T.C.
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TÜRKİYE'DE VE BAZI AVRUPA ÜLKELERİNDE ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

UZMANLIK TEZİ

Seda DURMUŞ

ANKARA

EKİM/2011

T.C.
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TÜRKİYE'DE VE BAZI AVRUPA ÜLKELERİNDE ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

UZMANLIK TEZİ

Seda DURMUŞ

DANIŞMAN
Zeynep Arzu DEMİREL
Üst Kurul Uzmanı

ANKARA
EKİM/2011

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.

../10/2011

Seda DURMUŞ

Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Uzmanlık Tezinin Adı:

Türkiye'de ve Bazı Avrupa Ülkelerinde Ortak Denetim ve Öz Denetim Uygulamaları

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

Tezi Teslim Alan

Daire Başkanı

Tarih

Adı-Soyadı-İmzası

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığı'na

Bu çalışma, Tez Değerlendirme Komisyonu tarafından oy birliği/oy çokluğu ile Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

		Adı Soyadı	İmza
Başkan	:	TAHA YÜCEL	
Üye	:	VOLKAN ÖZTÜRK	
Üye	:	ZEYNEP ARZU DEMİREL	

ONAY

…./10/2011

Üst Kurul Başkanı

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ONAY SAYFASI
TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI
İÇİNDEKİLER i
KISALTMALAR iv

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
MEDYA

1.1 İLETİŞİM KAVRAMI 5
1.2 KİTLE İLETİŞİMİ KAVRAMI 6
1.3 MEDYA VE KİTLE İLETİŞİMİ İLİŞKİSİ 7
1.4 KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI 8
1.4.1 Radyo 11
1.4.2 Televizyon 13
1.5 KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ İŞLEVLERİ İLE İLGİLİ YAKLAŞIMLAR 15
1.5.1 Otoriter Kuram 16
1.5.2 Sosyalist Kuram 17
1.5.3 Liberal Kuram 19
1.5.4 Toplumsal Sorumluluk Kuramı 21
1.5.5 Gelişme Kuramı 23
1.5.6 Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı 25

İKİNCİ BÖLÜM
DENETİM

2.1 DENETİM KAVRAMI 28
2.2 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DENETLENMESİ 29
2.3 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DENETLENME GEREKÇELERİ 31
2.3.1 Kanal Kıtlığı 32
2.3.2 Kamu Yararı 32
2.3.3 Endişe ve Korku 33
2.3.4 Yayınlarda Süreklilik ve Tutarlılık 33
2.4 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DENETLENME YÖNTEMLERİ 34
2.4.1 Formel Denetim 34
2.4.1.1 Yargı Denetimi 35
2.4.1.2 İdari Denetim 37
2.4.2 İnformel Denetim 39
2.4.2.1 Kamuoyu Denetimi 40
2.4.2.2 Öz Denetim 42
2.4.3 Karma Denetim 48
2.4.3.1 Ortak Denetim 48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNGİLTERE, FRANSA VE TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

3.1 İNGİLTERE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI 53
3.2 İNGİLTERE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI 59
3.2.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Reklam Yayıncılığı 59
3.3 FRANSA'DA RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI 65
3.4 FRANSA'DA RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI 75
3.4.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak İşaret Sistemi ve Televizyon Programlarının Sınıflandırılması 75
3.4.2 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Reklam Yayıncılığı 80
3.4.3 Öz Denetim Uygulaması Olarak İzleyici Temsilciliği 83
3.5 TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI 84
3.6 TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI 102
3.6.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Akıllı İşaretler Sistemi 102
3.6.2 Öz Denetim Uygulaması Olarak İzleyici Temsilciliği 106
3.6.3 Öz Denetim Uygulaması Olarak Yayıncılık Etik İlkeleri 108
3.6.4 Öz Denetim Uygulaması Olarak Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler 110
3.6.5 Öz Denetim Uygulaması Olarak Reklam Özdenetim Kurulu 113
SONUÇ VE ÖNERİLER 119
KAYNAKÇA 123
ÖZET 129
ABSTRACT 130
ÖZGEÇMİŞ 131

KISALTMALAR

AAC : Advertising Advisory Committee

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

a.g.e. : Adı geçen eser

AGİT : Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı

ARPP : Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - Reklamcılık Mesleği Düzenleme Otoritesi

ASA : Advertising Standards Authority - Reklam Standartları Otoritesi

ASA(B) : Advertising Standards Authority Broadcast - Reklam Yayıncılığı Standartları Yetkili Otoritesi

BACC : Broadcasting Advertising Clearance Centre - Reklam Yayıncılığı Denetim Merkezi

Basbof : Broadcast Advertising Standards Board of Finance - Reklam Yayıncılığı Standartları Finans Kurulu

BBC : British Broadcasting Corporation - İngiliz Kamu Hizmeti Yayın Kurumu

BCAP : Broadcast Committee of Advertising Practice - Reklamcılık Uygulaması Yayın Komitesi

BCC : Broadcasting Complaints Commission - Yayın Şikâyet Komisyonu

BSC : Broadcasting Standards Council - Yayın Standartları Konseyi

BSC : Broadcasting Standards Commission - Yayın Standartları Komisyonu

BVP : Bureau De Vérification de la Publicité - Reklam Denetleme Bürosu

CATV : Cable Television

CHP : Cumhuriyet Halk Partisi

CNCL : Commission Nationale de la Communication et des Libertés - Ulusal İletişim ve Özgürlük Komisyonu

CSA : Counseil Superieur de L'Audiovisuel - Görsel İşitsel Yüksek Konsey

CSF : Compagne Général Française de la Télégraphie sans Fil

Çev. : Çeviren

DCOA : Devir Sözleşmesi Yasası

Der. : Derleyen

EASA : European Advertising Standards Alliance - Avrupa Reklamcılık Standartları Birliği

Ed. : Editör

HACA : Hauté Autorité de la Communication Audiovisuelle - Görsel-İşitsel İletişim Yüksek Kurulu

IAA : Uluslararası Reklamcılık Derneği

IBA : Independent Broadcasting Authority - Bağımsız Yayıncılık Otoritesi

İLEF : Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

INA : Institut National de l'Audiovisuel

ITA : Independent Television Authority - Bağımsız Televizyon Otoritesi

ITC : Independent Television Commission - Bağımsız Televizyon Komisyonu

İTÜ : İstanbul Teknik Üniversitesi

ITV : Independent Television

MATRA : Katılım Öncesi Projeler Programı

MoU : Memorandum of Understanding - Karşılıklı Anlayış Sözleşmesi

NICAM : Netherland's Institute for the Classification of Audiovisual Media

OCA : Office De Contrôle Des Annonces - Reklam Denetim Bürosu

OFCOM : Office of Communication - İletişim Ofisi

OFTEL : Office of Telecommunication - Telekomünikasyon Ofisi

ORTF : Office de Radiodiffusion - Television Française

PTT : Posta Telgraf ve Telefon İdaresi

RA : Radiocommunication Agency - Telsiz Ajansı

RACC : Radio Advertising Clearance Centre - Radyo Reklamcılığı Denetim Merkezi

RATEM : Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği

RAu : Radio Authority - Radyo Otoritesi

RD : Reklamcılar Derneği

RFP : Régie Française de Publicité - Fransız Reklam Kurulu

RÖK : Reklam Özdenetim Kurulu

RTF : Radiodiffusion-Television Française - Fransız Radyo ve Televizyon Kurumu

RTÜK : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

RTYK : Radyo Televizyon Yüksek Kurulu

RVD : Reklamverenler Derneği

s. : Sayfa

SFP : Société Française de Production

SKAAS : Sayısal Kayıt Arşiv ve Analiz Sistemi

TBMM : Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDF : Télédiffusion de France

TRT : Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu

TTTAŞ : Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi

TVYD : Televizyon Yayıncıları Derneği

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

vb. : ve benzeri

YBTB : Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği

GİRİŞ

Yazının icadından sonra haber ve bilgileri belgelendirme ve birbirine aktarma imkânını bulan insanoğlu, değişen teknolojinin de yardımıyla kitle iletişim araçlarını geliştirerek, bu araçları hayatının bir parçası haline getirmiştir.[1] Kitle iletişim araçları, insanları, siyasal, kültürel, sosyal konular bakımından bilgilendiren ve böylece kamuoyu oluşumunu sağlayarak demokrasinin işlerlik kazanmasına yardımcı olan organlardır. Ülke ve dünya gündemi üzerinde bir fikir oluşturma yönünden en etkili kitle iletişim araçları ise kuşkusuz radyo ve televizyondur. Toplumsal hayat üzerinde diğer kitle iletişim araçlarına göre daha fazla etkili olan radyo ve televizyon, temel hak ve hürriyet kavramlarıyla ilgili olmaları, tarafsız yayın yapmak zorunda olmaları, milli güvenlik, dış politika gibi siyasi alanda birtakım görevleri yerine getirmek zorunda olmaları nedenleriyle denetime tabi olmak zorundadır. Farklı ülkelerdeki farklı siyasi, ekonomik ve kültürel şartlar nedeniyle radyo ve televizyon kuruluşlarının yayınlarının kimler tarafından yerine getirileceği, bu kuruluşların yayınlarında dikkate alacakları ilkeler, yayınların tarafsızlığı gibi birçok konu çeşitli hukuki ve idari mekanizmalar tarafından düzenlenmektedir. Hemen hemen her ülkede, kamu düzenini, kamu yararını, genel ahlâkı, genel sağlığı ve milli güvenliği kolaylıkla etkileyebilecek güce sahip radyo ve televizyon kuruluşlarının iletişim hizmetlerinin, öngörülen ilke ve esaslara, yayın amaçlarına uygun olarak yerine getirilip getirilmediğini düzenlemekle ve denetlemekle görevli organlar bulunmaktadır. Bu organlar, radyo ve televizyon kuruluşlarının içinde veya dışında yer almaları, karar veya danışma yetkisine sahip olup olmamaları gibi nedenlerle ülkeden ülkeye değişen farklı yapılar göstermektedir.[2]

Kitle iletişim araçlarının demokrasilerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak görülmeye başlandığı tarihlerden itibaren, kitle iletişim

---

1 Vedat Demir, *Türkiye'de Medya ve Özdenetimi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998, s. 5.

2 Jale Sarmaşık, *Radyo ve Televizyon Yayınlarını Denetim Yöntemleri*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1993, s. 5-6.

araçlarının ve denetim kavramının birlikte kullanılması hep bir tedirginlik meydana getirmiştir. Bu nedenle de, tarih boyunca demokrasi ve kitle iletişim özgürlüğü mücadeleleri hep birbirine bağlı şekilde ilerlemiştir. Ancak, iletişim özgürlüğünün kullanılması, bu özgürlüğü kullananların sorumluluğunu da beraberinde getirmektedir. Sorumlu yayıncılık anlayışı; çoğulcu, katılımcı ve şeffaf demokrasiye de işlerlik kazandırmaktadır. Günümüzde ise teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ile ekonomik ve siyasal alandaki hızlı değişmeler, yeni kavramları beraberinde getirmektedir. Kitle iletişim özgürlüğünün önünde hep engel olarak görülen devlet ve hükümetlerin yerine, farklı yapılardaki ulusal ve uluslarüstü mekanizmalar geçmiştir. Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının farklı teknolojik altyapıları, haberin ve bilginin sunum biçimlerini de tek bir kanun ya da düzenlemenin konusu olmaktan çıkarmaya başlamıştır. Dolayısıyla her bir kitle iletişim aracının, farklı sorunları ve farklı ihtiyaçları bulunmaktadır.[3] Ancak, kitle iletişim araçlarının denetiminin salt hukuki ve bunun uzantısı olan idari mekanizmalar aracılığıyla gerçekleştirilmesinin kitle iletişim özgürlüğü açısından tehdit oluşturuyor olması ne kadar doğalsa; medyanın denetimsizliğinin de kitle iletişim özgürlüğünün yanı sıra demokrasinin ve bütün özgürlüklerin önünde en büyük engel olacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Değişen ve gelişen iletişim teknolojileri ve buna bağlı olarak iletişim organlarının gerek hukuki ve gerekse idari kurallarla denetiminde ortaya çıkan güçlükler "Öz Denetim" ve özellikle de "Ortak Denetim" yöntemlerini etkili denetim biçimleri olarak karşımıza çıkarmaktadır.[4]

"Türkiye'de ve Bazı Avrupa Ülkelerinde Ortak Denetim ve Öz Denetim Uygulamaları" başlıklı Tez çalışmasında; iletişim, kitle iletişimi, denetim kavramları, medya ve kitle iletişimi ilişkisi, kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili yaklaşımlar, denetim yöntemleri ile İngiltere, Fransa ve Türkiye'nin radyo ve televizyon yayıncılığında uygulanmakta olan öz denetim ve ortak denetim uygulamaları araştırılmıştır. Öz denetim ve ortak denetim uygulamaları konusu işlenirken, konunun genişliği ve yeni kanun değişiklikleri ele alınarak, yürürlükteki mevzuat üzerinde durulmuş; ancak konu radyo ve televizyon yayıncılığında

---

[3] B. Zakir Avşar ve Vedat Demir*, Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*, Pramit Yayıncılık, Ankara, 2005, s. 15-16.

[4] a.g.e., s. 341-343.

uygulanan öz denetim ve ortak denetim uygulamaları açısından detaylandırılmıştır. Bu bağlamda, bu Tez, radyo ve televizyon yayıncılığının denetiminin zorunlu olduğu ve denetimin yayın sonrasında, önceden belirlenmiş kurallar, ilkeler ve kriterler çerçevesinde, objektif bir şekilde yapılması gerektiği varsayımlarından hareket edilerek hazırlanmıştır.

Tez'in amacı; küreselleşme ve yayın teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler gibi nedenlerle denetimi güçleşen radyo ve televizyon yayıncılığını yürürlükte olan hukuki ve idari mevzuat sınırları içerisinde incelemek ve özellikle de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında uygulanan öz denetim ve ortak denetim uygulamalarından yola çıkarak, ideal olan denetim modelinin ne olabileceği üzerinde durmaktır. Bu nedenle, Tez'in önemi; kitle iletişim araçları içerisinde, kitleleri yönlendirebilme potansiyeli açısından en etkili olan radyo ve televizyon yayınlarının giderek denetiminin güç hale gelmesinden kaynaklanmaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda hazırlanan Tez, üç bölümden oluşmaktadır. Tez'in ilk bölümünü oluşturan "Medya" başlıklı birinci bölümünde, çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan iletişim kavramı, kitle iletişimi kavramı, medya ve kitle iletişimi ilişkisi, radyo, televizyon, kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili yaklaşımlar üzerinde durulmuştur.

Tez'in "Denetim" başlıklı ikinci bölmünde denetim kavramı, radyo ve televizyon alanının denetlenmesi ve denetlenme gerekçeleri ile radyo ve televizyon alanının denetlenme yöntemleri "Formel, İnformel ve Karma Yöntemler" şeklinde üçe ayrılarak ayrıntılı şekilde anlatılmıştır.

Tez'in "İngiltere, Fransa ve Türkiye'de Radyo ve Televizyon Alanındaki Ortak Denetim ve Öz Denetim Uygulamaları" başlıklı üçüncü bölümünde, İngiltere, Fransa ve Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının tarihçesi, özellikleri, mevcut düzenlemeler ve bu ülkelerdeki düzenleyici üst kurulların yapısı, işleyişi, özellikleri, görev ve yetkileri tüm yönleriyle incelenmiş ve bu ülkelerde radyo ve televizyon alanlarında uygulanmakta olan öz denetim ve ortak denetim uygulamaları tüm yönleriyle ele alınmıştır.

"Sonuç ve Öneriler" bölümünde ise, denetim kavramı 'Geleneksel' ve 'Geleneksel Olmayan' denetim biçimleri açısından irdelenmiş ve bunun sonucunda 'Ortak Denetim' yönteminin ideal olana en yakın model olduğu sonucuna varılmıştır.

Tez çalışmasında veri toplama tekniklerinden Türkçe ve yabancı dilde literatür taraması ve okuması, metinlerin analitik olarak incelenmesi, ilgili İngiliz, Fransız ve Türk mevzuatlarının ve uluslararası mevzuatın incelenmesi, mukayese, yorumlama, sentez ve sonuç çıkarma yolları kullanılmıştır. Çalışmada, "Tanımlayıcı/Betimleyici Araştırma Yöntemi" belirli aşamalarda kullanılmış ve konuyla ilgili her türlü kitap, makale, yasa, yönetmelik, kurum raporları, internet siteleri ve benzeri kaynaklar incelenmiştir. İletişim, kitle iletişimi, denetim, radyo ve televizyon alanındaki denetim konularında hem Türkçe hem de yabancı dillerde yazılmış kaynaklara ulaşılmıştır. Ayrıca, en yeni bilgilere ulaşabilmek için örnek ülkelerdeki düzenleyici üst kurulların web siteleri de temel kaynaklar arasında yer almıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA

1.1 İLETİŞİM KAVRAMI

Genel anlamda bir insan etkinliği olan "İletişim" kavramı üzerine sayısız tanımlamalar yapılmıştır. Yapılan tanımlamalardan birine göre iletişim, haberin, bilginin ya da en genel haliyle kültürün insan topluluklarına dağıtımıdır.[5] Bir başka tanımlamaya göre ise iletişim, anlamlarında uzlaşılmış simgeler aracılığıyla bilgilerin, düşüncelerin, duyguların biriktirilip aktarılması ve hem ortak hem de değişik zaman ve mekân boyutlarında bu aktarımın gerçekleştirilmesidir.[6] İngilizce'deki 'Communication' kelimesine karşılık olarak Türkçe'de kullanılan iletişim kavramı, 'Ortaklaşmak', 'Ortak Kılmak' anlamlarını taşıdığından, en genel şekliyle, "Her hangi bir şeyin ya da bilginin ortaklaşa kullanılması" anlamına da gelmektedir.[7]

İletişim, insanın olduğu her yerde varlık gösterebilmesini, belli yer ve zamanda insanın kendisiyle ve dış dünyayla ilişki kurabilmesini ve bu ilişkileri yürütüp, geliştirebilmesini sağlayan insani bir eylemdir.[8] Diğer bir ifadeyle, iletişim, kişinin aklı ve duygularıyla çevresinden algıladığı iletileri çözümleme ve bu iletilere göre, yeni düşünce ve davranışlar geliştirme sistemini içeren dinamik bir süreçtir.[9]

İletişim, verici/kaynak, alıcı/hedef kitle, mesaj/ileti, kanal/araç ve feedback/geribildirim gibi beş temel ögeden oluşmakta ve bu ögelerin özelliklerine

---

5 A. Raşit Kaya, *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, Ankara, 1985, s. 1.

6 Merih Zıllıoğlu, *İletişim Nedir?*, Cem Yayınevi, İstanbul, 1996, s. 7.

7 Metin Işık, *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2005, s. 16.

8 İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Erk Yayıncılık, Ankara, 2005, s. 15.

9 A. Rıdvan Bülbül, *İletişim ve Etik*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001, s. 2-3.

göre çeşitli türlere ayrılmaktadır. En yaygın sınıflandırmaya göre iletişim, "Kişi İçi İletişim, Kişilerarası İletişim, Örgüt İçi İletişim ve Kitle İletişimi" olmak üzere dört temel gruba ayrılmaktadır.[10] Kişi İçi İletişim, bireyin kendi iç dünyasını gözlemlemesi, ihtiyaçlarının farkına varması, kendi içinde mesajlar üreterek bunları yorumlaması suretiyle gerçekleşmektedir. Kişilerarası İletişim, en az iki kişi arasında, sözlü ya da sözsüz olarak gerçekleşen mesaj üretimi, aktarımı ve yorumlanması sürecinden oluşmaktadır. Örgüt İçi İletişim, örgütlerin belli amaçlarını gerçekleştirebilmesi için örgüt faaliyetlerini iş bölümü anlayışı içerisinde koordine edebilmesi sürecini içermektedir. Kitle İletişimi ise, çeşitli türdeki iletilerin, kitle iletişim araçları vasıtasıyla kitlelere aktarılması sürecinden oluşmaktadır.[11]

1.2 KİTLE İLETİŞİMİ KAVRAMI

Kitle iletişimi kavramı, bir kavram olarak iletişim kavramından farklı bir anlam taşımakta ve bu farklılık özellikle kitle kavramında kendini göstermektedir.[12] Kitle kavramı, toplumsal bakımdan farksız, heterojen, birbiriyle bağlantısız, sınıf, cinsiyet ve ırk bakımından kesin farklardan yoksun geniş bir nüfusu ifade etmektedir.[13] Belirli olay ve şartlardan birlikte etkilenen veya etkilendiğini zanneden, olay veya şartlara karşı ortak tavırlar koyan ve ortaya koyduğu bu tavırları hükümet, politikacılar ve iş çevreleri tarafından dikkate alınan sosyal birimler olarak nitelendirilen bu nüfus, sanayileşme, kentleşme ve modernleşme neticesinde kitleye dönüşmüş, kitlelerin ortaya çıkmasıyla da kitle kültürü ve kitle iletişimi gündeme gelmiştir.[14]

Bazı tekniklerle, belirli bir teknoloji uygulanarak çok sayıda kişiyi etkileyecek biçimde bilgi, düşünce ve tutumların insan topluluklarına tek yanlı

---

[10] Üstün Dökmen, *İletişim Çalışmaları ve Empati*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000, s. 21.

[11] Metin Işık, *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Akademi Yayınları, Konya, 2008, s. 26-35.

[12] Orhan Gökçe, *İletişim Bilimine Giriş*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1993, s. 77.

[13] İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *İletişim ve Toplum*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990, s. 122-128.

[14] Metin Işık, *İletişimden Kitle İletişimine*, Mikro Yayınları, Konya, 2000, s. 33.

ulaştırılmasına "Kitle İletişimi (Mass Communication)" adı verilmektedir.[15] Televizyon, radyo, gazete, duvar panoları veya sinemalar vb. bir kitlesel araçla dolayımlanan bir iletişim türü olarak da ifade edilen kitle iletişimi, kavram olarak ilk kez, 1940'ların başında Harold D. Laswell'in yaptığı siyasal erk ve propaganda üstüne yaptığı çalışmalarda kullanılmıştır. Bu terimin amacı toplumun örgütlenmesini yöneten modern koşulları belirtmek, siyasal karar alma süreçlerinde iletişim teknolojilerinin rolünü vurgulamak ve toplumsal fenomenlerin çözümlenmesinde iletişimin öneminin tanınmasını sağlamaktır.[16]

Kitle iletişiminin izlerkitlesi görece daha geniş, çeşitli toplumsal kümelerden meydana gelen ve çeşitli niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden bir topluluktur. Bu nedenle, kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilmektedir. Kitle iletişimciyle izlerkitle arasındaki ilişki, izlerkitlenin tanımadığı profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulmaktadır.[17]

1.3 MEDYA VE KİTLE İLETİŞİM İLİŞKİSİ

Basın-yayın sanayisindeki gelişmeler, radyo ve televizyon gibi sesli ve görüntülü basının yaygınlaşması, teknolojideki hızlı gelişmelerin klâsik basın kavramıyla ifade edilemeyecek bir boyuta ulaşması bu gelişmelerin tümünü kapsayacak bir kitle iletişim kavramına ihtiyaç göstermiştir. İngilizce'den dilimize yerleşen ve kitle iletişim araçları anlamına gelen 'Mass Media'nın kısaltılmış şekli olan 'Medya' kavramı da son dönemde bu anlamda yaygın olarak kullanılmaktadır.[18] Yazı, ses, ya da görüntü aracılığıyla iletişim kurmayı sağlayan gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema, film, internet, hypermedia, bilgisayar, video, haberleşme uydusu, frekans dağılımı, kitap, slayt, multivizyon, faks, tele-foto, radyo-foto, lifaks, telefon

---

[15] Jale Sarmaşık, *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumunun İdari ve Hukuki Yapısı*, Taç Ofset, İstanbul, 1990, s. 1.

[16] Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Ark Yayınevi, Ankara, 1995, s. 211.

[17] a.g.e., 211-212.

