığının da izleyici sayısını düşürecektir.

Bütün bu kaygılı görüşlere rağmen, bazı kamu yayın kurumları sayısal teknolojiye çabuk adapte olup, çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Bazı kurumlar yeni servisleri devreye sokmuş, arşiv programlarını yayınlamış, ayrıca özel ilgiye yönelik servisler sokmuştur. BBC, BBC Haber, BBC Choice, BBC Parlamento gibi kanalları açarken, Almanya'da ZDF ve ARD de benzer şekilde, parlamento, çocuk, tarih türlerinde yeni kanallar kurmuştur. BBC Choice'nin akış planı yüzde 50 yeni programlardan, yüzde 20 BBC1 ve BBC2'nin daha önce yayınlanan programlarından

[184] N.Ersin, 2007, s. 68.
[185] A.g.t., s.68.

seçmelerden oluşmuştur. [186] Benzer girişimler son zamanlarda TRT nezdinde de yoğun bir şekilde gerçekleştirilmiş ve oldukça ilgi çekmiştir.

Yeni iletişim ortamı sınırsız seçenekler sunuyor gibi görünse de yeni servislerin mevcut özgün içeriğinin hacmi dardır ve yeni programlar üretmek için gereksinilen kaynaklar da yetersizdir. Bunun sonucu olarak yeni diye sunulan servislerin çoğu arşiv filmleri, tekrar programlar ve ucuz üretilen ya da satın alınan programlardan oluşmaktadır. Üstelik de bu servislerin çoğu abonelik yoluyla izlenebildiği için bir çok insana göre pahalıdır. Bu kanallar özgün programlar sunsalar bile ücretli olmaları nedeniyle herkesin erişim olanağı sunamamaktadırlar.

Kamu hizmeti yayıncılığı, kurum dışına yaptırılan programların artan maliyetleri, izleyici kaybı, artan rekabet, sayısal teknolojinin gelişmesi gibi çeşitli zorlayıcı koşullara rağmen, 1990'lı yıllarda da ayakta kalmayı başarmıştır. [187]

2.8 DÜNYA'DA KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI UYGULAMALARI

Dünyada birçok ülkede uygulama alanı bulan kamu hizmeti yayıncılığı, ABD ve İngiltere'de birbirinden oldukça farklı uygulamalarla sürdürülmektedir.

2.8.1. ABD Uygulamaları

Dünya'da serbest piyasa ekonomisinin ve liberalizmin kalbi durumundaki ABD'de televizyon yayınları başlar başlamaz, daha önce ortaya çıkmış olan radyodaki normatif düzenlemelerde olduğu gibi yayıncılığın özel şirketler tarafından ticari bir amaca uygun biçimde sürdürülmesi ilkesi kabul edilmiştir. Amerikan kamuoyunun da zaten özel girişimin elindeki yayıncılığı daha özgür ve daha tarafsız olduğunu düşünmesinin de etkileriyle devlet yayıncılığı çok da tercih edilmemiştir.

[186] N.Ersin, 2007, s.69.
[187] A.g.t., s. 69.

Böylece ABD'de daha yayıncılık başlarken bile ticari yayıncılık devlet destekli ya da kamu hizmeti yayıncılığından daha çok rağbet görmüştür. [188]

Ticari yayıncılık anlayışı çerçevesinde kitle kültürü ve tüketim toplumunun merkezindeki bu ülkede, halk bilgilendirilmesi ya da eğitilmesi gereken bir kitle olmaktan çok, tüketmesi istenen bir müşteri topluluğu ya da kitle olarak görülmüştür. Bu bakış açısı iktisadi bir anlayışın da bir ürünüdür. Ancak ABD'deki yayıncılığı sadece ticari yayıncılık ölçüleriyle değerlendirmek de beraberinde bazı yanlışlıkları getirebilecektir. Çünkü ABD'de yayıncılığın kamu yararını gözetmesi ilkesi yasal ve toplumsal bir sorumluluk olarak yer almaktadır.[189]

ABD'de yayınlarda kamu yararının gözetilmesi ilkesi ile ilgili olarak çalışan kurum ise Federal Haberleşme Komisyonu'dur (FCC- Federal Communication Commission). ABD'de 1934 yılında çıkarılan Haberleşme Kanunu ile özel girişimin radyo dalgalarından yararlanarak radyo ve televizyon yayınlarında, kamu yararına uygun bir biçimde kamu hizmeti görmesi kabul edilmiştir. Bu kanun ile FCC isimli ve yayıncılık alanını düzenleyen bir örgütte kurulmuştur. Bu örgütün asli görevi kendisine başvuranlara radyo veya televizyon istasyonu lisansı vermektedir. Örgüt radyo ve televizyonlara en fazla üç yıl için ruhsat verebilmekte ve istasyonların kullanacakları dalga boyutunu da saplamaktadır. [190]

Yayınlarda kamu yararının nasıl gözetileceği konusu FCC'nin ilk kurulduğu yıllardan bu yana yayıncılıktaki önceliklerden birisi olarak yer almıştır. FCC, kamu yararının en iyi nüfusun tüm katmanlarına yayınların kaliteli bir biçimde ulaştırılması ile sağlanabileceği ilkesini kabul etmiştir. FCC bunu sağlamak için de yayın lisansı almak konusunda talipli olan firmalara program içerikleri ile ilgili olarak uyması gereken bazı ilkeleri öne sürmektedir. FCC'nin bu ilkeleri, yayıncıların mümkün olduğu kadar geniş kitlelere ulaşabilmesini sağlamak içindir. Yayıncıların sadece başvuru esnasında yeterlilikleriyle tatmin olmayan FCC, televizyon istasyonlarının

[188] E.Erdoğan, 2008, s. 68.
[189] Bora Ataman, *Kamusal Alan ve Alternatif Kamusal Televizyon Yayıncılığı*, Marmara Üniversitesi, SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1998, s. 48.
[190] Kayıhan İçel, *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, 2001, s. 297.

yayınlarına başladıktan sonra kamu yararını önde tutmaları için her altı yılda bir denetlenmesini ve lisanslarının yenilenmesine karar vermiştir. Lisans yenilemeyi de yine yayıncı kuruluşun kamu yararının sağlanması uyarınca yükümlülüklerini yerine getirmiş olması şartına bağlamıştır. [191]

FCC'nin denetim yetkisi sadece lisans işletmeleriyle sınırlı değildir. Ancak komisyonun radyo ve televizyon programları üzerindeki denetim yetkisi sadece öneri vermekten ibarettir. Bu konuda sansür niteliğindeki önleyici herhangi bir denetim yetkisi bulunmamaktadır. [192]

ABD'de televizyon yayınları ilk kez İkinci Dünya Savaşı sıralarında başlamıştır. Bu konuda İngiltere'nin gerisinde kalmasına rağmen, ilk kez 1958 yılında renkli televizyon yayınlarına geçerek bu konuda bir ilk olmuştur. Günümüzde ABD'de tüm televizyon yayıncısı kuruluşlarının sayısı 1000'in üzerindedir. Bu kadar çok televizyon kanalı sayısıyla da ABD dünyada birinci sıradadır. ABD'deki televizyon yayıncısı kuruluşları başlıca dört grupta toplayabiliriz. Bunlar: 1- Büyük networkler (özel sektör), 2- Networkler'e bağlı yerel istasyonlar, 3- Bağımsız yerel istasyonlar, 4- Kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar. [193]

ABD'de televizyon örgütlenmesi büyük ölçüde büyük şirketlerin egemenliğinde olan bir örgütlenme biçimidir. Bu örgütlenme biçimini Chomsky, şirket oligopolü biçiminde nitelendirmektedir. Şirket oligopolü ileri kapitalist geleneğe sahip toplumlarda, medya alanında ticarileşmenin önemli boyutlara vardığı ve bundan dolayı devletin radyo ve televizyon alanındaki kontrolünün sınırlı kaldığı ve kamu hizmeti yayıncılığına ait özelliklerin sınırlı boyutlarda görülebildiği bir örgütlenme biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. ABD'deki kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar, Avrupa'daki benzerleri gibi devlet televizyonu değildir. Bu yayıncı istasyonlar kendi aralarında PBS (Public Broadcasting Service) isimli bir örgüt etrafında birleşmişlerdir. PBS kar amacı olmayan özel bir örgüttür. Maliyetinin ancak beşte bir kadarı devlet tarafından karşılanmaktadır bu örgüt devlet tekelinde

[191] E.Erdoğan, 2008, s. 69.
[192] K.İçel, 2001, s. 297.
[193] E.Erdoğan, 2008, s. 70.

veya kontrolünde değildir. ABD kamuoyu da kamu hizmeti televizyon kurumlarının devlet tarafından değil, kamu tarafından yönetilmesini istemektedir.

PBS program üretiminde ve dağıtımında işbirliğine dayalı bir örgüttür. PBS program üretmez ve her televizyon istasyonu kendi programından kendisi sorumludur. ABD'de kamu hizmeti televizyonculuğunun aracı olan PBS örgütü, televizyon yayınlarının başlamasından 30 yıl sonra 1969 yılında kurulmuştur. Yayınları ise eğitim ve kültüre yönelik programlara dayanmaktadır. PBS örgütüne üye televizyon istasyonlarının önemli bir bölümü kamu kurumlarına bağlı durumdadır. Bunlar üniversiteler, yerel eyalet yönetimleri, kolejler ve belediye gibi kurumlardır. [194]

Kamu hizmeti yayıncılığının ABD'de başlıca üç görevi bulunmaktadır:

- Kamusal yayıncıların birinci görevi siyasal, eğitim ve kültürel alanlarda ulusal çapta bir programcılık hedefini gerçekleştirmektir.

- İkinci ise, bu yayıncıların eğitime büyük katkı sağlamasıdır. Özellikle yetişkin nüfusun eğitimine yönelik olarak yüksek okul ve üniversitelerle işbirliği çerçevesinde, çok sayıda ABD'linin izlediği çeşitli açık öğretim programları bulunmaktadır.

- Kamusal yayıncıların üçüncü büyük görevi de yine eğitime yönelik olanlardır. İlk ve ortaöğretim safhasındaki nüfusa yönelik olarak alternatif eğitim programları da yayınlanmaktadır.

ABD'de kamu hizmeti yayıncılığı yapan kuruluşlar yayınlarının bir kısmını dışarıdan ve özellikle İngiltere'deki BBC'den almaktadır. PBS'ye üye televizyon istasyonlarının bütçesi kendileri tarafından sağlanmaktadır. Devlet yardımları ise federal yönetimler tarafından sağlanır. Bu federal yönetimlerin

[194] E.Erdoğan, 2008, s. 71.

yardımlarının yayıncı kuruluşlar arasında dengeli bir biçimde dağıtılması amacıyla CBP(Corporation of Public Broadcasting) isimli bir başka örgüt daha kurulmuştur. Devlet yardımları dışında bu yayıncıların gelir kaynakları ise, üye ödenekleri, bağışlar ve reklam gelirlerinden oluşmaktadır. [195]

2.8.1. İngiltere Uygulamaları

İngiltere'de televizyon yayıncılığı ABD'nin tersine uzun süre devlet tekelinde kaldı. Kamu hizmeti yayıncılığının bu örnek ülkesinde yayıncılık alanındaki tekel BBC'ye verilmiştir. BBC kar amacı gütmeyen ve idari olarak da özerk bir yayıncılık kurumu olarak düzenlenmiştir. Radyo yayınları için geçerli olan yayıncılık alanında ki tekeli, televizyon yayınlarının başlaması ile bu alanı da içine alacak bir biçimde genişledi. BBC, 1936'da ilk defa düzenli olarak televizyon yayınlarına başladı. BBC ulusal çapta bir televizyon yayın şebekesi kurulması amacıyla yoğun bir çaba harcadı. BBC'nin yayıncılık alanında 1927'de aldığı tekel sadece on yıllık bir süreyi kapsıyordu. Bu tekelin 1937'de dolmasından hemen önce uzatılmasına karar verilerek, 1951 yılına kadar yayıncılığın BBC'nin tekelinde kalmasına karar verildi. [196]

İngiliz kamu hizmeti yayın kuruluşu olan BBC'nin kuruluş tarihi 1 Ocak 1927'dir. BBC, daha öncede ifade edildiği gibi aslında radyo cihazları üretimine yönelik oluşturulmuş olan bir oluşumun kurduğu İngiliz Yayın Şirketi'nin devamıdır. 1927'de Kraliyet Fermanı ile kurulan BBC, özel bir kurum yerine bir kamu kurumu olarak örgütlenmiştir. BBC'nin bu yeniden örgütlenmesinde gerek parlamento gerekse hükümet kanadından gelecek baskılara karşı da kurumun özerkliği sağlanmaya çalışılmıştır.

BBC'nin en asli görevi "kaliteli" bir biçimde kamu hizmetini gerçekleştirmektir. BBC 1955 yılına kadar İngiltere'de yayıncılık alanındaki tekelini sürdürmüştür. Başlangıçta, BBC'nin denetiminden Posta İdaresi sorumlu iken, 1974

[195] E.Erdoğan, 2008, s. 71.
[196] Jale Sarmaşık, *İngiltere'deki Radyo-Televizyon Düzeni*, Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1994, s. 91-92.

yılından itibaren sorumluluk İçişleri Bakanlığına devredilmiştir.[197] BBC'nin yayın kuşağını satmaya, reklamlar yayınlamaya hakkı yoktur. Bu bakımdan yayınlarında haberlere, yorumlara ve halkı aydınlatmaya yönelik programlara ağırlık vermek zorundadır. [198]

BBC, kamu hizmeti görmeye dönük olarak kurulmuş ve özerkliği yasalar tarafından sağlanmış olsa da, bu özerkliğinin yine yasal düzenlemelerle sınırlandırılmış olması da altı çizilmesi gereken bir konudur. Yasalarla, BBC'nin parlamento ve hükümet ile ilişkilerinde bir mesafenin olması sağlanmasına rağmen, hükümetin yayın kurumu üzerinde önemli etkilerinin olması da gözden kaçmamalıdır. Bu etkilerin en önemli kaynağı ise bir tüzel kişilik olarak tanımlanan BBC'nin yayıncılık için İç İşleri Bakanlığı'ndan ruhsat alması gerekliliğidir. Bu durum ise aslında BBC'nin bağımsızlığına ve tarafsızlığına gölge düşürebilecek bir durumdur. Özellikle yayın ruhsatı alma sorumluluğu İç İşleri Bakanlığı'na ve dolayısıyla da hükümete programlar üzerinde bazı müdahalelerde bulunma hakkını getirmektedir. Zaten yasal olarak da bu hak mevcuttur. Nitekim İç İşleri Bakanlığı tarafından BBC'ye verilen yayıncılık lisansının ilgili maddelerince de belirtildiği üzere, İçişleri Bakanlığı veya hükümetin zaman zaman BBC'ye yazılı uyarılarda bulunabileceği belirtilmektedir. [199]

BBC'nin özellikle televizyon alanındaki tekeli 1949 yılından itibaren gittikçe tartışılan bir konu olmaya başladı. Bu tartışmalar BBC'nin ve genel olarak televizyon yayıncılığının geleceği hakkında olan tartışmalardı. Bu tartışmalar iki konu etrafında sürdürülüyordu. Birincisi, BBC'nin tekelinin devam edip etmeyeceği, diğer ise toplumun gereksinimlerinin devlet tekeli altında karşılanıp karşılanmayacağıdır. [200]

Kamu hizmeti yayıncılığının dayandığı temel dayanaklar (radyo dalgalarının kısıtlı olması, işletme ve iktisadi bakımdan güçlükler, yayıncılıkta azınlıklara yönelik programların da dengeli bir biçimde yayılması) BBC'nin durumunu güçlendiren

[197] E.Erdoğan,2008, s. 72.
[198] J.Sarmaşık, 1994, s. 92.
[199] A.g.e., s. 105.
[200] E.Erdoğan, 2008, s. 73.

etkenlerdi. Bununla beraber tekelin kaldırılmasını ve özel televizyon kanallarının kurulmasını isteyen kesimler ise, basın ve ifade özgürlüğünün tekelde kısıtlandığını ileri sürmüşlerdir. [201]

Bu tartışmalar sonucunda İngiltere'de yayıncılığın gelecekteki durumunu görüşmek üzere 1949'da Beverigde Komitesi isimli bir kurul kurulmuştur. Bu komite BBC ve İngiltere'deki yayıncılık potansiyeli üzerine geniş çaplı bir araştırma yaparak 1951 tarihinde raporunu sunmuştur. Bu raporda ise BBC'nin yayıncılık alanındaki tekelinin devam etmesi ve yayınlarında ticari baskılardan uzak bir kamu hizmeti görülmesi için reklam yasağının devam etmesi önerilmiştir. [202]

İngiltere'de yayıncılık alanında önemli gelişmeler, İngiliz geleneğinin bir sonucu olarak hep uzun süreli tartışma ve müzakereler sonucunda gerçekleştirilmiştir. Ancak bu süreç içinde kamuoyunun görüşlerinin alınması belli sınırlamalar içinde olmuştur. Yayıncılık alanındaki gelişmelerin tamamında İngiliz geleneksel yaklaşımı etkili olmuştur. Bu yaklaşım tarzı ise genel olarak uzlaşmayı ve yansızlığı sağlamak amacıyla günlük siyasi çekişmelerden uzak durmayı ifade etmektedir.

İngiltere'de nitekim bu türden müzakerelerin sonucunda 1954 yılında yayıncılık alanında devlet tekeline son verilmesine karar verilmiştir. 1955'te kurulan ITV ile televizyon yayıncılığında ilk kez özel girişime izin verilmiştir. Burada kamu hizmeti yayıncılığında olduğu gibi özel yayıncılıkta da yayıncılıkta sağlam temelleri bulunan ülkenin İngiltere olduğunu söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. Aynı şekilde, gelişen ve değişen İngiliz toplumunun ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması maksadıyla 1964'te BBC'nin ikinci kanalı olan BBC 2'nin kurulmasına karar verilmiştir. İngiltere 1954 yılında kabul ettiği yasa ile ikili sistemde yayıncılığa geçen ilk ülke olmuştur. 1955'te kurulan ITV (Independent Television) ülkenin ilk özel televizyon kanalıdır. Bu televizyon kurumu 15 bölgesel televizyon ortaklığıyla oluşmuş olan bir televizyon şebekesidir. ITV'yi oluşturan her bir televizyon istasyonu kendi programını kendisi üretmekle yükümlüdür. ITV'ye ulusal çapta bir

[201] E.Erdoğan, 2008, s. 73.
[202] J.Sarmaşık, 1994, s. 93.

program üretme hakkı tanınmamıştır. Buna rağmen programların yapıları çok farklı değildir ve programların yüzde doksanı ITV'yi oluşturan beş televizyon istasyonu tarafından üretilmektedir. [203]

İngiltere'de yayıncılık alanında yapılan yine uzun süreli müzakereler sonucunda 1981 yılında üçüncü bir kanalın daha açılmasına karar verilmiştir. 1982'de açılan Dördüncü Kanal (Chanel 4) ülkedeki dördüncü televizyon istasyonudur. Channel Four da ITV gibi özel ve bağımsız bir televizyon istasyonudur. Channel Four programlarının büyük kısmını kendisi üretmektedir. Kalan kısımlar ise bağımsız yapımcılar tarafında sağlanmaktadır.

İngiltere'de 1990 yılında çıkarılan yasa ile yayıncılık alanı yeniden bir düzenlemeye şahit olmuştur. 1990 yasası ile BBC kendi durumunu muhafaza ederken yeni bir özel televizyon kanalının daha açılmasına karar verilmiştir. Aslında bu kanalın kurulması daha 1988 yılında öngörülmesine rağmen 1990'lı yılların ikinci yarısında kurulabilmiştir. Avustralyalı medya devi Murdoch'un Sky TV'sinin de kurulmasıyla birlikte İngiltere'de yayıncılık alanında üçüncü özel kanalına kavuşmuştur.

İngiltere'de önceden belirlenen hükümler ve kurallar ile kanallar açılmıştır. İngiltere'de ikili yayıncılık sistemi 1955'ten bu yana bulunmaktadır. İngiltere'de açılan özel televizyon kanallarının da kamu hizmeti yayıncısı gibi hareket etme zorunluluğu vardır. Bu televizyonları denetleyen kurum ise 1990 yılına kadar Bağımsız Yayıncılık Otoritesi idi. (IBA- Indepentent Broadasting Authority). Hem ITV hem de Channel Four bu kuruma bağlı durumdaydılar. Ayrıca kablolu televizyon yayınlarının denetimi amacıyla da Kablolu TV Otoritesi bulunmaktaydı.[204] İngiltere'de 2002 yılında çıkarılan yasa ile OFCOM (Office of Communications) kurulmuş ve bir yıl sonra çıkarılan başka bir yasa ile çok geniş yetkilere haiz bir üst otorite pozisyonuna getirilmiştir. İngiltere'de kamu hizmeti yayıncılığı halen BBC ve yan birçok kanalı tarafından dünyaya örnek uygulamalar içeren faaliyetleri ile sürdürülmektedir.

[203] E.Erdoğan, 2008, s. 74.
[204] A.g.t., s. 75.

2.9.AVRUPA'DA DÜZENLEYİCİ KURULLAR İLE KAMU HİZMETİ YAYINCILARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Avrupa'da yayın yasalarının yürütülmesinden sorumlu birkaç düzenleyici otorite tipi bulunmaktadır. Yayın düzenlemesi genelde yayıncı kuruluşlara yayın lisansı verme, yayıncı kuruluşların yükümlülüklerini yerine getirip getirmediklerinin denetlenmesi ve bu yükümlülüklerini yerine getirmelerinde başarısız olmaları halinde onlara yaptırım uygulama yetkisini kapsamaktadır. Geleneksel olan bu işlevlerine ek olarak yayıncılık alanının düzenlenmesini ve eşgüdümünün sağlanmasını da düzenleyici otoritelerin yetkisine dâhil edilebilmektedir.