[18] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 17.

vb. gibi kitle iletişim araçlarının tümü günümüzde medya tanımının içinde yer almaktadır.[19]

Medya, kitle iletişimine yönelik araçları ve bu araçların kullanımıyla ilgili ekonomik faaliyetleri belirten bir kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır. Medya etkinliğinin gelişen teknoloji ve hızlı rekabet karşısında pahalı bir uğraş alanı haline gelmesi, yayıncılık, matbaacılık, haber ajansları, reklamcılık ve bilgi-işlem merkezleri gibi yan sektörlerle olan yoğun ilişkisi de medya ekonomisini güçlendirmektedir. Büyük medya şirketlerinin kendi aralarında ve öteki sektörlerle yaptıkları birleşmeler ve işbirliği ile bunun uluslararası düzeydeki yansımaları da medyanın ekonomi içindeki payını ve etkinliğini arttırmaktadır.[20]

Medya bir yandan ekonomik bilincin şekillenmesini sağlarken, öte yandan kendi başına dev bir ekonomik düzen olarak karşımıza çıkmaktadır. 1980'lerde yaşanan teknolojik gelişmeler görsel ve işitsel bir patlamaya zemin hazırlamış, videokaset ve kompakt disk, kablolu televizyon, fiber optik teknolojilerinin kullanılması, uydu yayınları, teletext, videotext gibi donanımlar, basın alanındaki bilgisayarlaşma, iletişim alanında önemli dönüşümlere neden olmuştur.[21] Medya, geniş kitlelerin eğlence, dinlenme ve boş zamanı için güçlü bir araç haline gelmiş ve böylece boş vakit ve eğlence zamanının örgütlenmesi ve kullanılmasında hem merkezi bir konuma gelmiş hem de yol gösteren temel ajan olmuştur.[22]

1.4 KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Mesajların kitlesel üretim ve dağıtımını gerçekleştiren araçlara "Kitle İletişim Araçları" adı verilmektedir.[23] Kurumsallaşma ve uzmanlaşmanın söz konusu olduğu kitle iletişim araçlarında, haberler, düşünce ve tutumlar, yazı, resim veya ses olarak

[19] R. Bülbül, 2001, s. 6.

[20] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 19.

[21] Neşe Erkelli Kızıl, *İletişim Özgürlüğü ve Medyada Oto-Kontrol*, Beta Basım Yayım, İstanbul, 1998, s. 7.

[22] İrfan Erdoğan, *İletişimi Anlamak,* Erk Yayıncılık, Ankara, 2008, s. 271.

[23] Metin Işık, 2005, s. 17.

çoğaltılarak teknik araçlar vasıtasıyla insan topluluklarına ulaştırılmaktadır. Halkı aydınlatma, eğitme veya eğlendirme gibi amaçları olan, belirli bir süreklilik, düzenlilik, aynı anda her yerde bulunabilme ve olayları geniş kitlelere aktarabilme özelliği taşıyan bu araçların aktardığı mesajlar belge niteliği taşımaktadır.[24]

Günümüz çağdaş toplumları dış dünyayı kitle iletişim araçları vasıtasıyla anlamlandırmakta ve bu toplumların ideolojileri düşünsel ve sembolik metalar üreten kitle iletişim araçları tarafından şekillendirilmektedir.[25] Ayrıca, yasama, yürütme ve yargı ile ilgili yasal düzenlemeleri yapacak kişileri seçim yoluyla belirli bir süre için iş başına getiren toplum, bu kişi ve kurumların nasıl çalıştıklarını, görevlerini yerine getirip getirmediklerini, varsa aksaklık ve eksikliklerin neler olduğunu izleyememekte ve bunun sonucunda kitle iletişim araçları, toplum adına tüm bu görevleri üstlenmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının ilk ve temel işlevi, toplumu bilgilendirmek ve gelişmelerden haberdar etmek suretiyle siyasi kişi ve kuruluşlar üzerinde denetim kurmak ve eleştiri yapmaktır.[26]

Kitle iletişim araçlarının bir diğer işlevi eğitimdir. Özellikle az gelişmiş totaliter sistemlerde kitle iletişim araçlarının bu işlevi kamu hizmeti yayıncılığının bir gereği olarak önem kazanmakta ve medyaya, toplumu eğitme, ulusun kültürel zenginliğini arttırma ve devam ettirme görevi yüklenmektedir.[27]

Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden biri de kamuoyu oluşumuna katkıda bulunmaktır. Kamuoyu kavramı, genel kamu üyelerinin siyasal konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları[28]olarak kabul edilirse, kamuoyu oluşumunda bireysel özellikler, aile, iş ve arkadaşlık çevreleri, eğitim, geleneksel kültür, din gibi faktörlerin yanı sıra kitle iletişim araçları da son derece önemli bir konuma sahiptir.

---

[24] A. R. Kaya, 1985, s. 12-13.

[25] Metin Işık, *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2007, s. 4.

[26] M. Işık, 2008, s. 49.

[27] Aysel Aziz, *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006, s. 71.

[28] E. Mutlu, 1995, s. 194.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının belki de en yaygın işlevi eğlencedir. Boş zamanları doldurma, işten ve yaşamın zorluklarından uzaklaşma adına kitle iletişim araçlarına yüklenen bu işlev, zamanla kitleleri uyuşturma ve yönlendirmede etkili bir araç haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarından özellikle televizyon, neredeyse tamamen eğlenceye dönük popüler bir kitle iletişim aracı haline gelmiş, adeta eğlence televizyonun asli görevi olmuştur.[29]

Kitle iletişim araçlarının bugüne kadar pek çok şekilde sınıflandırması yapılmıştır. Duyu organları esas alınarak yapılan sınıflandırmaya göre kitle iletişim araçları, "Görsel, İşitsel, Görsel-İşitsel Araçlar" şeklinde ayrılırken; mesaj sunum biçimlerine göre "Yazılı, Sözlü, Yazılı ve Sözlü Araçlar" şeklinde sınıflandırılmaktadır.[30]

Görsel iletişim araçları olan gazete ve dergi, siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel içerikli haber ve bilgileri periyodik zamanlarda hedef kitleye yazılı olarak sunmaktadır. Bu bakımdan bu iki iletişim aracı mesaj sunum biçimine göre de yazılı iletişim araçları grubuna girmektedir. İşitsel tek kitle iletişim aracı ise radyodur. Mesajların iletiminde sadece söze dayanan ve sözlü bir kitle iletişim aracı olan radyo, hedef kitleye ulaşmada en hızlı araçtır. Hem görsel hem de işitsel kitle iletişim araçları ise televizyon ve sinemadır. Aynı anda hem göze hem de kulağa hitap edebilmeleri bu araçların etkinliğini ve inandırıcılığını arttırmaktadır.[31] Söz konusu bu kitle iletişim araçlarının dışında 1980 sonrasında yaygınlık kazanan ve belki de diğer kitle iletişim araçlarının özelliklerini ve işlevlerini tek başına bünyesinde barındırabilen bir başka kitle iletişim aracı ise internettir. Her türlü haber, bilgi ve belgeyi yazılı olarak iletmesi açısından yazılı bir kitle iletişim aracı olan internet; hareketli ve sesli görüntüleri de sunabilmesi açısından da hem görsel hem de işitsel bir araçtır. Bugün gazete ve dergilerin internet gazeteciliği ve birçok radyo ve televizyonun internet üzerinden canlı yayın yapabilmesi, internetin bu çok yönlü yapısını ortaya koymaktadır.[32]

---

[29] Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2005, s. 77–78.

[30] M. Işık, 2000, s. 53.

[31] M. Işık, 2008, s. 41-43.

[32] a.g.e., s. 244-245.

Bu çalışma, yukarıda adı geçen kitle iletişim araçlarından sadece radyo ve televizyon alanının denetlenmesini içerdiği için aşağıda radyo ve televizyon alanı ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır. Bunun nedeni radyo ve televizyonun diğer kitle iletişim araçlarından çok ayrı bir yapıya sahip olması ve radyo ve televizyona ilişkin hukuk kurallarının da farklı bir şekilde uygulanmasıdır. Radyo ve televizyon genel olarak diğer kitle iletişim araçlarının ortak özelliklerini taşımakla birlikte, bu araçların teknik bazı özelliklerinden kaynaklanan kendilerine özgü birtakım özellikleri bulunmaktadır. Çünkü radyo ve televizyon aracılığıyla iletilen mesaj aynı anda tüm kitleye seslenmek zorundadır. Güvenilir bir haber kaynağı da olan radyo ve televizyon evreni küçültmekte, uzak mesafeleri yakınlaştırmaktadır.[33]

1.4.1 Radyo

Kulağa hitap eden, bir başka ifadeyle işitsel araçlar içerisinde en yaygın olarak kullanılan bir kitle iletişim aracı olan radyo, elektrik ve elektromanyetik alandaki bilimsel-teknik gelişmelerin bir ürünüdür.[34]

20. Yüzyıl'ın ilk yarısına damgasını vuran ve kitleleri yönlendirmede son derece başarılı olan radyoyla ilgili gelişmeler, 19. Yüzyıl'ın ortalarına kadar uzanmaktadır. Çünkü değişik tarihlerde, değişik ülkelerde, farklı bilim adamları radyonun bugünkü durumuna gelmesini sağlayıcı teknik buluşlar yapmışlardır. Radyo tekniği ile ilgili ilk buluş, 1860 yılında İngiliz James Clerk Maxwell tarafından yapılmıştır. Maxwell radyo (elektromanyetik) dalgalarının varlığını bulmuş ve bu buluş Heinrich Hertz tarafından geliştirilmiştir. Bu teknik buluşların ses aktarımında ilk kullanımı ise 1895 yılında Guglielmo Marconi tarafından gerçekleştirilmiştir. Lee De Forest'in 1907 yılında boşluk tüpünü bulmasıyla da radyo tekniği yeni bir boyut kazanmıştır. Radyo dalgaları bir iletişim aracı olarak

[33] J. Sarmaşık, 1990, s. 3.

[34] M. Işık, 2008, s. 42.

başlangıçta denizcilikte kullanılmış; gemiden gemiye, denizden karaya ve karadan denize radyo dalgaları ile sinyal gönderilmiştir.[35]

İlk radyo yayınlarının başlaması ile ilgili tarihler farklı olmakla birlikte, genel olarak düzenli olarak kamuya haber, müzik ve diğer tür yayınların verilmesi ile ilgili ilk tarih, batı kaynaklarında, Kasım 1920 olarak geçmektedir. ABD'de Pittsburg'da KDVK adlı radyo kanalı ilk düzenli radyo yayınlarını başlatan kanal olarak radyoculuk tarihine geçmiştir.[36] Diğer ülkelerde de düzenli radyo yayınları gecikmemiş; 1922 yılında İngiltere'de, Fransa'da, Sovyetler Birliği'nde, 1923 yılında ise Almanya'da radyo yayınları başlamış, sonra sırasıyla 1927 yılına kadar Arjantin, Avustralya, İtalya, Japonya, Norveç, Yeni Zelanda, Hollanda, İsveç, İsviçre, Çekoslovakya, Güney Afrika gibi ülkelerde radyo yayınları başlamıştır. Bu ilk yayınlarda haber ve müzik yayınları verilmiş, radyo alıcılarının sınırlı olması nedeni ile de yayınlar 2000 kişi gibi çok az sayıda kişi tarafından dinlenebilmiştir.[37] Türkiye'de ise radyo yayıncılığı, radyo yayınlarının 1926 yılında özel bir şirket olan Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi'ne on yıl süreyle tahsis edilmesiyle özel teşebbüs elinde başlamıştır.[38]

1927–1945 yılları arasında, özellikle de Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra radyo, önemli bir haber alma ve propaganda aracı olarak kendini göstermiştir. 1927 yılından İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar olan dönemde radyo yayıncılığı ve haberciliği altın çağını yaşamış, savaş sahasından haber verme, olayları yorumlama ve özetleme gibi özellikleri ile geniş bir dinleyici kitlesine ulaşmıştır. Bu yıllarda radyo, en etkili biçimde Almanya'da Hitler tarafından kullanılmıştır. Radyoyu kullanarak iktidara gelen Hitler, daha sonra radyo aracılığıyla iktidarda kalma olanaklarını da arttırmaya çalışmıştır. 1950'li yıllardan itibaren radyonun insanlar üzerindeki etkisinin yavaş yavaş azaldığı görülmektedir. Bu yıllardan itibaren

---

35 A. Aziz, 2006, s.16-18.

36 Aysel Aziz, *Radyo Yayıncılığı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s. 5-6.

37 A. Aziz, 2006, s. 19.

38 Özden Cankaya ve Melike Batur Yamaner, *Kitle İletişim Özgürlüğü*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006, s. 159.

televizyonun ortaya çıkması ve yaygınlaşması radyonun ikinci planda kalmasına neden olmuştur.[39]

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve görsel-işitsel iletişim avantajını elinde bulunduran televizyona rağmen, radyo günümüzde de varlığını sürdürmektedir. Radyonun günümüze dek varlığını koruyabilmesi ve geçen zamana karşı direnerek ayakta kalabilmesinin başlıca nedeni ise, onun "Her Yerdeki Ses" olma özelliğinden kaynaknaklanmaktadır. Çünkü diğer kitle iletişim araçlarının ulaşamadığı yerlere ulaşarak, toplumun haberleşme ihtiyacını karşılamakta ve geniş kitlelere ulaşabilmektedir.[40]

1.4.2 Televizyon

Göze ve kulağa hitap eden, bir başka deyişle görsel-işitsel araçlar içerisinde en yaygın olarak kullanılan kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyon, görsellik, anındalık, aktüellik ve gerçeğe yakın olma özellikleri ile diğer kitle iletişim araçlarına göre daha inandırıcı ve etkili bir kitle iletişim aracıdır.[41]

Hareketli görüntülerin elektromanyetik dalgalarla televizyon alıcısına ulaştırılması mantığına dayanan bir cihaz olan televizyonun bulunuşunda birçok kişinin ve bilim adamının rolü olmuştur. Değişik zaman ve yerlerde yapılan bu buluşlar sonucu televizyon tekniği bugünkü durumuna gelmiştir.[42]

Televizyon ile ilgili olarak ilk teknik buluş Andrew May tarafından 1873 yılında gerçekleştirilmiştir. May'in bu buluşundan on yıl kadar sonra bir Alman bilim adamı olan Paul Nipkow, bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirmiştir. Nipkow'un mekanik tarama olarak adlandırılan bu buluşundan sonra bu alanda bilimsel çalışmalar yoğun bir şekilde devam etmiş ve nihayet 1923 yılında

---

[39] M. Işık, 2000, s. 9- 10.

[40] Nazlı Bayram, *Toplum ve İletişim*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 2007, s. 52-54.

[41] M. Işık, 2008, s. 43.

[42] A. Aziz, 2006, s. 26.

Rus bilim adamı Zworykin bugünkü elektronik tarama tekniğinin temeli olan bir yöntemle ilk görüntü yayınını gerçekleştirmiştir. Zworykin, 1926 yılında bir alıcı cihaz olan "Kinescope"u icat etmiş ve bu cihazla ilk uygulama 1928 yılında ABD'de gerçekleştirilmiştir.[43] Bu çalışmalar sonrasında ilk düzenli televizyon yayını ise 1936 yılında Londra'da Alexandra Palace'da kurulan televizyon stüdyosundan gerçekleştirilmiştir. İngiltere'den sonra düzenli televizyon yayını 1939 yılında Amerika (New York'da yapılan bu yayın aynı zamanda resmî nitelikteki ilk televizyon yayınıdır) ve aynı yıl Sovyetler Birliği ile devam etmiştir.[44] Türkiye'de ise, ilk televizyon çalışmaları, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) bünyesinde Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine uygulamalı eğitim vermek amacıyla başlatılmış ve ilk deneme yayını 1952 yılında gerçekleştirilmiştir.[45]

Televizyon yayınları önceleri siyah-beyaz olarak başlamış ve 1958 yılında ABD'de ilk defa renkli yayınlara geçilmiştir. Daha sonra ise artan televizyon kanallarıyla birlikte, kablolu televizyon (Cable Television-CATV) ve uydu televizyon (Satellite Television) yayınlarına geçilmiş ve televizyonun kitle haberleşmesindeki önemi daha da artmıştır.[46]

20. Yüzyıl'da insanlık tarihinin en büyük keşiflerinden biri olan televizyon, günümüzde insan hayatını etkileyen ve yön veren temel kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Televizyona olan ilgi, televizyon teknolojisinin de hızla gelişmesine neden olmuş, program alışverişini, haber akışını büyük ölçüde etkilemiş, ithal iletişim teknolojileri ve ürünlerinin de transferi geniş ölçüde artmıştır.[47]

---

43 a.g.e., s. 27-29.

44 Ömer Gedik, *Türk Yargı Kararları Çerçevesinde Türkiye'de Kitle İletişim Özgürlüğü*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008, s. 32.

45 Hülya Yengin, *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınları, İstanbul, 1994, s. 67.

46 Ahmet Çiftci, *Uluslararası Hukuk Açısından Radyo ve Televizyon Hukuku*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, Ankara 1999, s. 9-10.

47 M. Işık, 2008, s. 238-239.

1.5 KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ İŞLEVLERİ İLE İLGİLİ YAKLAŞIMLAR

Toplumsal, ekonomik ve siyasal yapı özellikleri ülkelerin kitle iletişim sistemlerinin belirlenmesinde büyük rol oynamaktadır. Benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip olan ülkeler arasında bile, farklı siyasal sistemler, farklı nitelikteki kitle iletişim sistemlerinin oluşmasına yol açmaktadır.[48] Bu nedenle, toplumların farklı sosyo-ekonomik özellikleri, bu araçlara bakış açıları ve dünyadaki bu düzenleri etkileyen teknolojik gelişmeler, toplumların radyo ve televizyon ile ilgili düzenleme biçimlerini de belirlemektedir.[49]

Siebert, Peterson ve Schramm, 1950'li yıllarda "Basının Dört Kuramı" ile farklı iletişim sistemlerinin arkasında yatan kuramları dört grupta toplamıştır. Ulusal medya düzenlerini sınıflandırmada kullanılan en tanınmış yaklaşımı oluşturan bu dört kuram, farklı ideolojik sistemlerde medya ve gazeteciliğin değişik modellerini tarif etme amacını taşımaktadır. Bu dört kurama daha sonra McQuail tarafından geliştirilen iki bölüm daha eklenmiştir. Bunun dışında farklı sınıflandırmalar yapmak mümkün olsa da temel olarak bu kuramlar şu şekilde sınıflandırılmaktadır:[50]

- Otoriter Kuram

- Sosyalist Kuram

- Liberal Kuram

- Toplumsal Sorumluluk Kuramı

- Gelişme Kuramı

- Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı

---

[48] Sacide Vural, *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*, Özışık Matbaacılık, Ankara, 1994, s. 8.

[49] A. Aziz, 2006, s. 67.

[50] Vedat Demir, *Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi*, Beta Basım, İstanbul, 2007, s. 31-33.

1.5.1 Otoriter Kuram

Kitle iletişim araçlarının işlevleriyle ilgili en eski ve klâsik kuram, merkezi devletlerin ve kilisenin yoğun olarak etkisini gösterdiği 16. Yüzyıl Avrupa'sında görülen "Otoriter Kuram"dır. Matbaanın yeni bulunuşu ile birlikte gazetelerin o gün ki işlevleri ile ilgili görüşlerin temelinde, bu kitle iletişim araçlarının işlevlerinin, "Merkezi devletlerin ve kilisenin toplum üzerindeki gücünü, otoritesini pekiştirmek" olduğu görüşü yatmaktadır. Bu Kuram, daha sonra 20. Yüzyıl'ın birinci ve ikinci çeyreğinde topluma ses ve görüntü olarak hizmet vermeye başlayan radyo ve televizyon için de geçerli olmuştur. Bu kez yalnızca merkezi devletlerin varlığını koruduğu Avrupa ülkelerinde değil, otoriter devlet yönetimini benimseyen Asya ve özellikle bağımsızlıklarını yeni kazanan bir kısım Afrika ülkelerinde de radyo ve televizyonun toplumdaki işlevleri ile ilgili görüşlerde bu Kuram geçerli olmuştur.[51]

Tarihi şartlar gereği ortaya çıkan Otoriter Kuram, batıda matbaanın ve yazılı basının ortaya çıkması, dünyadaki mutlak güçteki monarşilerin otoriter kurallarının hâkim olduğu dönemlerde ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, bu Kuram, basın dışındaki güçler tarafından belirlenmiş politik konulara fazla girmeme ve ideolojik konulara değinmeme kuralından sapma durumunda "Sansür"ü de haklı bulmuştur. Yasama yoluna başvurma, üretim üzerinde doğrudan devlet kontrolü, düzenlemeler, vergilendirme ya da ekonomik müeyyideler (yabancı medya ithalinin kontrolü, editoryal personelin devlet onayından geçirilmesi, basının geçici olarak engellenmesi) bu kuramın yaptırımlarına örnek olarak verilebilir. Bu kuramın temel ilkelerini McQuail şu şekilde açıklamaktadır:[52]

1. Kitle iletişim araçları, kanunları ihlal edici ya da kurulu düzeni bozucu eylemleri yapmaktan kaçınmalıdır.

2. Kitle iletişim araçları yönetimdeki otoriteye bağlı olmalıdır.

---

[51] a.g.e., s. 67-68.

[52] Denis McQuail (1994), *Kitle İletişim Kuramı*'ndan aktaran Vedat Demir, *Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi*, Beta Basım, İstanbul, 2007, s. 35-36.

3. Kitle iletişim araçları, moral ve politik değerlere ve çoğunluğa karşı saldırgan olmamalıdır.

4. Sansür, bu kuralları uygulamak için kullanılabilir. Otoriteye karşı olma, resmî politikaya sataşma veya moral değerlere saldırma, suç değerlendirilmesi içindedir.

5. Gazeteciler ve medya çalışanları, kendi medya organizasyonları içinde bağımsızdırlar.

Otoriter Kuram günümüzde de çeşitli ülkelerde farklı rejimler altında uygulanmaya devam etmektedir. Bugün, bu Kuram'ı temel alan sistemler pek çok ülkede "Hükümet Sistemi" adı altında toplanabilen yönetim düzenlerini sürdürmektedirler. Bu ülkelerde radyo ve televizyon yayınlarından beklenen işlevler, otoriter düzenin çoğulculuğa yer vermeden tek yanlı pekiştirilmesidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde demokratik yönetimlere sahip olsalar dahi otoriter uygulamalar geçerliliğini koruyabilmektedir. Demokratik ülkelerde de bu kuramın uygulamaları zaman zaman görülebilmektedir.[53]

1.5.2 Sosyalist Kuram

20. Yüzyıl'da Karl Marks'ın "Komünizm Doktrini"ne uygun olarak ortaya çıkan "Sosyalist Kuram", kitle iletişim araçlarının komünist bir toplumdaki işlevlerinin, o toplumun siyasal ve ekonomik felsefesi ile belirlendiğini söylemektedir. Buna göre, bu araçların işlevleri, başlangıçta devrimin başarıya ulaşmasına, daha sonraları ise bu düzenin yayılmasına ve sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.[54]

Sovyet Medya Kuramı da denilen Sosyalist Kuram, daha çok çökmeden önce Sovyetler Birliği ve onun denetimi altındaki ülkelerde uygulama sahası bulmuştur.

---

[53] V. Demir, 2007, s. 37.

[54] A. Aziz, 2006, s. 68.

Kuram Marks ve Engels'in varsayımlarından ve Lenin'in uygulamalarından çıkan bir tahlille donatılmış ve Sovyet iktidarının kurulmasıyla birlikte, Marksist ideolojiye dayalı olarak ve Lenin'in koyduğu ilkeler çerçevesinde yeni bir normatif yaklaşımla yeniden örgütlenmiştir. Kurulan bu yeni iletişim sistemi, zaman içerisinde gelişerek diğer sosyalist ülkelerin iletişim düzenlemelerinin de örnek çerçevesini oluşturmuştur. Bu Kuram'a göre, kitle iletişim araçları, gözetim kadar hükümetin ekonomik ve politik eylemleri ile denetlenmekte ve sadık parti üyeleri kitle iletişim araçlarını düzenli olarak kullanabilmektedir.[55]

Sosyalist Kuram'ın temel dayanakları McQuail'e göre şu şekilde sıralanmaktadır:[56]

1. Kitle iletişim araçları işçi sınıfının ilgilerine hizmet etmeli ve onların kontrolü altında bulunmalıdır.

2. Kitle iletişim araçları, özel mülkiyet altında olmamalıdır.

3. Kitle iletişim araçları, toplum için sosyalleştirme, eğitim, bilgi motivasyon, seferberlik gibi pozitif işlevlere hizmet etmelidir.

4. Kitle iletişim araçları, topluma karşı tüm görevleri yanında, medya izleyicilerinin ihtiyaç ve taleplerine cevap vermelidir.

5. Toplumun, anti-toplumsal bir yayından sonra olayı önlemek veya cezalandırmak için sansür ve bazı kanunî düzenlemeleri kullanmaya hakkı vardır.

6. Marksist Leninist ilkelere göre kitle iletişim araçları, dünya ve toplumun tam ve nesnel bir görünüşünü sağlamalıdır.

7. Gazeteciler, amaçları ve idealleri toplumun çıkarlarıyla uyuşan sorumlu profesyonellerdir.

8. Kitle iletişim araçları, ülke içinde ve dışında gelişmekte olan ilerici hareketleri desteklemelidir.

---

[55] V. Demir, 2007, s. 37.

[56] Denis McQuail (1994), aktaran V. Demir, 2007, s. 38-39.

Sosyalist Kuram'ın klasik demokrasi anlayışıyla bağdaştırılması ve savunulması mümkün gözükmemektedir. Farklı bir demokrasi anlayışını savunan rejimlerde uygulanan bu Kuram'ın, 1991'de Sovyetler Birliği'nin yıkılması ve Sosyalist Blok'un çökmesiyle birlikte uygulama sahası da kalmamıştır. Fakat sosyalist rejimler dışında farklı totaliter ve resmî ideolojiyle yönetilen devletlerin uygulamalarında bu Kuram'ın yansımaları görülmektedir.[57]

1.5.3 Liberal Kuram

Liberalizmin doğup büyümeye başladığı 18. Yüzyıl'daki toplumsal gelişmelere koşut olarak ortaya çıkan ve Otoriter Kuram'a yönelik bir tepki olarak doğan "Liberal Kuram", özellikle 18. Yüzyıl'daki Amerikan düşünce ve anlatım özgürlüğü felsefesinden kaynaklanmış, Amerika'daki kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili yaklaşımlardaki felsefenin de temelini oluşturmuştur. Aynı düşünce İngiltere'de de kabul edilmiş, kitle iletişim araçlarının 'Aydınlatma' işlevinin olduğu ve bunun da hükümet denetimi dışında olması gerektiği düşüncesi savunulmuştur. Amerikan Anayasası'nda da yer alan bu Kuram'a göre kitle iletişim araçlarının görevi, dış otoritenin denetiminde olmaksızın tüm kanıtları sunarak gerçeği aramaktır.[58]

Liberal Kuram'a göre kitle iletişim araçlarının temel işlevi, halkı olup bitenlerden haberdar etmek, eğlendirmek, satış ve reklam yoluyla kendi mali bağımsızlığını güvence altına almaktır. Bu temel işleve sıkı sıkıya bağlı olan bir diğer işlev de varılacak hükümlere dayanak oluşturacak şekilde bir konunun tüm yönlerini ele almak ve bu yolla toplumun gerçeği öğrenmesine yardım etmek ve siyasi sorunların tahlil sürecine katkıda bulunmaktır. Bu sürecin temel şartı ise kitle iletişim araçlarının hükümet denetiminden ya da egemenliğinden bağımsız olması gerçeğidir. Devlet son karar merci olan halka tek yanlı olarak ulaşmamalı, kamuoyunda başlatılan tartışmalara karışma hakkına ve gücüne sahip olmamalıdır. Bunu

---

[57] V. Demir, 2007, s. 39.

[58] A. Aziz, 2006, s. 68.

sağlamada kitle iletişim araçlarına düşen temel görev ise hükümet üzerinde resmî olmayan bir denetim uygulamak, demokratik işleyiş içinde otoriter uygulamaların üstünlük kazanmasına izin vermemektir.[59]

Liberal Kuram irdelendiğinde kendi içerisinde "Serbest Girişimcilik" ve "Serbest Dolaşım" olmak üzere iki ana ilkeden söz etmek mümkündür.[60] Serbest Girişimcilik ilkesine göre, iletişim alanında çalışabilmek için hiçbir ön koşul olmaması, izin almaksızın iletişim aracı kurulabilmesi, yayınlarda baskı ve kısıtlama olmaması, özel yaşamın mahremiyeti, vatana ihanet ve ülke güvenliği gibi yasalarla belirlenmiş konularda mağdur durumdaki kişi ve kurumlar için kitle iletişim araçlarına karşı yasal bir güvence sağlanması gerekmektedir. Serbest Dolaşım ilkesi ise, yayıncılık sektörünün üçüncü bir oluşumca sansür edilememesinin yanı sıra her türlü haber, bilgi, duygu ve düşünceyi serbestçe açıklayabilmeyi; kısıtlama olmaksızın bunlara ve haber kaynaklarına özgürce ulaşabilmeyi ve başkalarına aktarabilmeyi kapsamaktadır.

Yetkileri merkezden alıp halka veren, bireyin özgürlüğünü ön plana çıkararak onun dokunulmaz haklarını sayan, kitle iletişim araçlarını bireyin dokunulmaz özgürlüklerini yaşamasının bir aracı olarak gören ve böylece, kitle iletişim araçları özgürlüğünü bireyin özgürlüğünün bir parçası haline getiren Liberal Kuram; insanlara gerekli olan gerçeğe ulaşmanın rasyonel yolunun, çok yönlü fikirlerin yer aldığı kitle iletişim araçlarında yapılan tartışmalardan geçtiğini söylemektedir.[61] Fakat buna rağmen Liberal Kuram günümüzde yoğun eleştirilere hedef olmaktadır. Çünkü kuramın geliştirildiği dönemde görülmeyen pek çok sorun, özellikle 20. Yüzyıl'ın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkmaya başlamıştır. Kuram yazılı basının küçük ticari işletmeler olarak var olduğu dönemde ortaya çıkmış ve büyük bir endüstri haline gelen medya ekonomisine ve özellikle televizyona yönelik olarak çok fazla çözüm ortaya koyamamıştır. Günümüz şartları düşünüldüğünde Kuram, daha çok medya patronlarını himaye eder gözükmekte ve pazar ekonomisi içinde

---

59 V. Demir, 2007, s. 40.

60 A. R. Kaya, 1985, s. 45-47.

61 Jale Sarmaşık, *Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul, 1994, s. 23.

düşünülen medya gücünün, ne şekilde dengeleneceği konusunda bir fikir vermemektedir. Bu nedenle, Liberal Kuram'ın malların serbest pazarda dolaşımı ilkesini hiç değiştirmeden haber ve bilgiye tatbik etmesi, uygulamada ortaya çıkan sorunların çözümünde yetersiz kalmaktadır.[62]

1.5.4 Toplumsal Sorumluluk Kuramı

Kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili olan "Toplumsal Sorumluluk Kuramı", 20. Yüzyıl'ın yarısına doğru ABD'de ortaya çıkmış, sinema, radyo ve televizyonun yoğun olarak toplumda kullanılmaya başlaması ile önem kazanmaya başlamıştır.[63] 20. Yüzyıl'da kitle iletişim araçlarına radyo ve televizyon gibi etkili iki aracın eklenmesi ve reklam olgusunun iyice yerleşmesi araçlar üzerinde reklam verenlerin etkinliğinin artmasına neden olmuştur. Ayrıca, alanda tekellerin ortaya çıkması çok seslilik ve özgür pazar yeri ilkelerine darbe vurmuş, kitle iletişim özgürlüğü az sayıdaki araç sahibinin özgürlüğü noktasına gelmiştir. Bunun sonucu olarak kitle iletişim araçları toplumun değil, sahiplerinin ve reklam verenlerin çıkarlarına hizmet etmeye başlamıştır. Bunun üzerine Henry Luce adlı gazete patronu, Chicago Üniversitesi Rektörü Robert Hutchins'den bir komisyon kurmasını istemiş ve Hutchins kurulan bu komisyon aracılığıyla, medya ahlâkı, sorumluluğu ve iletişim siyasetiyle ilgili olarak "Hür ve Sorumlu Bir Basın" adıyla bir rapor yayınlamıştır. Raporda, basının önemsiz ve sansasyonel konulara gereğinden fazla yer verdiği, günlük olay ve olguların anlamlı bir çerçevede doğru, kapsamlı ve akılcı bir muhasebesini yapma sorumluluk ve bilinci taşımadığı vurgulanmıştır. Komisyona göre, 'Gerçek' yerine 'Sıra Dışı' olanı, 'Önemli' yerine 'Sansasyonel' olanı sunma eğilimindeki medya, bilgi ve tartışmaları topluma ulaştırmamakta ve tekelleşmeyle birlikte "Güç ve Kâr Aracı Olma" yolunda ilerlemektedir. Söz konusu Rapor'a yönelik olarak tepkiler gelmiş olmasına rağmen, Amerikan Basın'ı Toplumsal

[62] V. Demir, 2007, s. 50.

[63] A. Aziz, 2006, s. 69.

Sorumluluk Kuramı'nı benimsemiş ve bu rapor tıpkı basın özgürlüğü ve kamunun bilgi edinme hakkı gibi kutsallık kazanmaya başlamıştır.[64]

Toplumsal Sorumluluk Kuramı ve Liberal Kuram pek çok açıdan benzerlik göstermekle birlikte, Toplumsal Sorumluluk Kuramı, kitle iletişim araçlarının kamusal işlevleri bulunduğu ve bu nedenle topluma karşı sorumlu olması gerektiğini savunarak farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Liberal Kuram'ı savunanlar hükümetin hiçbir rolünün olmaması veya bunun en az seviyede olması noktasında ısrar ederlerken; Toplumsal Sorumluluk Kuramı'nı savunanlar hükümetin arka planda kalarak medyayı öz denetim yoluyla sorumlu olmaya zorlaması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Bu Kuram'a göre, özgür olmak için bireyin eylem gücüne sahip olması, dışarıdan bir sınırlama ve denetim olmaması ve eylemin gerektirdiği tüm araçlara sahip olunması gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarına sahip olanlar ve bu araçları işletenler toplumun beklentilerini dikkate alarak, toplumsal amaç ve beklentileri yansıtmalı, üretici ve tüketicilerle birlikte politik görüşleri de dengeli bir şekilde aktarmalıdırlar. Çünkü demokrasinin varlığını sürdürebilmesi için kitle iletişim araçlarının topluma karşı önemli sorumlulukları vardır. Ayrıca bu kurumlar da çalışanların çalıştıkları kurumlara karşı da sorumlulukları bulunmaktadır.[65]

Toplumsal Sorumluluk Kuramı'nın temel ilkeleri McQuail'e göre şu şekilde sıralanmaktadır:[66]

1. Kitle iletişim araçları topluma karşı belirli görevleri kabul etmeli ve yerine getirmelidir.

2. Bu görevler başlıca, yüksek veya profesyonel öğreticilik, hakikat, doğruluk, nesnellik ve denge standartlarının oluşturulması şeklinde yerine getirilmelidir.

3. Bu görevleri kabul eder ve uygularken kitle iletişim araçları kanunlar ve yerleşmiş kurumlar çerçevesinde kendi kendini düzenleyici olmalıdır.

---

64 M. Işık, 2007, s. 34-35.

65 a.g.e., s. 35-37.

66 Denis McQuail (1994), aktaran V. Demir, 2007, s. 54.

4. Kitle iletişim araçları suçu, şiddeti veya kamu düzensizliğini teşvik edici veya azınlık gruplarını gücendirici uygulamalardan kaçınmalıdır.

5. Kitle iletişim araçları bir bütün olarak çoğulcu olmalı ve toplumların farklılıklarını değişik görüşlere yer vererek ve cevap verme hakkını tanıyarak aksettirmelidir.

6. Toplumun yüksek kalite standartları beklemeye hakkı vardır ve bu nedenle toplumun iyiliğini temin için müdahaleye izin verilebilir.

7. Gazeteciler ve medya profesyonelleri işverene ve pazara olduğu kadar topluma karşı da sorumludurlar.

1.5.5 Gelişme Kuramı

Basının Dört Kuramı'nı gözden geçiren Denis McQuail, ekonomik, toplumsal ve siyasal alandaki gelişmelerin sonucu olarak Siebert ve arkadaşlarının geliştirdiği normatif medya sistemlerini temel alan, iki yeni kuram ortaya koymuştur. Ekonomik, toplumsal ve siyasal alandaki gelişmelere bağlı olarak mevcut kuramlara eklemeler yapılması gerektiğini savunan McQuail'e göre, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik, teknik ve profesyonel kaynakları gelişmiş ülkelerden farklıdır. Bu sebeple de söz konusu ülkelerdeki gelişmelerin yeni bir kuramla açıklanması gerekmektedir.[67] Bunun sonucu olarak Otoriter, Toplumsal Sorumluluk ve Liberal Kuramlar'ın karışımından oluşan bir türev olarak Gelişme Kuramı doğmuştur. Gelişme Kuramı'nın ortak iki noktası ekonomik gelişmenin kabul edilmesi ve sürekli değişim içinde olan ulusal yapılanmadır. Aynı zamanda bireysel özgürlüklerden çok toplumsal hedefler vurgulanmaktadır.[68]

Gelişmekte olan ülkelerdeki medya konumlandırmaları için uygun bir zemin hazırlayan Gelişme Kuramı, her şeyden önce kitle iletişim araçlarının toplumsal

---

[67] a.g.e., s. 43.

[68] V. Demir, 2007, s. 57.

gelişme ve kalkınma amacıyla kullanılabileceği fikrine dayanmaktadır. McQuail'e göre, gelişmekte olan ülkelerin konumları, yapıları, sorunları ve siyasal tercihleri gelişmiş bir iletişim araçları sistemi için gerekli şartlardan bazılarının eksik olmasına yol açmaktadır. Bu eksiklikler olarak, iletişim alt yapısı için gerekli mesleki bilgi ve beceriler, uygun bir üretim düzeyi, yeterli kültürel kaynaklar ve bir izleyici kitlesinin yokluğu veya azlığı sayılabilir. Gelişmekte olan ülkeler, teknoloji, yetenekler ve kültürel üretim eksikliği nedeniyle gelişmiş ülkelere bağımlıdırlar. Ancak, bu ülkelerin benzer kimliklerinin ve uluslararası arenada çıkarlarının olduğunu farkına varmaya başlamaları nedeniyle bu ülkeler arasında zamanla dayanışma ve ortak hareket etme yönünde eğilimler görülmektedir.[69]

Gelişme Kuramı, kitle iletişim araçlarının ülkenin potansiyelini harekete geçirmeye yönelik, "Olumlu Gelişme Görevleri" üstlenebileceği, ulusal hedeflere ulaşmaya katkı sağlayabileceği ve toplumsal değerleri tahrip etmek yerine, yapıcı olabileceği düşüncesine dayanmaktadır. Böyle bir süreçte medyanın ülkenin gelişme, ekonomik, kültürel hedeflerine göre konumlandırılması ve gerektiğinde de devletin alana kısıtlamalar getirebilmesi öngörülmektedir. Dolayısıyla iletişim araçlarının özgürlüğü, ülkenin ekonomik ve toplumsal hedefleri doğrultusunda sınırlandırılabilmektedir.[70] Gelişme Kuramı'na göre, kitle iletişim araçları ulusal politikayla aynı çizgide olan olumlu gelişme görevlerini kabul etmeli, bunları yerine getirmeli ve özgürlüğü ekonomik öncelikler ile toplumun gelişme ihtiyaçlarına uygun olarak kısıtlamaya açık olmalı, medya içeriklerinde toplumsal kültüre ve dile öncelik vermelidir. Gazeteciler ve diğer medya çalışanları bilgi toplama ve yaymada özgürlüğe olduğu kadar sorumluluklara da sahip olmalıdır. Bu nedenle de gelişme hedefleri konusunda devlet medya operasyonlarına müdahale etme ya da kısıtlama hakkına sahiptir, denetim cihazları kullanabilir, sübvansiyon ve doğrudan kontrol yapabilir.[71]

Gelişme Kuramı daha çok gelişmekte olan ülkelerin, kültürel özelliklerini korumak amacıyla kültür emperyalizmine karşı bir çare olarak ortaya konmuştur. Bu

---

[69] Denis McQuail (1994), aktaran V. Demir, 2007, s. 44.

[70] M. Işık, 2007, s. 45.

[71] Denis McQuail (1994), aktaran V. Demir, 2007, s. 57.

model gelişmekte olan ülkeler ve daha çok üçüncü dünya ülkelerinde uygulanma amacıyla geliştirilmiştir. Dolayısıyla gerek enformasyon, gerek televizyon yayıncılığı için gerekli programlar alanında tekeli elinde tutan Batı'ya ve özellikle ABD'ye karşı gelişmekte olan ülkelerin kendini koruma güdüsünün bir sonucu olarak görünmektedir.[72]

1.5.6 Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı

Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı, şu ana kadar ele alınan beş Kuram'a tepki olarak, Liberal Kuram'ın bir uzantısı şeklinde gelişmiştir. Kuram özellikle yönetime katılmayı esas alan gelişmiş, liberal-demokrat toplumlarda kendine uygulama alanı bulmuştur.[73] Yönetime katılmayı ana ilke olarak benimseyen Kuram, yukarıdan aşağı bir iletişim ve örgütlenme yerine; yatay, aynı düzeyde ve eşit bir iletişim alanı öngörerek toplumun en alt seviyesindeki bireylerin de yönetime katılmasını ve fikirlerini savunmasını ana prensip olarak kabul etmektedir.[74] Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı, özel mülkiyete dayalı medyanın ticarileşmesi ve tekelleşmesine, toplumsal sorumluluk normuna dayalı olarak oluşturulan kamusal yayıncılık kurumlarının ise merkezileşmesine ve bürokratikleşmesine karşı bir tepkinin kavramsal bir düzeyde dile getirilmesidir. Kuram, formüle edilmesi açısından birçok boşlukları içinde barındırması ve ilkelerinin önceki kuramlarda bulunması nedeniyle en zor olan kuramdır.[75]

McQuail'e göre, bağımsız bir kuram olması sorgulanmakla birlikte, bu Kuram ayrı bir kimliğe sahip bir kuramdır. Egemen olan teorilere bir meydan okumayı temsil eden ve daha çok gelişmiş liberal toplumlarda görülen bu Kuram, toplumun esası üzerindeki vurgulamaları ve yatay iletişimi benimsemesi dolayısıyla, Gelişme Kuram'ında bulunan bazı özellikleri de bünyesinde barındırmaktadır.[76]

---

[72] V. Demir, 2007, s. 58.

[73] S. Vural, 1994, s. 31.

[74] İ. Erdoğan ve K.Alemdar, 1990, s. 128-129.

[75] V. Demir, 2007, s. 58.

[76] M. Işık, 2007, s. 47.

Demokratik Katılımcı Kitle İletişim Kuramı merkezileştirilmiş, yüksek değerli, profesyonelleştirilmiş, tarafsızlaştırılmış, devlet kontrolündeki medyanın gerekliliğini reddederek, çoğulculuğu savunmaktadır. Bu bağlamda Kuram, özgürlükçülük, ütopyacılık, sosyalizm, eşitçilik, çevrecilik ve yerellik gibi ögelerin bir sentezini içermektedir. Kuram'a göre, bir iletişim aracı, kullanıcılarına katılım için fırsatlar vermeli ve sosyal yaşamla iç içe olmalıdır. Kuramın yansıma alanları olarak ise yeraltı basını, korsan radyo yayını, kablolu televizyon, kırsal yerleşim alanlarında mikro medya, sokak ve mahalle bildirileri ve politik posterler sıralanabilir. Bu doğrultuda Kuram'ın önermeleri şunlardan oluşmaktadır:[77]

- Yurttaşlar ve azınlık grupları, kitle iletişim araçlarına erişme ve gereksinimleri doğrultusunda bilgilendirilme ve hizmet edilme hakkına sahiptirler.

- Kitle iletişim araçlarının örgütlenmesine ve içeriğinin belirlenmesine siyasi otorite etki etmemelidir.

- Kitle iletişim araçlarının varoluş nedeni şirketler ya da müşteriler değil, izleyiciler olmalıdır.

- Gruplara, örgütlere ve yerel topluluklara kendi medyalarına sahip olma hakkı tanınmalıdır.

- Küçük çaplı, etkileşimci ve katılımı kolaylaştırıcı medya, tek yönlü profesyonelleştirilmiş medyadan daha iyidir.

- İletişim, alanda çalışanların insiyatifine terk edilemeyecek kadar önemlidir.

Kuram'a göre yapılandırılan medya kurumları, kontrolcülerden çok kullanıcılar tarafından oluşturulan ifadeler, seçim ve katılım için fırsatlar önermeli, izleyicilerin kontrolü de doğrudan gerçekleşmeli, sosyal yaşamla şu anda olduğundan daha fazla iç içe olmalıdır. Fakat Kuram, bütün özelliklerine rağmen yaşama geçirilmesi kuramdaki kadar kolay olmayan unsurları dolayısıyla daha henüz emekleme aşamasındadır. Uygulanacağı ülkelerde öncelikle demokrasinin katılımcılık

[77] Denis McQuail (1994), aktaran V. Demir, 2007, s. 47.

yönündeki gelişimi, Kuram'ın uygulanmasında önemli bir unsur olarak görülmektedir.[78]

[78] V. Demir, 2007, s. 62.

İKİNCİ BÖLÜM

DENETİM

2.1 DENETİM KAVRAMI

Farklı dillerde farklı sözcükler ile ifade edilen "Denetim" kavramı, genel olarak Batı dillerinde "Control" vb. sözcüklere, Türkçe'de ise "Kontrol, Teftiş, Tahkik, Muayene, Araştırma, İnceleme, Gözetleme, Gözleme, Sınama, Sınav, Deneme, Keşif, İzleme, Tescil" vb. sözcüklere eş anlamlı olarak kullanılmaktadır.[79]

Denetim önceden belirlenmiş politikalar, bu politikalara uygun kararlara göre belirlenen amaçlara ulaşma ve bu amaçlara ulaşmada yol gösterici bir kuvvetin var olmasını ifade etmektedir.[80] Diğer bir görüşe göre ise denetim, idareyi elinde bulunduran kişi ya da grubun, kamu hizmet ve faaliyetlerini yürütürken, hukuk düzenine bağlı kalarak sistemin işlemesini sağlamasıdır.[81] Ayrıca, denetim kavramı, yetki ve güç kullanan, eylem ve tasarruflarda bulunan, kamu görevi yapan veya kamu hizmeti sunan kurumların ya da kişilerin yine bir güç tarafından üst irade ile sınırlandırılabilmesi veya onaylanabilmesini ifade etmek üzere de kullanılmaktadır. Denetimden bahsolunabilmesi için yapılan bir işlem, ortaya konulan bir eylem veya fiilin bulunması ve buna ilişkin olarak yapılan işin, işlemin kurallara uygun olup olmadığının tespitine yönelik bir incelemenin bulunması gerekmektedir. Buradan hareketle, denetim kavramıyla yalnızca bir kontrol değil, aynı zamanda uygunluğun

---

79 Türk Dil Kurumu Resmî Web Sitesi, http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=denetim&ayn=tam. (13.10.2010)

80 Cevdet Atay, *Devlet Yönetimi ve Denetimi*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999, s. 21.

81 J. Sarmaşık, 1993, s. 22.

tasdik edilmesi veya edilmemesi şeklinde bir ifade kullanmak da mümkün olmaktadır.[82]

2.2 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DENETLENMESİ

Kitle iletişim araçları haberleri, düşünceleri veya duyguları yazı, resim ve ses olarak çoğaltmak suretiyle, geniş bir kitleye ulaştırabilme, halkı aydınlatma, eğitme ve eğlendirme gücüne sahiptir.[83] Bunun yanında kitle iletişim araçlarından özellikle radyo ve televizyon, kanıların ve bilgilerin biçimlenmesi sürecini büyük ölçüde hızlandırdığı, seslenilen kitlelerin sınırlarını çok arttırdığı, haber kaynağının alanını genişlettiği için halkın görüşlerinin oluşmasında ve düzenlenmesinde çok etkin bir duruma ulaşmıştır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları içerisinde çok büyük güce sahip olan radyo ve televizyonun, bu gücü nasıl ve ne ölçüde kullandığı büyük önem taşımaktadır. Bu durum kitlelere ulaşmaları ve yönlendirmeleri çok kolay olan kitle iletişim araçlarının ve özellikle radyo ve televizyonun hem hukuksal hem de toplumsal boyutta denetim altında tutulmasına yol açmaktadır.[84]

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra kitle iletişim araçlarının öneminin ve gücünün anlaşılmasıyla devletler, kitle iletişim araçları üzerinde her zaman güç sahibi olmayı ve onları kontrol altında tutmayı istemişlerdir. Bu yüzden de özellikle radyo ve televizyon alanında gerek yasal gerekse fiili uygulamalarla yayıncılık faaliyetlerini düzenleme ve denetleme yoluna gitmişlerdir. Bazı ülkelerde radyo ve televizyon yayıncılığını bizzat kendisi üstlenen devlet, bazı ülkelerde de özerk kamu ya da ticari yayın kuruluşlarına doğrudan ya da dolaylı olarak müdahale ederek yayıncılık alanını kendi kontrolü altında tutmaya çalışmıştır.[85]

---

[82] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 25-26.