Yayın düzenlemesi devletin idari otoriteleri ya da mahkemeler (örneğin; temel hakların korunmasına ilişkin konularda) tarafından icra edilebilmektedir. Üstelik İngiltere ve Almanya gibi bazı ülkelerde kamu hizmeti yayıncılığı bir çeşit özdenetime de tabi olabilmektedir. Ancak, Avrupa'daki en genel uygulama; gerçekten de hükümet idaresinin hiçbir parçası olmayan ve hükümetin hiçbir kurumuna hizmet vermede bir alet olarak kullanılamayan özelliği ile bağımsız düzenleyici otoriteler/kurullardır. Genel olarak, bağımsız düzenleyici otoriteler, kamu yayıncılarının 1980'li yıllardaki tekel konumu ortadan kaldırıldığında ortaya çıkmışlardır. [205]

2.9.1. Kamu Hizmeti Yayıncıları Üzerinde Düzenleyici Otoritelerin İşlevleri ve Yetkileri

Avrupa ülkelerinde ortak nokta, Lüksemburg gibi istisnai ülkeler haricinde tümü, yayıncılığın düzenlenmesini bağımsız düzenleyici otoritelerin yetkisine

[205] RTÜK Rapor, *Avrupa'da Kamu Hizmeti Yayıncılığı,* (Hazırlayan, İrfan Erentürk), RTÜK, Ankara, 2009, s. 47.

vermişlerdir. Ancak, bu otoriteler arasında da görev, yetki ve yapısal farklılıklar bulunmaktadır.

"Görev" açısından Avrupa ülkelerinin büyük bir çoğunluğu en azından iki düzenleyici otorite tipine sahiptirler.

- Sırasıyla yayıncılık ve telekomünikasyonun düzenlenmesinden sorumlu olan düzenleyici otorite tipi. Ancak, İtalya (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) ve İngiltere (Ofcom) gibi bazı ülkelerin, görevinin hem yayıncılığı hem de telekomünikasyonu kapsadığı tek bir düzenleyici otoritesi bulunmaktadır.
- Avrupa'da düzenleyici otoritelerin birçoğu hem kamuyu hem de özel sektörü düzenlemektedir (Ör; Fransa'nın Conseil Supérieur de l'Audiovisuel veya Almanya'nın the Dutch Commissariaat voor de Media) Ancak, Almanya'nın Landesmedienanstalten adlı düzenleyici otoritesi sadece özel/ticari yayıncılığı düzenlemek yetkisine sahiptir.[206]

"Yetki" açısından düzenleyici otoriteler Avrupa ülkelerinde üç temel kategoride incelenebilmektedirler.

- Yayıncılık sektörünün tümünü idare etme yetkisi (ör; yayın lisanslarının ihalesi),
- Denetim yetkisi (programların izlenmesi, denetimi),
- Kural oluşturma yetkisi (Ör; yönetmelikler)

Burada da düzenleyici otoritelerin yetki çeşitliliği göze çarpmaktadır. Birçok Avrupa ülkesinde düzenleyici otorite lisans verme yetkisine sahipken bazılarında ise düzenleyici otorite ilgili Bakanlığa sadece Tavsiye Kararı hazırlayıp, sunmaktadır. Anglo-sakson sistemlerinde bolca bulunan bağlayıcı kurallar oluşturma yetkisi ise Avrupa'da tüm düzenleyici otoritelere verilmemiştir.

[206] RTÜK, 2009, s. 47.

"Yapısal" açıdan incelendiğinde Avrupa'da düzenleyici kurulların yapısı çok çeşitlilik göstermektedir. Almanya ve Belçika gibi federal ülkelerde yayıncılık Federal eyalet devletlerinin birer görevidir. [207]

2.9.2. Kamu Hizmeti Yayıncılığının Denetimi

Yayıncılık son derece ağır bir düzenleme yükü ile düzenlenmiş bir sektördür. Bir taraftan kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar bağımsızlıklarını idame etmek ve hükümetle mesafeyi korumak için iç denetim kurulları aracılıyla öz-denetim veya öz-değerlendirme yaparken bir taraftan da özel/ticari sektörün yayıncılık alanında öz-denetim adacıkları kurması için örnek oluşturacak bir kurumsal denetim mekanizmasını devam ettirmesi gereklidir. İlk olarak kablo ve uydu yayıncılığı ile ortaya çıkan ve daha sonra sayısal teknolojilere yayılan yeni türdeki hizmetlere ilişkin düzenlemeler, düzenleme ortamında birçok değişikliklere sebep olmuş ve düzenleyici otoriteler, daha detaylı hususlar üzerinde denetimlerini artırmışlardır.

Bu sebeple, Avrupa'da genel olarak karmaşık bir ortak-denetim ortamı bağlamında öz-denetime geçişe şahit olunmaktadır. Eğilim, düzenleyici otoritelerin tedbirler almaya devam edeceği yönündedir. Düzenleyici ortam, özerk mekanizmalar tarafından içeriğin denetlenmesine artan biçimde izin veren bir ortamdır. Düzenleyici otoriteler, denetimi daha üst düzeylere taşımaktadırlar (ayrıntılı rehber ilkeler, yargı usullerinin gözden geçirilmesi vb.).

Hem kamu hizmeti yayıncılığı sektöründeki hem de ticari yayıncılıktaki mevcut düzenleme çerçeveleri günümüzde inceleme altında bulunmaktadır. Tüm AB ülkelerinde lisans veren ve yayıncılığı denetleyen özel nitelikli düzenleyici otoriteler mevcuttur. AB'nde geleneksel olarak kamu hizmeti yayıncılığının uzun bir geçmişi bulunmakta ve genelde ticari ve kamu yayıncıları için ayrı düzenleyici otoriteler faaliyet yürütmektedir. Fransa ve İtalya'da ticari yayıncılar için yasa hükmüyle kurulan düzenleyici otoritelerin kamu hizmeti yayıncılığının

[207] RTÜK, 2009, s. 48.

denetlenmesinde ise sınırlı yetkileri bulunmaktadır. Her iki ülkedeki düzenleyici kurullar, kamu hizmeti yayıncısı kuruluşa yaptırım uygulatabilmektedir. Avrupa'da genel denetim ve yayın lisansı vermekle sorumlu olan düzenleyici otoriteler ayrı olabilmekte veya tek bir süper düzenleyici otorite altında birleşmiş halde olabilmektedir. Bu otoriteler, yayın ilkelerinin düzenlenmesi ve uygulamaya konmasına ilişkin olarak hükümetten önemli derecede özerk olabilmenin tadını çıkarmaktadırlar. [208]

Sayısal teknolojilerle yaşanan yakınsama yayıncılığı, telekomünikasyon ve internet ile yakınlaştırmıştır. Çünkü aynı tür içeriğin farklı ortamlardan dağıtılması mümkün olabilmektedir. Sonuç itibarıyla, tam yakınsama hala uzak gelecekte gerçekleşecek olmasına karşın birkaç düzenleyici otoritenin çeşitli işlevlerini tek bir çatı altında toplamaya dönük bir eğilim de günümüzde yaşanmaktadır (Ör; İngiltere'de Ofcom, İtalya'da AGCOM).

Bazı düzenleyici otoritelere medya çoğulculuğunun sağlanması açısından rekabete ilişkin düzenlemelerde bulunma görevi verilmiştir. Rekabet kurumlarının; telekomünikasyon, medya ve bilişim teknolojilerinin yakınsaması sonucu ortaya çıkan ortamlarda medya kuruluşlarının rekabetine ilişkin özel düzenlemelere uyumu takip etmesinde özel imkânları olmadığından yayıncılığın düzenlenmesinden sorumlu düzenleyici otoritelerin bu görevi üstlenmesi daha uygun bulunmuştur. [209]

Tüm Avrupa ülkelerinde gözlemlenen bir genel ilke de eğer düzenlenmiş bir ticari yayıncılık sektörü devletten bağımsız olmak zorunda ise düzenleyici otorite de hükümetten özerk olmak zorundadır. Aynı şekilde kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar günün hükümetinden bağımsız hareket edecek şekilde yapılandırılmışlardır. Yayıncı kuruluşların bağımsızlığı, bazı Almanya devletlerinde veya İngiltere'de olduğu gibi Kanun gücüyle kuvvetlendirilirken bazı ülkelerin kanunlarında bağımsızlık konusu yer almayabilmekte ve genelde bu ülkelerde yerleşmiş bulunan siyasi kültür, hükümetlerinin yayıncı kuruluşların bağımsızlığını zedeleyecek yetkilerini kullanmama yönünde hareket etmelerine sebep

[208] RTÜK, 2009, s. 48.
[209] A.g.r, s. 48.

olabilmektedir. Hükümetler, düzenleyici kuruluşlar üzerinde önemli denetim işlevlerini ana personel seçiminde ve bazı hallerde mali kararlar alarak da uygulayabilmektedirler. Ancak, ülkelerin kazandığı deneyimlere bakacak olursak gerçekte düzenleyici kurulların bağımsızlığının üyelerinin oluşumu ve atanmasına ilişkin kurallarda yattığı görülmektedir. [210]

Avrupa Birliği üyesi Devletlerin çoğunda kamu hizmeti yayıncılığı vergilendirme yoluyla finanse edilmektedir ve kamu hizmeti yayıncısı kuruluş yasal bir şirket olarak kamu yayıncılığı yapmaktadır. Burada kamu hizmeti yayıncısı kuruluş dendiğinde aklımıza İngiltere'de olduğu gibi ticari kamu hizmeti yayıncıları kuruluşlar aklımıza gelmemelidir. Ticari kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar, devlet yardımı veya kamu finansmanından yararlandırılmayan ancak, almış oldukları yayın lisanslarında kamusal yükümlülükleri olan yayıncı kuruluşlardır. Bilindiği üzere Avrupa Birliği Komisyonu, 1997 yılında AB'nin kurucu antlaşması olan Roma Antlaşmasına eklediği Amsterdam Protokolü'nde kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların yasal tanımını rekabet çerçevesinde yeniden tanımlamıştır. Dolayısıyla bu çerçevede ticari kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar olarak anlaşılmamalıdırlar. [211]

Birçok Avrupa ülkesinde kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların bağımsızlığı, kısmen de olsa bu kuruluşların kendi kendilerini denetlemelerine izin verilerek sağlanmaktadır. Kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar kanun ile kurulurlar ve öz-denetimleri yoluyla kendileri ile hükümet arasında bir mesafe oluşturma amacı güden birer kamu hukuku varlıklarıdır. Denetimleri kamu hizmeti kuruluşu kontrol eden iç birimleri aracılığıyla yürütülmektedir. Buna ek olarak bağımsızlıkları, İngiliz izleyicilere ödettirilen BBC'nin lisans ücretleri gibi uygun finansman düzenlemeleriyle beslene bilinmektedir. Kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların denetiminden sorumlu kurumsal birimler AB üyesi devletlerde değişiklikler sergilemektedir. Bazı ülkelerde bu tür birimler sosyal grupların temsilcilerini

[210] RTÜK, 2009, s. 49.
[211] A.g.r. , s. 49.

içermektedir. Yukarıda belirtilen fikre göre farklı toplumların farklı yaklaşımlarını şu iki ülkedeki örnekle verebiliriz. [212]

Avusturya:

Avusturya Yayın Şirketi (ORF) dört denetim birimi ile özdenetimini sağlamaktadır. Bunlar: Mütevelli Heyeti, Genel Müdür, İzleyiciler ve Dinleyiciler Komitesi ve Denetim Kurulu'dur. Görevlerini yerine getirirlerken bu Kurulların üyeleri, hükümetten herhangi bir talimat veya buyruk almaya tabi değillerdir. Ancak, atamaları farklı sektörlerin temsil edilmesini sağlayan kurallar çerçevesinde hükümet tarafından yapılmaktadır. Mütevelli Heyetinin 35 üyesi, federal hükümet tarafından Ulusal Meclisteki siyasi parti gruplarının oranları nispetinde ve siyasi partiler tarafından önerilen adaylar dikkate alarak atanmaktadır. Dokuz üyesi Avusturya'yı oluşturan devletler tarafından, dokuz üyesi ise Federal Hükümet tarafından atanmaktadır. Geriye kalan on bir üyenin altısı İzleyiciler ve Dinleyiciler Komitesi, beşi ise Merkez İşçi Sendikası tarafından atanmaktadır. Siyasi partileri temsil eden üyelerin dışında hiçbir üyenin herhangi bir siyasi parti üyesi ve çalışanı olmaması zorunludur. [213]

Mütevelli Heyetinin uyguladığı denetim işlevi, Genel Müdürün hazırlayacağı program rehber ilkelerinin, yapım ilkelerinin vb. onaylamakla yerine getirilmektedir. Bunun karşılığında Genel Müdür Mütevelli Heyetince atanmakta ve hükümetten hiçbir surette talimat almamaktadır. Genel Müdürün rolü kamu hizmeti yayıncısı kuruluşu yönetmek ve temsil etmektir.

Amacı izleyicilerin çıkarlarını gözetmek olan İzleyiciler ve Dinleyiciler Komitesinin otuz beş üyesi şu örgütler tarafından seçilmektedir: Federal Ticaret Odası, Avusturya Ziraat Odaları Başkanları Konferansı, Avusturya İşçi Sendikaları Konfederasyonu, Avusturya Ticaret Birlikleri Konfederasyonu, Meslek Odaları Birliği, Roma Katolik ve Protestan Kiliseleri vb. Bu komite programlamalarla ilgili

[212] RTÜK, 2009, s. 50.
[213] A.g.r., s. 50.

Tavsiye Kararları almakta ve Avusturyalı izleyici ve dinleyiciler tarafından ödenen lisans ücretlerinin miktarını belirlemektedir. [214]

Almanya:

Almanya sistemindeki federalist yapı, tüm kültür ve medya alanlarının sorumluluğunu federasyon devletlerinin üstlenmesini ve federal bir düzeyde merkezileştirilmiş bir düzenleyici otoritenin olmamasını zorunlu kılmaktadır. Her iki kamu hizmeti yayıncısı kuruluşun (ARD ve ZDF) hükümetten bağımsız idari konseyleri vardır. Almanya'nın yayıncılık sistemine getirilen federalizm, ZDF'nin denetiminde olduğu gibi içinde Almanya'yı oluşturan tüm federal devletlerin eşit bazda temsil edildiği bir yayın konseyi oluşturmak anlamına gelmektedir. Diğer taraftan ARD şebekesinin tekil yayıncı kuruluşları ise her birinin üye sayısı 19 ila 77 arasında değişen ayrı Yayın Konseyleri tarafından denetlenmektedir. Her bir üye dört ila dokuz yıllığına bu göreve atanmaktadır. Avusturya ve Danimarka'da olduğu gibi Almanya'da da kiliselerin, gazete ve kültür örgütleri, üniversiteler ve birlikler gibi farklı sivil toplum grupları bu konseylerde temsil edilmektedir. Diğer üyeler devlet yasama organları tarafından seçilmekte ve siyasi partilerin aday sayısı ise tüm üyelerin sayısının üçte birini geçmemektedir. Yayın konseyleri, (1) program ilkelerinin onaylanması ve ilkelere uyumun denetimi, (2) üst yönetime aday gösterme ve (3) finansman denetimi gibi denetleme yetkilerine sahiptirler. [215]

[214] RTÜK, 2009, s. 50.
[215] A.g.r., s. 50.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

3.1.TÜRKİYE'DE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Bu bölümde Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığının doğuşu ve gelişimi incelenecektir.

3.1.1.Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığının Doğuşu

Dünyada ilk radyo yayınlarının 1920'de ABD'de başlamasından kısa bir süre sonra 1927'de Türkiye'de düzenli radyo yayınlarına başlanılmış olmasına rağmen, düzenli televizyon yayınlarının Türkiye topraklarında başlaması oldukça gecikmeli bir biçimde gerçekleşebilmiştir. Nitekim İngiltere'de ilk kez 1936'da başlayan düzenli televizyon yayınlarının Türkiye'de başlaması ancak 1968'de kamu kurumu TRT'nin sayesinde gerçekleşmiştir. [216]

Türkiye'de 1960'lı yıllardan itibaren televizyona yönelik bir ilgi bulunmaktaydı. Dünyada televizyon yayınlarının artması ve buna paralel bir biçimde alıcı ve izleyici sayılarının da artması Türkiye'deki ilgili de cezp edecek türden gelişmelerdi. Bununla beraber Türkiye'de televizyon yayıncılığının tarihi sadece 1960'larla sınırlandırılamaz. 1960'lardan önce İstanbul'da, İstanbul Teknik

[216] E.Erdoğan, 2008, s. 80.

Üniversitesi (İTÜ) Türkiye'deki ilk televizyon yayınlarını gerçekleştirdi. İTÜ'nün 1952-1953 akademik yılında gerçekleştirdiği televizyon yayını bilimsel amaçlı olarak yapılan televizyon yayınlarıydı. Düzenli bir biçimde Cuma günleri saat 17:00 ile 18:00 arasındaki yayınları ancak çok kısıtlı bir kitle tarafından izlenebiliyordu. Bu kitle ise, 1960'lardan önce sadece üniversitenin binasındaki insanlardan oluşuyordu. Çünkü İstanbul'da henüz televizyon alıcısına sahip birileri bulunmamaktaydı. [217]

1960'lardan itibaren Türkiye'de televizyon yayınına yönelik çalışmalar da hızlandı. Bu dönemde televizyon alıcılarını alabilenler Türkiye'den önce televizyon yayınına geçmiş olan Balkan ülkelerinin yayınlarını izleyebilmekteydiler. [218]

Türkiye'de televizyonun kamuya yönelik bir kitle iletişim aracı haline getirilmesi amacıyla siyasi iktidarların da çabaları da bulunmaktadır. Bu amaçla ilk girişimler Demokrat Parti döneminde başlamıştır. Dönemin Basın Yayın Genel Müdürü olan Altemur Kılıç Türkiye'de televizyon yayınlarını yapacak kurumların nasıl kurulabileceğini araştırmak amacıyla kendisinin de başkanı olduğu bir komisyon kurmuş ve bu konuda da çalışmalar yaptırmıştır. Ancak 27 Mayıs 1960 darbesiyle Demokrat Parti iktidarı sona ermiş ve çalışmalar da istenilen seviyeye gelemeden sonuçsuz kalmak zorunda kalmıştır.

1963 yılında Federal Almanya hükümeti ile Türkiye hükümetleri arasında bir "teknik yardım" antlaşması imzalanmıştı. Bu antlaşmayla, Alman hükümeti Ankara'da bir Televizyon Eğitim Merkezi kurması ve bu merkezde televizyon teknisyeni ve program elemanı yetiştirilmesi çalışmaları başlanmıştır. 359 sayılı kanun ile Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun (TRT) kurulmasından sonra televizyon yayınlarına geçmek için çalışmalar hız kazanmış ve dışarıdan uzman getirilerek Türkiye'de televizyon yayınlarının yapılması için çeşitli raporlar hazırlatılmıştır. Yine aynı şekilde o dönemde sadece radyoya bakan TRT'nin üst

[217] http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0T%C3%9C_TV (21.04.2011)
[218] Özden Çankaya, *Dünden Bugüne Radyo-Televizyon*, 1. Baskım, Beta Yayınları, İstanbul, 1997, s. 30.

yönetiminde de özerkliğin etkisiyle televizyon yayınlarının başlatılması amacıyla bir olağanüstü arzu ve gayret bulunmaktaydı. [219]

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, Türkiye'de televizyon yayınlarının kurulması ile ilgili herhangi bir şey öngörülmemişti. Buna rağmen, eğitim ve ulusal bütünlüğün sağlanması amacıyla radyolardan daha etkin bir biçimde yararlanılması ve bu amaçla ülkenin her yerinde en az bir radyo istasyonun kurulması raporda hedef olarak belirtilmiştir. DPT'nin İkinci Beş Yıllık Planında ise radyoyla birlikte televizyona da değinilmiştir. Televizyon yayınları için gerekli şebekenin kurulması için ise her biri beş yılı kapsayan üç döneme yayılması belirtilmiştir. [220]

Televizyona değinen İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planının, Radyo ve Televizyon Özel İhtisas Komisyonu tarafından belirtilen gerekçesinde ise, televizyonun Türkiye'de sosyal değişimleri hızlandırabilmesi, mesleki kurslar aracılığıyla sanayinin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücünü yetiştirebilmesi, halkı milli değer ve düşünceler etrafında toplaması ve bu değerlerin diğer ülkelere tanıtılması açısından yararlı olabileceği ve bu nedenle devlet tarafından desteklenmesi gerektiği belirtilmiştir.

Özel ihtisas komisyonu tarafından altı çizilen bu gerekçeler televizyonun bir eğitim ve bilgilendirme aracı olarak kamu hizmetini yerine getirebilmesinin de televizyon yayıncılığı açısından ne kadar önemli olduğunu da göstermektedir. Nitekim komisyon tarafından belirtilen bu ilkeler daha sonra 1980 yılında UNESCO bünyesinde hazırlanan McBride raporunda daha detaylı biçimde ele alınarak, radyo ve televizyonun kamusal işlevlerini yerine getirebilmesinin benzer bir biçimde ifade edildiği görülecektir. [221]

Birinci Beş Yıllık Planda öngörülmemesine rağmen F.Almanya ile imzalanan antlaşma çerçevesinde Ankara'da Televizyon Eğitim Merkezi kurulmuş ve burada

[219] Ö.Çankaya, 1997, s. 31.
[220] http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan.asp (02.01 2011)
[221] Ö.Çankaya, 1997, s. 31

televizyon yayınlarının başlamasından sonra gerekecek teknik elemanın yetiştirilmesine başlanmıştır.

Bu eğitim merkezine F.Almanya'dan televizyon yayını yapmak için gerekli ekipmanlar da getirilmiş ve Ankara Televizyonunu kurulması için çalışmalara başlanılmıştır. Ankara'da deneme niteliğindeki ilk televizyon yayınları da TRT yönetiminin bu konudaki kararıyla 31 Ocak 1968'de yapılmıştır. Televizyon deneme yayınları yaptığı dönemde çok sınırlı biçimde yayınlarını sürdürebiliyordu. Haftada sadece üç gün boyunca televizyon yayınları yapılmaktaydı. Bu şekilde 1968 yılı boyunca sadece 454 saat televizyon yayını yapılmıştır. Bu yayınlar oldukça düzensiz olmasının yanı sıra profesyonel sayılabilecek yayınlar olarak da kabul edilmemekteydi.