[83] J. Sarmaşık, 1993, s. 17.

[84] Kayıhan İçel ve Yener Ünver, *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2007, s. 13.

[85] A. R. Kaya, 1985, s. 28.

1980 sonrasında devletin tanımı ve yetki sınırlarında büyük bir dönüşüm yaşanmış ve bunun sonucu olarak iletişim alanında özellikle de radyo ve televizyon alanında devletin yetki ve sorumlulukları büyük ölçüde değişmiştir. 1980 sonrasında yeni buluşlar iletim imkânlarını arttırarak yeni pazarların gelişimine yol açmış, yeni hizmetleri finanse etmek için devletler ancak büyük girişimlerin hayatta kalabildiği ve geliştiği, millileştirilmesi muhtemel pazar koşulları içinde özel sektör ile devlet sektörü arasında mevcut olan geleneksel dengeyi devreye sokarak, özel girişimlere daha çok başvurmuştur. Böylece 1980'ler özellikle radyo ve televizyon yayıncılığının bütün dünyada yeniden düzenlenmesinin ve yeniden yapılanmasının yaşandığı bir dönem olmuştur. 1980'lere damgasını vuran deregülasyon kavramı yenidünya düzeninde bir eğilim haline gelmiştir.[86] 1980'li yılların ortalarında başlayan bu yeni yaklaşım özelleştirme olgusunu da beraberinde getirmiş ve bu durum yayıncılık sistemlerinde yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Bu yeni dönemle birlikte kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı eleştirilmeye başlanmış ve sosyal, teknolojik, siyasi ve mali konularda ortaya çıkan sorunlar nedeniyle kamu hizmeti yayın kurumlarının meşruluğu tartışılır hale gelmiştir. Bütün bu gelişmeler sonucunda, yarışmacı, rekabetçi, yerinden yönetime dayalı ve bireysel girişime daha fazla olanak tanıyan yeni bir modele doğru yönelme eğilimleri ortaya çıkmış, kamu tekelleri kaldırılmış, yayın kurumlarının özelleştirilme süreci yaşanmaya başlamış, yayıncılık alanında kamu yararı, çoğulculuk, hakkaniyet gibi genel ilkeler çerçevesinde özerk ve bağımsız üst kurullar aracılığıyla ve son derece esnetilmiş yasalarla düzenleme ve denetleme tercih edilmeye başlanmıştır.[87]

Günümüzde radyo ve televizyon kuruluşları mutlak ve kayıtsız bir serbestliğe sahip bulunmamaktadır. Ülkelerin sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal ve tarihsel koşullarına göre radyo ve televizyon hizmetlerinin kimler tarafından yerine getirileceği, radyo ve televizyon kuruluşlarının teşkilatlanması ve sorumlulukları, yayınlarında dikkate alacakları ilkeler, yayınlarının tarafsızlığı gibi pek çok konu, Anayasa, kanunlar, idarenin düzenleyici işlemleri ve idari sözleşmeler ile düzenlenmektedir.[88] Hem denetimi uygulayan hem de denetim uygulanan her iki

---

[86] Beybin Kejanlıoğlu, *Türkiye'de Medyanın Dönüşümü*, İmge Kitabevi, Ankara 2004, s. 83.

[87] Bülent Çaplı, *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitabevi, Ankara, 2001, s. 34-50.

[88] J. Sarmaşık, 1993, s. 5.

taraf için yasalar çerçevesinde belirlenen yasal düzenlemelere uyma zorunluluğu bulunmaktadır. Bununla birlikte, devletin, iletişim alanında giderek artan gücünden ve etkinliğinden dolayı radyo ve televizyon kuruluşlarına karşı uyguladığı bir denetim mekanizmasının olması kamu yararı taşımaktadır.[89] Ayrıca radyo ve televizyon yayınlarının denetimi, her ülkenin yönetim biçimine, yapısına, yayınlarda kabul ettiği yönetim sistemlerine bağlı olarak değişmektedir. Merkezi devletlerde denetim merkezileşmiş bir şekilde tekel durumunda iken; federal yapıda olan ülkelerde denetim merkezi devletten federe yapıya doğru kaymıştır. Ancak, son zamanların gelişen yayın teknolojisi ve özellikle de haberleşme uydularından radyo ve televizyon yayınlarının yapılması, son yıllarda ise internet yolu ile radyo ve televizyon yayınlarının yapılması, bu konudaki denetimleri dolayısıyla yasal düzenlemeleri de farklılaştırmış, yayınların denetim işini uluslararası boyuta taşımıştır.[90]

2.3 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DENETLENME GEREKÇELERİ

Teknolojik gelişmeler neticesinde iletişim alanında, özellikle 20. Yüzyıl'ın başlarından itibaren büyük gelişim ve değişmeler yaşanmıştır. Radyo ve televizyonun icadıyla başlayan bu süreçte renkli yayınlara geçiş, kablolu televizyon yayını, uydu yoluyla yayın bu araçların etkinliğini arttırarak, hitap ettiği kitlelerin çoğalmasına ve kamuoyu oluşumuna neden olmuştur. Bu nedenle de, bu alanın denetlenmemesi ekonomik, sosyal ve siyasal alanda olumsuz etkilere sebebiyet verebilmektedir. Bu bağlamda, radyo ve televizyon alanı "Kanal Kıtlığı, Kamu Yararı, Endişe ve Korku ile Yayınlarda Süreklilik ve Tutarlılık" olmak üzere dört gerekçeye dayanılarak denetlenmektedir.[91]

---

89 A. R. Kaya, 1985, s. 27.

90 A. Aziz, 2006, s. 169.

91 M. Işık, 2007, s. 57-59.

2.3.1 Kanal Kıtlığı

Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında altyapıyı oluşturan kaynaklar sonsuz ve sınırsız değildir ve bu durum teknik yönden bazı kısıtlılık ile sınırlılıkları ortaya çıkarmaktadır. Yayın sinyallerinin üzerinde dolaştığı atmosferdeki dalgaların, yani yayın spektrumunun sınırlı olması nedeniyle de isteyen herkes dilediği gibi bu dalgaları kullanamamaktadır. Aksi durum bir kaos ve kargaşaya yol açacağından her bir yayıncıya bir sinyal ayrılması ve yayıncının da kendine ayrılan bu sinyali kullanması gerekmektedir.[92] Bu bağlamda, radyo ve televizyon yayınları için ayrılmış olan frekans spektrumu aynı anda sınırlı sayıda vericinin yayın yapmasına imkân tanımaktadır. Kısıtlı bir yer üstü serveti olarak nitelenen frekansların en verimli şekilde kullanılması ve kısıtlı spektrum içerisinde maksimum sayıda yayının birbirlerini minimum düzeyde etkilemesinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Frekans planlaması adı verilen bu olgu, her şeyden önce yayınların sağlıklı bir şekilde hazırlanarak kulelere ulaştırılmasını amaçlamaktadır. Bir başka ifade ile kısıtlı sayıdaki frekansların en etkili ve en verimli bir şekilde kullanımının planlanması ve uygulanması gerekmektedir. Dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin tümünde geçerli olan bu olgunun bir sonucu olarak, devlet veya onun yetki verdiği kurullar tarafından frekans planlamaları yapılarak yayıncı kuruluşların tahsisleri gerçekleştirilmektedir.[93]

2.3.2 Kamu Yararı

Radyo ve televizyonlar ilk ortaya çıktığı günden bu yana, frekanslar bir kamu malı olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, bir yayıncı kuruluşun atmosferdeki dalgaları kullanmasının aslında tüm halka ait bir kamusal kaynağı kullanması anlamına geldiği kabul edilmektedir. Bu sebeple de, düzenleyici kuruluşun frekans tahsisi işlevini yerine getirirken kamu yararını gözetmesi gerekmektedir.[94] Kamu

---

92 A. Çiftci, 1999, s. 38.

93 M. Işık, 2007, s. 60.

94 A. Çiftci, 1999, s. 38.

yararı ile en genel biçimde demokratik bir toplumda yayıncı kuruluşun halkın özgür iradesini kullanmasına yardımcı olacak nitelik ve içerikte yayın yapmasının sağlanması kastedilmektedir.[95] Bu nedenle, radyo ve televizyon kuruluşlarının bir ekonomik faaliyet olan yayıncılık işlevini yerine getirirken, halka karşı da sorumlu olduklarını ve yayıncılığın aslında bir kamu hizmeti sayıldığını unutmamaları gerekmektedir.[96]

2.3.3 Endişe ve Korku

Radyo ve televizyon yayınlarının güçlü ve hatta potansiyel olarak tehlikeli kitle haberleşme araçları oldukları genellikle kabul edilen bir gerçektir. Radyo ve televizyon, kısa süre içinde büyük halk kitlelerine tehlikeli fikirleri yaymak için kullanılabilir. Bu kitle haberleşme araçları - mesela televizyondaki şiddete yönelik yayınların toplumda şiddeti özendirmesi gibi - ciddi sosyal problemler doğurabilir ve bu durum özellikle küçük çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etkilere yol açabilir. Ayrıca, elektronik yayıncılıkla uğraşanlar, bu araçları sadece özel amaçları için veya ticari çıkarları için kullanabilirler. Böylece, bu kitle iletişim araçları, dev bir satış makinası haline getirilebilir. Sıralanan tüm bu endişeler nedeniyle, hukuki bir düzenlemeye gidilmesi ve bu alanın denetlenmesi gerekmektedir.[97]

2.3.4 Yayınlarda Süreklilik ve Tutarlılık

Kamuya ait bir kaynağı kullanan radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının söz konusu hizmeti sürekli ve tutarlı bir şekilde, aksatmadan ve kesintisiz olarak sunmaları gerekmektedir. Çünkü radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının kamuya gelişmeler hakkında doğru ve tarafsız bir şekilde haber ve bilgi verirken,

---

[95] S. Vural, 1994, s. 65.

[96] M. Işık, 2007, s. 63.

[97] Ahmet Çiftci, 1999, s. 39.

kamuoyunun bilinçlenmesine ve serbestçe oluşmasına katkı sağlaması, halk adına seçilmişleri ve toplumdaki diğer kesimleri denetleyip, aksaklık ile eksiklikleri yapıcı bir üslupla eleştirmesi ve bu doğrultuda halkın eğitimine katkı sağlaması gerekmektedir. Bu kuruluşların yukarıda sıralanan işlevlerini tam olarak yerine getirebilmesi için yayınların bir şekilde sürekliliğinin sağlanması ve bunun kural ve ilkelerinin tespit edilmesi gerekmektedir.[98] Bu nedenle, dalga boylarını tespit ederek frekans tahsisi yapan ve genel yayın esas ve ilkelerini belirleyerek yayıncı kuruluşların bunlara uyup uymadığını, kamu yararı gözetilip gözetilmediğini denetleyen, gerektiğinde de yasal müeyyideler uygulayan kurum veya kuruluşlara ihtiyaç duyulmaktadır. Böylece, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında bir tutarlılık ve süreklilik sağlanmaya çalışılmaktadır.[99]

2.4 RADYO VE TELEVİZYON ALANININ DÜZENLENME VE DENETLENME YÖNTEMLERİ

2.4.1 Formel Denetim

Biçimsel denetim ya da düzenleme şeklinde de nitelenen "Formel Denetim", resmî kurumlar tarafından gerçekleştirilen bir denetim şeklidir. Ülkelerin yasalarında bu denetimin ne şekilde ve nasıl yapılacağı net bir biçimde belirlenmektedir. Herhangi bir ülkede iletişim aracı kurup işletmek isteyen kişi veya kuruluşlar söz konusu yasal düzenleme ve denetimleri kabul etmek ve bunlara uymak zorundadırlar.[100]

Yargı Denetimi, İdari Denetim, Vesayet Denetimi, Siyasi Denetim, Dış Denetim, Uluslararası Denetim ve Devlet Denetleme Kurulu ile Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu'nun yaptığı özel denetimler Formel Denetim'e örnek

[98] M. Işık, 2007, s. 67.

[99] A. Çiftci, 1999, s. 39.

[100] M. Işık, 2007, s. 72-73.

olarak verilebilir.[101] Ancak bu Tez'de Formel Denetim olarak "Yargı Denetimi ve İdari Denetim" ele alınacaktır.

2.4.1.1 Yargı Denetimi

Yönetimin yargı dışı yollardan denetimi ile yönetimin hukuka daha titiz riayetinin sağlanması hedeflenmektedir. Ancak, bu denetimler yönetilenlerin hak ve menfaatlerinin korunması, zarara uğrayanların zararlarının giderilmesi bakımından yetersiz kalmaktadır. Bunu sağlamak için de bir diğer denetim yolu olan yargı denetimi devreye girmektedir.[102] Bu nedenle yönetim üzerinde uygulanan ve yönetim dışında yer alan en etkili denetim yolu yargı denetimidir. Demokratik bir toplumda, yönetimin kendini hukuk kurallarına bağlı sayması, bu kuralların dışına çıktığında kendisini bir yaptırım karşısında bulması hukuk devleti anlayışının zorunlu bir ögesini ve aynı zamanda doğal bir sonucunu oluşturmaktadır.[103] Kanunlar bir konuda özgürlük verirken, aynı zamanda sorumluluk da yüklemektedir. Dolayısıyla bir kurum yasal olarak faaliyete geçtiğinde o ülkedeki hukuk kurallarının öngörülerini de kabul etmiş olmaktadır.[104]

Yargı denetimi ülkeden ülkeye değişmekte ve uygulanan yayınlarla ilgili hukuk düzenlemeleri ile sınırlı kalmaktadır. Her ülkenin radyo ve televizyon yayınları ile ilgili az ya da çok, dar ya da geniş kapsamlı olmak üzere yasal düzenlemeleri bulunmaktadır. Bazı ülkelerde, örneğin Türkiye'de olduğu gibi, yayınlar o ülkenin anayasal güvencesine alınmıştır ve buna bağlı olarak da çeşitli yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Yayınla ilgili pek çok husus bu yasal düzenlemelere bağlı olarak yürütülmektedir. Bazı ülkelerde ise bu durum çok genel çerçevede kalırken, bazı ülkelerde yayınlarla ilgili düzenlemeler çok daha ayrıntılı

---

[101] Işıl Özenirler, Kitle *İletişiminde Denetim, Denetim Modelleri ve Özellikle Radyo-Televizyon Yayıncılığında Denetim*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006, s. 34.

[102] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 27.

[103] A. Şeref Gözübüyük, *Yönetim Hukuku*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1999, s. 313–314.

[104] M. Işık, 2007, s. 75.

yer almaktadır. Özel girişimci Amerikan Sistemi'ni benimseyen ülkelerde genel düzenlemeler dışında fazla düzenleme görülmemektedir. İdarenin yargı yoluyla denetlenmesinde Anglo-Sakson ülkelerinde Yargı Birliği Sistemi uygulanırken; başta Fransa olmak üzere pek çok Kıt'a Avrupa'sı ülkelerinde ve ülkemizde İdari Yargı Sistemi uygulanmaktadır.[105]

Yasalar bir yandan bireysel hakları ve yasakları düzenlerken, bir yandan da kurumların işleyişini ve kurumlarla bireylerin ilişkilerini düzenlemektedir. Bireylerin kitle iletişim araçlarıyla ilişkileri, kitle iletişim araçlarının işleyişleri ile ilgili kurallar, uymaları gereken yasaklar hem anayasada hem diğer yasalarda yer almaktadır.[106] Bu bağlamda, gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarının faaliyet çerçeveleri, hak, özgürlük ve sorumlulukları başta anayasa olmak üzere hukuk kuralları ile çerçevelendirilmiştir. En üstün hukuk normu olan Anayasa ve ona uygun şekilde oluşturulan Basın Kanunu gibi diğer kanunlar, iletişim araçlarının hukuki düzenlemelerini yansıtan araçlardır.[107]

Bir hukuki düzenleme içerisinde yayın esas ve ilkeleri ile sadece yayıncıda aranan şartlar değil; çalışanların ücret ve çalışma şartlarından sağlık, güvenlik, vergilendirme ve reklam rejimine kadar tüm unsurlar belirlenmektedir.[108] Dolayısıyla bir radyo ve televizyon istasyonuna sahip olmak isteyen kişi ya da kurumların ilk etapta yasal şartları kabul etmeleri gerekmektedir. Yayın yoluyla kişilik haklarına saldırı, hakaret ve sövme gibi kanunun suç saydığı unsurlar, cevap hakkı doğurmasının yanı sıra para ve hapis cezalarını da gündeme getirmektedir.[109]

Radyo ve televizyon alanında uygulanan yargı denetiminin iki farklı boyutu bulunmaktadır. Birinci boyut, alanın radyo ve televizyon alanını düzenlemek üzere oluşturulmuş yasa ve yönetmeliklerle denetlenmesidir. Radyo ve televizyon alanına yönelik yargı denetiminin ikinci boyutu ise, medyanın yayın yoluyla işlediği ve suç teşkil eden eylem ve fiillerden ötürü yargı denetiminin uygulanmasıdır. Özellikle

---

[105] A. Aziz, 2006, s. 169.

[106] Sedat Cereci, *Medya Etiği*, Metropol Yayınları, İstanbul, 2003, s. 13.

[107] S. Vural, 1994, s. 110-111.

[108] A. Çiftci, 1999, s. 56.

[109] M. Işık, 2007, s. 75.

kişilik haklarına saldırı, sövme ve hakaret, iftira suçları açısından adli yargıda ceza ve hukuk davaları açmak ve hak aramak söz konusu olabileceği gibi yayının kendisinin suç teşkil etmesi halinde de yargılama gündeme gelmektedir.[110]

Yayıncılıkla ilgili yasal denetimin temelini uluslararası düzenlemeler de oluşturabilmektedir. Bu konuda bağlayıcı olarak iki ana hukuk belgesi, "Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi" ile "Avrupa Ülkeleri İçin Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması Sözleşmesi" örnek gösterilebilir. Her iki belgede de kişilerin 'İfade Özgürlüğü' temel alınmakta ve bu belgelerin bunları kabul eden ülkelerin ulusal yasaları için bağlayıcılıkları bulunmaktadır.[111]

Yayıncılıkla ilgili uluslararası yasal düzenlemelerden olan bir diğer önemli belge ise Avrupa Konseyi'ne dâhil ülkeler için geçerli olan "Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi"dir. Bunun yanında yine doğrudan yayınlarla ilgili olarak Avrupa Konseyi'nin Bakanlar düzeyinde Avrupa Konseyi Ülkeleri için bağlayıcılığı olan birçok tavsiye kararından ikisi olan 1996 yılında kabul edilen "Yayıncılık Alanındaki Düzenleyici Kuruluşların Bağımsızlığı ve İşlevleri" ile 2000 yılında kabul edilen "Kamu Hizmeti Yayıncılığının Bağımsızlığının Güvence Altına Alınması" örnek olarak gösterilebilir.[112]

2.4.1.2 İdari Denetim

İdarenin görevlerinin çoğalması ve karmaşıklaşması bu görevleri düzenleyen kaynakların da çoğalmasını beraberinde getirmiştir. Bu durumda idarenin hukuka uygun davranabilmesi güçleşirken, kişisel hakların ihlâl edilebilmesi ihtimali de artmıştır. İdarenin faaliyetleri, yasama ve yargı organlarınca denetlendiği gibi idarenin kendi içerisinde oluşturduğu denetim organları tarafından da denetlenmektedir.[113]

---

[110] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s 27.

[111] A. Aziz, 2006, s. 170.

[112] Open Society Institute, *Avrupa'da Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık*, İzleme Raporu, Ankara, 2005, s. 105-107.

[113] Gürsel Özkan (1995) *Hukuk Devleti ve Yargı Denetimi*'nden aktaran B. Zakir Avşar ve Vedat Demir, *Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*, Piramit Yayıncılık, Ankara, 2005, s. 29.

Medya açısından ise idari denetim, radyo ve televizyon yayınlarının içerikleri yönünden, teknik ve mali açılardan denetimleri bakımlarından söz konusu olabilmektedir. Birçok ülkede özellikle de Avrupa Birliği Ülkeleri'nde radyo ve televizyonların denetimi "Düzenleyici Kurullar" adı altında oluşturulan idari mekanizmalar aracılığıyla gerçekleşmektedir.[114] Radyo ve televizyon yayıncılığında kamusal yayıncılığın yerini ticari yayıncılığın almasıyla birlikte, düzenleyici kurullar ön plana çıkmaya başlamış ve bu kurulları güçlendirecek çeşitli yasal değişikliklere gidilmiştir. Odak noktası kültürden ekonomiye kayan yeni yayıncılık politikaları, her ülkede özelleşen, ticarileşen ve genişleyip karmaşıklaşan yayıncılık alanında mülkiyet oranları, reklam kuralları ve program kotalarına ilişkin kuralları tek elden yürütüp uygulayacak düzenleyici kurulları devreye sokmuş; daha önce kamu hizmeti yayın kurumlarının kurulması gibi hemen her Avrupa ülkesinde bu tür kurulların oluşturulması söz konusu olmuştur.[115] Bu düzenleme ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkan düzenleyici kurullar, özellikle bilişim ve iletişim sektörlerinin geleneksel devlet kurumlarıyla düzenlenmesinin ve denetlenmesinin mümkün olamayacağının anlaşılması üzerine oluşturulmuştur.[116]

Yayıncılık alanında ilk düzenleyici kurul ABD'de oluşturulmuş olmakla birlikte, düzenleyici kurullar özellikle Avrupa ülkelerinde yaygınlık kazanmış ve bu kurulların özerkliği ve tarafsızlığı noktasında son derece hassas davranılmıştır. Bugün özellikle Avrupa Devletleri'nin büyük çoğunluğu radyo ve televizyon alanındaki düzenlemelerini bağımsız idari otoritelere yani düzenleyici kurullara devretmiştir.[117] Türkiye'de ise yayın yapan radyo ve televizyonların denetimi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından gerçekleştirilmektedir.

---

[114] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 64.

[115] D. Beybin Kejanlıoğlu, Gülseren Adaklı ve Sevilay Çelenk, "Yayıncılıkta Düzenleyici Kurullar ve RTÜK", *Medya Politikaları,* (Der.) D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Kitabevi, Ankara, 2001, s. 97.

[116] Ali Kaya, *Bağımsız ve Düzenleyici Üst Kurullar*, Eğitim Kitabevi, Konya, 2004, s. 62–63.

[117] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 65.

Düzenleyici kurullar kanunla kurulan, belirli sayıda kişiden oluşan, karar organı bulunan, kanunla verilen belirli bir alanda esas itibariyle düzenleme ve denetleme yapmakla görevli ve belli yetkilerle donatılmış mali ve idari özerkliğe sahip, yetkilerini kendi sorumluluğu altında bağımsız olarak kullanan, yasalarda belirlenen ilkeler çerçevesinde hesap veren tüzel kişiliğe sahip kamu kurumlarıdır.[118] Düzenleyici kurulların yayın izni ve lisansı vermek, frekans tahsisi yapmak gibi görevleri bulunmaktadır. Bu kurulların bir başka görev alanı ise yayıncılıkla ilgili çeşitli kurallar koymak ve yayın standartlarını belirlemektir. Düzenleyici kurullar yayınların gerek ilgili yasalara gerekse yaptıkları düzenlemelere uygunluğunu denetlemekle de görevlidir. Kurullar bu görevlerini yerine getirirken kendi yayın izlemelerinden ya da iletilen şikâyetlerden yola çıkarak cezai müdahalelerde bulunabilir ya da bunu yapmakla yetkili olan mercilere görüş bildirebilir. Diğer bir deyişle düzenleyici kurullar faaliyetlerini yasal çerçevenin kendilerine sağladığı hareket alanı içerisinde gerçekleştirmektedir. Ayrıca bu kurulların yayıncılık alanındaki konularda görüş bildirmek, tavsiyelerde bulunmak, yıllık raporlar ve yayın kuruluşlarının mali bildirilerini yayınlamak, kamuoyu araştırmaları yapmak gibi görevleri olduğu gibi, yayın kuruluşlarının uyacakları mali, teknik ve idari şartlar ile yayın alanı, saati ve süresiyle ilgili esasları ve yayın ilkelerini belirlemek gibi yayıncılık alanına yönelik düzenleyici nitelikte müdahaleleri de söz konusu olmaktadır.[119]

2.4.2 İnformel Denetim

Toplumsal Sorumluluk Kuramı'nın bir yansıması olarak da görülen "İnformel Denetim", yayın ilke ve esasları formel düzenlemeler yoluyla belirlenen kitle iletişim araçlarının, topluma karşı sorumluluklarının bilincinde olması fikrine dayanan bir denetim türüdür. Bu nedenle, yayıncının kendi kendini denetlemesi, resmî olmayan kuruluşlarca denetlenmesi veya halkın denetimini kabul etmesi gibi

[118] A. Kaya, 2004, s. 136.

[119] D. B. Kejanlıoğlu, G. Adaklı ve S. Çelenk, 2001, s. 107-108.

unsurlara dayanan bu denetim biçimlerinin tümüne informel denetim adı verilmektedir.[120]

Kamuoyu Denetimi, Öz Denetim ile Sivil Toplum Örgütleri'nin yaptığı denetim, informel denetime örnek olarak verilebilir.[121] Ancak bu Tez'de İnformel Denetim olarak "Kamuoyu Denetimi ve "Öz Denetim" ele alınacaktır.

2.4.2.1 Kamuoyu Denetimi

Yönetim faaliyetlerinin halk tarafından izlenerek haksız eylem ve işlemlere tepki gösterilmesi "Kamuoyu Denetimi" olarak ifade edilmektedir. Yönetimi zorlayıcı yönü olmayan kamuoyu denetimi, iletişim imkânlarının geliştiği günümüzde gittikçe etkili bir hale gelmiştir. Bu denetim yönteminde, bireylerin yazılı veya sözlü şekilde tek tek veya toplu olarak kamu mallarından veya bireysel imkânlardan yararlanarak fikir ve düşüncelerini açıklamaları, yönetimin yanlış buldukları eylemlerinin ve işlemlerinin geri alınmasını ve bunların kendi istekleri doğrultusunda yeniden düzenlenmesini istemeleri, bunun için de kamu makamlarını uyarma, kınama, protesto, aydınlatma, etkileme vb. yöntemleri kullanmaları sık karşılaşılan durumlardır. Kamuoyunun rahatsızlık duyduğu konularda uyarı için kamuya açık yerlerde broşür, duyuru veya bildiri dağıtılması, bunların posta kutusuna bırakılması, umumi yerlerde bağış, yardım toplanması, posterlerin, sembollerin asılması, yurttaşlık hakları gösterileri ile boykotlar, grevler gerçekleştirilmesi de bu çerçevede ele alınmaktadır. Kamuoyu denetiminde bireysel hareketlerin yönetim üzerinde etkisi olmakla birlikte daha çok sivil toplum örgütlerinin ile geniş kitlelerin etkisi olmaktadır.[122]

Kitle iletişimi alanında da, yasal hukuki düzenlemelerin dışında kalan ve belki de bunlardan çok daha önemli ve etkili olan denetim biçimi kamuoyu denetimidir. Bu çerçevede kamuoyu denetiminde, halkın kendisine gerçek haber ve

---

[120] M. Işık, 2007, s. 76.

[121] I. Özenirler, 2006, s. 35.

[122] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 30-31.

bilgileri sunduğuna inandığı kitle iletişim araçlarına doğru yönelmesi söz konusudur. Dolayısıyla da, iletişim araçları kendi iletilerinin seçilmesi, okunması, dinlenmesi veya izlenmesi için büyük bir yarış içerisine girmektedir. Halk ise ancak kendini en iyi şekilde yansıttığına inandığı kitle iletişim aracına odaklanarak o aracı okumakta, dinlemekte veya izlemektedir. Bu bağlamda temel varlık nedeni okuyucular, dinleyiciler ve izleyiciler olan kitle iletişim araçları için en etkili denetim mekanizmasının halk olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu nedenle, gerek halk adına denetim, eleştiri ve kamuoyu oluşturma gibi işlevler yürütülürken gerekse tiraj, izlenme ve dinlenme oranlarına göre ilan ve reklam alınırken temel kriter hep halk olmaktadır.[123]

Kamuoyu denetimine, yayınlarla ilgili olarak izleyici adına yapılan ve izleyicilerden oluşan grupların oluşturduğu sivil toplum örgütlerinin yaptığı denetim örnek olarak verilebilir. Bu örgütler, radyo ve televizyon yayınlarının denetlenmesini, temsil ettikleri toplum adına yapmaktadır. Bu kuruluşların en etkili olanları izleyiciler tarafından kurulan "Medya Gözlemcileri"dir. Medya Gözlemcileri, ABD başta olmak üzere pek çok Avrupa Ülkesi'nde, özellikle televizyon yayınlarının giderek yaygınlaşması ile 1960'lı yılların ikinci yarısından sonra kurulmaya başlanmıştır. Bu kuruluşlar, genel olarak izlerkitleye, özel olarak ise çocuklara, gençlere ya da kadına yönelik yayınlarda küçük düşürücü, aşağılayıcı, şiddeti teşvik edici yayınların olup olmadığını sürekli izleyen, araştıran, raporlaştıran çalışmalar yapmaktadırlar. Yapılan bu çalışmalar daha sonra, başta bu yayınları yapan kuruluşlar olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlara ve özellikle de etkili olması açısından yazılı basına ve görsel-işitsel medya kuruluşlarına gönderilmekte ve yayınların hemen düzeltilmesi ya da yayından kaldırılması istenmektedir.[124]

[123] M. Işık, 2007, s. 85-86.

[124] A. Aziz, 2006, s. 174.

2.4.2.2 Öz Denetim

Devlet yönetimini elinde bulunduranlara karşı toplumun sesi olma ve toplumu bilgilendirme görevini yüklenen medya, bu görevini yerine getirirken genellikle devletin ve iktidarı elinde bulunduranların yasal baskılarına uğramaktadır. Bu sebeple, medya organları ve mensupları hem bu baskılara direnmek hem de kamuoyundaki itibarını korumak için kendi içinde mesleki birtakım kurum ve kurallar teşkil etmişler ve birtakım çözümler üretmek durumunda kalmışlardır. Medyanın çözüm arayışlarında ise genelde "Öz Denetim" olarak isimlendirilen, kendi kendine kontrolü sağlayan sistemler ortaya çıkmıştır.[125]

Öz denetim, kuruluşun kendi kendisini denetlemesi veya benzer kuruluşların bir çatı altında toplanmalarından doğan örgütlenmeleri sonucu gerçekleşen denetimi ifade etmektedir.[126] Bir başka deyişle öz denetim, hiçbir yasal yaptırım söz konusu olmadan bir takım ahlâk kuralları çerçevesinde kişilerin, kurumların, örgütlerin veya toplumların kendi kendilerini denetlemesidir.[127]

Avrupa Reklamcılık Standartları Birliği (EASA) tarafından yayınlanan "EASA – Öz Denetim El Kitabı" kitapçığındaki görüşlere göre ise, bir öz denetim sistemi endüstri tarafından bilinçli bir şekilde ve tamamıyla tesis edilen kuruluşlar tarafından uygulanan "En İyi Uygulama Kuralları ya da İlkeleri"nden oluşmakta ve gönüllü doğası gereği öz denetim kuruluşları devlet ve belirli menfaat gruplarından bağımsız bir şekilde hareket etmektedir.[128]

Her meslekte olduğu gibi radyo ve televizyon alanında da ilgili meslek birliklerince belirlenmiş, bazı etik kuralların ve meslek ilkelerinin olması gerekmektedir. Yayıncının editoryal özgürlüğünü tam manasıyla koruyan öz denetim, etik ilkeler, doğruluk, kişilik hakları vb. asgari hakların tesis edilmesini sağlamakta ve medyanın yasal şikâyetlere karşı yanıt vermesine, deneme yanılma

---

[125] Vedat Demir, *Medya Etiği*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2006, s. 39.

[126] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 32.

[127] Zeynep Alemdar, *Oyunun Kuralı*, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1990, s. 13.

[128] EASA, "EASA Guide to Self-Regulation", 1999, s. 7-10, http://www.easa-.org/publications/en/Full%20revised%20Essentials%201.pdf (16.05.2011)

yoluyla hatalarını düzeltmesine yardımcı olmaktadır. Standartlar geliştirerek öz denetim uygulamak, medyanın kamu önünde güvenilirliğini tesis etmesine yardımcı olmaktadır.[129] Öz denetim kuruluşları özgür bir medyanın yasal hakları ile medyadan etkilenen insanların yasal hakları arasındaki sınırları belirlemekte ve bunu genellikle, üzerinde fikir birliğine varılmış etik ilkelere karşı yapılan şikâyetleri inceleyerek ve ilkelerin ihlal edilip edilmediğine karar vererek yapmaktadır.[130] Hukuki bağlayıcılığı olmayan bu ilkeler, meslek kuruluşu üyelerini ve yayıncıları sağduyulu bir biçimde hareket etmeye yönlendirmektedir.[131]

Öz denetim editoryal özgürlüğü korumakta, devlet müdahalesini en aza indirmeye yardımcı olmakta, medyanın kalitesini arttırmakta ve kamuoyunun medyaya erişimine yardımcı olmaktadır. Hükümetler ise tekel karşıtı önlemler yolu ile medyada çoğulculuğu muhafaza ederek öz denetimi özendirici hale getirmektedir.[132]

Öz denetim sistemleri kuruluşları ve çalışmaları açısından incelendiğinde genellikle "Gönüllü Kuruluşlar" ve "Kanuna Dayanan Mecburi Kuruluşlar" olmak üzere iki kısımda sınıflandırılmaktadır.[133]

Gönüllü kuruluşlar, kanunî bir yaptırım ve zorlama olmadan, basın-yayın organlarında çalışanların bir araya gelerek kendi aralarında kurdukları ve bu kuruluşu oluşturan kişilerin verdiği yetkileri kullanabilen öz denetim kuruluşlarıdır. Basın Şeref Divanları, Basın, İletişim ve Medya Konseyleri bu tarz kuruluşlardandır. Medyanın öz denetimi denildiğinde anlaşılan gönüllü kuruluşlar olmaktadır. Çünkü bu kuruluşlar kanunla kurulmadıkları için mümkün olduğunca siyasi iktidarların baskı ve müdahalelerinden uzak kalabilmektedir.[134] Gazetecilikte geçerli olması gereken temel ahlâk kurallarının yazıya dökülmesi ise genellikle bu tür meslek örgütlerinin kurulmasıyla başlamıştır. Yüzyılın başında kurulmaya başlayan bu

---

[129] Miklos Haraszti, *Medya Özdenetimi Rehber Kitabı,* (Ed.) Adeline Hulin ve John Smith, AGİT Medya Özgürlüğü Temsilciliği Dairesi Yayını, Viyana, 2008, s. 10-12.

[130] a.g.e., s. 34-35.

[131] I. Özenirler, 2006, s. 214.

[132] M. Haraszti, 2008, s. 12-16.

[133] V. Demir, 2006, s. 40.

[134] a.g.e., s. 40-41.

tür örgütler, sendikalar ya da dernekler yayımladıkları bildirilerde temel ahlâk kurallarından söz etmişler ve böylece basın-yayın organları sadece kurumlarını bağlayan kendilerine has ahlâk kurallarını saptama yolunu izlemişlerdir. Bu kurallar, haber kaynağından hediye alınmaması, ücretsiz haber gezilerine katılınmaması veya haberde yapılan yanlışın düzeltilmesi gibi konularda gazeteciye yol gösteren kurallardır.[135] Yayıncının, yayın ilkeleri yoluyla kendi kendini denetlemesi uygulaması ise ABD'de bazı gazete, radyo ve televizyon kuruluşlarında görülmekle birlikte, bunun en güzel örneği İngiliz BBC Kurumu'nda uygulanmaktadır.[136]

Gönüllü kuruluşlar, idare örgütü içinde yer almayan ve yargı merci olarak da nitelenemeyecek olan, gönüllü basın mensuplarının taahhütname vererek bir araya gelmesiyle oluşmuş kuruluşlardır. Basın Ahlâk Prensiplerini kabul etmiş olan ve bu ilkelere aykırılık halinde kendi belirlemiş oldukları disiplin cezası türündeki yaptırımların kendilerine uygulanması konusunda rıza beyanında bulunmuş olan meslek mensuplarından oluşan bu kuruluşların varlık amacı; yönetimin (genelde iktidarın), ülke içinde ekonomik güç odaklarının, reklam veren kesimin baskılarından medyayı korumak, basın özgürlüğünün koruyucusu ve basın mensuplarının iletişim özgürlüğünden kaynaklanan çeşitli haklarının savunucusu olmaktır.[137]

Gönüllü kuruluşların başarılı olamadığı veya totaliter idarelerin hâkim olduğu ülkelerde ise Kanunla Kurulan Kuruluşlar gündeme gelmektedir. Kanunla kurulan ve kanunun kendisine verdiği yaptırımları uygulayan öz denetim kuruluşları, esas itibariyle kamu tüzel kişiliğine haiz barolar, tabip odaları, mühendis odaları gibi meslek kuruluşlarının bir benzeridir. Kanunlarla belirlenmiş belirli prosedürlere ve seçim usullerine göre kurulan bu kuruluşlar denetimleri bakımından da yargıya tabi bulunmaktadır. Kanunla kurulan kuruluşların yaptırım güçleri ve etkinlikleri çok daha fazladır ve bu kuruluşlara üye olanlar alınan kararlara uymak zorundadırlar. Özellikle medyadaki ahlâk/etik kurallarının pek ciddiye alınmadığı, basın özgürlüğünün çok fazla istismar edildiği ve medya mensuplarının bunu önleme yolunda bir girişimde bulunmadıkları ülkelerde bu kuruluşların etkili olabilme şansı

[135] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 84.

[136] M. Işık, 2007, s. 81-82.

[137] N. Erkelli Kızıl, 1998, s. 25.

daha fazladır. Ancak, kamu tüzel kişiliklerini devletin ve yargının sıkı denetiminde tutan ülkelerde bu tip kuruluşların sağlıklı çalışması çok daha zor olmaktadır.[138]

Medyadaki öz denetim mekanizmalarından en önemlisi ve en yaygını gazeteciler ve toplumun çeşitli kesimlerinden insanların bir araya gelerek oluşturduğu "Basın Konseyleri"dir. İlk Basın Konseyi 1916'da İsveç'te kurulmuştur.[139] Basın Konseyleri, müşterek kuruluşlar olarak, en yüksek olası temsilden yararlanmakta ve bu nedenle, daha geniş çaplı bir güvenirliğe sahip olabilmektedir. Konsey genellikle kendi çalışma kurallarını ve süreçlerini oluşturmaktadır.[140] Basın Konseyleri ağırlıklı olarak gazeteciler, medya sahipleri ve yayımcılardan oluşan bir kuruluştur ve hükümet yetkililerinden bağımsızdır. Üyelik genellikle meslek birlikleri kanalıyla olmaktadır.[141]

Basın Konseyleri'nin oluşmasıyla birlikte, gazetecilik alanında geçerli olması gereken temel mesleki ahlâk kuralları da yazıya geçirilmeye başlanmıştır. Böylece basın çalışanları ve bunların örgütlenmesi sonucu ortaya çıkan kurumlar kendilerine özgü ahlâk kuralları oluşturmuşlardır.[142] Basın Konseyleri, çift yönlü bir denetimi gerçekleştirmektedir. Örneğin, Konseyler, bir yandan dışarıdan yapılan saldırılara karşı basın-yayın özgürlüğünü savunurken, diğer yandan iletişim etiği standardını en üst düzeyde tutmak ve devam ettirmek çabası içinde bulunmaktadır.[143]

Basın Konseylerinin işlevleri genellikle ahlâki standartların korunmasıyla sınırlandırılmamıştır. Bu konseylerin işlevlerinden başta geleni iletişim özgürlüğünün korunmasıdır. Bazı Konseyler (Almanya, İngiltere) basının yapısal gelişimini, özellikle tekelleşme eğilimini izlemek ve kamuya açıklamakla görevlidir ve bu görev basın özgürlüğünü koruma çabalarının bir bölümü olarak nitelendirilebilir.[144]

---

[138] V. Demir, 2006, s. 41-42.

[139] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 86.

[140] M. Haraszti, 2008, s. 46-47.

[141] a.g.e., s. 56.

[142] Vedat Demir, 1998, s. 26.

[143] A. R. Bülbül, 2001, s. 116.

[144] V. Demir, 2006, s. 47.

Basın Konseyi çoğu kez, divan kimliğiyle bir tür yargılama yaparak moral yaptırımları uygulama yetkisiyle donatılmıştır. Bu bağlamda bu Konseylerin basınla ilgili yasalar çıkarılırken, meclise görüşlerini iletmek ve taslaklar hazırlayarak önerilerde bulunmak gibi görevlerinin yanı sıra, basın suçu (fikir suçu) kavramına karşı olmak, uygulamalarla ortaya çıkan yeni göstergelerin ışığında meslek ilkelerine yenilerini katmak (yeni prensip kararları almaya) gibi çeşitli yetkileri bulunmaktadır. Görevleri arasında tekelleşme (tröstleşme) ile mücadele etmek gibi tekelleşmeye yüz tutmuş basın grupları arasındaki savaşları dindirmek için moral önlemler almak gibi sorumlulukları ile doğru orantılı etkinlikleri de olmaktadır. Yerine göre bir basın-yayın sendikası kimliğine, yerine göre bir gazeteciler cemiyeti kimliğine bürünerek basın-yayının çok çeşitli sorunları ile uğraşmak, çözümler üretmek durumunda olan Basın Konseyleri, bir kamu hizmeti yürütücüsü sorumluluğuyla çeşitli kamu hizmetlerinin adil bir biçimde görülmesinde katkısı bulunan basın-yayın mesleğinin belli bir düzen içinde faaliyet sürdürmesi adına kuşkusuz çok yararlı kuruluşlardır.[145] Ancak medya organları ya da bu organların patronları tarafından finanse edilmeleri Konseylerin tarafsızlıkları açısından eleştiri konusu olmakta ve bu sebeple bu Konseyler birçok ülkede istenilen düzeyde etkinliğe ulaşamamaktadır.[146]

Kitle iletişim araçlarının öz denetim yöntemi olarak kullandığı yöntemlerden biri de "Ombudsmanlık"tır. Medyadaki Ombudsmanlığın kökenleri incelendiğinde İsveç'teki öz denetim uygulamalarından esinlenildiği görülmektedir.[147] Ancak bu uygulama ilk olarak 1967 yılında, okuyucular ve gazeteciler arasındaki ilişkileri düzenlemek üzere Yerel Bilgi Bölümü'nün Eski Başkanı'nı görevlendiren Kentucky Lousville'deki "Courier Journal" tarafından basına uygulanmıştır. İkinci aşama ise, okuyucuların şikâyetlerini dinlemek, iç yazışmaları hazırlamak ve görüşlerini serbestçe ifade edebildiği bir sütun yayımlamak üzere yönetici editör yardımcısını atayan "Washington Post" tarafından 1970 yılında gerçekleştirilmiştir. Zamanla sistem, yorumlar, eleştiriler, gözlemler ve tashihler yapıldıkça ve okuyuculara gönderildikçe gelişmiş ve daha fazla etkileşimli olmaya başlamıştır.[148]

---

[145] N. Erkelli Kızıl, 1998, s. 90.

[146] M. Işık, 2007, s. 79.

[147] a.g.e., s. 80.

[148] M. Haraszti, 2008, s. 68.

Bazı ülkelerde bu denetim modeli farklı bir tarzda ortaya çıkmış; her basın organının kendi ombudsmanını belirlemesi gündeme gelmiştir. Yayın organlarının, kendi bünyelerinde kendi yayınlarını denetlemek üzere oluşturdukları bu sistem oldukça yararlı olmaktadır. Yazılı eleştiriler yoluyla gazetecilere sorumlulukları hatırlatılmakta, okuyucu şikâyetleri değerlendirilmekte ve yayınlardaki hata, yanlış ve ahlâk dışı yazımlar konusunda gazeteciler uyarılmaktadır. Ombudsman bir sansür kurumu değildir ve yayın öncesi bir denetim yapmamaktadır.[149]

Ombudsmanlar basın kurumu içinde bağımsız bir özellik taşımaktadır. Maaşlarını gazeteden almalarına rağmen, gazetenin sahibine veya diğer yöneticilere karşı bağımsız davranmak durumundadırlar. Bu durum Ombudsman görevini yapan kişinin basın meslek ilkelerine bağlı, sorumluluk sahibi ve büyük ölçüde basın kuruluşunun vereceği maaşa ihtiyacı olmayacak bir kişi olmasını gerektirmektedir.[150]

Ombudsmanlık sadece yazılı basın organlarıyla sınırlı kalmamaktadır. Öz denetim sağlamak amacıyla bazı radyo ve televizyon kuruluşları da Ombudsmanlık modelini uygulamaktadır. Bugün dünyada aralarında ABD, Kanada, Kolombiya, Venezüella, Brezilya, İspanya, Portekiz, İsrail, Japonya, Danimarka, Fransa, İngiltere, Hollanda ve Türkiye'nin de bulunduğu birçok ülkede bazı medya kuruluşları bünyesinde Ombudsmanlık modeli uygulanmaktadır.[151]

Ombudsmanlık yöntemiyle, gazete, radyo ve televizyon kurumları için, şeffaflığın sağlanmasında, hataların ve eksikliklerin görülerek bunların yapıcı bir üslupla anlatılması suretiyle daha az hata yapmaya yönelmelerinde, tazminat davalarına kadar gidebilecek ve o iletişim aracı için maddi ve manevi tazminat vermeye mahkûm olunabilecek bir olayın, hukuksal bir olay olmaktan çıkarılarak her iki tarafı da rencide etmeyecek şekilde tatlıya bağlanmasında önemli rol ve işlevi olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.[152]

---

[149] N. Erkelli Kızıl, 1998, s. 87.

[150] V. Demir, 2006, s. 49.

[151] M. Işık, 2007, s. 83.

[152] a.g.e., s. 84.

Sonuç olarak, çeşitli ülkelerde farklı şekillerde uygulanan öz denetim yöntemlerinin fonksiyonları şu şekilde özetlenebilir:[153]

- İletişim özgürlüğünü korumak, bu özgürlüğü tehdit eden tehlikelere karşı mücadele etmek; devletin medyayla ilgili yapacağı düzenlemeleri takip etmek ve gerekirse bu konuda müdahalelerde bulunmak;

- İletişim özgürlüğünün medya kuruluşları ve mensuplarınca istismar edilmesine karşı mücadele etmek ve bu konuda ahlâk/etik ilkeleri oluşturarak, bunlara uyulmasını sağlamak;

- Medyayı hükümet, parlamento ve kamuoyu önünde bir bütün olarak temsil etmek ve bunların karşısında medyanın itibarını ve güvenilirliğini müdafaa etmek.

2.4.3 Karma Denetim

İnformel ve formel denetim mekanizmalarının bir arada kullanıldığı denetim türü olan "Karma Denetim", en yeni denetim mekanizmalarından birisini oluşturmaktadır. Bu denetim türü "Ortak Denetim" mekanizması olarak adlandırılan ve günümüzde birçok alanda özellikle de medya alanında uygulanan denetim mekanizmasını içermektedir.