3.1.2.Yayıncılıkta Devlet Tekelindeki Dönemde Kamu Hizmeti Yayıncılığı

Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de televizyon yayınları devlet tarafından kurulmuş özerk bir kurumun tekeline oluşturulmuştu. 1961 Anayasasının 121. maddesinin " Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir." şeklindeki hükmü bu konudaki devlet tekelini ve bu tekelin "özerk bir kamu kurumu" aracılığıyla kullanılabileceği belirtilmiştir.[222] Bu konudaki tekeli kullanma hakkını ise 24 Aralık 1963 tarihli ve 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Kanunu'nun 35. Maddesinin 1. Fıkrasındaki "9 Haziran 1937 tarihli ve 3222 sayılı Telsiz Kanunu ile ek ve değişikliliklerinde gösterilen elektromanyetik dalgalar vasıtasıyla ses, işaret ve resim vermeye yarayan tesislerden radyodifüzyon ve televizyon tesisi niteliğinde olanların kurulması ve işletilmesi hakkı, yalnız Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumuna aittir." Şeklindeki hükmü ile Türkiye'de televizyon istasyonlarını kurma ve işletme hakkının TRT'ye

[222] 1961 Anayasası, http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm (05.02.2011)

devredildiği belirtilmiştir. Bu şekilde özel girişim tarafından televizyon istasyonlarını kurma ve işletme hakkı hukuken mümkün değildi. [223]

1961 Anayasası, radyo ve televizyon yayıncılığını özerk bir kamu kuruluşuna vermesinin yanında, bu yayıncılığın bir kamu hizmeti olarak tarafsız bir biçimde yapılmasını belirtmiştir. Televizyon yayıncılığı, Türkiye'de başlangıcından itibaren bir kamu hizmeti olarak sayılmış ve bu hizmeti vermek üzere de özerk bir kamu hizmeti yayın kurumu biçiminde örgütlenmiş olan TRT kurulmuştur.

TRT 1968 ile 1971 yılları arasında hukuksal olarak özerk ve tarafsız bir kurumdu. Özerklik ve tarafsızlığın Anayasal olarak güvence altına alınmasının en önemli nedeni ise, iktidarların bu araçları bir kitle iletişim aracı olarak siyasi kullanımının önlenmek istenmesi gösterilebilir. Yeni anayasa ile bu tür kullanımın önüne geçebilmek için, TRT'nin iktidardan bağımsız bir anlayışla yönetilmesi kararlaştırılmıştır. [224]

1961 anayasası kamu hizmeti yayıncısı kuruluş TRT'ye her alanda özerklik tanımıştı. Bu özerklikler program yapımında, yönetimde ve mali konularda özerklikler olarak sıralanabilirler. TRT yayınlarının denetimi de ayrıca yine kurumun kendi içindeki organlar tarafından gerçekleştiriliyordu. Yayınların denetimi TRT Yönetim Kurulu, TRT Genel Müdürünün paylaştıkları yetkiyle denetlenmekteydi. Bu da TRT'nin 1971 yılı öncesinde son derece geniş bir özerkliğe sahip olduğunu ve kamu hizmetini uygun bir biçimde yerine getirebilmesi için son derece uygun bir ortama sahip olduğunu göstermektedir. [225]

Bununla birlikte 1961 anayasası ile hayata geçirilen özerklik kavramı çok uzun süreli olmamıştır. 1968 yıllarından itibaren yaşanan toplumsal gerilimler televizyon yayıncılığına da yansımış ve TRT'nin özerklik kavramı sorgulanmaya başlandı. Bu sorgulama sonucu 12 Mart 1971'de 1488 sayılı kanunla getirilen

[223] Kayıhan İçel, *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, 2001, s. 301.
[224] Jale Sarmaşık, *Radyo ve Televizyon Yayınlarının Denetim Yöntemleri*, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1993, s. 82.
[225] A.g.e., s. 85.

anayasa değişikliği ile TRT'nin özerkliği kaldırıldı ve bunun yerine tarafsız olması şartı getirilmiştir. [226]

Bu şekilde 1971 ile 1980 yılları arasında TRT'nin hukuki statüsü özerk olmayan, tarafsız bir kamu kurumu halinde düzenlenmiştir. TRT'nin tarafsızlığının, yönetiminde, denetiminde, yönetim kadrolarının oluşturulmasında ve her türlü televizyon yayınında göz önünde tutulması kararlaştırılmıştır. Ayrıca TRT'nin yayınlarında kamu hizmeti görmesi de yapılan yasal değişikliklere yansımıştır. Anayasanın 121. maddesi değiştirilmiş ve TRT'nin televizyon yayınlarında yerine getirmesi beklenen kamusal görevleri ise temel ilkeler biçiminde düzenlenmiştir. Bu kamusal görevler ise programların seçilmesi, işlenmesi ve sunulmasında kültür ve eğitime yardımcı olmalıdır. Ayrıca TRT'nin uyması gereken başka yükümlülükleri de vardı. Bunlar ise devletin anayasal özelliklerine ve genel ahlaka aykırı yayınlar yapmamak olarak sıralanmaktaydı.

TRT'nin yayınlarının denetimi de anayasal değişikliklerle birlikte küçük çaplı olarak değiştirilmiştir. TRT Kurumu içindeki denetim genel müdürlük ve yönetim kurulundan alınarak, yine kurum bünyesi içinde bulunan Denetim Müdürlüğü'ne verilmiştir. [227]

Türkiye'de her alanda etkisini gösteren 12 Eylül 1980 ihtilali, yayıncılık alanında da değişiklikleri beraberinde getirmiştir. 1961 Anayasasının yürürlükten kaldırılması ile bu anayasanın ürünü olan 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu yerine getirilecek başka bir kanun çalışmaları da başlamıştır. 12 Eylül rejiminden sonra kabul edilen 1982 anayasası ile yayıncılık alanını düzenleyen 133. maddesine ilave olarak, 2954 sayılı yeni bir Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası kabul edilmiştir.

11.11.1983 tarihli ve 2954 sayılı yeni radyo ve televizyon yasası 359 sayılı yasa ile benzer bir biçimde radyo ve televizyon istasyonlarının kurulmasını ve işletilmesini devlet tekeline bağlamıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığı, kamu tüzel

[226] Ö.Çankaya, 1997, s. 34.
[227] J.Sarmaşık, 1993, s. 96.

kişiliği şeklinde düzenlenen TRT'ye devredilmiştir. Yayıncılığın tarafsızlık ilkeleri çerçevesinde ve kamu hizmetine yönelik olarak yapılması da yine 2954 sayılı kanun ile TRT'ye yüklenen görevler arasındaydı. [228]

2954 sayılı kanunun en önemli etkisi hiç kuşkusuz üst düzey bir denetleyici ve düzenleyici organ olarak Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nu (RTYK) getirmiş olmasıdır. RTYK'nın temel işlevi yurt içine yapılacak radyo ve televizyon yayınlarının milli siyasete uygunluğunu saptayacak ilkeleri belirlemek ile radyo ve televizyonların kanunda belirtilen görev ve ilkelere göre gözetimi, denetimi ve değerlendirilmesini yapmaktadır. RTYK bir denetleyici organ olmasının yanında aynı zamanda bir düzenleyici organdı da. Nitekim 2954 sayılı kanunun 4. maddesine göre kendisine verilen görevlerden birisi de "…kamu kurum ve kuruluşlarıyla gerçek ve özel hukuk tüzel kişiliklerinin kapalı devre televizyon sistemi kurmaları ve işletmeleri Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu iznine tabidir." şeklinde belirtilmekteydi. [229]

Türkiye'de 1968 yılında başlayan televizyon yayınları deneme yayınlarının sona erdiği 1971 yılından itibaren, büyük bir gelişme göstermiş ve ülke çapında hızla yayılmaya başlamıştır. İlk olarak siyah beyaz olarak gerçekleştirilen yayınlar da ilk hedef yayınları tüm yurt çağında yaygınlaştırmak olmuştur. 1982 yılına kadar siyah beyaz olarak sürdürülen yayınlar bu yıldan sonra başlayan deneme yayınlarıyla birlikte büyük bir aşama kaydetmiş ve 1984 yılından sonra da itibaren TRT bünyesinde tamamen renkli televizyon yayınlarına geçilmiştir. [230]

1982 Anayasasının 133. Maddesi ve 2954 sayılı kanuna göre çalışan devlet televizyonu TRT, kanunda belirlenen hedefler doğrultusunda teknik kapasite ile kanal sayısına arttırmıştır. 2954 sayılı kanunun radyo ve televizyon yayınlarına ilişkin belirlediği temel ilkelerin belirtildiği 4. maddesindeki " Radyo ve televizyon yayınlarının dinleyici ve izleyiciye seçme hakkı tanıyacak şekilde birden fazla

[228] K.İçel, 2001, s. 325.
[229] http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.2954&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch (15.03.2011)
[230] K.İçel, 2001, s. 48.

kanaldan ve bütün yurt sathına yapılması şarttır." hükmüyle televizyondaki kanal sayısının artırılması da hedeflenmiş olmaktadır. [231]

Bu hedef doğrultusunda 1985'te TRT-2, 1989'da TRT-3 ile TRT-GAP televizyonu, 1990'da ise TRT-4 ile yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarına yönelik olarak TRT-5 veya diğer adıyla TRT-INT kanalı açılmıştır. Bu kanalların hepsi kamu hizmeti yayıncılığının temel ilkelerini yerini getirebilmek amacıyla genelden özele doğru bir sıralama göstermekteydi. TRT-1 ve TRT-2 kanalları daha çok güncel ve çoğunluğa seslenen program yapısına sahipken, TRT-4 eğitime, TRT-GAP televizyonu ise bölgesel yayıncılığa yönelik yayınlar yapmaktaydı. TRT-INT ise yurt dışındaki Türk vatandaşlarının da TRT yayınlarından yararlanabilmesi amacıyla açılmış bir kanaldı. Bu şekilde 1990'lı yıllara gelindiğinde Türkiye'de kamu hizmeti yayıncı kuruluş olan TRT toplam beş kanala sahip renkli ve çoğulcu bir yapıya sahip olarak yayınlarını sürdürmekteydi. [232]

3.1.3.Değişen Kamu Hizmeti Yayıncılığı

2954 sayılı kanun da radyo ve televizyonda devlet tekelini öngörmekteydi. Bununla birlikte Batı Avrupa'da 1980'li yıllardan itibaren başlayan yayıncılıkta özelleşme hareketleri Türkiye'yi de etkilemeye başlamıştır.[233] Türkiye'de de yayıncılık alanında özelleşme çeşitli nedense gittikçe artan bir biçimde tartışılmaya başlanmıştır. Yayıncılıkta devlet tekelinin artık kaldırılmasının gerektiğini savunanlar TRT'yi de yayınlardan dolayı eleştirmekteydiler. TRT yayınlarının eleştirilmesindeki temel noktalar TRT'nin gelişen toplumun gereksinimlerine uygun yayınlar yapamadığı, toplumdaki çok sesliliği yeterince ifade edemediği ve siyasi iktidarlar ile arasına mesafe koyamadığından hükümetlerin birer propaganda aracı haline geldiği şeklindeydi. Yine sadece reklâmlar yoluyla ayakta kalabilecek ticari televizyonların kurulmasının ekonomideki canlığı artırabileceği görüşü de yaygın bir biçimde savunulmaktaydı.

---

[231] E.Erdoğan, 2008, s. 86.
[232] Ö.Çankaya, 1997,s. 68.
[233] E.Erdoğan, 2008, s. 87.

Türkiye'de özel televizyonların kurulmasıyla ilgili çalışmalar 1980'li yılların ortalarına kadar uzanmaktadır. Birçok kişi ve kuruluş bu dönemde televizyonda kamu tekelinin kaldırılması ve özel yayıncılığa izin verilmesi amacıyla görüşlerini ortaya koymuş ve bu konudaki hazırlıklarını da yapmaya başlamıştır.

Özel televizyonların kurulmasıyla ilgili çalışmalar henüz 1985 yılında büyük basın şirketlerinin bu alana gösterdiği ilgiyle birlikte başlamıştır. Bu amaçla Milliyet gazetesi kendisine bağlı MTV (Milliyet Televizyon Şirketi) isimli bir şirket kurmuştur. Bu şirket televizyon yayınına başlamak teknik altyapı ve personel ile ilgili hazırlıklarını büyük oranda tamamlamış, ancak yayınlarına kanunen imkân olmadığından dolayı geçememiştir. Hürriyet gazetesinin de kendi bünyesinde kurduğu ART (Anadolu Radyo Televizyon) şirketi ile özel televizyon alanında öncü hareketleri oluşturmuştur. Sabah gazetesinin de içinde bulunduğu Mediagroup Holding de 1989 yılında özel televizyon için hazırlıklara başlamış ve aynı yıl Türkiye Gazetesi de TGRT (Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu) isimli şirketini kurarak bu özel televizyon kurma çalışmaları içinde yer almıştır. [234]

Türkiye'de televizyon izleyicisi kitle 1986'dan itibaren uzaydaki uyduları vasıtasıyla yabancı televizyon kanallarını izleyebilmekteydi. Yayın tekeli TRT'nin elinde bulunmasına rağmen, TRT'nin doğrudan doğruya Türkiye üzerine yapılmayan bu yayınlar üzerinde bir yaptırım yetkisi de yoktu. Günden güne artan çanak antenler vasıtasıyla daha çok sayıda insan yabancı TV kanallarını izleyebilme şansına sahip oluyordu. Bu şekilde TRT'nin de aslında yayıncılık alanında tekelinin kırıldığı sonucu çıkmaktadır. Bu arada PTT ise 1988'den itibaren uydudan aldığı televizyon yayınlarını kablo ile büyük kentlerde dağıtarak farklı bir uygulamaya yol açmıştı. PTT'nin kablolu televizyon yayını ile TRT'nin tekeli ortadan kaldırılması RTYK ile arasında sorunlar oluşturmaktaydı. RTYK, tekeli kırdığı gerekçesiyle PTT hakkında

[234] Vedat Demir, *Türkiye'de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması,* Marmara İletişim Dergisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, sayı: 7, İstanbul, Temmuz 1994, s. 182.

suç duyurusunda bulunacağını belirtmesine rağmen, PTT bu uyarıları dikkate almayarak abone sayısını genişletme yolunu seçmiştir.[235]

Türkiye'de televizyon yayıncılığı alanında bu fiili durum yaşanırken, 1989 yılında kurulan Magic Box isimli kuruluş "Star 1" adı altında Türkiye dışından 1990 yılının hemen başında yaptığı televizyon yayını ile Türkiye'de özel televizyon yayıncılığını başlatmıştır. Türkiye dışından anayasa ve kanunlarca koruma altına alınan TRT tekelini kıracak biçimde yayınlar yapan Star 1'in yayınları kısa sürede kamuoyu tarafından benimsenerek oldukça yüksek oranda izlenilirliğe ulaşmıştır. Ortakları arasında dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ı bulundurduğu gerekçesiyle, iktidar tarafından korunduğu iddia edilen Star 1 kısa sürede Türkiye çapında bir izlenirlik oranına ulaşmıştır. Bu televizyon kanalını Teleon, Show TV, Kanal 6, HBB, ATV, TGRT, Flash TV ve Kanal D gibi özel kanallar takip etmiştir. Bir süre sonra bunlara ilave olarak belediyeler tarafından kurulan çeşitli yöresel ve bölgesel kanallar da kurulmaya başlanılmıştır. Bu şekilde izinsiz bir biçimde yayına geçen kanallar, anayasa ve 2954 sayılı kanuna aykırı bir duruma gelmiş ve ardından da " fiili bir durum" yaratacak meşru olmaya çalışmışlardır. [236]

Türkiye'de 1989 yılında herhangi bir şekilde yasal düzenlemeye tabi olmadan başlayan özel televizyon ve bunun yanında radyo yayınlarının oluşturduğu bu fiili durum üç yıl boyunca göz ardı edilerek sürdürüldü. Kuralsız ve ilkesiz bir biçimde sürdürülen bu televizyon yayınları, yerleşik yayıncılık ilkelerinin dışında bir düzeni egemen kıldı. Herhangi bir biçimde frekans ve kanal tahsisleri yapılmadığından dolayı, istasyonlarını kuran ve teknik altyapısı hazırlayanlar da atmosferdeki sınırlı sayıdaki frekansların sahibi oldular. Reklam alınmasına ve gelir sağlanmasına rağmen vergiler ödenmedi ve programların yapımında ve sunumunda, haberlerin verilmesinde temel yayıncılık ilkelerine özen gösterilmedi. Tüm bu olumsuz özelliklerine rağmen, TRT'nin tekelindeki televizyon yayıncılığına alternatif olarak görülen bu kanallar halk tarafından benimsendi ve ilgiyle izlendi. Kamuoyundaki

[235] Ö.Çankaya, 1999, s. 84.
[236] V.Demir,1994, s. 183.

özel yayıncılığa karşı duyulan bu istek kuralsız bir biçimde yürütülen özel girişim televizyon yayıncılığının bir hukuki çerçeveye oturtulması gereğini ortaya koydu.

1990 yılından itibaren başlayan özel televizyon yayıncılığındaki fiili durum, önce 1982 Anayasasının ilgili 133. maddesinin değişimi, daha sonra Avrupa Sınır Ötesi Yayın Sözleşmesinin kabulü ve en son olarak 3984 sayılı kanunun yürürlüğe girmesiyle sona erdi. Bu düzenlemeler ile birlikte Türkiye'de özel girişim radyo ve televizyon yayıncılığı hukuksal bir temele oturmuş oldu. [237]

Türkiye'de özel girişim televizyon yayıncılığının yasal bir temele oturtulması için yukarıda da ifade edildiği gibi ilk girişim, 10 Temmuz 1993 tarihinde Anayasanın ilgili 133. Maddesinin değiştirilmesi olmuştur. Bu madde değişikliği ile Türkiye'de özel TV ve radyo istasyonu kurmak ve işletmek serbest hale getirilmiştir. Ayrıca bu değişiklik ile kamu televizyonu durumunda olan TRT'yi de tarafsız ve özerk olarak tanımlamıştır. Bu şekilde bu anayasa değişikliği ile TRT Kurumu tekrar özerk bir kamu hizmeti yayıncısı kurum haline gelmiştir dersek yanlış bir değerlendirme olmayacaktır. [238]

Avrupa Yayın Birliği (EBU)'nun 1989 yılında kabul ettiği ve üye ülkelerin imzasına açtığı "Avrupa Sınır ötesi Televizyon sözleşmesi" de Türkiye tarafından 1992'de imzalanmış ve 1 Mayıs 1993'ten itibaren yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşmanın amacı Avrupa Devletleri arasındaki televizyon programları hizmetlerinin sınır ötesinde dağıtımı ve izlenmesini kolaylaştırmaktadır. Türkiye bu anlaşma çerçevesinde uydu ve diğer şekilde alınabilen yayınlarında serbestliğini tanımıştır.

Özel yayıncılığın Anayasa değişikliği ile serbest bırakılmasına rağmen ilgili anayasa hükmünün de belirttiği gibi bu konularda daha ayrıntılı düzenlemelerin yer alacağı bir kanuna ihtiyaç duyulmaktaydı çünkü uygulamanın esasları bu kanunda gösterilmek zorundaydı. Bu uygulamada diğer konulara oranla çok geç kalındığı görülmektedir. Sonunda 13 Nisan 1994'te 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınlarını düzenleyen kanun kabul edilerek, bu konudaki yasal boşlukta

[237] Ö.Cankaya, 1997, s. 92.
[238] J.Sarmaşık, 1993, s. 119.

ortadan kaldırılmış oldu. Bu kanun ile gerek kamu televizyonu TRT gerekse diğer özel televizyonlar gerekli yasal düzenlemelere tabi kılındılar.

Bu kanun ile özel radyo ve televizyonların kuruluşu, mülkiyet yapısı, işletilmesi, denetimi ile ilgili ayrıntılı hükümler getirmiştir. Tüm özel radyo ve televizyon yayınlarının kamu hizmeti yayıncılığı temel ilkeleri çerçevesinde yapacağı yayınlarda uyması gereken temel ilkeler de yine aynı kanunda belirtilmiştir. [239]

3984 sayılı kanun temel ilkelerin gözetimi, yayınları denetimi ve yayıncılık alanında genel olarak düzenlenmesi için bağımsız idari bir otorite "Radyo ve Televizyon Üst Kurulu" (RTÜK) oluşturulmuştur. İktidar ve muhalefet parti veya partilerinin belirlediği adaylar arasından TBMM'de yapılacak seçimler sonucu seçilecek dokuz üyeden oluşan bu kurulun başlıca görevleri ise "ulusal ve bölgesel frekans planlaması yapmak, müracaatta bulunan özel radyo ve televizyonlara yayın, verici tesisi kurma ve işletme iznini ve lisansını vermek ve yayınların kanunla belirtilen ilkelere ve milletlerarası antlaşmalara uygunluğunu denetlemek" olarak sıralanmıştır. Daha öncede değinildiği üzere bu kanun uzun bir çalışmanın sonucunda 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında kanunun yürürlüğe girmesinin ardından mülga edilmiştir.

Bu kanunla RTÜK yayınlarla ilgili çeşitli yükümlülükler ve reklamlar ile ilgili çeşitli sınırlamaların uygulamasını ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine uygun bir biçimde ilgili yönetmelikler ve düzenlemeler de yapma yetkisine sahiptir. [240]

Mülga 3984 sayılı Radyo ve Televizyon yasası yayıncılık alanında uyulması gereken kurallarla birlikte, birtakım yaptırımları da beraberinde getirmiştir. Bu yaptırımlar ise, televizyon ile radyoların yasadaki izi şartları, yayın ilkeleri ve diğer hükümleri yerine getirmemesinden doğan idari nitelikteki uyarı, yayın durdurma cezası, para cezası ve yayın iptali cezası ile, kanunda belirtilmeyen hükümler

[239] J.Sarmaşık, 1993, s. 123.
[240] V.Demir, 1994, s. 187.

dışındaki ve gerçek suç niteliğinde olan eylemlere verilen müsadere, hürriyet bağlayıcı cezalar ve para cezalarıdır.

Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna verilen bir diğer önemli görev ise, denetim alanı içinde bulunan tüm kamu, özel ve kurum televizyonlarının kamu hizmeti anlayışı içinde yayınlarını yapmasını sağlamaktır. Bu açıdan televizyonların kanunda belirtilen norm ve esaslara uymaları denetlenir. Günümüzde en azından kamu hizmeti yayıncılık anlayışı, normatif olarak belirtilmiş olarak ve hem kamu televizyonu TRT'nin hem de özel televizyonların uyması gereken bir yükümlülük haline gelmiştir. Ancak daha sonra yayın ilkeleri ve de denetimi açısında TRT bu kanun hükümlerine tabi olmaktan çıkarılmıştır. Ancak kabul edilen 6112 sayılı yasa ile birlikte TRT tekrar denetim altına alınmıştır. [241]

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki 3984 sayılı kanun özellikle RTÜK'e verilen geniş yetkiler nedeniyle eleştirilmiştir. Özellikle özel televizyon kanallarına verilen sürekli yayını durdurma cezaları eleştirilen başlıca hedeflerdendi. Ayrıca mevcut yasa birden çok radyo ve televizyona sahip olma konusunda oldukça sıkı kurallara sahipti. [242]

Bu eleştiriler ve istekler nedeniyle, 2000 yılında TBMM'de başlayan çalışmalar sonucunda 2002 yılı mayıs ayında, Cumhurbaşkanından ve kamuoyundan bir kısmından gelen eleştirilere rağmen, 4756 sayılı yeni Radyo ve Televizyon Kanunu yasalaştı. Bu kanun eski kanunun birçok maddesinde yeniden düzenlemeleri öngörmekteydi. Bu kanun ile RTÜK'ün yayın durdurma cezalarına büyük sınırlama getiriliyor, özel radyo ve televizyon şirketlerinin hisse oranlarında yapılan değişiklikle, tekelleşmelerin de önü açılmış oldu. Çünkü bu kanunun en çarpıcı

---

[241] 6112 sayılı kanun madde 45, (1) 8 inci maddede belirtilen yayın ilkeleri ile bu Kanunun yayın hizmetlerinde ticarî iletişimi düzenleyen hükümleri, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu yayınları hakkında da uygulanır.(2) Söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ihlâlin niteliği açıkça belirtilerek Üst Kurulca uyarılır ve yükümlülüğün gereğinin yerine getirilmesi ilgiliBakanlığabildirilir.http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.6112&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= (03.04.2011)

[242] Ömer Serim, *Türk Televizyon Tarihi,* 1. Basım, Epsilon yayınları, İstanbul, 2007, s. 397.

hükümlerinden biri dinlenme veya izlenme oranı yüzde 20'yi geçmemek şartıyla birden fazla radyo veya televizyona sahip olabilmeyi serbestleştirebilmesidir. Türkiye şartlarında bu oranın en fazla yüzde 15-16 olduğu düşünülürse radyo veya televizyonda tekelleşme eğilimini ne kadar güçlendiren bir kanun olduğu görülecektir. [243] Kabul edilen 6112 sayılı kanun ile de birçok yeni uygulamaya girilmiş, sektördeki değişim ve büyüme takip edilmiştir.

Günümüzde Türkiye'de her ne kadar, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı bir kural olarak belirtilmişse de, radyo ve televizyon yayıncılığının özündeki sistem hem kamu hizmeti yayıncılığını, hem de ticari yayıncılığı birlikte sürdüren karma bir rejimdir. Kamu hizmeti yayıncılığı devletin tekelinde ve hem anayasa hem de kanun ile koruma altındadır.

Türkiye'deki karma sistem içinde yayınlarını sürdüren televizyonları şu şekilde üç grupta değerlendirebiliriz:

1-Kamu hizmeti yayıncılığı yapan televizyon ve radyolar,
2-Özel girişimcilerin elinde bulunan esasen tecimsel yayın yapan radyo ve televizyonlar.
3-Kurumlara bağlı radyo ve televizyon istasyonları. Bunlar kâr etmek amacıyla kurulmamış ve kurumların kendi hizmetlerini topluma daha iyi götürmek üzere kurulmuş televizyonlardır. Bunlar da birer kamu hizmeti yayıncısı olarak işlev görebilmektedirler. [244] Bu yayıncılara örnek olarak Polis radyosu, Meteor radyo gösterilebilir.

Kamu hizmeti yayıncısı olan TRT'nin televizyon kanalları, yasa ve yönetmeliklerle kendisine verilen görevlerin yerine getirilmesinden sorumludur. Bu amaçla toplumun çeşitli gereksinimlerini karşılayacak biçimde düzenlenmiş olan programlar yapmakla mükelleftir. Program türleri de bu çok yönlülüğün sonucu olarak eğitim, kültür, haber, eğlence, müzik, reklam ve drama biçiminde

[243] Ö.Serim, 2007, s. 398.
[244] A.Aziz, 2006, s. 205.

gruplandırılmıştır. TRT'nin başlıca görevi de öncelikle bu programlara yer verilmesini sağlamaktır. [245]

1998'te başlatılan TRT'nin yeniden yapılandırılması çalışmalarıyla, TRT televizyonları 2001 tarihinden itibaren yeni kimlikleriyle hizmet vermeye başlamıştır. TRT'ye bağlı altı kanal bulunurken bu kanalların program yapıları ise şu şekildedir:

TRT 1 kanalı, haber, drama, müzik, eğlence, spor, çocuk ve gençlik programlarından oluşan bir "aile kanalı".

TRT 2, (TRT Haber) haber, belgesel, eğitim, kültür, tartışma, açıkoturum, spor, sanat programlarının yer aldığı bir "bilgi kanalı".

TRT 3 (TRT Spor) ise belli saatlerde TRT GAP ve TBMM TV ile ortak biçimde yayınlarını sürdürmektedir.

TRT 4'de ise örgün ve yaygın eğitme yönelik programlar ile müzik programları yer almaktadır. Ayrıca TRT'nin yurtdışı yayınları ise, Türk dünyasına yönelik Türkiye'nin tanıtımı amaçlı yayınlar yapan TRT Türk ile Türklerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik yayın yapan TRT İNT kanalları tarafından gerçekleştirilmektedir.

Son yıllarda TRT yayınlarını genişletmiş ve kanal sayılarını artırmıştır. TRT bugün 15 televizyon kanalı, 6 ulusal, 6 bölgesel, 1 yerel, 2 uluslararası radyo kanalı, trt.net.tr ve trt.world.com üzerinden 35 dil ve lehçede yayın, teleteks yayını ve "TeleVİZYON", "Radyovizyon", "F1 Racing" ve "TRT Çocuk" dergileriyle Türkiye ve dünyaya yayın yapmaktadır.[246] TRT bünyesinde yayın hayatına giren son kanal ise TRT OKUL kanalı olmuştur.

[245] A.Aziz, 2006, s. 220.
[246] http://www.trt.net.tr/Kurumsal/anasayfa.aspx (19.10.2011)

Türkiye'de 1990 yılından itibaren başlayan özel yayıncılık ise günümüzde çok önemli bir noktaya ulaşmıştır. TRT'nin on üç televizyon kanalının yanında, özel girişimin elinde 248 televizyon kanalı bulunmaktadır. Bu kanalların dağılımı ise ulusal kanallar 24, bölgesel kanallar 15 ve 209 adet yerel TV kanalı bulunmaktadır.[247]

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2009 yılında yaptırmış olduğu "Televizyon İzleme Eğilimleri–2" kamuoyu araştırmasına göre ulusal kanallar içinde en çok izlenirliliğe sahip televizyon kanalları, Kanal D, ATV, Show TV, Star TV, Samanyolu TV, TRT Kanalları, NTV ve Kanal 7 ve FOX TVdir.[248] Bu kanallar günümüzde karasal, kablolu ve uydudan dijital olarak da yayın yapabilmektedirler. Ayrıca 2000 yılında hizmete giren dijital yayın servisi Digitürk ile 2006 yılında yayınlarına başlayan D-Smart da kablolu yayın benzeri bir sistem olan abonelik yolu ile yayınlarını sürdürmektedir.

Ulusal anlamda yayın yapan kanalların genel nitelikleri her türlü program türüne yer vermeleridir. Bununla birlikte NTV, CNN TÜRK, SKY TÜRK, HABER TÜRK, SAMANYOLU HABER gibi kanalların ise ağırlıklı olarak yayınlarında haber odaklı bir politika olduğu da görülmektedir. Diğer ulusal kanallar ve özellikle en fazla izlenirliğe sahip olanların ortak özellikleri çok fazla eğlenceye ve vakit geçirmeye yarayan programlara yer vermeleridir. Özellikle son zamanlarda Kanal D ve ATV kanalları yoğun bir biçimde dizilere yer vermekte Show TV yayın kuruluşu da yarışma programlarını öne çıkarmaktadır.

Türkiye'de özel yayıncılık alanında görülen bir diğer ortak nokta ise, bu kanalların kuruluş amaçlarını ve sahiplerinin yalnızca televizyon yayıncılığı ile değil, çok fazla alandaki yatırımlarıyla tanınıyor olmasıdır. Özellikle holdingleşme ve tekelleşme özel televizyonculukta sık görülen bir olgu halindedir. Örneğin, Doğan Yayın Medya Grubu, Star TV, Kanal D, CNN TÜRK ve D-Smart kanal buketleriyle medya da yoğun bir şekilde bulunmaktadır.

[247] Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı verileri.
[248] RTÜK, *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2,* 2009, Ankara, s. 85.

Türkiye'de özel televizyonculuk alanındaki bir diğer olgu da çapraz mülkiyetin sık rastlanan bir durum olmasıdır. Özellikle büyük televizyon kuruluşlarına sahip olanların, ayrıca gazete ve dergi işletmeciliği ile basında da faaliyet göstermesi bunu doğrulayan bir gelişmedir. Genel olarak, Türkiye'de izlenirlilikte doğru orantılı olarak, reklam pazarının özel televizyonlar ve kamu televizyonları arasındaki bölüşümü eşitsiz bir düzen göstermektedir. Reklam pazarı zaten Türkiye'deki özel televizyon sayısı karşılayabileceği orandan oldukça uzaktır. Reklâmcılıktaki eşitsizlikte, özel televizyonculuğun büsbütün eğlenceye dönük yayınlarını iyice artırmaktadır.

Günümüzde hem dünyada hem Türkiye'de yaşanan, kamu yayıncılığının finansmanı konusunda, reklam pazarının son derece yetersiz kaldığı bir gerçektir. Toplam on üç kanala sahip olan TRT'nin reklam ve izlenilirlik olarak özel televizyonların bir hayli gerilerde kalması dikkati çeken bir durumdur. TRT'nin finansman kaynağı olarak kullandığı ruhsat ücretleri, sübvansiyonlar ve reklam gelirlerinin açık hale getirmiş ve TRT böylelikle "kamu" ile "yayıncılık" arasında kalmıştır. Özel televizyonlar ise TRT'den daha geniş bir reklam pazarında ve daha az kısıtlayıcı bir şekilde büyümüş ve günümüzün oldukça hareketli rekabet ortamında kendilerine yer edinmişlerdir. [249]

Bu gelişmeler kapsamında Türkiye'de yayıncılık anlayışı, programların bilgilendirici, eğitici, güdeleyici, toplumsallaştırıcı işlevlerinin göz ardı edildiği ve yayın içeriklerinin önemsenmediği bir anlayış halini almıştır. Genel anlamda bu olumsuzlukların nedeni olarak ise şunlar gösterilebilir:

—Yayıncılıkta ahlaki sorumluluk anlayışının yerleştirilememesi,
—Yaptırımların yetersizliği ve uygulamadaki sorunlar,
—İletişim alanında yapılması gereken araştırmaların yetersizliği,
—Düzenleyici kuruluş RTÜK ile yayıncılar ve toplum arasındaki bilgi koordinasyonunun yapılamaması,

[249] Süheyla Öksüz, *Küreselleşmede Nasıl Bir Medya Düzeni?,* 1.Basım, Star Ajans, Ankara, 2003, s. 182.

—Özel televizyondaki özdenetim yoksunluğudur. [250]

3.2.ÖZEL TELEVİZYONLU ORTAMDA KAMU HİZMETİ ANLAYIŞI VE KAMUSAL İŞLEVLER

TRT'nin doksanlı yıllarla birlikte yayın tekelinin ortadan kalkmasından sonra yayıncılıkta kamu hizmeti anlayışı özel televizyonlu ortamda farklı bir boyut almış, özellikle ülkemizde yasa metinlerine giren bu ifade ile özel yayın kuruluşları da kamu hizmeti anlayışıyla yayın yapmak zorunluluğuna tabi olmak zorunda kalmışlardır. [251]

3.2.1. Televizyon Yayınlarında, Yayıncılık Politikalarının Yakınsaması

Televizyon yayıncılığının ve daha doğrusu tüm elektronik yayıncılığın, başlangıcından bu yana iki önemli yayıncılık politikası çerçevesinde yayınlarını gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu iki temel yayıncılık modeli ise, Amerika kıtasında gelişen ve televizyon yayıncılığının liberal ekonomik sistem içinde işlev gören bir araç olarak tamamen özel sektörün yürüttüğü bir ticari faaliyet olduğu " ticari yayıncılık modeli" ve temellerinin Batı Avrupa'da atıldığı ve basit bir şekilde yayıncılığın devlet tekeli biçiminde yürüdüğü "kamu hizmeti yayıncılık modeli" dir. [252]

Yayıncılık alanında özel ve kamu ilişkisi kapsamında, televizyon yayıncılığının kendi özgün kuralları ve biçimi olan üç temel yayıncılık politikası çerçevesinde geliştiği bilinen bir olgudur. Bu üç temel model ise, "kamu hizmeti yayıncılık sistemleri", " özel girişim yayıncılık sistemleri" ve " devlet yayıncılığı çekirdek sistemleri" olarak belirtilmektedir. [253]

---

[250] S.Öksüz, 2003, s. 184.
[251] 3984 sayılı kanun, madde 4 giriş bendi.
[252] C.Pekman, 1997, s. 6.
[253] Erol Mutlu, *Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali*, İmge Yayınları, Ankara, 2001, 51.

Yayıncılığın iktisadi, siyasi ve ideolojik gerekçeler ile oluşturulan bu farklılaşmalar temel olarak, yayıncılık alanındaki politikaların temel konularını da etkilemektedir. Bu temel konular ise:

∗Yayın kurumlarının yapısı ve örgütlenmesi,
∗Finansmanı,
∗Teknolojisi,
∗İçeriği,
∗İzler kitleleridir.

Günümüzde yaşanan hızlı globalleşmenin, her alanda olduğu gibi televizyon yayıncılığını da etkilediği bir gerçektir. Globalleşmenin, yayıncılık alanında oluşan bu üçlü yapıyı da hızla dönüştürdüğü ve tek bir modele doğru götürdüğünden söz edilmektedir. [254]

1980'lerden itibaren Avrupa'da yaşanan gelişmeler, kamu yayıncılığının istikrarlı ve düzenli yapısını da etkilemiştir. İletişim teknolojilerindeki yeni gelişmeler, serbest piyasa ekonomisinin güçlenişi, rekabetçilik, verimlilik, iletişim alanında kültürel işlevlerinden çok ekonomik işlevlerinin öne çıkması, Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığının değişimini ve yeni bir yayıncılık ortamının oluşmasına neden olmuştur. Bu yeni yayıncılık ortamının oluşmasındaki temel nedenleri ise şu şekilde sıralayabiliriz:

—Yayıncılık alanında teknolojik gelişmelerin hızlanması, uydu ve dijital yayıncılığın gelişmesi ile karasal yayıncılığın önemini yitirmesi ve yaşanan enformasyon devrimi,
—Özellikle Komünist Bloğun çökmesiyle devlet yayıncılığının çözülmesi,
—Gelişen ekonomik şartlar neticesinde, piyasaya dayalı yayıncılığın gelişmesi ve daha önce yayıncılığın devlet tekeline bağlı olduğu ülkelerde özel televizyonların ortaya çıkmasıyla oluşan karma yayıncılık sistemleri,

[254] E.Mutlu, 2001, s.52.

—Kamu hizmeti yayıncılığının dayandığı temel dayanaklar olan "kamu çıkarı" ile "ulusal kültürün muhafazası" alanında görülen değişimler,

İletişim alanındaki mülkiyet ilişkilerinin değişmesiyle birlikte, farklı medyaların (gazete, radyo, televizyon) birlikte sahip olduğu çapraz mülkiyetin gelişmesi. [255]

Günümüzde yayıncılık alanında oluşan durumu, özellikle bu gelişmeler ışığında ulusal yayıncılık sistemleri arasındaki bir "yakınsama" olarak ele alabiliriz. Özel ve kamu yayıncılığı alanında, bu iki sistemin ağırlıklı olarak uygulandığı Amerika ve Avrupa kıtasındaki gelişmelere bakıldığında her iki sistemin de birbirinden büyük ölçüde etkilendiği ve bu şekilde yeni uygulamalarını hayata geçirdiğini görebiliriz. Avrupa'da 1955'te, İngiltere'de ilk özel televizyon yayıncısı şebekesinin devreye girmesi ve Amerika'da da 1969'dan itibaren kendine özgü bir kamu hizmeti yayıncısı kuruluşun kurulmasıyla birlikte her iki sistem arasında belirgin bir "yakınsama" hareketi görülmüştür. Bu açıdan yaklaşıldığında hem Avrupa hem de Amerika'daki yayıncılık sistemleri için karma bir yayıncılık rejimine dönüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca 1989'dan itibaren hızla çözülmeye başlayan Doğu Bloğu ülkelerinin geçirdiği değişimlerle birlikte, Doğu Avrupa'da demokratikleşme çabalarının bir ürünü olarak, yayıncılık alanında görülen hızlı özelleşme, bu ülkelerin yayıncılık rejimlerinin kurduğu TV kanallarının oluşturduğu bir karma rejime götürmüştür. Bu şekilde Amerikan ve Avrupa sistemi kapsamındaki televizyonlar, aslı itibariyle özel yayıncılığın üstünlüğü ile yeni ve küresel bir yayıncılık modeline doğru gitmektedirler. Bu karma rejimlerde, özel yayıncılığın daha üstün olmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Özel yayıncılığın daha esnek olması ve kamu yayıncılığında yaşanan bunalım bunların sebeplerinden sadece bazılarıdır. [256]

[255] E.Mutlu, 2001, s. 28.
[256] A.g.e., s. 53.

3.2.2.Televizyon Yayıncılığında Ticarileşmenin Kamusal Yayıncığa Etkileri

Televizyonda ticarileşme, en basit anlatımıyla şu şekilde tanımlanabilir: " Enformasyonun ve kültürün piyasa yapısı içinde kâr amacıyla üretimi ve arzı." Ticarileşme olgusunun, kamu hizmeti yayıncılığı içindeki varlığı ise, kamusal yayıncılığın finanse edilmesinde reklam gelirlerinden belli ölçüde kullanılması ve özellikle Avrupa'da İngiltere'de ITV ile başlayan bir uygulama olarak, kamu hizmeti yayıncılığı konusunda bazı ticari televizyonlara yer verilmesiyle gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, kamusal yayıncılık kavramı içinde ticarileşme oldukça zayıf bir biçimde tezahür etmiştir. Televizyon yayıncılığı içinde ticarileşmenin en ileri biçimi ise, tamamen özel sermayeye ait, reklam ve sponsorluk gelirine dayanan, ticari bir işletme mantığı ile yönetilen ve yayınlarının içeriği bakından herhangi bir kamusal düzenlemeye tabi olmayan yayıncılık kurumları olarak gösterilebilir. [257]

Yayıncılıkta ticarileşme olgusu, Amerikan yayıncılık politikası açısından hiç de yabancı olmayan bir durumdur. Çünkü Amerika'da yayıncılık sistemi en başından buyana ticarileşmeye dayanmaktaydı. Avrupa'da kamu yayıncılarının var olduğu yayıncılık ortamında ise bu olgu yabancı bir durumdur. Avrupa'ya ise yayıncılıkta özelleşme ve ticarileşme olgusu, "deregülasyon" süreci sonucunda gelmiştir. Bununla beraber Avrupa'da 1955 yılından itibaren özel yayıncıların da var olduğunu bilmekteyiz. Deregülasyon Avrupa'da 1980'lerin başından itibaren yaşanan bir süreçtir. Deregülasyon, "Pazar ekonomisinin yeniden yapılandırılması ve devlet müdahalesinin en aza indirilmesi doğrultusunda, özellikle tekelleşmeyi önlemek üzere oluşturulmuş olan ayrıntılı yasal düzenlemelerin piyasanın serbestçe çalışmasına engel olduğu gerekçesiyle ekonominin belirli sektörlerini çevreleyen mevzuatın azaltılması, serbestleştirilmesi." anlamını taşımaktadır. Deregülasyonun, televizyon yayıncılığı konusundaki uygulaması ise, yayıncılık alanındaki devlet tekellerinin kaldırılması, yayıncılığın yönetimi, finansmanı ve programcılığı düzenleyen mevzuatın esnekleştirilmesi ve serbestleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Deregülasyon süreci sonucunda, televizyon yayıncılığında,

[257] C.Pekman, 1997, s. 80.

kamusal yayıncıların tekelleri sona ermiş ve özel girişime ait televizyon kuruluşları fiili olarak yayına başlayarak, yayıncılık alanında özelleşme sağlanmıştır. [258]

Avrupa'da İkinci Dünya Savaşı sonrasında kamusal iletişimin temel unsuru haline gelen, kamu hizmeti yayıncılığı kurumlarının yanında, özel yayıncı kurumlarının da yer aldıkları karma bir sistem medyana gelmiştir. Televizyon yayıncılığı alanında yaşanan bu süreci birçok bakımdan değerlendirmek mümkündür. Televizyon yayıncılığındaki özelleşme isteğini, sadece liberal hükümetlerin özelleştirmelere vermiş oldukları desteğe veya bu doğrultuda uygulamış oldukları politikalara bağlı olarak açıklamak net bir sonuç ortaya koymamızı engelleyebilir. Televizyon yayıncılığı alanındaki özelleşme hareketinin en önemli nedenlerinden birisi de teknolojik ve ekonomik gelişmelerle birlikte bir "enformasyon toplumu" olacağı varsayılan geniş kitlelerin ihtiyaçlarına cevap verilmesi amacıyla, ulusal telekomünikasyon, enformasyon ve yayıncılık alanlarının yeniden yapılandırılması ve güçlendirilmesine dönük istektir. Bu alandaki iyileştirmenin ise, yapılacak özelleştirmeler ve kuralların esnekleştirilmesi ile yayıncı kurumlar arasında sağlanacak rekabetin, kitleler açısından, televizyon hizmetlerinin daha kaliteli ve ucuz biçimde alınabileceği ve bu durumun hem tüketiciler hem de sektör açısından olumlu sonuçlar doğurabileceği öngörüsüne dayanıyordu.[259]

Yayıncılık alanının özel ve ticari girişimlere tamamen açılması bazı sakıncaları da beraberinde getirmekteydi. Eğer yayıncılık alanı sıkı kurallarla düzenlenmeyecek olursa, kamu yayıncılarının bu alanda özel yayıncılarla rekabet edemeyeceği çok açıktır. Çünkü özel yayıncılık, kamu yayıncılığına oranla birçok önemli avantajı içermektedir. Özel yayıncılar, pazarın eğilimlerine göre, piyasa şartlarına daha kolay uyarlanma şansına sahiptir. Yeniliklerin benimsenmesi ve uygulanması konusunda daha rahat hareket etme kabiliyetleri bulunmaktadır. Ayrıca yayıncılılık ve yayıncılık dışı faaliyetlerini piyasanın taleplerine göre daha serbestçe düzenleyebilirler. Kamusal sorumlulukları, kamu yayıncılarına oranla daha az düzeydedir. Yayıncılığı bir ticari-ekonomik faaliyet alanı olarak görmelerinden dolayı, verimliliğe ve özellikle maliyet verimliliği esasına göre çalışabilirler.