2.4.3.1 Ortak Denetim

1990'lı yılların sonlarında ortaya çıkan "Co-Regulation" kavramı dilimizde "Ortak Denetim" şeklinde kullanılmaktadır. Kamu denetimi ve öz denetim kavramlarının bir orta noktada buluşmasını ifade eden ortak denetim, ortaya çıkış dönemi sırasında, dünyada küreselleşmenin kamu yönetimine kazandırdığı

[153] V. Demir, 1998, s. 28.

yönetenler (hükümet) ile yönetilenler (sivil toplum kuruluşları, çıkar grupları, kamuoyu veya bireyler) arasında yönetimde işbirliğini öngören yönetişim (governance) kavramı ile de paralellik göstermektedir. Fransa'da CSA (Conseil Superior l'Audivisuel-Görsel-İşitsel Yüksek Konsey) internet alanında bir kamu denetiminin ve öz denetimin mümkün olmadığı gerekçesiyle bu alanda mutlaka bir ortak denetim olması gerektiği fikrini ortaya atmış ve bu amaçla, 1999 yılında Paris'te UNESCO'nun da katkılarıyla 1. Dünya Düzenleyici Kurullar Zirvesi düzenlenmiştir. Bu Zirve'de ortak denetim kavramı tüm yönleriyle tartışmaya açılmış ve bazı ülkeler ortak denetim kavramını liberalizmin getirdiği deregülasyon (sektörün kuralları kendi belirlemesi, kamu düzenleyicisinin denetim safhasından tamamen çekilmesi ve sadece hakemlik yapması) kavramına geçişte ilk adım ya da alıştırma safhası olarak nitelendirmiştir. Medya alanında ortak denetim, "Gazetecilikte/Habercilikte Bağımsızlık, Küçüklerin Korunması, İnsan Onuru, Reklamlar ve Teknik Standartlar" gibi konular çerçevesinde, uzmanlar, akademisyenler, hukukçular ve medya çalışanları tarafından yapılan tartışmalar sonucunda sınırlandırılmıştır.[154]

Avrupa Medya Kanunu Enstitüsü'nden Carmen Palzer tarafından hazırlanan "Avrupa'da Ortak Denetim: Ortak Denetim Çerçevelerinin Oluşturulması için Avrupa Hükümleri"nde, genel anlamda ortak denetim kavramı, geleneksel kamu kuruluşu düzenlemesinin yanı sıra öz denetim unsurlarının bir arada yer aldığı bir sistem olarak tanımlanmaktadır.[155] Bu görev, öz denetim kuruluşları tarafından gerçekleştirilebildiği gibi; tüketiciler gibi üçüncü taraflar da kural oluşturma sürecine dâhil olarak bu görevi yerine getirebilmektedir. Kamu kuruluşu düzenlemeleri, kamu hedeflerinin gerçekleştirilmesini amaçlayan ortak denetim düzenlemeleri için bir temel oluşturmakta ve bu çerçeve bağlamında, ulaşılması gereken hedefler gerektirdiği ölçüde devlet tarafından izlenmektedir. Bilgi Kanunu Enstitüsü'nden Tarlach McGonagle ise, ortak denetimi, geleneksel devlet güdümlü denetleyici

[154] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 90.

[155] Carmen Palzer, "Co-Regulation of the Media in Europe: European Provisions for the Establishment of Co-Regulation Frameworks", European Audiovisual Observatory Yayını, 2003, s. 3.

prototip yerine, denetimin hafif biçimlerinin genel paydasına indirgemektedir.[156] McGonagle, ortaya çıkan kural yapımı ve bu kuralın uygulanması anlamında profesyoneller ve devlet yetkilileri arasındaki işbirliğini şiddetli bir şekilde vurgulamaktadır.

Ortak denetim kavramı en geniş anlamıyla kamu otoritesinin ortaya koyduğu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için kamu otoriteleri ve sivil toplum tarafından oluşturulmuş ortak denetim mekanizmalarının değişik biçimlerini ifade etmektedir. Ortak denetim mekanizması hem öz denetim biçimlerini hem de geleneksel olarak ifade edilen kamu otoriteleri tarafından gerçekleştirilen denetim biçimlerini içerdiği için yeni ve özgün bir denetim biçimini oluşturmaktadır. Bu nedenle, ortak denetim mekanizmaları kamu otoritelerinin ve özel sektörün bir araya gelmesiyle değişik formlarda karşımıza çıkabilmektedir. Bu formlardan birisi idari denetim mekanizmalarının öz denetim mekanizmalarına entegre olması iken; bir diğeri ortak denetim mekanizmasının idari denetim mekanizmaları tarafından gerçekleştirilmesi ve bu mekanizmaya yasal bir temel sağlamasıdır. Ortak denetim mekanizmalarının tanımını değişik denetim biçimlerini örnek vererek genişletmek mümkün olsa da temel olarak ortak denetim mekanizmalarının amacı kamu yararını gözetmektir.

Ortak denetim uygulamasının anahtar ögesi kendine yeten ve kendi kendini kontrol eden kurallar bütününün ortak denetleme mekanizmalarının sorumluluğu altında gerçekleştirilmesidir. Bu bağlamda ortak denetim ile öz denetim uygulaması arasındaki önemli ayrım uygulamaya katılımdaki gönüllük esasıdır. Ortak denetim uygulamasında uyulması gereken kurallara uyulmaması durumunda kamu otoriteleri tarafından doğrudan veya en azından dolaylı olarak bir yaptırım söz konusudur. Diğer bir deyişle sistemdeki ilgili yayıncı kuruluşlar sisteme katılma konusundaki kararlarında gerçek anlamda özgür değillerdir. Bu nedenle ortak denetim uygulamalarında kamu otoritelerinin müdahalesinin artması durumu gönüllülük esasının daha az görülmesi anlamına gelmektedir. Bunun sonucunda ortak denetim uygulamalarının kamu otoritelerinin etkisinden uzaklaşması ve özerklik derecesinin ne olacağı sorunu karşımıza çıkmaktadır. Ama yine de öz denetim ve ortak denetim

[156] Tarlach McGonagle, "Co-Regulation of the Media in Europe: The Potential for Practice of an Intangible Idea", European Audiovisual Observatory Yayını, 2003, s. 15.

uygulamalarında keskin bir ayrımın olmadığını göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Ortak denetim modelinin, açık, şeffaf ve kamuya ulaşılabilirlik anlamında etkili bir model olduğu ortaya çıkmaktadır. Endüstriyi, idareyi, kamu ve sivil toplum organizasyonlarını içine alan bir sistem olan bu modelle, yapılan denetime tüm tarafların katkı yapması sağlanmakta, geniş katılımlı ve uzlaşmacı bir denetim yapılabilmektedir. Kısacası ortak denetim yöntemiyle demokratik, katılımcı ve çoğulcu bir denetime erişilebilmekte ve denetim bu haliyle daha esnek ve hızlı uygulanabilmektedir. Böylece, klâsik denetimin mantığı çerçevesinde klâsik hukuki denetimin ağırlığı azalarak, etik ilkelere daha yakın bir hukuki denetim yapılabilmekte, zamanla esas ve usullerin yerini etik ilkeler alabilmektedir.[157]

2005 yılında 89/552/EEC no'lu Konsey Direktifinin Değiştirilmesine dair Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi için bir Teklif yayınlayan Avrupa Komisyonu, Direktif kapsamında Üye Ülkeler tarafından kullanılacak ortak denetime referans içeren bir teklif yayınlamıştır.[158] Bu çalışma, ortak denetim tedbirlerinin medya düzenlemesi çerçevesine dâhil edilip edilmemesi ve nasıl edileceğine dair Üye Ülkeler'deki gelecekteki tartışmalar ve müzakereler için olgular ve analizler sağlamaktadır. 10-11 Mart 2005 tarihlerinde Kiev'de "Kitle İletişim Politikası Konusunda" 7. Avrupa Bakanlar Konferansı"nda alınan "Bilgi Toplumunda İnsan Hakları ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi" başlıklı 3 No'lu Kararın 4. maddesinde, yeni iletişim hizmetleri endüstrisinin, bu bağlamda, öz denetim veya ortak denetim önlemleri yoluyla oynayabilecekleri rolün altı çizilmiş ve Eylem Planı'nda, uygun düştüğünde, denetim, ortak denetim veya öz denetim yoluyla, uygulanabilecek olan ilgili Avrupa Standartlarını tanımlama amacıyla bilgiye erişim hakkı, mahremiyeti koruma hakkı ve insan onuruna saygıya ilişkin kriz

---

[157] Carmen Palzer ve Alexander Scheuer, "Self-Regulation, Co-Regulation, Public Regulation", 2002, http://www.emr-sb.de/news/Palzer_Scheuer_Unesco-Clearinghouse_Yearbook2004.pdf (12.04.2011)

[158] Avrupa Komisyonu Görsel-İşitsel Medya Politikaları Resmî Web Sitesi, http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centre/library/legal/index_en.htm. (18.05.2011)

zamanlarına özgü sorunların incelenmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.[159] Vekil Üye Herdis Thorgeirdóttir tarafından hazırlanan, Hukuk Yoluyla Demokrasi Hedefleyen Avrupa Komisyonu'nun (Venedik Komisyonu) çalışması altında yayınlanan "Şikâyetleri Çözümlemede Medya İçinde Öz Denetim Raporu"nda ise, özel ve tüzel kişilerin, doğru olmayan ve itiraz edilen bilgilerinin düzeltilmesini sağlayan "Cevap Hakkı"nın sadece yasal düzenlemelerle değil, öz denetim ve ortak denetim önlemleriyle sağlanabileceği aktarılmıştır.[160] TBMM İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu'nun, 03 Mart 2010 tarihinde yayınlamış olduğu "Medyada Yer Alan Bazı Haberlerin, Masumiyet Karinesini İhlal Ettiği İddialarının Araştırılması" ile ilgili İnceleme Raporu'nda ise, RTÜK'ün yapısının yeniden gözden geçirilerek, denetleme ve düzenleme görevini daha işlevsel yapabilmesini sağlayacak yasal ve yapısal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi, sadece devlet eliyle yapılan bir kontrol mekanizması yerine, ortak denetim sisteminin benimsenmesi, idari otorite ve siyasi parti temsilcilerinin yanında yayıncıların, sivil toplum örgütlerinin, izleyicilerin ve konu ile ilgili taraf ve aktörlerin de kurulda temsil edilmesinin sağlanması gerektiği belirtilmiştir.[161]

---

[159] 7. Avrupa Bakanlar Konferansı'nın Bilgi Toplumunda İnsan Hakları ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi Çalışması, www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/MCM(2005)005_tr.pdf. (18.05.2011)

[160] Venedik Komisyonu Resmî Web Sitesi, www.venice.coe.int. (18.05.2011)

[161] TBMM İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu Medyada Yer Alan Bazı Haberlerin, Masumiyet Karinesini İhlal Ettiği İddialarının Araştırılması" ile ilgili İnceleme Raporu http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/belge/03_03_2010_medya_raporu.pdf (19.05.2011)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNGİLTERE, FRANSA VE TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

3.1 İNGİLTERE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

İngiltere'de, yayıncılık alanındaki önemli gelişmeler, geleneksel olarak hep uzun süreli müzakereler ve seçkinler arasında yapılan danışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır.[162] İngiliz radyo ve televizyon yayıncılığı politikalarında, hedefe köklü bir değişiklik yaparak ulaşma yerine, aşamalı olarak birbirini takip eden ardışık süreçler sonucu ulaşma prensibi egemen olmuş ve her türlü yenilik için ABD örnek alınmakla birlikte, İngilizler uzun yıllar bölgesel yayınlarla merkeziliği ve ulusallığı vurgulamışlardır. 1954 yılında ticari yayıncılığa izin verilen İngiltere'de, televizyon vergileri ve bütçe ödenekleri gelirleri ile kamu hizmeti yayıncılığı yapan BBC'nin yanı sıra; yarı kamusal nitelikte, tamamen reklam gelirleriyle finanse edilen ITV şirketlerinden oluşan karma bir sistem uygulanmaktadır.[163]

İngiltere'de radyo alanındaki ilk yasal düzenleme 1904 tarihli "Wireless Telegraphy Act"dır. Bu kanun, radyo yayınının kurulmasında ve işletilmesinde ilgili bakanlığın önceden müsaadesini zorunlu kılarak, izin sistemini getirmiştir. Bu alanda ilk olarak yayın lisansı, 18 Ekim 1922 yılında kurulan "British Broadcasting Company"e verilmiştir. İlk kuruluş şekli itibariyle diğer özel şirketlerden farkı olmayan bu şirketin, hukuki yapısında çeşitli tarihlerde değişiklikler yapılmıştır. 1926 yılında bu şirket, "British Broadcasting Corporation"a (BBC) dönüştürülerek

[162] B. Çaplı, 2001, s. 57.

[163] M. Işık, 2007, s. 131-133.

yayıncılıkta kamu hizmeti modeli benimsenmiş ve bu değişimle birlikte birçok ülke yayıncılık politikasında bu yöntemi uygulamaya başlamıştır.[164]

Kısa adı BBC olan İngiliz Kamu Hizmeti Yayın Kurumu, ilk düzenli televizyon yayınlarına 2 Kasım 1936 tarihinde başlamıştır.[165] BBC'nin yapı ve işleyişini iki temel hukuki belge düzenlemektedir. Birincisi "Royal Charter" yani Kraliyet Fermanı, ikincisi ise "Ruhsat ve Sözleşme"dir. Birinci metin, kuruluşun amaçlarını, görev ve yetkilerini belirlerken, Ruhsat ve Sözleşme lisans verilişine ilişkin esasları, kuruluşun çalışma şartları ve süresini düzenlemektedir.[166]

Merkezi Londra'da bulunan BBC, kurulduğu tarihten 1954 yılına kadar televizyon yayınları; 1972 yılına kadar da radyo yayınları alanında tekel konumunu korumuştur. BBC tekelinde ilk televizyon deneme yayınları 1929 yılında gerçekleştirilirken, düzenli televizyon yayınları 1936 yılında başlamıştır. Radyo yayıncılığı açısından ilk dönemlerden itibaren BBC bünyesinde farklı türlerde yayın yapan çok sayıda radyo kanalı olmakla birlikte, televizyon yayıncılığı açısından 1964 yılına kadar tek kanalla yayın yapılmış, 1964 yılında ise ticari kanallarla rekabet etme zorunluluğu gereği BBC 2 isimli kanal yayın hayatına başlamıştır.[167]

BBC'nin televizyon yayınlarında sahip olduğu tekel 1954 yılında çıkarılan "Televizyon Yasası"yla kaldırılmıştır. Söz konusu Yasayla ITA (Independent Television Authority-Bağımsız Televizyon Otoritesi) adlı bir kurul oluşturularak, ticari televizyonların bu kurul aracılığıyla ve bu kurulun gözetiminde faaliyete geçmesine izin verilmiştir. Bir üst kurul niteliğinde olan ITA, ticari yayıncılığı organize etmekle görevlendirilmiştir. 1955 yılında ITA'ya bağlı ITV (Independent Television) isimli ilk ticari televizyon kanalı kurulmuştur. 15 bölgesel televizyon istasyonu ile bir tane ulusal çapta sabah yayını gerçekleştiren televizyon istasyonundan oluşan bir şebeke olan ITV, 1990 yılında yürürlüğe giren "Yayıncılık Yasası"yla isim değiştirerek Channel 3 adıyla yeniden yapılandırılmıştır. ITV'yi oluşturan istasyonlar yeni bir düzen içinde kurulduktan sonra bunların tümüne birden

[164] Ö. Gedik, 2008, s. 57-58.

[165] M. Işık, 2007, s. 132.

[166] J. Sarmaşık, 1993, s. 37.

[167] H. Yengin, 1994, s. 52.

Channel 3 adı verilmiş ve bu kanalların haber ve bölgesel program yayını yapmaları şart koşulmuştur.[168]

1972 yılında ilk ticari radyo yayınlarının da başlamasıyla 1973 yılında "Yayıncılık Yasası" (Broadcasting Act) çıkarılmış; bu yasayla hem ticari televizyon hem de ticari radyo kuruluşlarını tek bir çatı altında toplamak üzere IBA (Independent Broadcasting Authority-Bağımsız Yayıncılık Otoritesi) isimli yeni bir kurul oluşturularak ITA'nın görevine son verilmiştir.[169]

1980'li yıllarda İngiliz radyo ve televizyon yayıncılığı açısından son derece önemli değişimler ve dönüşümler yaşanmakla birlikte, bu tarihten sonra İngiliz Yayıncılık Sistemi'nde Thatcher Hükümeti'nin köklü ve radikal değişimler içeren politikaları egemen olmuştur. O döneme kadar seçkinci ve sınırlı müzakerelerle geliştirilen, yürütülen ve yavaş işletilen politikalar bu dönemden sonra terk edilerek bir anlamda neo-liberal politikalara geri dönülmüştür. Bu yaklaşım, pazar güçleri ve rekabete dayalı esnek girişimi temel alan bir ekonomi oluşturma fikrine dayanmaktadır.[170] Bu ideolojik tercih, yeni medya teknolojilerinin bütün ticari imkânlarını hayata geçirerek seçenekleri arttıracak bir iletişim pazarı fikri ile birleşince, 1984 yılında "Kablo ve Yayıncılık Yasası" çıkarılmış ve bu yasayla kablolu televizyon sektörünü düzenlemekten çok gelişmelerin önünü açmakla görevlendirilen "Cable Authority" (Kablo Otoritesi) kurulmuştur.[171]

"1990 Yayın Yasası" (Broadcasting Act) ile İngiltere'de, görsel-işitsel iletişim alanında karma sistemin devamı esasa bağlanmış, IBA ile Cable Authority'nin yerine ITC (Independent Television Commission-Bağımsız Televizyon Komisyonu) isimli yeni bir düzenleyici üst kurul oluşturulmuş ve ülkedeki her türlü televizyon yayıncılığını düzenleme ve denetleme görevi bu kurula verilmiştir.[172] ITC, BBC ve Galler dışındaki tüm İngiltere'deki ticari yayın kuruluşlarını düzenleme ve lisanslama işlemlerini yerine getirmiştir. Kılavuzluk etme, yayın kodlarını ve lisans

[168] a.g.e., s. 52-56.

[169] A. R. Kaya, 1985, s. 128.

[170] M. Işık, 2007, s. 134-136.

[171] B. Çaplı, 2001, s. 72-75.

[172] a.g.e., s. 92-93.

konusunun detaylarını belirleme gibi işlevleri bulunan ITC'nin program oluşturma görevi ise bulunmamaktadır. Teleteks, kablo yayınları, yerel ve uydu yayıncılığı ile dijital yayıncılık da kurulun görev alanı içerisine girmektedir. ITC kuruluşlardan katı anlamda bir kamu hizmeti yayıncılığı ilkelerine uygunluk gibi bir şey beklememekle birlikte; yine de lisanslama işleminde program hizmetlerinin yüksek kalite, geniş kapsamlı ve çekici olmasını güvence altına almaya çalışmaktadır. Bunun yanı sıra, 1990 Yayıncılık Yasası ile radyo servislerinden sorumlu olacak ayrı bir otorite olan RAu (Radio Authority-Radyo Otoritesi) kurulmuştur. Ayrıca, 1990 Yayıncılık Yasası'na göre, programların zevk ve nezaket ölçülerine aykırı olmaması, toplum düzenini bozucu, suça teşvik edici ve toplum duyarlılığını zedeleyici nitelik arz etmemesinin yanı sıra dini inançların istismar edilmemesi gibi ilkeler de benimsenerek, ITC'ye müeyyide uygulama yetkisi verilmiştir.[173]

İngiltere'de yayıncıların uyması gereken standartları belirleyen, izleyici ve dinleyicilerden gelen şikâyetleri değerlendiren BCC (Broadcasting Complaints Commission-Yayın Şikâyet Komisyonu), 1981 Yayıncılık Yasası'yla kurulmuş ve 1990 yasasıyla da faaliyetlerine devam etmiştir. İçişleri Bakanı tarafından atanan en az üç üyeden oluşan BCC, dinleyici ve izleyiciler adına bütün radyo, televizyon, kablo ve uydu yayınlarını izleyerek, bu yayınlardaki şiddetin ve seks sahnelerinin gösterimi, edep ve ahlâka uygunluk, kötü dil kullanımı, ırkçılık, cinsiyet ve din ayrımcılığı yapılması gibi konularla ilgilenmiştir. 1988 yılında kurulan BSC ise (Broadcasting Standards Council-Yayın Standartları Konseyi), programlardaki şiddet ve seks unsurunu inceleyerek ahlâki değerlere uygunluğu konusunda görüş bildiren, yayıncılık konusunda standartlar belirleyen, bu standartlar doğrultusunda halktan gelen şikâyetleri değerlendiren bir kuruluştur.[174]

1996 yılına gelindiğinde yayıncılık alanını düzenlemek üzere yeni "Yayıncılık Yasası" çıkarılmıştır. Bu yeni Yasa'yla, BCC ve BSC, BSC (Broadcasting Standards Commission-Yayın Standartları Komisyonu) altında birleştirilmiş, yayıncılık alanında mülkiyetle ilgili düzenlemeler liberalize edilmeye çalışılmış ve mülkiyet konusunda hisse oranı yerine %15'lik izlenme oranı

[173] M. Işık, 2007, s. 136-137.
[174] B. Çaplı, 2001, s. 97-98.

sınırlaması getirilmiştir. Ayrıca daha önce geçerli olan bir şirketin ikiden fazla yayın iznine sahip olamama kuralı da kaldırılmıştır. 1996 Yasası sayısal yayıncılık alanında da düzenlemeler yapmıştır. Karasal sayısal yayınlar için ayrılan altı multipleks frekans kanalının biri BBC'ye, bir tanesi ITV kanallarına, kalanlar da yeni kurulacak yayın kuruluşlarına bırakılmıştır.[175]

2002 yılında kabul edilen ve 2003 yılında uygulamaya geçen "İletişim Yasası"yla birlikte radyo, televizyon, telsiz ve telekomünikasyon hizmetlerini kapsayan alanlarla ilgili düzenlemelerin yapılması amacıyla 9 üyeden oluşan OFCOM (Office of Communication-İletişim Ofisi) adlı bir üst kurul oluşturulmuştur. 2003 tarihli İletişim Yasası, "OFCOM'un etkili öz denetim biçimlerinin geliştirilmesi ve kullanılmasını desteklemesi ve kolaylaştırması" hususunu dikkate almasını gerektirmektedir. OFCOM'un kurulmasıyla birlikte iletişim ve telekomünikasyon alanlarının düzenlenmesiyle ilgili faaliyet gösteren 5 ayrı düzenleyici kurul kapatılarak bunların görev ve yetkileri OFCOM'a devredilmiştir. Bunların bir bölümü yukarıda bahsedilen, ITC (Independent Television Commission-Bağımsız Televizyon Komisyonu), BSC (Broadcasting Standards Commission-Yayın Standartları Komisyonu), OFTEL (Office of Telecommunication-Telekomünikasyon Ofisi), RAu (Radio Authority-Radyo Otoritesi) ve RA(Radiocommunication Agency-Telsiz Ajansı)'dan oluşmaktadır.[176]

OFCOM 'un yerel, bölgesel ve ulusal bazda kablolu, analog veya dijital yayın yapan ticari-özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yanı sıra telekomünikasyon hizmetlerini de düzenleme ve denetleme yetkisi bulunmaktadır. OFCOM, tıpkı ITC gibi sorumluluk, görev ve ilkelere uygun davranmayan ticari televizyon kuruluşlarına uyarı, para cezası verme, düzeltme yapma gibi cezaların yanı sıra; yayın durdurma, yayın akışını değiştirme ve yayın süresini azaltma gibi müeyyideler uygulayabilmekte, lisans sürelerini kısaltabilmekte ya da lisansları tamamen iptal edebilmektedir. OFCOM bu haliyle medya alanında yayıncılık, bilişim ve telekomünikasyon hizmetlerinin bütünleşmesini ifade eden yakınsamanın ya da yöndeşmenin kurumsal olarak gerçekleştirilmesine de bir örnek oluşturmaktadır.

[175] a.g.e., s. 87-88.

[176] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 67.

Sayısal yayıncılığa geçişte gerekli düzenlemeleri yapmakla yükümlü olan OFCOM'a, "2003 İletişim Yasası" ile iletişim ve komünikasyon alanlarındaki kamusal amaçları korumak amacıyla 6 alanda özel görevler yüklenmiştir.[177] Bu görevler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Elektromanyetik dalgaların en verimli şekilde kullanılmasını sağlamak,
- İngiliz sınırları içerisindeki tüm bölgelerde elektronik iletişim hizmetlerine kolaylıkla ulaşılmasını sağlamak,
- Yüksek kalitedeki radyo ve televizyon yayınlarına erişilebilirliği sağlamak,
- Yayıncılıkta çoğulculuğu sağlamak ve bunu devam ettirmek,
- Şiddet gibi saldırgan ve zararlı yayınlara karşı izleyici ve dinleyicileri korumak amacıyla gerekli önlemleri almak,
- Kişilerin özel alanlarına dönük saldırılara ve haksızlıklara karşı izleyici ve dinleyicileri korumak amacıyla gerekli önlemleri almak.