[258] C.Pekman, 1997, s. 81.
[259] E.Erdoğan, 2008, s. 114.

Teknolojik yeniliklerin öngördüğü, yeni gelir kaynaklarını tespit edip, buralara daha önceden girebilme şansına sahiptirler. Ayrıca istihdam ve personel konularında daha esnek davranabilme ve maliyetlerini bu şekilde azaltabilme olanağına sahiptirler. Bu ne bunun gibi bir çok neden, özel yayıncılığı kamusal yayıncılık karşısında avantajlı duruma geçirirken, kamusal yayıncılığın ise rekabet şansını azaltarak, yayıncılıkta zorlanmalarına neden olmaktadır.

Yayıncılıkta yaşanan yoğun deregülasyon ve liberalleşme süreci, yayıncılığın başat bir biçimde ekonomik faaliyet alanı olduğu fikrinin genel kabul görmesini ve bu şekilde yayıncılığın ekonomik boyutunun öne çıkartılarak, kültürel boyutlarının önemsizleşmesine neden olmuştur. Bu durum ise, kamu hizmeti yayıncılığı kurumlarının günümüzde en çok "verimlilik" açısından sorgulanmasına neden olmuştur. Bunun yanında, özel yayıncılığın reklamı önemseyen yayıncılık anlayışlarının bir sonucu olarak, "eğlence"ye ağırlık veren yayın politikaları ve buna karşılık kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlarının en başta halkın eğitilmesi ve aydınlatılmasına önem veren politikalarını sürdürmesi neticesinde, büyük oranda izleyici kaybetmesi ve özel yayıncılığın oldukça gerisinde kalması da kamusal yayıncılığın ve kamu hizmeti yayıncılığının pratik anlamda da tartışılır bir konuma gelmesine neden olmuştur. Bu tartışma ise doğrudan kamu hizmeti yayıncılığı işlevi ile halkın talep ettiği popüler yayıncılık işlevi ile ilgilidir. [260]

Kamu hizmeti yayıncılığının verimlilik konusunda tartışılması noktasında öne sürülen bir diğer tez ise, genel anlamda kamu sektöründe ileri gelen bir krizdir. Yani sadece yayıncılık sektörüne has bir durumdan bahsedilmemektedir. Kamu sektörünün yapısı ve işleyişindeki aksaklıklar, kamunun tüketilmiş olduğu kaynaklar ile üretim faaliyetleri ve bu üretim faaliyetlerinin sonuçları arasında gittikçe artan bir orandaki dengesizlik, kamusal yayıncıların da mevcut durumlarını zorlamaktadır. Bu kurumların, gelir kaynakları olarak büyük ölçüde kamusal kaynaklara (ruhsat ücretleri, vergiler, kamusal fonlar vb.) ihtiyaç duymaları bu kurumların siyasi iktidarlarla olan ilişkilerini de etkilemiş ve siyasi baskı ve eğilimlere açık bir hale gelmelerine neden olmuştur. Bu durum aslında bu sakınca ve ithamın yanında,

[260] C.Pekman, 1997, s. 59.

muhalifin de bu yayıncılar üzerindeki baskısını artırmış ve sürekli "iktidarın, hükümetin borazanı –yandaşı" suçlamalarına uğramasına sebebiyet vermiştir. [261]

3.3. KAMU HİZMETİ VE KAMU YARARI SORUNU ÇERÇEVESİNDE KAMU VE ÖZEL TELEVİZYONLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yayıncılık alanında kamu hizmeti olgusu, 21. Yüzyılda farklı değerlendirmelere açık görülmektedir. Bu değerlendirmeler içinde iki konu öne çıkmaktadır. Birisi, kamusal yayıncılığın ticari yayıncılığın olduğu ortamda var olup var olamayacağı sorunu diğer ise kamusal yayıncılığın var olacaksa bunu nasıl başarabileceği konusudur.

Kamusal yayıncılığın ve buna bağlı olarak, kamu hizmeti yayıncılığının özel kanalların da var olduğu çok televizyonlu bir ortamda var olmayacağı tezini öne sürenlerin iki dayanak noktası bulunmaktadır.

1-Televizyon kanallarının çok olduğu bir ortamda kamu yararını gözeten devlete bağlı bir kuruluşa gerek kalmayacaktır,
2-Kamu yayıncılığının sürdürülmesi, maliyet ve izlenirlik açısından etkin olmayan bir duruma gelecektir.

Kamu hizmeti yayıncılarına gerek kalmadığı yönündeki bu karşı tezlere rağmen, kamusal yayıncılığın yayıncılık alanında çok önemli olduğu da kabul edilen gerçeklerden birisidir. Kamusal yayıncıların sahip oldukları kendilerine özgü özellikler, kamu hizmeti yayıncılığını da gerekli kılan etmenlerin başındadır.

Bu etmenlerin başında hiç kuşkusuz, yayınlara erişim gelmektedir. Son dönemlerde yayıncılık alanında yaşanan önemli teknolojik gelişmeler bu etkenin öneminin sorgulanmasına neden olsa da erişim hala güncelliğini koruyan bir

[261] E.Mutlu, 2001, s. 53.

maddedir. Kamusal yayıncılar, yapmış oldukları hizmetin bir gereği olarak, bulundukları ülkelerin coğrafi ve nüfus olarak tümünü veya büyük çoğunluğunu kapsamak zorundadır. Ticari televizyonların, ulusal anlamda yayın yapanları hacrinde birçoğu için bu bir zorunluluk değildir. Bu tür televizyonların erişim alanındaki temel arayışı potansiyel tüketici kitlelerin bulunduğu bölgelerin kapsam altına alınması gelmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığını gerektiren diğer etmenler ise yayın kalitesi, seçim ve çeşitlilik, medya alanında görülen tekelleşmeler ile izleyicilerin korunmasıdır. Kamusal yayıncılar, izlenme oranı yüksek olmayan ve yüksek bütçeli programlar hazırlamasalar dahi, kaliteli programlar hazırlama kapasitesine sahiptirler. Bu ise, bu kurumların izleyici kitlensin gereksinimlerine en iyi cevap verebilecek şekilde gerçekleştirdikleri program vasıtasıyla olmaktadır. Yine, kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar programlarda, seçim ve çeşitliliğe, sıradan bir ticari televizyondan daha fazla önem vermektedirler. Farklı beğenilere ve ihtiyaçlara cevap verebilecek, geniş bir program yelpazesi içinde yayıncılık yapmaktadırlar. Kamusal yayıncılığın, günümüzde özellikle çapraz medyalara sahip olma yolunda yaygınlaşan tekelleşme sürecinde, yayıncılık alanında dengeleyici bir rol oynayacağı açıktır. Dünyada ve Türkiye'de birçok önde gelen özel yayın kuruluşları bir gazete ile ilişki içindedir. Tüm yasal düzenlemelere rağmen, çapraz biçimde sermaye birikimine gitmeleri, kamu yararını olumsuz yönde etkileme ihtimali olan bir durumdur. Bu durumda yaşanan sıkıntılar, kamusal yayıncılığın önemini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır.

Kamusal yayıncılığın önemini koruduğu bir diğer nokta ise, izleyici kesimlerin korunması noktasında kendisini göstermektedir. Ticari yayıncılığın da yer aldığı, karma bir yayıncılık ortamında izleyicilerin korunması yönünde daha ciddi önlemlerin alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Kamusal yayıncılarının, kamu hizmetini gerçekleştirme sürecinde bu konuyu daha hassas yaklaşabildikleri bilinen bir durumdur. [262]

[262] E.Mutlu, 2001, s. 16.

Kamu hizmeti yayıncılığı, 21. yüzyılda farklı biçimde tanımlanmaktadır. Günümüzde her türlü ihtiyacın, rekabet ortamında tatmin edilmesi olgusu, kamu yayıncılarının gerekliliğinin de sorgulanmasına yol açmıştır. Birçok ülkede, yayıncılığın düzenlenmesi, alanında çalışan otoriteler, ticari yayıncılık kurumlarını, kamu hizmet ilkelerine göre yayın yapma konusunda zorlamaktadırlar. Gerçi hem bu otoritelerin, özel televizyonlara "kamu hizmeti" ni ne şekilde benimsetebildikleri hem de bu özel yayıncıların "kamu hizmeti" ni nasıl yerine getirebildikleri tartışılabilir bir konu olmasına rağmen normatif olarak böyle bir düzenleme mevcuttur. Ancak, buradaki durum özel yayıncılığı savunanlar açısından, özel televizyonların kamu hizmeti yayıncılığı yapabildikleri, kamusal işlevlerini yerine getirebildikleri ve bu şekilde bir kamu yayıncısına ihtiyaç olmadığı şeklinde yorumlanabilmektedir. Yani bir bakıma "bir kamu yayıncısına ihtiyaç yoktur" mesajı verilmeye çalışılmaktadır. Ticari yayıncılığın, kamu hizmetini hakkıyla yerine getirebileceği savunulmaktadır. Bu şekilde, halkın vergileriyle finanse edilen bir kamu hizmeti yayıncılığının anlamsız ve yanlış olacağı da belirtilmektedir.

Buna rağmen kamu hizmeti yayıncılığının sürdürülmesi önemli bir olgu olarak görülmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığı ile kamu yararına ulaşılması ve yayıncılık ortamında dengenin kurulması sağlanabilir. Yine kamu hizmetine yönelik olarak yayıncılık yapılan bir ülkede mali ve hukuksal anlamda kamusal yayıncılar desteklenerek, toplumun her kesiminin her türlü program türündeki talep ve ihtiyaçları giderilmelidir. [263]

Kamu hizmeti yayıncılığının, 21. yüzyılda var olmasını sağlayacak etkenlerden birisi olarak değerlendirilirken, kamu hizmeti yayıncılığı ile özel yayıncılığın bağdaştırılması gerektiği noktasında, iki farklı görüş bulunmaktadır. Bunlar normatif ve teknolojik söylemler çerçevesinde şekillenmektedir. Bu iki söylemin farklı olmasının temelinde ise "kamu yararının" tanımlanması bulunmaktadır. Yayıncılık alanında klasik anlamda kamu hizmeti "toplumun eğitilmesi ve aydınlatılması" ilkesine dayamaktadır. Normatif yaklaşım çerçevesinde, televizyon yayınları topluma modern demokratik hayatın gerekleri çerçevesinde

[263] E.Mutlu, 2001, s. 18.

ortak yararlar sağlamalıdır. Bu yaklaşıma göre ise kamu, bir ülkenin ortak çıkarlara sahip vatandaşlarından oluşmaktadır.

1980'lerden itibaren gelişen ve ekonomik argümanlara dayanan teknolojik söyleme göre ise kamu yararı, yayıncılık hizmetlerinin ucuz, etkin ve verimli şekilde sağlanmasıdır. Bu açıdan kamu hizmeti olgusunu, kurallar ve düzenlemeler yoluyla sağlanabileceğini ileri süren normatif söylemin tersi bir anlayış benimsemiş gözükmektedir. Teknolojik söylem, kamu hizmeti yayıncılığının, teknolojinin sunduğu, "dar yayıncılık, abone yayıncılığı, izleme başına ödeme" ve "interaktif yayıncık" gibi olanakların ticari olarak kullanılarak, tüketicilerin özgür iradelerini kullanmalarının sağlanmasıyla gerçekleşebileceği iletişim alanındaki egemenliğin, yayın kurumları ve yayıncılığı düzenleyen otoritelerin değil, tüketici ve yapımcıların olacağını savunmaktadır.

Hem normatif söylem hem de teknolojik söylem açısından özel televizyon sistemin vazgeçilmez birer unsuru olarak görülmektedir. Normatif söylem ise özel televizyonların kar elde etme olgusunu toptan reddetme eğiliminde olmamakla birlikte, yayıncılığın sadece para veya nüfus alanı olarak görülmesine karşı durumdadır. Bu nedenle yayıncılık alanının bu tür yapılanmalara engel olacak yasalar veya kurallarla düzenlemesi gerektiğini belirlemektedir. Teknolojik söyleme göre, kurallar ve yasalar rekabet ortamını olumsuz etkilememekle birlikte, yeni teknolojik olanaklarla iyice gelişen televizyon yayıncılığı alanının, normatif olarak düzenlenmesinin imkânsız ve lüzumsuz olduğunu ileri sürmektedir. Teknolojik söylemi savunanlar, yeni dijital, uydu ve kablolu yayıncılık teknolojilerinin izleyici kitleler üzerinde farklılaşmalarına neden olacağını ve bu farklılaşmalar sonucunda da, kamu yayıncılığının temel prensiplerinin artık geçerli olamayacağı bir yayıncılık düzeninin oluşacağını belirtmektedirler. Bunun ise, televizyon izlemenin kamusal bir faaliyet olmaktan çıkarak, bireysel istek, ihtiyaç ve tercihlere göre belirlenen bir faaliyet olacağı öngörüsüyle iddia etmektedirler.

Teknolojik söylemin ortaya koyduğu bu görüşlerin henüz yeteri kadar doğrulandığı söylenemez. Ayrıca teknolojik söylem bu tür bir zenginlik ve

serbestlikten bahsederken, özellikle yeni teknolojik olanaklar için izleyicilere yüklenen maliyetler, kanal sayısı ile orantılı olarak program zenginliği ve programların kalitesi gibi konularda ise oldukça yetersiz durumdadır.

Normatif söylem ise, daha olanaklı bir proje olarak görülmektedir. Bu görüşün, karma yayıncılık sistemindeki zaafların belirlenmesi ve buna uygun tedbirlerin alınmasından yana olan teorisi, yayıncılık alanında daha iyi bir alternatif olarak görülmektedir. Bununla birlikte normatif söylemin de olumsuz yanlarının olmadığını söylemek güçtür. Pek çok ülkede yayıncılığın teorik olarak kamu hizmeti olarak görülmesine ve bu nedenle oluşturulmuş yasal ve yönetsel organların bulunmasına rağmen, yayıncılık alanında yasal ve yönetsel düzenlemelerle etkin bir şekilde bir kamu hizmeti yayıncılığının sürdürüldüğü ise tartışılabilir bir konudur.

Günümüzde ülkelerde genel olarak yayıncılık, normatif kurallar ve düzenlemelerle denetim altına alınmıştır. İngiliz kamu hizmeti yayıncılığı sistemi ise dünyada örnek teşkil oluşturacak cinsten başarılı bir kamu hizmeti yayıncılığı rejimidir. 1955'ten bu yana özel televizyonların var olduğu İngiliz karma yayıncılık sisteminde, kamu hizmeti yayıncılığı bağlamında kazanılan başarının temelinde ise, bu ülkede kamu hizmeti yayıncılığı yükümlülüklerinin sadece kamu kaynaklarıyla beslenen televizyonlara ait olmaması ve bütün sistemi kamu ve özel televizyonlar bir arada olmak üzere, kamu hizmeti yayıncılığı olarak düzenlemesi olarak görülmektedir. Bu bakımdan İngiliz yayıncılık sisteminde de "kamu yayıncısı" ve "kamu hizmeti yayıncısı" kavramları birbirinden ayrı olarak düşünülen ve bu şekilde uygulanan birer kavram olarak ortaya çıkmaktadır. [264] Bununla birlikte, kamusal yayıncılık ile özel yayıncılığın bağdaştırılması oldukça zor görülmektedir. Özel girişim kanallarının bir kısmı, kamu hizmeti ve kamu yararı gibi kavramları reddeden bir tutum sergilemektedir. Birçoğu ise, bu kavramları teorik olarak benimsediği halde, pratik anlamda, izleyici ölçümleri adına kamu hizmeti yayıncılığının temel prensiplerinden olan program kalitesi, program çeşitliliği gibi konularda kolaya kaçtıkları gözlemlenmektedir. Bunun en bariz örneği olarak da, özel yayıncı kuruluşlarının (ve özellikle ulusal anlamda yayın yapanların) eğitsel ve kültürel

[264] A.Aziz, 2006, s.376.

nitelikteki ve sınırlı sayıda izlenen programları yayınlamamaları, yayınlasalar bile yayın akışları içerisinde çok uç noktalarda ve çok sınırlı sayıda yayınlamaları olarak gösterilebilir. Bu tür programların yayınlanmasının yanında, hangi saatler ve ne kadar yayınlanmış olduğu da önemlidir. Yine ticari televizyonların, reklamlar konusunda, program bütünlüğünü bozacak ve izleyiciyi rahatsız edecek şekilde aşırıya kaçmaları ve izleyici ilgisini kötüye kullandıkları da gözlemlenen bir olgudur. Yayıncılık alanında, ticarileşmenin en kötü sonuçları ise, yapısı ve görevleri itibariyle ciddi ve bilgilendirici olması gereken haber ve haber bültenlerinde görülen aşırı derecede magazinleştirmedir.[265] Öyle ki yer yer en ciddi konulur ve olaylar bile Ana Haber bültenlerinde adeta bir magazin programı edasında takdim edilebilmektedir.

Özel televizyonların bu şekilde davranmalarının en önemli nedeni, hiç kuşkusuz onların doğaları gereği ticari bir işletme şeklinde yönetiliyor olmalarıdır. Özellikle televizyon yayıncılığının oldukça maliyetli bir faaliyet alanı olması nedeniyle, bu alanda çalışan özel televizyon sahibinin amacı da yaptıkları yatırımın karşılığını almak ve kar elde etmek olacaktır. Bundan dolayı özel yayıncılar, kamusal yayıncıların tam tersi bir biçimde, en az harcamayla en fazla karı elde etmek eğilimindedirler. Özellikle sansasyon yaratacak olaylarda kamu hizmeti ya da kamu yararı kavramlarını gündemlerine almamakta, ne kadar çok izlenebilme oranına ulaşma gayesinde hareket etmektedirler.

Özel bir televizyon kurumu eğer abonelik gibi bir sitem ile çalışmıyorsa, temel gelir kaynağını doğal olarak reklamlar oluşturmaktadır. Reklama olan bu aşırı bağlılıktan dolayı, temel yayın politikaları "izlenir olmak, daha çok izlenmek" çerçevesinde şekillenir. Bu yaklaşım televizyonda yayınlanan tüm program türleri için geçerlidir. Bundan dolayı, özel televizyonlar için izleyici ölçümleri büyük önem taşır ve özel kanalların buna rağmen bu ölçümleri göz önüne almamaları pek gerçekçi bir yaklaşım değildir. Ancak bu sorunun tamamen çözümsüz olduğu izlenimi yaratılmamalıdır. Yapılması gereken, yayıncılıkta "izlenir olma" ile birlikte " kaliteli, inanılır, güvenilir ve profesyonel açıdan yetkin olmanın" da önemli olduğu

[265] A.Aziz, 2006, s.378.

bir yayın politikasının oluşturulmasıdır. Özel televizyonlar için reyting ve izlenirliliğin tek başına egemen olduğu bir yayıncılık anlayışının ortadan kaldırılmasıdır. Tabi burada yani bu politikanın geçerlilik kazanabilmesi için, izler-kitleye de büyük sorumluluklar düşmektedir. En basit tabiriyle izler-kitlenin bu tür yayınlara prim vermemesi gerekmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığının 21. yüzyılda hızla gelişen özel yayıncılık ile birlikte var olması için öncelikle bir takım özsel değişimleri geçirmesi gerekmektedir. Bu ise kamu yayıncılığının maliyetlerini düşürmesi ve verimliliğini artırmasına bağlı değişimlerdir.

Kamusal yayıncılıkta günümüzde maliyetlerin düşürülmesi ve verimliliğin artırılması yönündeki önerilerin başında, kamusal yayıncı kurumlardaki personel sayısının giderilmesi gelmektedir. Personel sayısının azaltılması ve istihdam politikalarının gözden geçirilmesinin, kamusal yayıncılık için maliyetleri azaltacağı, verimliliği, etkinliği ve yayın kalitesini yükselteceği ve giderleri daha düzenli hale getireceği iddia edilmektedir. Yine kamusal yayıncılığın kendine özgü aykırı düşmeden, uydu, dijital ve kablolu yayın gibi teknolojik olanaklardan yararlanması ve yeni gelir kaynaklarının yaratılması, kamusal ve kamu hizmeti yayıncılığı için önerilen yapılanma biçimlerinden birisidir.

Bununla beraber kamusal yayıncılığı günümüzde çok önemli sorunlar daha beklemektedir. Bu ise özel televizyonlar için geçerli olan popüler türde yayıncılığın pazarın yönlendirmeleri sonucunda, reklâma dayalı popüler bir yayıncılık türünün benimsenmesi kamusal yayıncılar için sayılan tehlikelerden birisidir. Kavramsal olarak popüler yayıncılığın kamusal yayıncılar kamusal yayıncılar tarafından da benimsenmesi, kamu hizmeti yayıncılığının işlevlerinin azalmasına ve beklenen kamu yararının sağlanamamasına sebebiyet verebilecektir.

3.4. DEĞİŞEN TELEVİZYON YAYINCILIĞI SÜRECİNDE TRT VE KAMUSAL İŞLEVLERİ

Türkiye'nin kamusal televizyonu olarak yayıncılığını sürdüren TRT'nin en başta gelen görevi kamu hizmeti yayıncılığı yapmasıdır. TRT'nin kuruluşu ve görevlerini düzenleyen 2954 sayılı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Kanununun 9. maddesinde bu görev, yurt içinde yapılacak olan yayınlarda, haber, kültür, bilim, sanat, eğlence vb. türlerde eğitici, bilgilendirici ve eğlendirici yayınlar yapması biçiminde ortaya çıkmıştır. [266] TRT, Türkiye Radyo Televizyon Kanununun beşinci maddesinde yer alan genel yayın esaslarına göre; [267]

a) Anayasanın sözüne ve ruhuna bağlı olmak; Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü, milli egemenliği, Cumhuriyeti, kamu düzenini, genel asayişi, kamu yararını korumak ve kollamak,

b) Atatürk ilke ve inkılaplarını kökleştirmek, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek,

c) Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin gereklerine uymak,

d) Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayırımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propagandasına yer vermemek,

e) Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,

f) Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak,

---

[266] Selgün Sarıgöl, Didem Önalp, *TRT 2004 Faaliyet Raporu*, Ankara, TRT yayınları, 2005, s. 5.
[267] *2954 sayılı Türkiye Türkiye Radyo Televizyon Kanunu,* http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/660.html (18.10.2011)

g) Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak,

h) Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,

i) Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelik yayın yapmamak,

j) Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak,

k) Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metotlarına bağlı olmak,

l) Haberler ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak,

m) Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak; tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin, inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.

İlkelerine göre yayın yapmakla zorunlu bir kamu hizmeti yayıncısıdır.

TRT kurumunun televizyon yayınlarında ki hedefleri ise 2011 yılı Genel Yayın Planında şöyle ifade edilmiştir: [268]

> a) Çeşitli yaş, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki seyircilere doğru, tarafsız, anlaşılır, çabuk haber vermek, eğitim ve kültürlerine katkıda bulunacak programlar üretmek, millî kültür bütünleşmesine katkıda bulunmak ve eğitim düzeyinin yükselmesine yardımcı olmaktır.
>
> b) "İzleyiciye seçme hakkı tanıma" esası doğrultusunda çok çeşitli, çok dağıtım kanallı ve çoklu ortam kanalı imkânlarını bütün kitlelere ulaştırmaktır.

[268] *TRT Genel Yayın Planı 2011,* s. 7. http://www.trt.net.tr/diger/yayinplani2011.doc (18.10.2011)

c) Özellikle sınır bölgelerinde yaşayan vatandaşlarımızı hedef alan ve ülkemiz aleyhine düzenlenen yabancı yayınların etkisini silmeye yönelik inandırıcı, bilgilendirici ve ilgi çekici programlar yapmaktır.

d) Televizyon yayınlarında, hedef seyirci kitleleri göz önünde bulundurularak yapım ve yayınları buna göre düzenlemektir.

e) Televizyon yayınlarını yurdun her tarafına ulaştırmak, mevcut yayınların kalitesini artırmak, günümüzde devamlı gelişen teknolojiye uyum sağlanmasını gerçekleştirmektir.

Türkiye'de özel televizyonların da yayına geçmesinden sonra TRT'nin görevleri oldukça tartışılan bir kavram durumuna geldi. TRT kurumunun kanun ile kendisine verilen görevleri en iyi biçimde yerine getirebilmesi için TRT Kurumu tekrar özerkliğine kavuşturuldu. 1982 Anayasasının 133. maddesinin değiştirilmesinden sonra, TRT kamu kaynaklarıyla finanse edilen bir kuruluş olarak hiçbir kurum veya kuruluşa tabi değildir. Bir devlet kurumu olmasına rağmen, devlet yayıncısı değil, kamu hizmeti yayıncısı kuruluşudur ve kamuyu oluşturan tüm vatandaşlara hizmet eden bir kurum durumundadır. [269]

1990'yı yıllardan itibaren bir anda mantar gibi çoğalan özel televizyon kanalları haliyle TRT'nin eski izlenirliğini ve etkisini bir hayli düşürmüştür. Bir özel kanal ile kamu hizmeti kurumu olan TRT'nin amaç ve gayeleri birbirinden çok farklıdır. Özel televizyon kanalları kuruldukları ve finanse edildikleri ticari kuruluşun tamamen ticari olan amaçlarıyla hareket etmektedir. Bir program yapımı aşamasında, en önemli kriter o programın ekonomik getirisinin ya da dolaylı olarak reklam ve reytinginin nasıl olacağıdır. Bununla beraber halkın ihtiyacı olan bazı programların ise ekonomik herhangi bir getirisi olmamaktadır. Bundan dolayı özel yayın kuruluşları ihtiyaç olan bu programlara kendilerince haklı nedenlerle yer vermemektedirler. Bu programlara yer vermek ise bir kamu hizmetidir ve bu yayınlarda kamu yararı söz konusudur. Bu kamu hizmetini ise televizyon

[269] E.Erdoğan, 2008, s. 121.

yayıncılığında sadece kamu hizmeti yayıncı kuruluşları yayınlayabilir. Bu nedenle TRT'nin özel televizyonların geliştiği günümüzde bu dönemde asli görevlerinden birisi de özel televizyonların genellikle yayınlamaktan kaçındıkları ve bir kamu hizmeti olarak sayılabilecek televizyon programlarının yayınlanmasını sağlamak ve kamu hizmeti yapmaktır. [270]

Bu durum TRT'nin hiç izlenmeyen yapımlar yapması anlamına gelmemelidir. TRT aynı zamanda bir eğlence kanalıdır da. Ancak kamu hizmeti yayıncısı olduğu için kamu hizmeti yayıncılığı temel ilkelerine göre yayınlarını düzenlemelidir. Bu ise ilk önce eğitmek, bilgilendirmek ve tüm bunları yaparken de eğlendirmektir. Eğlendirme işlevi TRT için eğitim, kültür ve bilgilendirme işlevlerinden sonra gelen bir işlevdir. [271]

Günümüzde özellikle televizyon yayıncılığı açısından ortaya çıkan en önemli sorun, TRT ile özel televizyonlar arasındaki rekabet sorunudur. TRT'nin bir kamusal yayıncı olarak, görevlerini yerine getirirken bir yandan da özel televizyonlarla rekabetini savunmak için TRT ile bu kanalların yapılanmaları arasındaki farklılığa bakmak gerekir. TRT kuruluşu ve görevleri yasayla belirlenmiş bir kamu hizmeti yayın kurumudur. Kamu yararına hizmet etmektedir ve yaptıkları ile yapacakları itibariyle her şeyden önce kamusal bir iç denetime tabi durumdadır.

TRT'nin özel kanallar ile rekabet adına çok izlenebilecek olan program türlerine yönelmesi kendi ilkelerinden bir sapmayı da beraberinde getirecektir. Bu bağlamda rekabet adına, TRT'nin bu programlara yönelmesi beklenemez. Bununla beraber TRT, günümüzde hem popüler programlara çokça yer vermekle suçlanıyor hem de izlenirlik oranı az olduğu için eleştirilmektedir. Bundan dolayı TRT'nin yapması gereken her şeyden önce kendi asli görevi olan kamu hizmetini yerine getirmektir. Bu ise özel televizyonların yayın politikalarının aksine, halkın eğitilmesi, bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve kendi ilkelerine ters düşmeden eğlendirilmesini sağlamaktır. Son zamanlarda TRT'nin bu hizmeti iyi bir şekilde

[270] Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, *Cumhuriyet'in 80. Yılında Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayınları,* RTÜK Yayınları, , Ankara, 2004, s. 34.
[271] RTÜK, 2004, s. 35.

yerine getirdiği de otoriteler tarafından değerlendirilmektedir. Örneğin TRT kanallarında yayınlanan ve beğeniyle izlenen "Bir Ömür Dediğin", programı, " Ali Adnan" isimli belgesel yapımı 2011 yılında Türkiye Yazarlar Birliğinden ödül alan iki yapıt oldu. [272] Ayrıca TRT'nin "Bir Ömür Dediğin" isimli program ile "Sütlü Kahve" adlı programları da 2010 yılında Medya Etik Konseyi tarafından ödüle layık görüldü. [273]

3.4.1. TRT ve Özel Televizyonlarda Televizyon Programcılığı ve Program Yapıları

Televizyon programları, televizyon yayınlarının içeriğini oluşturmaktadır. Genel olarak televizyon programları, televizyonun işlevlerine göre çeşitlenmektedir. Bu açıdan, programların amaçlarına göre televizyon programları, haber amaçlı (haber programları), eğitim ve kültür amaçlı (her türlü eğitimsel ve kültürel programlar), eğlence amaçlı (müzik, show programları, drama ve sinema) ile reklam, propaganda ve tanıtım amaçlı programlar olarak ayrılmaktadır.

TRT'nin sınıflandırmasında ise televizyon programları genel olarak, eğitim programları, kültür programları, drama programları, müzik programları, eğlence programları, haberler, spor programları, özel gün ve hafta programları, geleneksel olarak Türkçeden farklı dil ve lehçelerde konuşan vatandaşlara yönelik programlar, soydaşlarımıza yönelik programlar, yerli ve yabancı turistlere yönelik programlar, yabancılara yönelik programlar ve reklâmlar olarak gösterilmektedir. [274]

TRT'deki televizyon programları 1972'den bu yana hazırlanan "Genel Yayın Planları" ile oluşturulmuştur. Bundan dolayı, Türkiye'nin kamusal yayıncısı

[272] *TRT'nin İki Programı Daha Ödül aldı,* http://www.trtdari.com/Haber/HaberDetay.aspx?HaberKodu=9a3c3ac1-4af4-4d97-bd0f-194f7bafcdfa (19.10.2011)
[273] Bugün Gazetesi, http://www.bugun.com.tr/haber-detay/147624-iste-medya-etik-odulleri-sahipleri-haberi.aspx (19.10.2011)
[274] E.Erdoğan, 2008, s. 123.

kurumun televizyon programcılığı uzun vadeli hedefler doğrultusunda yürütülmektedir. TRT'nin yaptığı veya yaptırmış olduğu programlar TRT Kanunu, 2954, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ve ilgili diğer kanun mevzuatlarına göre hazırlanmaktadır. Bu planlar ayrıca TRT kurumunun, kamusal işlevlerini gözeterek, toplum yararına uygun, haber veren, bilgilendiren ve eğlendiren bir kamu hizmeti yayıncısı olarak çalışmasına uygun olarak hazırlanmaktadır. [275]

TRT'nin 2010 yılı Genel Yayın Planında, planlamanın amacı; " …yayın esas, hedef, ilke ve öncelikli konularıyla birlikte alınması gereken tedbirleri belirlemek, bu doğrultuda, kurumun bütün kademelerinde yayınla ilgili faaliyetlerin düzenli ve en iyi şekilde yürütülmesini sağlamaktır." olarak tanımlanmaktadır. [276]

TRT'de planlama olgusu, 1964 yılında kabul edilen ilk TRT kanunundan buyana yasal zemin olarak da var olan bir durumdur. 359 sayılı yasa ile TRT Kurumu içinde program planlaması Program Planlama Dairesine görev olarak verilmiştir. Bununla birlikte 1972 yılına kadar, düzenli bir biçimde program planlaması yapılmamıştır. 1983 yılında kabul edilen 2954 sayılı yasa ile ise bu görev TRT Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığına verilmiştir.

TRT Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı tarafından hazırlanan "Genel Yayın Planı" kuruma ait olan tüm radyo ve televizyon yayınlarını kapsamaktadır. TRT, 1972'den bu yana yayın politikasını yıllık olarak yönlendirmek amacıyla bir genel yayın planı hazırlamaktadır. Bu planda programlarının içeriğinin yanı sıra; yıllık hedefler ve ilkeler de yer almaktadır.

TRT'de genel yayın planları yılın tümünü kapsayan planlar değillerdir. Bu planlar "yayın dönemi" olarak adlandırılan dokuz aylık bir süreyi kapsamaktadır. Yayın planlarında, okulların kapalı olduğu Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarının program planlaması yer almaz. Bu yaz aylarının planlaması ise bir önceki yıla ait

[275] A.Aziz, 2006, s. 79.
[276] TRT, *Genel Yayın Planı*, 2010, s. 1.

izleyici ölçümleri ile bilgiler göz önünde bulundurularak hazırlanır. Bu açıdan, kamusal yayıncı TRT açısından da izleyici ölçümleri ve beğenisi önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. TRT kamu hizmeti vermeye çalıştığı yayınlarda, izleyicilerin tercihlerini tespit etmek için kendisinin yaptığı veya yaptırdığı araştırmalardan yararlanmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'de bağımsız ölçüm alanında çalışan tek kurum olan AGB'nin gerçekleştirdiği izleyici ölçüm araştırmalarına, TRT'nin iki kanalı TRT-1 ve TRT-2 1998'den itibaren dahil olmuşlardır. TRT-1 ve TRT-2'nin program planlamasında 1998'den bu yana AGB'nin verilerinden yararlanılmaktadır. TRT 1998'de AGB'nin ölçümlerine dahil olduktan sonra önemli değişimler yaşanmıştır. Programların ve hedef kitlenin yapısı ve beğenisi önemli hale gelmeye başlamıştır. Bu konuyla ilgili şunu da eklemekte yarar olduğunu düşünmekteyiz. TRT Yönetimi son yıllarda AGB'nin ölçümlerini ciddi manada masaya yatırmış değişen, her geçen gün kalite kazanan, özel yayıncılıkla rekabet edebilecek sevilere ulaşan TRT'nin reyting ölçümleri sonlarında sürekli alt sıralarda gösterilmesi görüşmelerin sonuçsuz kalması sonucu TRT AGB şirketinin kapsamından ayrılmıştır. 6112 sayılı yasanın bu konuyu bir çözüme kavuşturması beklenmektedir. Çünkü yasa ile AGB'nin ölçüm tekeli kırılmakta ve denetim RTÜK'e geçmektedir. [277]

TRT, program planlaması açısından özel televizyonlarla farklılık göstermektedir. İzleyici ölçümlerinin dışında kalan ve çoğunlukla kırsal kesimde yaşayan izleyici kesimler, özel televizyonlar tarafından dikkate alınmazken, TRT televizyon yayınlarının program planlamasını tüm halk kesimlerini göz önüne alarak yapmaktadır. Bu şekilde, özel televizyonlar programlarını sadece izleyici ölçümleri dikkate alınarak oluşturulan kıstaslara göre oluştururken, TRT kamu kurumu ve kamu hizmeti yayıncısı olmasının getirdiği birçok kıstas üzerinden planlamasını gerçekleştirmektedir. Özel televizyonlarda bir programa, izleyici ölçümlerine göre içeriğinin anında müdahale edilir veya yayından kaldırılırken, kamu yayıncısı TRT'de ise kurum içi veya kurum dışı herhangi bir biçimde programlara müdahale

[277] 6112 sayılı kanun, madde 37, i bendi: "Yayın hizmetlerinin izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile bu usul ve esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak müeyyideleri belirlemek."
http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.6112&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= (20.04.2011)

edilmemektedir. Bu konuda sadece yapımcılara bilgi verilirken, gerekli değişiklikleri yapmak yapımcının kendi inisiyatifine bırakılmıştır. Tabi zaman zaman bu ilkeden sapmalar olmakla birlikte bir genellemede bulunmak haksız bir değerlendirme olmayacaktır.

TRT'de program yapımcılığını belirleyen etmenlerden birisi de maliyetlerdir. TRT'nin izlenme oranının, özel televizyonların bir hayli gerisinde olması, reklam gelirlerini de etkilemektedir. Reklâm gelirlerinde pastanın büyük bir kısmı özel yayıncılar tarafından paylaşılmaktadır. Bunun da etkisiyle TRT'de özellikle özel yayın kuruluşlarında sıkça rastlanan dev bütçeli yapımlara çok sık rastlanılmamaktadır. TRT'nin program planlamasında göz önünde bulundurduğu bir diğer husus ise, TRT-1 ve TRT-2'nin yayınlarıdır. Bu kanalların amaçlarına uygun bir şekilde program türleri yapılmaktadır. TRT'de gerçekleşen son dönem yeniliklerinde TRT-2'nin TRT-Haber adını aldığını da hatırlatmada yarar görüyoruz.

TRT-1'in amacı çeşitli yaş, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki seyirci topluluğuna bilgi ve haber iletmek, eğlendirmek ve tüm yaş gruplarındaki bütün seyirciyi kapsayan bir ile kanalı olarak eğlendirirken, bilgilendiren ve eğiten yayınlar yapmaktadır. TRT-2 (Haber)'nin amacı ise, kültürel gelişmenin ekonomik ve sosyal gelişmelerle birlikte yürütülmesini ağlamak amacıyla kapsamlı, dengeli bir biçimde mili kültür ve sanat değerlerimiz ile sanat ve kültürün evrensel boyutlarının çeşitli yaş, meslek ve eğitim kültür seviyesindeki tüm vatandaşlara verilmesi ve bilgi seviyelerinin yükseltilmesi olarak belirtilmektedir. [278]

Bu bağlamda, TRT 1 kanalının amacı eğitim, kültür, drama, müzik, eğlence, spor ve haber programlarından oluşan bir program yelpazesi içinde genel izleyiciye hitap eden bir "aile kanalı" olmaktır. TRT 2 (Haber) ise, eğitim, kültür, sanat, spor ve müzik yayınlarıyla belli eğitim ve kültür seviyesindeki insanların izleyebileceği bir "kültür-sanat ve haber kanalı" olarak işlevini sürdürmektedir. Son zamanlarda TRT'nin büyük bir atağa geçtiğinden bahsetmiştik. TRT'nin Genel Müdürü İbrahim Şahin dönemiyle TRT'de mevcut kanallar sürekli artırılmıştır. Bunun bir sonucu

[278] Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, *1997-2001 Yeni Ufuklar*, TRT Genel Sekreterlik Basım ve Yayım Müdürlüğü, Ankara, 2001, s. 8.

olarak da TRT 2 (Haber) kanalının eskiden tamamen yüklenmiş oldukları bazı fonksiyonla diğer kanalara dağıtılmıştır. Örneğin TRT Müzik ile Müzik fonksiyonu bu kanala devredilmiştir.

Tablo 1: TRT Televizyon Kanallarının 2011 yılı Televizyon yayınlarında program türlerinin hedeflenen oranları (%) *

Program Türleri	**TRT1**	**TRT HABER**	**TRT 3****	**TRT ÇOCUK**	**TRT GAP**	**TRT MÜZİK**	**TRT TÜRK**
Eğitim Programları	11.9	2	2	14	30.9	-	5
Kültür Programları	11.8	16	1	7	24.9	-	34.9
Drama-Sinema Programları	29.8	1	-	54.8	19.7	-	-
Müzik Programları	6	1	1.5	-	8.4	67	1
Eğlence Programları	1.5	-	-	2.3	6.6	29	-
Haber Bültenleri ve Programları	8.8	68	11.8	-	1.6	-	54
Spor Programları	14.7	7	81.4	-	0.1	-	3
Reklâmları	10	4	0.1	10	-	-	0.1
Diğer ***	5.5	1	2.2	8.5	7.8	4	2

Kaynak: *TRT Genel Yayın Planı 2011*.[279]

∗ Tüm TRT kanalları değil, seçili kanallar incelenmiştir.

∗∗%31.9 Meclis TV ve % 3.3 Türkçeden farklı dil ve lehçelerdeki yayınları da bulunaktadır.

∗∗∗Spot, program tanıtımları, yayın kesintileri ve duyurulardır.

Tablo 1'de TRT kanallarının, 2011 yılı genel yayın planına göre hedeflenen program türleri gösterilmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere, TRT'de program yapısını büyük bir bölümü drama, eğitim, haber ve kültür programlarına ayrılmıştır. Ayrıca reklâmların oranı da azımsanmayacak bir orandadır. Genel değerlendirmede beşinci sırada gelmektedir. TRT Haber'de ise yayın hedeflerine bağlı olarak, kültür ve haber programlarının daha çok yer aldığı görülmektedir. TRT 3'te spor programları, TRT Müzik kanalında ise müzik programlarının yayın akışları içinde çok geniş ölçüde yer aldığı görülmektedir. Yöresel kanal olan TRT GAP ile uluslararası yayınları üstlenen TRT TÜRK'te de hedef kitleye yönelik olarak büyük program çeşitliliği görülse de, eğitim ve kültür yayınlarının ağırlığının diğer programların türlerinden daha fazla olduğu görülmektedir.