Sonuç olarak, İngiltere'de günümüz yeni medya politikalarını ve yayıncılığın gelişimini tanımlama girişimleri politik düşüncelerin ekonomik ve teknik düşüncelerle birleşip kaynaşmasıyla birlikte karmaşık bir hal almıştır. Başlangıçta enformasyon teknolojisine yönelik liberal bir sanayi stratejisi olarak görünen düşünce sonuçta birbirinden kopuk ve bağlantısız bir sektör mozaiği halini almıştır. Bu bağlamda, 1970'lerden günümüze kadar birbirini takip eden hükümetlerin görüşü, büyüyen enformasyon teknolojisi pazarında başarılı bir şekilde rekabet edilmesi için gerekli teknolojinin oluşturulması yönünde olmuştur.[178]

[177] M. Işık, 2007, s. 139.
[178] a.g.e., s. 133.

3.2 İNGİLTERE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

3.2.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Reklam Yayıncılığı

Radyo ve televizyon reklamcılığına ilişkin olarak ortak denetim uygulaması Kasım 2004'te oluşturulan İngiltere'de, 2003 İletişim Yasası'nın 211. Bölümü gereği, diğer konuların yanı sıra reklam yayıncılığına ilişkin olarak Yayıncılık Yasası'nın içerdiği sorumluluklar OFCOM'a yüklenmektedir. OFCOM bu görevlerini, yayıncıların uyum sağlaması gereken uygulama ilkelerini planlayarak ve içerik kurallarını yeniden gözden geçirerek yerine getirmektedir. Bu bağlamda, ilgili mevzuatta yer alan reklamcılıkla ilgili standart hedeflere yönelik hususlar şu şekildedir:[179]

- 18 yaşından küçük bireylerin korunması;

- Radyo ve televizyon hizmetlerinde, suça ortaklığa özendirecek ve teşvik edebilecek veya düzensizliğe yol açabilecek materyalin içerilmemesi;

- Genel olarak kabul edilen standartların radyo ve televizyon hizmetlerinin içeriğine, bireylere bu tür saldırgan ve zararlı materyal içeren hizmetlerle karşılaşmamaları için gerekli korumayı sağlayacak şekilde uygulanması;

- Radyo ve televizyon hizmetlerinde yanıltıcı, zararlı veya saldırgan reklamcılığın engellenmesi;

-İngiltere'nin radyo ve televizyon hizmetlerinde reklamcılığa ilişkin yükümlülüklerinin uluslararası yükümlülüklere uyum sağlaması;

- İzleyici ve dinleyicilere bir mesaj iletme ya da onlar farkında olsun veya olmasın düşüncelerini etkileme olanağını istismar eden yöntemlerin kullanılmaması.

---

[179] 2003 İletişim Yasası (Communications Act 2003), http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/section/211. (18 Nisan 2011)

İletişim Yasası'nın 319(2) sayılı bölümü, herhangi bir standart koyarken ya da bunu gözden geçirirken, OFCOM'un aşağıdaki hususları dikkate almasını şart koşmaktadır:[180]

- Genel ya da özel tanımlanmış program çeşitlerindeki belli tipte materyalin yol açacağı olası zarar veya saldırı derecesi;

- Radyo ve televizyon hizmetlerinin içerdiği genel ya da özel tanımlanmış programların potansiyel izleyici ve dinleyici kitlesinin olası büyüklüğü ve yapısı;

- İzleyici ve dinleyicilerin, programın içeriğinin türü ve bunun potansiyel izleyici ve dinleyicilerin ilgisine sunulabileceği ölçü gibi olası beklentileri;

- Program içeriğinin türünden habersiz olan, kendi eylemiyle ancak istemeyerek bu içeriğe maruz kalan kişilerin bulunma olasılığı;

- Hizmet içeriğinin, izlenen ya da dinlenen hizmetin niteliğini etkileyecek, özellikle bu bölümde belirtilen standartların uygulanmasıyla ilgili olan değişiklikleri tanımlamasının sağlanmasının arzu edildiğini."

İletişim Yasası'nın 319(6) sayılı bölümü ise yukarıda belirtilen standart amaçların korunması için belirlenmiş standartların özellikle dini programların aşağıdaki hususları kapsamamasını sağlamak üzere tasarlanmış hükümleri içermesi gerektiğini belirterek, dini programları ele almaktadır. Bu hususlar şunlardır:[181]

- Bu tür programlara karşı izleyici ve dinleyicilerin hassasiyetinin herhangi bir şekilde kötüye kullanılması; veya

- Belirli din veya mezhebe mensup kişilerin dini fikir ve inançlarına hakaret içeren muamelede bulunulması."

[180] 2003 İletişim Yasası (Communications Act 2003), http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/section/319. (18 Nisan 2011)

[181] 2003 İletişim Yasası (Communications Act 2003), http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/section/319. (18 Nisan 2011)

Reklamcılık hakkında 5 kural ve buna ek olarak rehber ilkeler bulunmaktadır. Bu kurallar, Radyo Reklamcılığı Yayın İlkeleri, Televizyon Reklamcılığı Yayın İlkeleri, Reklamların Programlanmasına İlişkin Kurallar, Metin Hizmetlerine İlişkin İlkeler, İnteraktif Televizyona İlişkin Rehber İlkeler'dir. Mevcut Televizyon Reklamcılığı İlkeleri, ITC 2002 ilkelerinin güncelleştirilmiş bir versiyonudur ve amacı reklamların yasal, ahlâklı, dürüst ve gerçeğe uygun yapılmasını ve yanıltıcı olmamasını, zarar vermemesini, ciddi veya geniş çaplı saldırıya neden olmamasını sağlamaktır.

OFCOM, reklamcılık düzenlemelerinin Mevcut Yasaların Lağvedilmesi (deregulation) ve Devir Sözleşmesi Yasası 1994'ün 2nci bölümüyle ilgili olan s.1(7) CA ve Mevcut Yasaların Lağvedilmesi (deregulation) ile Devir Sözleşmesi Yasası 1994 (DCOA) ss. 66 ve 77(1) uyarınca hazırlanması gerektiğini önermiştir. (DCOA'nın bir hükmünün, OFCOM'un belirlenmiş şu görevler için yetki vermesine imkân sağlaması gerekmekteydi: "Devir Reklam Yayıncılığına ilişkin Görevler" ve "İlgili Görevlerin Belirlenmesi Usulü 2004".) Bunu takiben, OFCOM bir izin verirken yerine getirdiği görevlerle ilgili olarak yetki verdiği ASA'yı tanımlamıştır. OFCOM ve ASA sorumlulukların bölünmesi üzerinde durmak için bir uzlaşma bildirisi (MoU) yayınlamıştır. OFCOM, reklam yayıncılığının düzenlenmesi konusunda nihai sorumlu olmayı sürdürse de, ASA'nın reklam yayıncılığının düzenlenmesine ilişkin günlük sorumlulukları bulunmaktadır. OFCOM istisnai şartlar dışında müdahale etmemeyi garanti etmiştir.

İngiltere'deki tüm reklam türleri için baş düzenleyici ASA (Advertising Standards Authority-Reklam Standartları Otoritesi) adlı otoritedir. ASA görevinin, 'Tüketiciler, İş Dünyası ve Toplum' adına standartları desteklemek olduğunu belirtmektedir. Reklam içeriğinin düzenlenmesi sorumluluğu (sıklığı ve sponsorluğu değil) ise, Reklamcılık Derneği tarafından 1962 yılında kurulan ASA içinde yer alan ASA(B) (Advertising Standards Authority Broadcast-Reklam Yayıncılığı Standartları Yetkili Otoritesi) ile BCAP (Broadcast Committee Of Advertising Practice-Reklamcılık Uygulaması Yayın Komitesi) tarafından paylaşılmıştır. Ancak reklamlarla ilgili olarak nihai sorumluluk OFCOM'un sorumluluğunda yer almaktadır. ASA(B)'nın şikâyetler hakkında karar verme, BCAP'nin de davranış

ilkelerini gözden geçirme sorumluluğu bulunmaktadır. İlkelerdeki herhangi bir değişiklik OFCOM'un rızasını gerektirmektedir. BCAP, bir danışma komitesi olan AAC (Advertising Advisory Committee) tarafından desteklenmektedir. Ocak 2005'te kurulmuş olan ve bağımsız uzmanlar ile meslek dışından üyeleri bulunan AAC, vatandaş ve tüketicilerin görüşlerini temsil etmektedir.

Basbof (Broadcast Advertising Standards Board of Finance-Reklam Yayıncılığı Standartları Finans Kurulu) adlı kurul ise ASA içinde yer alan ASA(B)'ı ve BCAP'ı reklam yayıncılığı harcamalarına ilişkin olarak koyulan vergi yoluyla finanse etmek üzere oluşturulmuştur. Ayrıca, ikisi de üye yayıncılar tarafından finanse edilen BACC'in (Broadcasting Advertising Clearance Centre-Reklam Yayıncılığı Denetim Merkezi) ve RACC'in, (Radio Advertising Clearance Centre-Radyo Reklamcılığı Denetim Merkezi) resmî olmayan rolünü de belirtmek gerekmektedir. BACC'nin senaryoların yapım öncesi incelenmesi ve bitmiş televizyon reklamlarına dağıtım öncesi açıklık getirilmesi ile ilgili olarak iki işlevi bulunmaktadır. BACC, televizyon kuruluşlarından 6 üst temsilcinin bulunduğu ve ayda bir kere toplanan Reklam Metni Komitesi yoluyla kendisini finanse eden yayıncıların kontrolü altındadır. Bu komite, politikayı yönetmekte ve tartışmalı projeler için rehberlik önermektedir. Aynı şekilde RACC de ticari radyo yayıncıları tarafından finanse edilmekte ve radyo reklamcılığıyla ilgili benzer görevleri yerine getirmektedir. Sonuç olarak hemen hemen bütün televizyon reklamları yayından önce BACC tarafından incelenmektedir. Benzer şekilde, bütün ulusal, yerel ve bölgesel radyoların belli özel kategorilerindeki reklamlar da yayından önce RACC tarafından incelenmektedir. Yapılan denetim sektör tabanlı bir uygulamadır ve bu denetim yasal bir hüküm tarafından yerine getirilmemektedir. OFCOM'un da, ASA'nın da reklam yayınlarını yayın öncesi gözden geçirme gibi bir hakkı bulunmamaktadır. BACC ve RACC yayıncılara rehberlik etmekte ve bu rehberlik genel hatlarıyla bu kuruluşların web sayfalarında bulunmaktadır. ASA'nın ayrıca, web sitesinde mevcut bulunan, ilgili ilkeleri (hem yayıncılık hem de yayın-dışı) açıklamak üzere yol gösterici notları bulunmaktadır. ASA ve BACC/RACC, bilgi değişimi yapmak ve denetim merkezleri ile ASA arasındaki yaklaşım farklılıklarını en aza indirmeye çalışmak için düzenli olarak toplanmaktadır.

ASA Konseyi reklamların, reklamcılık ilkelerinin gereklerini yerine getirip getirmediğine karar vermede nihai sorumludur. Konsey üyelerinin çoğunluğu reklamcılık sektöründen olmak yerine farklı alanları yansıtan üyelerden oluşmaktadır. Konseydeki sektör üyeleri, Konseydeyken kendi kuruluşlarının temsilcileri olarak değil, reklamcılık alanındaki uzmanlıkları nedeniyle atanmış bağımsız temsilciler olarak hareket etmektedir. Bir şikâyetin ASA tarafından kabul edildiği noktadan itibaren, bir yetkili bu konuyla ilgili göreve getirilmekte ve bu kişi şikâyetçiyle sürekli bir temas noktası görevi görmektedir. Şikâyetin ciddiyetine bağlı olarak ASA konuyu resmî olmayan bir yolla çözebilmekte veya resmî soruşturma gerektiren ve Konsey'in kararının hüküm olarak yayımlanacağı durumlarda Konseye sevk edebilmektedir. Şikâyetçi sonuçtan tatmin olmamışsa, kararın gözden geçirilmesi istenebilmektedir. Bu gözden geçirme, ASA Hükümlerinin Bağımsız Kontrolörü tarafından üstlenilmektedir.

ASA'nın yayıncılarla olan ilişkilerinde, sınırlı yetkileri bulunmaktadır. ASA(B) yayıncılar/reklamcılar için, onaylanmış hükümlerle ilgili bazı şartlar koyabilir. ASA, bir yayıncıyı daha geniş yetkileri olan OFCOM'a sevk edebilse de, lisanslara ceza veremez. OFCOM, bir düzeltme ya da karar beyanının yayınlanmasını emredebilir, para cezası verebilir, lisans süresini kısaltabilir veya iptal edebilir.

ASA ve OFCOM arasındaki MoU (Memorandum of Understanding-Karşılıklı Anlayış Sözleşmesi) ile ASA(B), BCAP ve OFCOM arasındaki devamlı ilişki öncelikle OFCOM ve ASA(B)/BCAP arasındaki resmî ve düzenli ilişki vasıtasıyla sürdürülmektedir. OFCOM her halükarda, uygun standartların sağlanmasını gerçekleştirmek amacıyla sistemi gözden geçirmeye devam etmektedir. Yeni sistemin izleme performansına ilişkin, nitel ve nicel ölçütlerle ilgili olan standartlar Karşılıklı Anlayış Sözleşmesi'nde (MoU) belirlenmiştir. ASA gibi BCAP da yayıncılık öz denetiminin etkinliği konusunda OFCOM'a karşı sorumludur ve üç ayda bir uyum, politik inisiyatifler ve ilkelerde değişiklik önerileri ve kuralların gözden geçirilmesine ilişkin olarak OFCOM'a rapor vermek zorundadır.

ASA sistemindeki yeni bir gelişme de, ASA(B)'ın kişisel bir davadaki kararından doğan bir Bağımsız Kontrolöre temyiz için başvurma imkânı sunulmasıdır. OFCOM ayrıca bu bağlamda verdiği kararlara ilişkin şikâyetler olduğu takdirde, bu kararların gözden geçirilmesi için bir iç prosedür oluşturulması olasılığını öngörmektedir. Ayrı özel bir organ kurulmuş olmasa da, bu inceleme, asıl kararı veren kişiden daha kıdemli olan ve asıl karar verme sürecinde yer almamış biri tarafından yapılmaktadır. Ayrıca bu incelemenin OFCOM Kurulu tarafından yeniden dikkate alınmasını istemek mümkündür. OFCOM hakkındaki şikâyetler Meclis Hükümet Temsilcisi'ne (Ombudsman) sevk edilebilir ancak böyle bir şikâyet sadece bir Parlamento Üyesi tarafından yapılabilir.

İngiltere'de kamu organlarının kararları adli incelemeye tabi olmaktadır. Yetkisi yalnızca bunu uyguladığı kişilerin rızasından kaynaklanmayan Yüksek Mahkeme'nin, kamu hukuku yaptırımlarıyla destekli ve tarafsız davranma yükümlülüğü altında, kamu görevlerini yerine getiren her organ üzerinde denetleyici bir yargı yetkisi bulunmaktadır. Bu nedenle hem ASA(B)'nın hem BCAP'nin kararları, OFCOM'un kararları gibi adli incelemeye açıktır. BACC ve RACC'nin bu sistemin alanına girip girmediği açık değildir. BACC'nin bir kararı adli inceleme konusu olmuşsa da bu konu karara bağlanmamıştır, mahkeme BACC'nin incelemeye tabi olmasının en azından tartışmaya açık bir durum olduğunu belirtmiştir. Mahkemenin diğer alanlarda adli incelemeyi reddetmesi nedeniyle konu karara bağlanamamıştır.[182]

Sonuç olarak, İngiltere'deki reklam yayıncılığı alanındaki bu uygulama, içinde hem devlet hem devlet dışı aktörleri bulunduran ortak bir denetim uygulamasının gereksinimlerini karşılıyor görünmektedir. Endüstri tarafından sermaye edilen mevcut kuruluş, bağımsız bir kamu organı tarafından yetkili olduğu konuları kanun uyarınca ve yasal belgeler yoluyla ele almakta ve bu durum özel alt komiteler ile finanse edilen yapılar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Yayıncılar, OFCOM tarafından kendilerine verilen yayıncılık lisansları altındaki ilkelere uygunluk konusunda son sorumluluğun onlarda olması nedeniyle etkilenmektedirler.

[182] Study For The European Commission, "Final Report Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector", 2006, s. 90, ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/final_rep_en.pdf (21 Nisan 2011)

Dahası, reklam yayıncılığına ilişkin şikâyetler söz konusu olduğunda ASA'nın temasa geçtiği kişi yayıncılık ilkelerindeki zorunluluklar uyarınca, reklamcılar değil yayıncılar olmaktadır. Bu nedenle bu uygulama, sorumluluğun medya sahibi yerine reklamcıda olduğu yayıncılık dışı sistemle tezat oluşturmaktadır. Yayıncılıkta belli minimum standartların korunmasını amaçlayan bu sistem, kamu yararı amaçlarını ve kanunun sağladığı çerçevede ve OFCOM'un denetiminde ASA'nın etkili bir şekilde çalışmasını hedeflemektedir.

3.3. FRANSA'DA RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Günümüzde radyo ve televizyon yayıncılığında çoğulcu bir yapıya sahip olan ve kamu yayıncılığı ile ticari yayıncılığın bir arada faaliyette olduğu Fransa'da yayıncılığın başladığı ilk tarihten itibaren devletçi bir gelenek hâkim olmuştur. Bu açıdan bakıldığında, Fransa'da denetimli çoğulcu bir yayıncılık modeli uygulandığı görülmektedir. Çünkü devlet tekelinin kaldırılıp yayınların serbestleştirilmesinden sonra bile hükümetler yayıncılık sektöründen siyasi anlamda ellerini çekmemişler ve yayıncılığın sesini, merkezi hükümetin sesi olarak algılamışlardır.[183]

Fransa'da radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki devlet tekelini, özellikle 5. Cumhuriyet'in De Gaulle'cü hükümetleri kendi siyasal çıkarları yönünde çok net bir biçimde kullanmışlardır. Radyo ve televizyon sistemini çok etkili bir şekilde etkileyen bu yaklaşımların temelinde ise, devletçi gelenek ve Jakoben Milliyetçiliği gibi kavramlar yer almaktadır. Devlet, o dönemlerde radyo ve televizyon alanına açık müdahalelerde bulunmuş ve bu durum geleneksel olarak bölünmüş ve dağılmış Fransız toplumunda, ulus kavramının yerleştirilmesinde bir aracı olarak görülerek doğal karşılanmıştır. Fransa'da radyo ve televizyon alanında çıkarılan yasaların seçim dönemlerinde gerçekleştirilmiş olması da çok ilginç bir tablo olarak gözükmektedir.

[183] Şermin Tekinalp, *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon*, Der Yayınları, İstanbul 2003, s. 160.

Bu ise, her seçimde değişen iktidar tablosunun sonucunun doğrudan radyo ve televizyon alanının yasal düzenlemesine yansıması anlamına gelmektedir.[184]

Fransa'da, radyo yayınlarına Kıta Avrupa'sındaki diğer ülkelerle birlikte öncü bir konumda başlanmıştır. Fransa, demokratik değerlere bağlı bir sisteme sahip, özgürlükçü bir ülke olmasına rağmen, yayıncılık alanında tekel uygulamış ve siyasal iktidar, önce radyo sonra televizyon ile birlikte bu alanı, kendi iktidarının gerekleri doğrultusunda kullanmıştır.[185]

Fransız yayıncılık tarihine bir göz atıldığında, 1923 yılında hükümet tarafından çıkartılan bir kararname ile devlet radyolarının yanı sıra kamu kurumları ve mahalli idarelerle birlikte, özel radyoların yayınlarına da izin verildiği görülmektedir. Söz konusu kararname, özel radyolara Posta ve Telgraf İdaresi'nden ruhsat alma zorunluluğu getirmiştir. 1935 yılında ise Posta ve Telgraf İdaresi'nden sorumlu Bakanlık, radyo programlarından sorumlu olmak üzere oluşturulacak Mahalli Kurullar'ın bölge halkınca seçilmesine karar vermiştir. Ayrıca Posta ve Telgraf İdaresi'nin her istasyonun hesaplarını tutmak için bir memur görevlendirmesi kararlaştırılmıştır. 1936'da seçim dönemine denk gelen bir tarihte yapılan bir düzenlemeyle mahalli radyoların siyasi etkinliğini azaltmak için mahalli haber yayınları yasaklanarak; radyo istasyonlarının Paris'ten haber yayını gerçekleştiren Radio Journal de France'un haberlerini yayınlaması zorunluluğu getirilmiştir.[186]

İkinci Dünya Savaşı sırasında mahalli idarelerin kullandığı radyo istasyonları kaldırılmış, devlete ait radyo istasyonları da askeri yönetime devredilmiştir. 1941 yılında da "Vichy Hükümeti" özel radyo istasyonlarının ruhsatlarını iptal ederek, tesisleri askeri yönetimin idaresine bırakmak için tesislere el koymuştur. 1941 yılında oluşturulan bir kanunla "Ulusal Yayıncılık Ofisi" (Radiodiffusion Nationale) kurulmuş ve bütün radyo istasyonları bu ofisin bünyesinde toplanmıştır. 1942 yılında

---

[184] B. Çaplı, 2001, s. 135-136.

[185] Sezer Akarcalı, *Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*, Punto Matbaacılık, Ankara, 1997, s. 63.

[186] J. Sarmaşık, 1993, s. 58-59.

bu Ofis Başbakanlığa bağlı Devlet Enformasyon Sekreteri'ne bağlanmıştır. Yapılan bu değişiklikle, Ulusal Yayıncılık Ofisi'nin yönetimini bir danışma kurulu üstlenmiş, bu kurulun üyelerinin bizzat Başbakan tarafından atanması öngörülmüştür. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından da, savaş döneminde Almanlarla işbirliği yapan kanalların sorumluları cezalandırılmış, diğer kanallara lisansları geri verilmiştir.[187]

Fransa'da devlet tekelinde planlanan televizyon yayınlarına ise, 1931 yılında deneme niteliğinde, 1935 yılında da televizyonun yayın alanı genişletilerek başlanmıştır. Fransız Hükümeti, bütün Fransa'yı kapsayacak bir şebeke kurmaya hazırlanırken, İkinci Dünya Savaşı nedeni ile bunu gerçekleştirememiş ve savaş döneminde yayıncılık devlet tekelinde devam etmiştir. Savaş sonrası, Hükümet tekrar hazırlıklar yapmış ve 1949 yılında, bugünkü adı TF1 olan Birinci Kanal yayına başlamıştır.[188]

Ulusal Yayıncılık Ofisi, 23 Mart 1945 yılında çıkarılan bir kararname ile RTF'ye (Radiodiffusion-Television Française-Fransız Radyo ve Televizyon Kurumu) dönüştürülmüş ve devlet tekeli genişletilmiştir. RTF, 1959 yılında sınırlı bir özerkliğe sahip devlet teşebbüsü halini almış ve radyo ve televizyon alanında verici istasyonlarının kurulması, işletilmesi, program üretilmesi ve yayınlanması konusunda tek otorite olmuştur.[189] Görüldüğü gibi, Fransa'da radyo ve televizyon yayıncılığının bu dönemi yoğun bir devlet tekeli altında geçmiş ve bu dönem radyo ve televizyon sisteminin, merkeziyetçi devlet tekelinin elinde bulunduğu bir dönem olmuştur. Özellikle, 1958 yılında ilan edilen 5. Cumhuriyetle birlikte De Gaulle'cü Hükümetler, yayıncılıkta oluşan bu devlet tekelini, kendi siyasi amaçlarına yönelik kullanma politikası izlemişlerdir.[190] Bu şartlarda iş başına gelen Fransız Hükümetleri yayıncılığın rolünü "Fransa'nın Sesi" ve bu sesi ifade eden hükümetin sesi olarak algılamışlardır.[191]

---

[187] M. Işık, 2007, s. 115. ; Ö. Gedik 2008, s. 61.

[188] S. Akarcalı, 1997, s. 64.

[189] H. Yengin, 1994, s. 63.

[190] Ö. Gedik, 2008, s. 62.

[191] M. Işık, 2007, s. 116.