Özel televizyonların programları ise TRT'ninkinden büyük ölçüde farklılıklar göstermektedir. En büyük farklılık ise özel televizyonlarda, TRT gibi uzun vadeli program planlamasının yapılmamasıdır. Özel televizyonlarda yayınlanan programlar, aralarındaki rekabet ve reklâm alma kaygısı nedeniyle daha çok izleyici çekmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla da çoğunlukla başvurdukları yöntem izleyici ölçümlerinden yararlanılmasıdır. Bu açıdan, reyting raporları, televizyonlar için daha fazla izleyiciye ulaşmak ve reklâm gelirlerini artırmak için bir amaç olarak kullanılmaktadır. Özel televizyonların bütün yayın politikaları da, en önemli gelir kaynağı olan reklâm ve bu reklâmlardan daha fazla yararlanabilmek için daha fazla izlenilir olmak üzere kuruludur. Bu amaçla TRT gibi kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla hareket edemezler. Ya da bunu kanunen yapmak ve de ancak kısmen gerçekleştirmek durumundadırlar. Uzun vadeli program planlamasından kaçınarak,

[279] TRT, *2011 Yılı Genel Yayın Planı*, http://www.trt.net.tr/diger/yayinplani2011.doc (19.10.2011)

rekabetin oluşturduğu şartlara göre, kısa vadeli biçimde programları planlayabilirler. [280]

Özel televizyonların program stratejilerini belirleyen en önemli etmen olan rekabet, özel televizyonlar için bir çeşitlilik ve farklılıktan çok, benzerliklere yol açmaktadır. Bu ise yayıncılıkta özelleşme ve ticarileşmeyi savunan tecimsel görüşlerin savunduğu temel ilkelerin tam tersi bir durumdur. Ticari televizyonlar, sürekli olarak ekonomik baskılar altında kaldıklarından dolayı, en az riskli yolu seçerler ve izlenilirlik konusunda kendini kanıtlamış popüler programlara yönelirler. Bu durumda da, televizyondaki rekabetin bir farklılaşamaya değil, tam aksi yönde bir benzeşikleşmeye yol açtığının en açık göstergelerinden birisidir. [281]

Türkiye'deki özel televizyon yayıncılığındaki durumda tam bu düşünceyi destekleyen bir görünüm arz etmektedir. Televizyonlardaki dizi, yarışma, talk-show, popüler kişilikler gibi eğlendirici programlar, televizyonların adeta birbirlerinin birer kopyası olmalarına yol açmıştır. Yenilik veya değişiklik olarak ortaya çıkarılan yapımların neredeyse hepsi ya Amerika ya da Avrupa televizyonlarından denenmiş türlerin birer kopyalarıdır. Örneğin Show TV'de Acun Ilıcalı isimli sunucunun yarışma programlarının hemen hepsi Batı kaynaklıdır. Buradan hareketle, Türkiye'de genel anlamda ticari televizyon yayıncılığının yarattığı en büyük etki ekranlarda "tümleşik bir Türkiye görüntüsü" yarattığıdır. [282]

2006 yılında Türkiye'de televizyon kanallarının en fazla yayınladıkları program türünün başında %21.24 oranıyla eğlence programları (güldürü, talk show, müzik, televizyon oyunları ve yarışmalar) gelmektedir. Eğlence programlarının ardından magazin programları(günlük ve haftalık magazin programları, kadın programları) %16.43'lük oranıyla gelmekte ve yerli ve yabancı dizi filmler ise %13.17 ile üçüncü sıradadır. Özel televizyonlarda özellikle reklâm alma sürelerinin uzamasıyla birlikte reklam programlarının oranları da son derece yükselmiştir. Reklamların (sponsorlara ayrılan süreler, gizli reklam uygulaması ve tele-market

[280] Başer Hatırnaz, *Reyting Gerçeği*, Nobel Yayınevi,1. Basım, Ankara, 2007, s. 78.
[281] E.Mutlu, 1999, s. 159.
[282] A.g.e., s. 160.

satışları dâhil) oranı ise %17.36 oranındadır. Buna rağmen haber, bilgi ağırlıklı programlar ile eğitim ve kültür programları ise çok az yer almaktadır.

2007 yılında da eğlence programları %19.72'lik oranıyla yine birinci gelirken, reklamlar % 15.5, magazin programları % 16.10 ve yerli ve yabancı serialler (diziler) %15.09'luk orana sahip olmuştur.

3.4.2. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Özel Televizyon Yayıncılığı Kapsamında TRT'nin Televizyon Yayınlarının Değerlendirilmesi

TRT, Türkiye'de ilk özel televizyonların yayına başladığı ilk dönemlerden itibaren, yayınların içeriğinde bu televizyonların rekabetini karşılayacak herhangi bir şey yapmamıştır. Yayın içerikleri ve akışı 1992 yılına kadar herhangi bir değişiklik görülmeden yürümüştür. Bununla birlikte, tüm dünyada kamu yayıncılarının çekmiş olduğu sıkıntıları TRT televizyonu da yaşamıştır. Bu sorunların başında ise izlenirliliğin özel televizyonların yayına başlamasından hemen sonra keskin bir biçimde düşmesi ve buna bağlı olarak reklam pastasından yeterli derecede yer alamaması gelmektedir. Bu bakımdan, özel televizyonlar arasında çok şiddetli bir biçimde geçen "reyting savaşları" kısa bir süre sonra TRT'yi de etkisi altına almıştır.[283]

Kamu hizmeti yayıncılığında popülist yaklaşımın, paternalist geleneğin yerini alması yayıncılıktaki özelleşme ve ticarileşme ile başlayan bir süreçtir. Buna etki eden ise, daha önce de söz ettiğimiz gibi, özellikle televizyon yayıncılığında başarılı olmanın ölçütü olarak izleyici sayısını artırmak ve daha çok izleyici sayısına sahip olma isteğidir. Bu isteği ise reklâm ve daha fazla gelir elde etme dürtüsü beslemektedir. Özel televizyonlar ile başlayan rekabet süreci, kamu televizyonlarının da içerik, program planlaması, bütçe ve örgütlenme gibi yapılarını etkilemiştir.

Ülkemizde, özel televizyonların yayın hayatına başlamasından itibaren ciddi bir rekabet ortamı doğmuş ve bu ortamda da başarının ölçütü daha fazla izlenirliliğe

[283] E.Erdoğan, 2008, s. 128.

sahip olmaya ve daha fazla reklam almaya dayalı hale gelmiştir. Bu bağlamda, özel televizyonların karşısında TRT'nin rekabet edebilme şansı ise iki seçeneğe bağlıydı. Bunlar ya TRT'nin, programlarının içeriği ve planlaması bakımından ticari televizyonculuğun çizgisini benimsemesi veya özel televizyonların TRT benzeri bir program yapılanmasına yönlenmeleriyle gerçek birer kamu hizmeti televizyonları olmaları. Ticari mantık açısından, ikinci seçeneğin gerçekleşme ihtimali çok zor görünmektedir. Buna rağmen, ilk seçeneğin gerçekleşme ihtimalinden çok, arık kuşku götürmez bir biçimde gerçekleştiği bilinen bir olgudur.[284]

Her şeyden önce sorunu özel yayıncılığın ticari emellerine bağlamak yanlış ya da eksik bir değerlendirme biçimi olur. Sorunun bir diğer ayağında ise kamu hizmeti yayıncısı TRT'nin durumu yatmaktadır. Daha öncede sözüne ettiğimiz üzere, dünyada ve özellikle Avrupa ülkelerinde görülen deregülasyon ve yayıncılıkta özeleşme sürecinin en önemli etkenlerinden birisi de kamu kurumlarında yaşanan verimsizliktir. Buna bağlı olarak genel anlamda dile getirilen bir olgu ise kamu yayıncılarının sahip oldukları ve tükettikleri kaynaklara rağmen kaliteli içerikte program yapamamalarıdır. Bu iddia, Türkiye'de TRT kurumu için de geçerlidir. TRT'nin kendisini "izleten" programlar üretememesi ve özel kanalarda yayınlanan programlara iyi birer alternatif olmamasının sebebi olarak ise, bu kurumda çalışanlara egemen olan "memur" mantığının olduğu ileri sürülmektedir. Program üretiminde ciddi bir emek ve özenenin gösterilememesi TRT programlarının izlenirlilik oranının büyük ölçüde düşüren etkenlerdendir. Bunun dışında Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığını ve kamusal yayıncılıkta yanlış anlaşılan bir kavram olarak etkisini sürdürmektedir. Türkiye'de hem yayıncılar hem de izleyiciler açısından kamu hizmeti yayıncılığının anlamı izlenmeyen ve keyifsiz programlar yapma olarak anlaşılmaktadır. Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı bir bakıma "izlenmeyen" programlar üretilmesidir.[285] Ancak bu değerlenmelerin TRT açısından büyük ölçüde artık geçerli olmadığını söylemek bir hakkı teslim etmek olacaktır. TRT son zamanlarda hem kamu hizmeti yayıncılığında büyük ilerlemeler kat etmekte hem de yayıncılığında büyük oranda kalite kendini hissettirmektedir.

[284] E.Erdoğan, 2008, s. 129.
[285] B.Hatınaz, 2007, s. 77.

Günümüzde TRT'nin özel televizyonlar ile rekabet imkânının kısıtlı olduğu bilinen bir gerçektir. Bir kamu hizmeti yayın kurumunun başlıca görevi, yasalar ve kendi yayıncılık ilkeleriyle kendisine yüklenen görevleri yerine getirmek ve bulunduğu ülkenin insanlarına çağdaş kamu hizmeti yayıncılığı hizmetini götürmektir. Bundan dolayı, kamu hizmeti yayıncılığı kurumu etkisi ve gücünü, izleyicilerin hem öncü hem de ardıl gereksinimlerine yeterince karşılayacak düzeyde programlar üretmeye ve yayınlamaya yoğunlaşmalıdır.

Günümüzde bir program kalitesi denildiğinde, akla ilk olarak yüksek izlenirlik oranına sahip ve izleyiciye en küçük ortak paydasından yakalayan programlar gelmektedir. Bu ise tamamen yanlış bir görüştür. Bir programın kalitesi, programı izleyen izleyici sayısının fazlalığıyla değil, programın izleyicilerin ihtiyaçlarını en iyi şekilde izlenirliliğinden de düşük olması demek değildir. Kamu yayıncılığının başarısızlığı, günümüzde bu kanalların popülariteden uzak durarak, daha elit kesime seslenmelerine bağlamaktadırlar. Bununla birlikte bir kamu hizmeti yayıncısı için bu durum pek inandırıcı bir sebep değildir. Çünkü kamu hizmeti yayıncılığının en temel ilkesi bir ülke içinde bulunan tüm izleyici kesimlere seslenmektir. [286]

Birçok ülkede kamu hizmeti yayıncıları ülkenin en çok izlenen birinci veya ikinci kanalı iken bu Türkiye'de TRT örneğinde çok daha düşük düzeydedir. TRT'nin pazar payı olarak, üstelik on dört ulusal kanala sahip olmasına rağmen, diğer özel televizyonların bir hayli gerisinde yer alması ve reklam pazarında istediği kadar yer bulamaması ya da istediği payı alamaması, TRT kurumunu yeni arayışlara itmiş ve özel televizyonlarda gördüğümüz türden program türlerinin hızlı artışı gözlemlenmiştir.

Türkiye'de özel televizyonlarda son yıllarda en fazla görülen TV programı türü ise özellikle yerli diziler veya drama programlarıdır. Yapılan araştırmalara göre, Türkiye'de Türkçe yayın yapan kanallarda her gün toplam 30'u aşkın dizi yayınlanmaktadır. Bu dizilerin büyük bölümü Kanal D, ATV, Star TV, TRT,

[286] A.N.Yazıcı, 2003, s. 142.

Samanyolu TV, Fox TV gibi büyük kanallarda yer almaktadır. Yapılan araştırmaya göre sadece bir günde en fazla yerli dizi yayınlayan kanallar ve bu kanalların yayınlandıkları dizilerin sayısı şu şekildedir:[287] Kanal D 5 dizi, Show Tv 4 dizi, ATV 4 dizi, TRT 1 3 dizi, Star TV 3 dizi, Fox TV, Kanal 1 ise 2 dizi. Bu verilere ek olarak sayıları yayından kalkan yana yayına yeni başlayanlara göre değişiklik göstermesine göre 553 dizi ekranlarda yayınlanmaktadır. Son dönemlerde bu rakamın hızla yükseldiğini televizyonlarda adeta bir dizi enflasyonu yaşandığı da bilinen bir gerçektir. Bu dizilerin büyük bir kısmı yerli diziler olmasının yanında, birçoğu yayından kaldırılmış olmasına rağmen özellikle gündüz kuşaklarında tekrarları hala yayınlanan dizilerdir. [288]

Televizyonlarda dizilerin bu kadar çok yayınlanmasının nedeninin altında ise daha fazla izlenme ve reklâm alma isteği yattığı görülmektedir. En fazla dizi yayınlayan kanallar ayrıca en çok izlenen büyük televizyon istasyonlarıdır. Medya takip merkezinin verilerine göre tüm kanalarda yayınlanan yerli diziler 28 Nisan ve 4 Mayıs 2008 tarihleri arasında toplam 10.137 adet reklam almışlardır. Bu reklamların toplam süresi ise 240.739 saniyedir. Yerli dizilerden sonra ise en fazla reklam alan program türleri haberler (toplam 9.003 adet ve 212.838 sn. süre) ve spor programlarıdır (5.253 adet ve 119.849 sn.) Aynı verilere göre yabancı dizilerin reklam âdeti 2.324, süresi ise 61.195 saniyedir. Son günlerde sayıları önemli ölçüde artan yarışma programları ise sadece 1.822 adet reklam ve 44.256 saniye reklam süresinde kalmıştır. [289] Bu veriler ışığında televizyonlarda yerli dizilerin yer almasının son derece önemli bir ekonomik kaynak yarattığı söylenebilir.

Özellikle ticari televizyonları etkisi altına alan ve popüler yayıncılık olarak niteleyebileceğimiz bu drama programlarındaki artışın, kamu hizmeti yayıncısı kurumu olan TRT'ye etkileri de önemli ölçüdedir. TRT'nin amiral gemisi durumundaki TRT 1'de özellikle 2000'li yıllardan itibaren ciddi bir drama programı patlaması yaşandığı belirtilebilir.

---

[287] Sina Koloğlu, 30 Dizi Yayınlanıyor, http://www.milliyet.com.tr/2008/03/31/tv/evet.html, (27.09.2010)
[288] www.diziler.com (03.11.2010)
[289] www.medyatakipmerkezi.com.tr/reklamerenler.php (03.11.2010)

Tablo 2- 2006 ve 2007 yıllarında televizyon kanallarının tüm gün ve prime time izlenme oranları

Kanal	2006* Tam gün (%)	2006* Prime Time(%)	2007* Tam gün (%)	2007* Prime Time(%)
Kanal D	13.8	14.9	14.2	17.3
Show TV	13.8	15.2	11.9	14.8
ATV	12.4	14.5	10.4	12.4
Star TV	9.8	11.1	9.4	10.7
STV	6.2	7.6	5.6	7.0
Kanal 7	6.0	6.1	6.5	5.9
FOX TV	4.6	4.8	4.7	4.5
TRT 1	4.2	3.8	3.9	3.5
Kanal 1	4.0	3.1	3.3	2.0
Flash TV	2.3	1.7	1.8	1.5
TRT 2	1.2	0.7	1.4	0.8
Cine5*	-	-	1.4	0.8
Discovery **Channel	-	-	0.08	0.04

Kaynak: *AGB*

*Tüm kişilerdeki izlenme payları

**AGB'nin ölçümlerine 2007 yılından itibaren dâhil olmuşlardır.

Kamu televizyonu TRT'nin programları izlenirlik açısından sıkıntı yaşayan programlar arasında görülmektedir. Bununla birlikte, TRT'nin sadece kendisinin yayınlayabildiği milli maç, uluslar arası yarışma programları gibi programlar, yayınladıkları günlerde en çok izlenilen programlar arasında yer almasına rağmen, yine de özel televizyonlardaki dizi ve yarışma gibi programlarının gerisinde kalabilmektedir. [290]

TRT program yapısındaki köklü değişimlere rağmen, hala izlenme oranlarında sıkıntılar yaşanmaktadır. Tablo 3'den de görüleceği üzere izlenme paylarının ortalaması olarak TRT 1 ve TRT 2 özel televizyonların bir hayli gerisinde kalmaktadır. AGB şirketinin ölçümlerine dâhil olan TRT 1 ve TRT 2 özellikle büyük televizyon kanalları karşısında son derece yetersiz rakamlara sahiptir. 2006'da son derece düşük olan oranlar, 2007'de pek az bir değişikliğe uğrayarak devam etmiştir. Genel izleyici kitlesine seslenen TRT 1 kanalı sıralamada 2006'da 11 kanal arasında ancak 8. Olurken, bir kültür ve haber kanalı olan TRT 2 ise Flash TV'nin bile altında 11. Olmuştur. 2007 yılında da TRT 1'in izlenme paylarında küçük düşüşler olmasına rağmen, yine 8. Sıradaki yerini korurken, TRT 2 ise 13 kanal arasından sadece kendisi gibi bir kültür programı ağırlıklı kanal olan Discovery Channel'ın üstünde ancak 12. sırada yer alabilmiştir. Ancak şunu bir kez daha söylemekte yarar olduğunu düşünmekteyiz. AGB reyting ölçüm şirketinin güvenirliliği sadece TRT tarafından değil, kamuoyu tarafından da sorgulanmaktadır. İlgili şirketin de iddialar karşısında yeterli seviyede yanıt verememesi dikkatleri daha da üstüne çekmiştir.

[290] TRT 1'in sadece kendisinin ekrana getirdiği milli maç veya uluslar arası yarışma programları dahi yayınlandıkları gün içinde özel TV'lerdeki yarışma ve dizi gibi programların gerisinde kalabilmektedir. Buna bir örnek olarak ise 24.05.2008 tarihinde yayınlanan Eurovizyon Şarkı Yarışması 'nın finali gösterilebilir. Bu program tüm gün ve tüm kişilerde %6.9 reyting ve % 23.1'lik izlenme payı ile Show TV'de yayınlanan "Var mısın Yok musun" isimli yarışma programının çok az bir farkla altına 2. Olmuştur. Yine TRT'nin 29.05.2008 tarihinde yayınladığı "Finlandiya-Türkiye" milli maçı ise %8.4 reyting ve % 18.4 izlenme payı ile Show TV'deki Kurtlar Vadisi ile STV'deki "Tek Türkiye" isimli yerli dizilerin gerisinde 3. Sırada yer alabilmiştir. www.medyatava.com/rayting.asp? (15.12.2010)

Tablo 3- Televizyon Kuruluşlarının 2006 ve 2007'deki Reklâm Pazar Payları

TV Kuruluşları	2006'daki Payı (%)	2007'deki Payı (%)	Değişen Oranı (%)
Doğan Medya	41.0	45.9	11.9
Merkez Grubu	27.7	22.9	-17.3
Çukurova Grubu	15.5	16.4	5.5
Doğuş Grubu	4.4	4.3	-2.3
TRT	3.3	3.3	-
Kanal 7	2.2	2.1	-4.5
STV	2.2	2.1	-4.5
Fox (TGRT)	2.2	2.1	-4.5
Flash TV	1.5	0.9	-40.0
Toplam	100.0	100.0	

Kaynak: Sabah Gazetesi[291]

TRT'nin izlenirlik bakımından çok gerilerde kalması, onun reklam pazarındaki konumunu da etkilemiştir. Tablo 4'ten de görüldüğü gibi, TRT sahip olduğu birçok kanala rağmen, reklâm pazarında sadece yüzde 3'lük bir pay alabilmektedir. Bu da reklâmların izlenirlik oranıyla doğrudan sıkı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Tablo 3'te gösterildiği üzere, Türkiye'deki televizyon reklâm pazarında ise son derece eşitsiz bir dağılım söz konusudur. Pazarın yüzde 85'inden fazlası üç büyük gruba ait televizyon kanalarının etkisindedir. Reklâm pazarındaki bu dengesiz dağılım, rekabet koşullarının sertleşmesine neden olurken, reklâma balı olan özel televizyon yayıncılığının program yapım süreçlerini de derinden etkilemiştir.

Görüldüğü üzere TRT'de özel televizyonlardaki gibi programlar yapma eğiliminin, bu kanallarla rekabet için yeterli olamadığı açıktır. Üstelik TRT bu programları yapmak ve yayınlamak için kendi öz amacını oluşturan haber, bilgi,

[291]Sabah Gazetesi, *Sabah'ın Önemi büyük, ATV Kritik*, 09.09.2007, s.8, http://arsiv.sabah.com.tr/2007/09/09/haber,E39FC9AC0C3C4312A939F891AEC04FA7.html (19.10.2011)

eğitim, kültür kanalı olma ve herkesin ihtiyaçlarını tatmin edecek düzeyde program çeşitliliği sahip olma gibi özelliklerinden büyük ölçüde ödünler verilmektedir. 2008'de eğitim ve kültür programlarına ayrılan sürelerde bir yükseliş görülmüş olsa da, genel olarak TRT, ticari televizyonların benzeri programlarıyla, daha çok eğlenceye dönük bir yayın politikasını seçmiştir. Bu ise TRT'nin bir kamu hizmeti yayıncısı olma durumunu ciddi biçimde zedeleyen bir olgu olarak kendini göstermektedir. Bu noktada "TRT ne yapmalıdır?" sorusu ön plana çıkmaktadır. Özel kanallarla rekabet etmelimidir, yoksa etmemesi kendisi ve de kamu yayıncılığı için daha mı iyi olacaktır? Bu soruların yanıtı ise TRT ve özel televizyonların kuruluş, amaç ve görevlerinde aramamız gerekmektedir. Bu bakımdan TRT bir kamu kuruluşudur ve kuruluşu ile amaçları yasa ile belirlenmiştir. Yapacağı yayınlar bir kamusal denetime ve iç denetime dâhildir. Bundan dolayı TRT'nin kendi reklâm gelirlerini artırmak için özel televizyonlarda yayınlananlara benzer biçimde seviyesi son derece düşük ve basit programlar yapması ya da bu yolu tercih etmesi beklenmemelidir.

TRT, özel televizyonlarda yıllarca devam eden son derece başıboş yayıncılık anlayışından uzak bir biçimde yayınlarını sürdürmeyi başardı. Çünkü TRT'nin her şeyden önce toplumsal bir sorunluluğu bulunmaktaydı, ayrıca bir kamu ve devlet televizyonu olduğu gerçeğinden ayrılamazdı. TRT'nin özel televizyonların aksine kamu hizmeti yayıncılığını uygulaması da reklam payının özellikle kıyaslanamayacak biçimde çok düşük bir düzeyde kalmasına neden oldu. Günümüzde, TRT özel televizyonlarla ciddi biçimde rekabete girmiş durumdadır. Ancak, TRT'nin özel televizyonlarla rekabet etmesi yapmış olduğu popüler programlara rağmen gerçekten zor görünmektedir. Çünkü TRT popüler programları yaparken dahi belli bir kaliteden ve seviyeden aşağı inmemektedir. Halkın beğenisi kazanan programları yayınlarken dahi kendi ilkelerine sadık kalmaktadır. Buna rağmen özel televizyonlarda böylesine ilkeli yayıncılıktan söz etmek imkânsızdır. TRT eğer özel televizyonlarla rekabeti düşünüyorsa, kamusal değerlerinden çok ticari değeri yüksek kalitesiz ve düzeysiz bir programcılık anlayışını benimsemesi gerekir. Bu ise TRT'nin kamusal yayıncılık anlayışının tamamen işlevsiz kalması anlamına gelmektedir.

Bundan dolayı TRT'nin özel televizyonlarla rekabet etmesi kendi kimliği açısından imkânsız derecede zor bir iştir. TRT'nin asli görevi toplumu eğitmek, doğru, güvenilir ve tarafsız bir şekilde haber vermek ve kültürel gelişime katkı sağlayacak yayınları artırmaktır. Bu görevin dışındaki yayın politikaları ise TRT'yi bir kamu televizyonu olmasından uzaklaştıracağı gibi, toplum tarafından da olumlu biçimde karşılanmayacaktır. Son olarak şunu söylemek gerekir ki Türkiye'de özel televizyon kuruluşlarının her ne kadar ticari bir kuruluş olsalar da kamusal sorumluluk anlayışı çerçevesinde yayın yapmaları da onlardan beklenen bir yayıncılık anlayışıdır.

SONUÇ

Televizyonun sosyal ve kültürel bir araç olması, onun insan yararına kullanılmasını ve insanlığa hizmet eden bir araç olması gerekliliğini de ortaya çıkarmıştır. Ancak günümüzdeki düzene baktığımızda televizyonun insana hizmet etmesi yerine insanlığın onun hizmetkârı olması gibi bir durumla karşılaşmaktayız. Anders Günther'in de belirttiği gibi insanlar televizyon nedeniyle, kitle kültürünün üretilmesinde çalışan "ücretsiz ev işçileri" haline gelmişlerdir. Televizyon insanları evlerine hapsederek, onları birbirlerinden kopuk ama birbirine benzer kitleler haline getirmiştir.

Günümüz insanı çok etkili bir iletişim aracı olan televizyonla, gerçeklere ulaşmak yerine, kendilerine sunulan yapay bir dünyayı izlemektedir. Bu yapay dünya ise televizyon endüstrisinin arkasındaki medya tekellerinin kurguladığı ideolojik bir dünyadır. Çağdaş teknolojik gelişmelerin, insanlığı daha özgün ve zengin bir iletişim ortamını ifade eden evrensel bir köy durumuna kavuşmak yerine, özel televizyonlar gibi belli kültürel kaynakların egemenliğindeki yabancı bir dünyaya götüreceği açıktır.

Televizyon günümüzde çok önemli bir kamusal kitle iletişim aracıdır. Çünkü televizyon bütünüyle kamuya yani halkın tümüne istisnasız bir biçimde seslenebilen bir araçtır. Ayrıca çok önemli bir kamusal alan ve de günümüz iletişim ortamında, kamuoyu oluşum süreçlerine en büyük etkisi olan araç olması da bu aracın kamusal değerini yükseltmektedir. Bunun yanında, televizyon teknolojisi, teknik olarak kamusal kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu kaynaklar ise tüm insanlığın ortak malı olarak kabul edilen elektromanyetik radyo dalgalarıdır. Bu nedenle televizyonun da topluma ve kamuya hizmet etmesi ve kamusal sorumluluklarını yerine getirmesi gerekmektedir.

Televizyonun toplum yararına kullanılması fikrini temsil eden kamu hizmeti yayıncılığı politikaları ise günümüzde neredeyse iflas etmiş gibi görünmektedir. Televizyonda tekellerin kırılması ve özelleşmenin hemen ardından, özel televizyonların izlenme ve reklâm almak amacıyla eğlenceye dönük program yapıları nedeniyle kamu yayıncıları büyük ölçüde izlenirliklerini kaybetmiş ve eski etkilerini de yitirmiştir. Ayrıca eskisine oranla gelir kaynaklarının azalması kamu hizmeti yayıncılarının işini hepten zorlaştırmış ve bu kurumların siyasi iktidarların etkisi ve zorlamaları altına sokmuştur. Gelir kaynaklarının azalması ve verimliliğin düşmesi, kamu yayıncılarının daha fazla reklam alma ve izlenirliklerini artırma yoluna itmiş ve bu da kamu yayıncılığının reklam pazarının baskıları altında ticari televizyonların yapmış olduğu türden programları yapmaya yöneltmiştir.

Günümüzde kamu hizmeti yayıncılığı için en önemli sorun bu yayıncılık türünün tamamen işlevsiz bir hale gelme riskidir. Bu durum ise kamu hizmeti yayıncılığının tamamen pazar faktörlerin ve siyasi iktidarların egemenliğine girmesiyle sonuçlanacak bir süreçtir. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığının günümüzdeki sorunlara baktığımızda bu durumun meydana gelme ihtimalinin hala mevcut olduğu görülmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığında yaşanan sorunun Türkiye uygulamasında ise TRT bulunmaktadır. Bugün TRT televizyon yayıncılığında yurtiçi ve yurt dışı yayınlarını yapan on dört kanalıyla yer almaktadır. Bünyesinde bulundurduğu on dört kanala rağmen TRT Kurumu ciddi bir biçimde özel televizyonlarla rekabetin getirdiği baskılara maruz kalmaktadır. 1990'lardan sonra yayın hayatımıza giren özel televizyonlar ise yayıncılıkta ticarileşme eğilimin etkisiyle gittikçe sayılarını artırmış olmasına karşın yayın içeriği, kalitesi ve çeşitliliği yönünden herhangi bir katkı sağlayamamıştır.

Günümüzde Türkiye'de özel televizyon kanalları, yaptıkları yayınlarla topluma hiçbir kültürel katkıda bulunmayan ve birbirine benzeyen program yapıtlarıyla, toplumdan ve gerçeklerden uzak, adeta yabancı bir dünyadan yayınlarını sürdürmektedirler. Özel televizyon kanalları bu programları yapmaya, halkın istediği

programları yapıyoruz bahanesine sığınarak sürdürürken, kamu hizmeti yayıncılığı yapmakla mükellef TRT ise uzun süre, örgütsel yapısı ve siyasal konumuna rağmen, programcılık konusunda özgün yapıtlar yerine, ticari televizyon kanallarıyla yarışabilmek için onlara çok benzer programlar üretme yoluna gitmiştir ancak bu durum son zamanlarda TRT televizyonunda ki gelişmelerle hızla değişmektedir. Çağdaş toplumun kültürel gelişimine katkıda bulunabilecek programlar yerine, popüler kültürün egemen olduğu programlar ve TV'lerde her gün bir benzerini görebileceğimiz drama, yarışma, eğlence, magazin türünden programlar televizyonları kaplamış durumdadır.

TRT'nin özel televizyonlardaki gibi popüler yerli diziler, yarışma ve diğer programların yayınlanmasının izlenilirlik oranlarını değiştirdiği ortadadır. TRT'nin televizyonda bu tür programlara yer vermesi ise her şeyden önce onun bir kamu hizmeti yayıncısı olma durumunu tehlikeye sokan bir gelişmedir. Çünkü bir kamu hizmeti yayıncısı kurumu olarak TRT'nin en başta gelen görevi eğitmek, bilgilendirmek ve bunları yaparken de eğlendirmektir. Buna rağmen, günümüzdeki eğilimin nerdeyse tamamen eğlendirmeye ve popülerleşmeye kaydığı görünen bir gerçektir.

Televizyon yayıncılığının bugününe baktığımızda hemem hemen tamamı diziler, yarışmalar, eğlence ve magazin programlarından oluşan yapının topluluğumuz için ümit verici olmadığı ortadadır. Yazılı hukuk kuralları çerçevesinde sistemin bir kamu hizmeti modeli olduğu belirtilse de, pratik anlamda sistemin aslında tam anlamıyla ticari faktörlerin egemenliği altında işleyen ticari bir sistem olduğu görülmektedir. Birbirine çok benzeyen özel kanallar nedeniyle, yayıncılıkta özelleşmenin izleyicilere çok alternatifli ve program çeşitliliğine dayanan bir yayıncılık düzeni getirmediği açıktır. Bundan dolayı, televizyon yayıncılığında bu durumun düzelmesi, rekabetin sadece izlenirlik olmak ile sınırlandırılmadığı çağdaş yayıncılık ve kültür politikalarının geliştirilmesine bağlı durumdadır. Tüm bu değişimleri göz önüne aldığımızda kamu hizmeti yayıncılığının daha da önem kazandığını söylemek yanlış bir değerlendirme olmayacaktır.

KAYNAKÇA

Akbaş, Oya (1998) , *Gelişmekte Olan Ülkelerde Televizyonun Önemi ve TRT Televizyonu,* Marmara Üniversitesi SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Akdoğan, Yalçın (1995), *Görsel İktidar*, İnsan Yayınları, İstanbul.

Ataman, Bora (1998), *Kamusal Alan ve Alternatif Kamusal Televizyon Yayıncılığı*, Marmara Üniversitesi SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Avcı, Nabi (1990), *Kitle Kültürü ve Enformasyon Cehaleti*, Rehber Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.

Aziz, Aysel (2006), *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı: Giriş,* Turhan Yayınevi, Ankara.

--------- (1975) , *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*, TODAİE Yayınları, Yayın No: 148, Ankara.

BBC (1993), *Responding to the Gren Paper,* W1A 1AA, BBC, Published by the Brtish Broadcasting Corporation, Broadcasting House, London.

Bilgili, Can (2007), "Radyo ve Televizyonda Reklâma Bağımlılık ve Kuralsız Pazar Düzeni*", Marmara İletişim Dergisi*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 12, s. 73-75.

Bugün Gazetesi, http://www.bugun.com.tr/haber-detay/147624-iste-medya-etik-odulleri-sahipleri-haberi.aspx (19.10.2011)

Cereci, Sedat (1999), *Televizyonun Sosyolojik Boyutu*, Şule Yayınları, İstanbul.

Çankaya, Özden (1997*), Dünden Bugüne Radyo-Televizyon*, 1. Baskım, Beta Yayınları, İstanbul.

Çaplı, Bülent (1995), *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitabevi, Ankara.

----------(2002), *Medya ve Etik*, İmge Yayınevi, Ankara.

Demir, Vedat (2007), "Medyada Ticarileşme Olgusu", *Marmara İletişim Dergisi*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 12, s. 107-110.

---------- (1994), "Türkiye'de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması*"*, *Marmara İletişim Dergisi*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 7, s. 182-185.

Dursun, Davut, "TRT Türk ve Türkiye'nin Küresel Vizyonu"*, Yeni Şafak Gazetesi*, http://yenisafak.com.tr/Yazarlar/?i=16728&y=DavutDursun (18.10.2010)

Ekici, Şerafettin (2009) , *Bir İletişim Ortamı Olarak İnternet ve Türkiye'de İnternetin Regülâsyonu,* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Erdoğan, Erman (2008) , *Yaygın Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Kamusal İşlevleri,* , Marmara Üniversitesi SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (2005), *Öteki Kuram*, Erk Yayınları, 2. Baskı, Ankara.

Erdoğan, İrfan (2005), *İletişimi Anlamak*, Erk Yayıncılık, Ankara.

Eren, Esra (2008), *Kamu Yayıncılığı ve Bir Kitle İletişim Kurumu Olarak Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu*, , Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

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

Ersin, Nimet (2007), *Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT'de Program Üretim Süreci*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Geçimli, Âdem (2007), *Örgütsel Davranış Biçimi Olarak İletişim*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Girgin, Atilla (2000), *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i,* 1. Basım, İnkılâp Yayınları, İstanbul.

Gökçe, Orhan (2006), *İletişim Bilimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Gülan, Aydın (1988), "Kamu Hizmeti Kavramı*"*, *İdare Hukuku ve İlimler Dergisi*, No:1, s. 148-150.

Günday*,* Metin (2003), *İdare Hukuku*, İmaj Yayınevi, 7. Baskı, Ankara.

Gürsoy, Ayşe Bilge (1990), TRT *ve BBC'nin Ana Haber Bültenlerinin Kamu Haberciliği Açısından Karşılaştırmalı Analizi,* , Marmara Üniversitesi SBE, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Hatırnaz, Başer (2007), *Reyting Gerçeği*, Nobel Yayınevi,1. Basım, Ankara.

İçel, Kayıhan(2001), *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul.

Işık, Metin (2006), *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Kitapevi, Konya.

---------(2002), *Kitle İletişim Sistemleri,* Eğitim Kitabevi, Konya.

Karahanoğulları, Onur (2002), *Kamu Hizmeti (Kavram ve Hukuksal Rejim)*, Turhan Kitapevi, Ankara.

Kaya, Raşit (1985), *Kitle İletişim Sistemleri,* Teori Yayınları, Ankara.

Kayador, Vakur(2001), "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk*", Marmara İletişim Dergisi*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:11, s. 132-135.

Kejanlıoğlu*,* Beybin(2004), *Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı, Kamusal Alan ,* (Der. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul.

Keskin, Sergül (1991), *Basın ve Televizyon Haberciliği,* Marmara Üniversitesi SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Mattelart, Armand ve Michele (2003), *İletişim Kuramları Tarihi*, (Çev:Merih Zılllıoğlu), İletişim Yayınları,İstanbul.

Mutlu, Erol (1999) , *Televizyon ve Toplum,* TRT Yayınları, Ankara.

----------(2005), *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayınları, Ankara.

----------(1992), *Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi*, Ankara Üniversitesi Yıllığı (1991–1992), Ankara.

---------(1991), *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yayınları, Ankara.

---------(1998), *İletişim Sözlüğü*, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

---------(2001), *Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali*, Medya Politikaları, Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gürsel Adaklı (drl.), 1. Basım, İmge Yayınevi, , Ankara.

Nadaroğlu, Halil(2000), *Kamu Maliyesi Teorisi,* 11.bs., Beta Yayınları, İstanbul.

Oskay, Ünsal (2005), *İletişimin ABC'si,* Der Yayınları, İstanbul.

Öksüz, Süheyla (2003), *Küreselleşmede Nasıl Bir Medya Düzeni,* 1.Basım, Star Ajans, Ankara.

Özay, İlhan (2004), *Gün Işığında Yönetim,* On iki Levha Yayıncılık, İstanbul.

Özer, Ömer(2004), *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özerkan, Şengül (2002), "İletişim Araştırmaları*"*, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 1–2, s. 70-75.

Öztürk, Serap (1996), *Televizyon Haberciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul.

Pekman, Cem (1997), *Televizyon'da Özelleşme: Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci,* Beta Yayınları, İstanbul.

----------(1999), *Televizyon'da Özelleşme: Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci,* Beta Yayınları, İstanbul.

Postman*,* Neil(1994), *Televizyon: Öldüren Eğlence*, Çev: Osman Akınyay, 1.baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2004), *Cumhuriyet'in 80. Yılında Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayınları,* RTÜK Yayınları, Ankara.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863.

Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, RG: 14.11.1983, 18221.

RTÜK (2009), *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması–2, RTÜK Yayınları,* Ankara.

RTÜK Rapor (2009) , *Avrupa'da Kamu Hizmeti Yayıncılığı,* (Hazırlayan, İrfan Erentürk), RTÜK, Ankara

Sabah Gazetesi (2007) , *Sabah'ın Önemi büyük, ATV Kritik,* http://arsiv.sabah.com.tr/2007/09/09/haber,E39FC9AC0C3C4312A939F891AEC04FA7.html (19.10.2011)

Sarıgöl, Selgün ve Önalp Didem (2005), *TRT 2004 Faaliyet Raporu*, TRT Yayınları, Ankara.

Sarmaşık, Jale (1993), *Radyo ve Televizyon Yayınlarının Denetim Yöntemleri*, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

----------(1994), "İngiltere'deki Radyo-Televizyon Düzeni*"*, *Marmara İletişim Dergisi*, Sayı:6, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1994, s. 91-92.

Saygın, Oğuz (2005), *İnsan İlişkilerinde 4x4'lük İletişim*, Hayat Yayınları, İstanbul.

Serim, Ömer (2007*), Türk Televizyon Tarihi*, 1. Basım, Epsilon yayınları, İstanbul.

Steven, MacBride (1993), *Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya: İletişim ve Toplum,* UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayını, Ankara.

Şahin, İbrahim, *Kamu Hizmeti Yayıncılığı*, Konulu Konferans, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=c2ddca3a-bf82-4d47-a7f9-f6a02f25e473 (28.09.2010)

Tekinalp, Şermin (1993), *Avrupa Topluluğu'nda Ulusal Kültür ve Televizyon: Sorunlar- Öneriler- Çözümler, Avrupa Deneyimi ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme,* İstanbul Üniversitesi Yayını, İstanbul.

Teymurova, Günel (2003), *Televizyon Habeciliği ve Küreselleşmede Televizyon,* , Marmara Üniversitesi SBE, Yayımlanmamış Yüksel Lisans Tezi, İstanbul.

Tikveş, Özkan (2004), *İdare Hukuku*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Tutar, Hasan (2003*), Örgütsel İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (2001), *1997–2001 Yeni Ufuklar*, TRT Genel Sekreterlik Basım ve Yayım Müdürlüğü, Ankara.

TRT'nin İki Programı Daha Ödül aldı, http://www.trtdari.com/Haber/HaberDetay.aspx?HaberKodu=9a3c3ac1-4af4-4d97-bd0f-194f7bafcdfa (19.10.2011)

TRT Genel Yayın Planı *(2011),* Ankara. http://www.trt.net.tr/diger/yayinplani2011.doc (18.10.2011).

Türkoğlu, Nurçay (2004), *Toplumsal İletişim*, 1. Basım, Babil Yayınları, İstanbul.

----------(2004), *Kitle İletişimi ve Kültür*, Naos Yayıncılık, İstanbul.

Uğurlu, Hakan (2005) , *Televizyonun Yarattığı Etkinin Nedeni: Anlık- Etkili Görüntü*, Kurgu Dergisi, Anadolu Üniversitesi İBF Yayınları, No:64, Sayı 21, s. 190-200.

Uygunkan, Sanem (2005), *Kültürleme Kavramı ve Televizyon*, Kurgu Dergisi, Anadolu Üniversitesi İİBF Yayınları, No: 64, Sayı: 21, s. 206-210.

Ünlüer, Ayhan Oğuz (1995) , *Televizyon Yayıncılığının İletişim Ortamı, Düzen ve Politikaları ile Türkiye'deki Uygulamanın Gelişim Boyutları,* Anadolu Üniversitesi, SBE, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Williams, Raymond (1993*), Kültür*, (Çev. Suavi Aydın), İmge Yayınevi, Ankara.

Yüksel, Erkan (2000) *Gerçek Yaşam*, *Medyadaki Gerçek ve Terör Haberciliği*, Çizgi Kitabevi, Konya.

Zıllıoğlu, Merih (2003), *İletişim Nedir?,* Cem Yayınları, 2.Basım, İstanbul.

http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/resources/in-depth/reith_1.shtml (10.06.2011)

http://www.bbc.co.uk/turkish/news/story/2004/01/040129_bbccrisis.shtml (13.04.2011)

www.diziler.com (03.11.2010)

http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan.asp (02.01. 2011)

www.medyatava.com/rayting.asp? (15.12.2010)

www.mevzuat.gov.tr (02.10.2010)

http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.2954&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=

www.rtuk.org.tr (08.11.2010)

http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=3e3023f4-04d8-407b-844c-ad928fc51126 (04.02.2011)

http://www.trt.net.tr/Kurumsal/anasayfa.aspx (19.10.2011)

http://www.trt.net.tr/diger/yayinplani2011.doc (19.10.2011)

http://www.milliyet.com.tr/2008/03/31/tv/evet.html (27.09.2010)

www.medyatakipmerkezi.com.tr/reklamerenler.php (03.11.2010)

http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm (05.02.2011)

http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0T%C3%9C_TV (21.04.2011)

http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0T%C3%9C_TV (21.04.2011)

ÖZET

İletişim, insanın ve toplumun var oluşunun zorunlu koşuludur. İnsanlık tarihi kadar eski bir olgu olan iletişim, günümüz koşullarında, yaşamı belirleyici ve yön gösterici bir güç konumuna ulaşmıştır. Geniş ölçekli toplumlarda kitle iletişimi, özellikle de televizyon, çok önemli roller üstlenmektedir. Televizyon da kitle iletişim araçları içerisinde en etkilisi olduğu kabul edilen kitle iletişim aracıdır. Televizyon yayınları ABD ve Avrupa'da başlamış ve ülkemize gelişi ancak TRT'nin kurulması ve yayına başlamasıyla olabilmiştir. Ülkemizde uzun yıllar TRT'nin tekeli ve denetiminde gerçekleştirilen kamu hizmeti yayıncılığı doksanlı yıllarla birlikte özel televizyon kanallarının açılmasıyla farklı bir boyut kazanmıştır. Eğitme ve bilgilendirmeden daha farklı, daha çok seyirci çekmek amacıyla yapılan yayınlar kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının sorgulanmasına sebebiyet vermiştir. Başlangıçta, bu yayınlarla ilgili yasal düzenlemelerin bulunmamasından dolayı uzun bir süre özel radyo ve televizyonlar kuralsız bir şekilde yayınlarını sürdürmüşlerdir. Ülkemizde son düzenlemelere göre kamu hizmeti TRT tarafından sürdürülmektedir.

Bu çalışma Avrupa'da ortaya çıkan ve zamanla televizyon yayıncılarının liberal etkilerle çoğalması sonucu sıkıntı yaşayan kamu hizmeti yayıncılığını irdelemektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Kamu, Kamu Hizmeti, Kamu Hizmeti Yayıncılığı,Televizyon,TRT,BBC.

ABSTRACT

Communication is an essential requirement for the existence of the human being and the society. In the contemporary world, communication, which is a phenomenon as old as humanity, has reached the status of power which determines and leads the lives. And mass communication, especially television which is accepted as the most effective mass media, has a crucial role in mass societies. Television broadcasting started in U.S. and Europe and it is managed to transfer this technology to our country with the establishment of TRT. Public service broadcasting, which is performed for many years under the monopoly and the control of TRT, has acquired a different dimension with the opening of private television channels in 90s. Apart from educating and informing, the programs which are designed for appealing more audience, has provoked the questions about the perception of public service broadcasting. At the beginning due to the fact that there is no legal regulation related the broadcasting, the private radio and television channels broadcast without any bases. In Turkey, the public media service for the last regulation is caried on TRT which is broadcaster in structure.

This study analyzes public service broadcasting raised in EU and has difficulties due to private TV broadcasters increasing with liberalist effects.

Key Words: Communication, Public, Public Service, Public Service Broadcasting,Television,TRT,BBC.

ÖZGEÇMİŞ

İbrahim USLU 03.06.1983 tarihinde Samsun'da doğdu. İlköğrenimini Samsun'da çeşitli okullarda tamamladıktan sonra ortaöğrenimini Bafra Süper Lisesinde tamamladı. Yüksek öğrenimini ise Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi bölümünden mezun olarak 2006 yılında tamamladı. Mezuniyetten sonra 2007 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun açmış olduğu sınavda başarılı olarak çalışma hayatına Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nda Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak başladı. Uslu, halen Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nda Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak çalışmakta olup Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yönetim Bilimleri Bilim Dalında yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Uslu, İngilizce bilmekte olup, evlidir.