27 Haziran 1964 tarihli bir kanunla RTF yerine ORTF (Office de Radiodiffusion-Television Française) adlı endüstriyel ve ticari bir kamu kuruluşu kurulmuş ve Fransa'daki bütün radyo ve televizyon yayınları bu kuruma bağlanmıştır. İktisadi devlet teşekkülü niteliğinde bir kamu kurumu olan bu kurumun kuruluş amacı, devlet tekelinin oluşturduğu zararları ortadan kaldıracak bir özerk kuruluşun varlığını sağlamaktır.[192] Bu arada 1963 yılının sonlarında Antenne 2 adlı yeni bir kanal açılarak televizyon sayısı ikiye çıkarılmış ve daha sonra Aralık 1972'de ORTF'ye bağlı üçüncü bir kanal olan Fransız 3. Kanalı (FR3) yayın hayatına başlamıştır.[193]

Özerk bir kuruluş olarak kurulan ORTF döneminde, hem anayasal bir teminatın sağlanamadığı gerekçesiyle hem de 1964 tarihli Kanun'un siyasi iktidara denetim ve müdahale konusunda geniş yetkiler vermesi nedeniyle ulaşılmak istenen amaca tam anlamıyla varılamamıştır. Dengeli yayıncılık ve tarafsızlık gibi kavramlar Yasa'da açıkça belirtilmesine karşın, Enformasyon Bakanlığı oldukça açık bir biçimde radyo ve televizyonun gündemini belirlemiştir, hatta bazı yayınlar üzerinde sansür uygulamıştır. Örneğin hükümete verilen bütçe denetimi, yöneticilerin tamamının hükümetçe atanması, hükümetin program ve yayınlara müdahale yetkileri, bir özerkliğin varlığından söz etmeyi zorlaştırmıştır.[194] Durum bu olmakla birlikte 1974 yılında iktidara gelen Neo Liberal Valéry Giscard D'Estaing bu tekelci yapıyı kırmaya çalışmış ve aynı yıl ORTF'nin yerine bağımsız ve değişik yasal statüde yedi kuruluş oluşturulmuştur. Buna göre, bu kuruluşlardan INA (Institut National de l'Audiovisuel), araştırma ve eleman yetiştirme konularında görevlendirilirken; TDF (Télédiffusion de France) verici istasyonlar ve donanıma ilişkin alt yapıların yönetiminden sorumlu tutulmuştur. Program üreterek yayın yapmak üzere dört ayrı ulusal şirket oluşturulmuştur. Bu şirketlerden birbirleriyle rekabet ederek çoğulculuğun sağlanması amacıyla TF1, Antenne 2 ve FR 3 adlı televizyon kanalları ile Radio France kurulmuştur. Sermayeleri devlet tarafından karşılanan bu kuruluşlardan sonuncusu SFP (Société Française de Production) ise, çoğunluk hissesi devletin olan anonim şirket statüsünde program üretmek üzere karma bir

[192] Ö. Gedik, 2008, s. 62.

[193] J. Sarmaşık, 1993, s. 61.

[194] Ö. Gedik, 2008, s. 62. ; B. Çaplı, 2001, s. 136.

kuruluştur.[195] Böyle bir düzenlemeyle bir taraftan devlet tekeli korunurken diğer taraftan da çoğulcu ve rekabetçi bir sistem oluşturulmaya çalışılmıştır. Buna rağmen, ne ORTF yapısında meydana getirilen değişiklikler, ne de 1974 yılında bu kurumun dağıtılarak yayın hizmetinin birbirinden bağımsız yedi ayrı kuruluşa dağıtılması, yayıncılık sisteminin politize olmasını önleyememiştir.[196]

1981 yılında François Mitterand'ın Cumhurbaşkanı olması ve Sosyalistlerin iktidara gelmesiyle gerek Fransa açısından gerekse Fransız yayıncılığı açısından yepyeni bir dönem başlamıştır. Bu dönemin Fransız yayıncılığı açısından önemi, sosyalist ideolojiye aykırı olmasına karşın iktidardaki Sosyalist Hükümet'in yayıncılıkta serbestleşmeyi amaçlaması ve bu konuda ciddi adımlar atmasıdır. Mitterand yayıncılık sistemini siyasi baskılardan kurtarmak amacıyla, İletişim Bakanlığı'nı ve İletişim Reformu Taslağı hazırlayacak olan "Moinot Komisyonu"nu kurdurmuştur. Bu Komisyon'un hazırladığı Rapor'a göre, özel girişimciliğe izin verilmesi ve yerel bölgesel yayıncılığın düzenlenmesi öngörülmüştür. 1981 yılında iktidara gelen Sosyalist Hükümet hemen bir yıl sonra çok ivedi bir şekilde yeni bir Görsel-İşitsel İletişim Yasası hazırlatmıştır. 29 Temmuz 1982 tarihli bu Yasa sadece radyo ve televizyon yayınlarını değil tüm görsel-işitsel (audiovisuelle) iletişim alanını kapsamaktadır. Yasa'nın 1. maddesinde "Hava yoluyla ya da kablo ile seslerin, imgelerin, verilerin ve her türlü iletilerin toplumun kullanımına sunulması" olarak tanımlanan "Görsel-İşitsel İletişim"in özgür olduğu belirtilmiştir. Yasanın 2. maddesinde de "Yurttaşlar özgür ve çoğulcu bir iletişim hakkına sahiptirler" denmek suretiyle iletişimin temel bir hak olduğu kabul edilmiştir.[197]

Bu yasayla radyo ve televizyon yayıncılığındaki devlet tekeli kaldırılmış ve ticari yayın kuruluşları yasallaştırılmıştır. Ticari yayıncılığa izin vermesinin yanı sıra ulusal çapta kablolu televizyon şebekesi kurulmasını öngören bu yeni düzenlemeyle radyo ve televizyon yayınlarını düzenlemek üzere Fransız yayıncılığındaki ilk düzenleyici kurul olan HACA (Hauté Autorité la Communication Audiovisuelle-Görsel-İşitsel İletişim Yüksek Kurulu) kurulmuştur. Özelleştirilmiş yerel radyolara ve videotexte yasallık veren bir Yasayla kurulan Yüksek Otorite, Cumhurbaşkanı,

[195] H. Yengin, 1994, s. 63.

[196] Ö. Gedik, 2008, s. 63.

[197] J. Sarmaşık, 1993, s. 63-64.

Senato Başkanı ve Meclis Başkanı'nca atanan 9 üyeden oluşan bağımsız bir kurum olarak, yayınların özgürce gerçekleştirilmesini sağlamakla yükümlüdür ve ayrıca kamu hizmeti yayıncılığının depolitize edilmesinin yanı sıra; yöneticilerinin atanması, yerel kablo ve yayın şebekelerinin program gözetimlerinin sağlanması gibi konulardan da sorumlu tutulmuştur.[198] Yine bu Yasa'yı takiben ticari yayıncılığı başlatma girişimlerinin bir sonucu olarak 1984 yılında Avrupa'nın ve dünyanın ilk şifreli ve paralı televizyon kanalı olan yarı kamusal nitelikteki "Canal Plus"nün kurulmasına karar verilmiş, 1985 yılında ilk özel televizyon kanalı "La Cinq" ile "TV6" kurulmuş ve 1986 seçimlerinden sonra yeni hükümetin özelleştirme politikaları sonucunda büyük medya grupları, bir yandan özelleştirilen kanallara sahip olmaya, diğer yandan da yeni kanallar açmaya başlamışlardır.[199]

1986 seçimlerini Jacques Chirac'ın önderliğinde sağ parti kazanmıştır. Daha önceki hükümet gibi Chirac Hükümeti'nin de ilk icraatlarından biri görsel-işitsel yayıncılık alanında yeni bir yasa çıkarmak ve bu alanda radikal değişiklikler yapmak olmuştur. İngiltere'de Thatcher Hükümeti'nin ekonomik ve siyasal politikalar alanında devletin merkezi ve belirleyici konumuna meydan okuyan tavrı Chirac tarafından da benimsenmiş ve serbestleştirme girişimleri hızla devam etmiştir.[200] Yeni hükümet HACA yerine, CNCL'yi (Commission Nationale de la Communication et des Libertés-Ulusal İletişim ve Özgürlük Komisyonu) kurmuş ve bu komisyonu, kamu kurumu niteliğindeki yayın kuruluşları ile özel radyo televizyon kanallarının yayınlarını izlemek, yayıncı kuruluşlarla ilgili icrai ve idari karar almak, yayıncılara lisans vermek, yayınları denetlemek, yayıncılara danışmanlık yapmak ve tavsiyelerde bulunmakla görevlendirmiştir.[201]

Daha sonraki yıllarda devlet tekelinden kurtulunmuş olmakla birlikte yeni tekelleşme tehlikeleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, güçlü şirketlerin yayıncılık politikalarında hâkim güç olmaları söz konusu olmaya başlayınca yeni adımlar atılmıştır. Bunun sonucunda, TF1 Bouygue Grubuna, La Cinq Hersant ve Berlusconi konsorsiyumuna, TV6 da bir Lüksemburg şirketinin ortak olduğu Metropol TV'ye

[198] M. Işık, 2007, s. 116-118.

[199] Ö. Gedik, 2008, s. 63. ; H. Yengin, 1994, s. 64.

[200] B. Çaplı, 2001, s. 146.

[201] M. Işık, 2007, s. 119.

devredilmiş ve daha önce kamu ve özel radyo ve televizyon istasyonlarını denetlemek amacıyla kurulan CNCL lağvedilerek yerine 17 Ocak 1989'da çıkarılan 89–25 sayılı Yasayla tüm kamusal ve özel radyo ve televizyonlarını denetlemek üzere CSA (Counseil Superieur de L'Audiovisuel-Görsel İşitsel Yüksek Konsey) isimli bir üst kurul oluşturulmuştur. Kuruluş amacı tekelleşmenin neden olduğu basın özgürlüğünü sınırlandıran yayınları izlemek, denetlemek ve engellemek olan CSA, kamusal radyo ve televizyon yayıncılığının bağımsızlığının ve tarafsızlığının garanti altına alınması, rekabetin özgürce yapılması, programlarda çeşitliliğin ve kalitenin arttırılması, ulusal görsel-işitsel sektörün gelişmesi, ulusal kültür ve dilin korunması konularında görevlidir.[202]

CSA, yerden, uydudan ve kablodan yayın yapan tüm görsel-işitsel sektörden sorumludur. Ancak kamu sektöründeki yayın kuruluşları için yetkileri daha sınırlıdır. Konsey, başkan dâhil olmak üzere üçü Cumhurbaşkanı, üçü Meclis Başkanı, kalan üçü de Senato Başkanı tarafından atanan 9 üyeden oluşmaktadır. İki senede bir üyelerin üçte biri yenilenmektedir. Konsey üyelerinin kamu çalışanı ya da özel yayın kurumu çalışanı/hissedarı olmaması ve her bir üyenin birkaç farklı alanda uzmanlaşması gerekmektedir.[203]

6 yıl için atanan Konsey üyelerinin yeniden seçilme hakları bulunmamaktadır. Bir Başkan ve 8 üye, kamu ve ticari her türlü radyo ve televizyon yayıncılığı ile kablo ve uydu yayıncılığından da sorumludur. Ayrıca üyelerin herhangi bir kişi ya da kurum veya makam tarafından görevden alınmaları söz konusu olmamakta, üyelikle bağdaşmayan bir iş ya da eylem içerisine giren bir üye Konsey üyelerinin üçte iki çoğunluğuyla görevden uzaklaştırabilmektedir. Konsey üyelerinin ulusal meclis üyesi, kamu veya ticari yayın kurumu çalışanı ya da hissedarı olmamaları gerekmektedir. Dolayısıyla bir Konsey üyesi, görsel-işitsel iletişim sektörünün herhangi bir biriminde çalışamamakta ve hissedar olamamaktadır. Hükümet ve parlamento çoğulculuk, dürüstlük ilkeleri ile birlikte eğitim ve kültür konularında genel prensipler oluşturmuş, uygulama ise CSA'nın denetimine bırakılmıştır. Ocak 1989 Kanunuyla oluşturulmuş olan CSA bağımsız bir

[202] M. Işık, 2007, s. 121. ; Ö. Gedik, 2008, s. 63-64.

[203] D. B. Kejanlıoğlu, G. Adaklı ve S. Çelenk, 2001, s. 101.

yönetime sahip düzenleyici bir kurumdur. Bir devlet organı olan CSA'nın kararları asla hükümet kontrolünde değildir. Hatta Konsey kendi yönetimi ile ilgili kararlar da alabilmektedir. CSA'nın özerkliği hem yasalarla, hem de kendi iç düzenlemeleriyle garanti altına alınmıştır. CSA üyeleri görev süreleri boyunca, görev konuları ve karşılaştıkları sorunlarla ilgili olarak kamuoyuna açıklama yapmaktan kaçınmak zorundadırlar. Konsey üyelerinin çoğunluğunun medya, kültür ve eğitim alanlarında bilgi sahibi olmasına özen gösterilmektedir.[204]

Fransa'da Hükümet doğrudan yayıncılıkla ilgili birtakım kurallar koymaktadır. Bu nedenle, CSA'nın kamusal radyo ve televizyon kuruluşlarından ziyade, ticari radyo ve televizyon kuruluşları üzerinde daha geniş yetkileri bulunduğu söylenebilir.[205] Bu çerçevede CSA'nın, frekans planlaması yapmak, ulusal, bölgesel, yerel radyo ve televizyon kuruluşları ile kablolu televizyon kuruluşlarına frekans tahsis etmek, yayın izni vermek; yayın izleme yöntemiyle radyo ve televizyonların yayınlarını takip edip, yayınların yasalara uygunluğunu, insan onuru ve kamu düzenine saygı, çocukların ve gençlerin korunması, çoğulculuğun sağlanması gibi program içeriğine ilişkin yükümlülüklerin yerine getirilmesini denetlemek; düzenlemelere uyulmadığında uyarı, yayın izninin durdurulması, kısaltılması, tamamen iptali, para cezası ya da program içerisinde özür metni yayınlatma gibi yaptırımlar uygulamak; yayıncılıkla ilgili yasa tasarıları, frekanslar, kamusal radyo ve televizyonların izin şartlarının düzenlenmesi gibi konularda hükümete, Meclis ve Senato Başkanlarına görüş bildirmek; kamusal radyo ve televizyonların (Radio France, RFI, RFO, France 2, France 3, France 5) yönetim kuruluna 5 yıllığına 4 üye, Film Sınıflandırma Komisyonu'na (Collége des Experts) 3 üye, Ulusal Frekans Ajansı (Agence Nationale des Fréquences) Yönetim Kurulu'na 1 üye ile Radyo Yayınları Teknik Komiteleri'nin üyelerini atamak, seçim dönemlerinde uyulacak kuralları belirlemek; ulusal televizyon şirketlerinin program üretimini, yükümlülüklerini, program ve reklam kotalarını içeren mali durum bildirilerini hazırlayıp, bunları La Lettre isimli aylık bültende ve yıllık raporlarda yayınlamak;

[204] M.Işık, 2007, s. 121-122.

[205] a.g.e., s. 123.

kamuoyu araştırmaları yapmak ve yaptırmak; Fransa'yı uluslararası platformda yayıncılıkla ilgili konularda temsil etmek gibi görev ve yetkileri bulunmaktadır.[206]

Yeni bir televizyon istasyonu kurulacağı zaman, CSA tarafından bir "Yükümlülükler Belgesi" (Cahiers de Charge) hazırlanarak uyulması gereken kurallar saptanmaktadır. Bu Belge'de habere, kültürel ve eğitsel programlara, reklamlara, yerli ve yabancı yapımlara ilişkin kotalar ve önemli hükümler yer almaktadır. Konsey'in öne sürdüğü şartları kabul eden adayların iletişim alanındaki deneyimleri, inandırıcılıkları, özgürlüklere ve insan haklarına saygılı olup olmadıkları, radyo ve televizyon yayıncılığı alanına ne ölçüde yararlı olacakları göz önünde bulundurularak aralarından bir seçim yapılmaktadır. CSA yayın yapmak isteyen radyo istasyonlarına en fazla 5 yıllık, televizyon kuruluşlarına en fazla 10 yıllık, kablolu televizyon kuruluşlarına da 30 yıllık yayın izni vermektedir. 1 Şubat 1994 Yasası ile radyolara 5 yıllık ikinci bir kez lisans yenileme hakkı tanınmış, televizyonlara da her 5 yılda bir lisans yenileme zorunluluğu getirilmiştir. Gerek radyo gerekse televizyonlar için lisans verme süreci 3 aşamalı gerçekleşmektedir. Birinci aşamada frekanslarla ilgili davetiye yayınlanmakta, ikinci aşamada başvuran adaylarla kamuya açık görüşme yapılmakta ve adayların özellikleri görüşülmekte, son aşamada ise görüşmeler sonucunda başarılı adayların isimleri açıklanmakta ve seçilen adaylarla anlaşma imzalanmakta, lisans için başvuran adaylardan parasal kaynakları, ortakların payları, diğer basın kuruluşlarıyla ilişkileri, yabancı sermayenin katılımı, yöneticilerin kimlikleri, yayının teknik koşulları ve donanımı, personelin durumu gibi konularda ayrıntılı bilgi istenmektedir.[207]

Kanalın yayına başlamasından sonra yayınlar dikkatle izlenerek Yükümlülükler Belgesi'ndeki şartlara uyulup uyulmadığı saptanmaktadır. Uyulmadığı takdirde CSA, önce uyarmakta, daha sonra ise cevap hakkı kullandırma, para cezası verme, yayın durdurma, lisans süresini kısaltma ya da lisansı tümüyle geri alma gibi yaptırımlar uygulayabilmektedir. Bu yükümlülükler çoğulculuk ve enformasyonun doğruluğunun sağlanması, film ve televizyon programlarının

---

[206] Hamza Çakır, "Düzenleyici Kurullar Olarak RTÜK ve CSA", 2006, s. 47, http://kilad.kocaeli.edu.tr/?sayfa=eser_bilgileri&eserid=16 (23 Nisan 2011)

[207] M. Işık, 2007, s. 124.

yayınlanma koşulları, Fransız menşeli eser yapımına katkı sağlanması, gençlerin ve çocukların korunması, Fransızcanın korunması ve tanıtımı, televizyon kanallarının video ve film ürünlerinin gelişimine katkıları, reklam, sponsorluk ve tele-alışveriş gibi konuları kapsamaktadır. İçerik açısından anayasal düzen aleyhine, demokratik ve sosyal hukuk devletine ve uluslararası anlaşmalara aykırı, insan onuruna, ahlâki değerlere, inançlara zarar verici, şiddeti özendiren, pornografik, çocukları ve gençleri tehlikeye atmaya elverişli yayınlara kesinlikle izin verilmemektedir. CSA reklamlar konusunda da sınırlamalar getirmiştir. Kamu televizyonlarına 1 saat içerisinde 6 dakika, ticari televizyon kuruluşlarına da 1 saat içerisinde 9 dakika reklam yayınlama hakkı verilmiştir. Ayrıca seçim dönemlerindeki yayınlar da düzenlenmiş, siyasi partilere, sendikalara ve diğer toplumsal gruplara cevap hakkı tanınmıştır. Siyasi açıdan çoğulculuğu sağlamak adına üçte üç kuralı (hükümet, çoğunlukta olan parti ve muhalefet) uygulanmaktadır.[208]

Şu anda Fransız radyo ve televizyon alanında, kamu yayıncılığı yapan televizyon kuruluşları olarak France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ile ARTE, radyo kuruluşları olarak ticari olmayan ve ulusal yayın yapan Radio-France (France Inter, France Info, France Bleu, France Musiques, France Culture) ile devletin sahibi olduğu RFI (uluslararası) ve RFO (deniz aşırı yayıncılık yapan); özel yayıncılık yapan televizyon kuruluşları olarak TF1, M6, şifreli yayıncılık yapan Canal Plus, özel yayıncılık yapan radyo kuruluşları olarak 1200 adet radyo istasyonu, 14 ayrı şebekeden yayın yapan (NRJ, RTL, Europe 1, Sky Rock, Nostalgie vb.) radyo şebekesi ve çok sayıda ve değişik alanlarda yayın yapan kablo ve uydu kanalları mevcuttur.[209] 2000 yılında çıkarılan İletişim Özgürlüğü Yasası ile kamu yayıncılığı yapan France 2, France 3, France 5 ve RFO, France Télévisions çatısı altında birleştirilmiş ve 2009 yılında çıkan başka bir yasayla da France 4 ve France Ô bu çatıya eklenmiştir.[210]

---

[208] a.g.e., s.122-126.

[209] Study for the European Commission, "Annex 4: Media Systems (Country Reports)", 2006, s. 144, http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/annex_4_en.pdf (24.04.2011)

[210] France Télévisions'nun Resmî Web Sitesi, http://www.francetelevisions.fr/groupe/france-televisions.php. (24.04.2011)

3.4 FRANSA'DA RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

3.4.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak İşaret Sistemi ve Televizyon Programlarının Sınıflandırılması

Fransa'da televizyon programlarında yayınlanmak üzere şiddet ve erotik içerikli veya çocuklara zararlı olabilecek diğer programları tanımlamak için bir sistem geliştirilmiş ve bu tanımlama için ilk şekil olan "Beyaz Kare" 1961 tarihinde kullanılmaya başlanmıştır. İşaret sistemlerinin bu ve diğer kullanımları, yayıncılar tarafından özellikle 30 Eylül 1986 Yayıncılık Yasası'nın 15'nci maddesi gereği, uygulanabilir düzenlemeler altında yer alan yayıncılık sınırlamalarının diğer bir şekli olarak, halkı belirli programların içeriği hakkında bilgilendirmek için geliştirilmiştir. CSA, 5 Mayıs 1989 tarihli Direktif ile yayıncılara "yayınladıkları programlarda, özellikle şiddet veya erotik öğeler içeren görsel-işitsel veya sinematografik eserleri 18:00 ile 22:30 saatleri arasında yayınlamaktan kaçınmaları" hususunda talimat vermiştir. Ancak, 30 Eylül 1986 Yasası'nda ve 5 Mayıs 1989 tarihli Tavsiye Kararı'nda özel bir işaret sistemi düzenlenmemiştir. Ayrıca, yayıncılardan herhangi bir işaret sistemini kullanmaları istenmemiştir. Başlangıçta işaret sistemi sadece karasal kanallar tarafından uygulanırken; her kanal farklı şekli ve rengi olan kendi logolarını ve işaret sistemlerini kullanmışlardır.[211]

1995 yılında CSA, televizyondaki şiddet içerikli yayınların artması ile çocukların korunmasını geliştirme yollarını arttırmak için yayıncılar ile görüşmelere başlamıştır. Bu görüşmeler sonucunda, görsel-işitsel ve sinematografik çalışmalar konusunda 5 ayrı kategoride sınıflandırma uygulaması yapılması kararına varılmış ve bu sınıflandırma sistemi 1996 yılından itibaren tüm yayıncılar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ancak, 5 ayrı kategoriden oluşan işaret sistemindeki bu simgelerin aileler tarafından nasıl algılandığı ve bunların işlerliğine ilişkin CSA tarafından yaptırılan kamuoyu araştırmalarının sonucunda, simgelerin ebeveynler tarafından farklı yorumlandığı ve işlevlerini etkin bir biçimde yerine getirmedikleri

[211] Pascal Kamina, Fransa'nın Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Sistemi, Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Ölçütleri Çalışması, Çev: Tuğçe Güler, Avrupa Komisyonu Çalışması, s. 1-4.

ortaya çıkmıştır. Bu sebeple, CSA, 2002 yılının Haziran ayında, ebeveynler için uyarıcı olması amacıyla oluşturduğu simgeleri açık ve daha anlaşılır hale getirmek için, ebeveynlere ve Öğrenci Ebeveyn Federasyonları'na danışmış, internet sitesinde açtığı tartışma forumu ile kamuoyunun fikrini ve Medya ve Çocuk Dernekleri Topluluğu'nun görüşlerini almış ve hazırladığı yeni işaret sistemini karasal, kablo ve uydu yayını yapan tüm yayın kuruluşlarına tanıtmıştır. Bunun sonucunda ise işaret sistemi 2004 yılında değişikliğe uğratılarak kullanılmaya başlanmıştır.[212]

İşaret sisteminin amacı, gençleri şiddet ve cinsel içerikli görüntülerden korumaktır. 5 ayrı kategoriden oluşan işaret sistemi sırasıyla şu şekildedir:[213]

- KATEGORİ 1

Bu kategoride herhangi bir işaret sınıfı yoktur ve her yaş grubunda izlenebilecek programlar için geçerli bir kategoridir.

- KATEGORİ 2



Bu kategoride yer alan işaret sınıfı 10 yaşından küçükler için kullanılan bir işaret sınıfıdır. Bu işaret sınıfı, programın başlangıcında 5 dakika boyunca ve her reklam arasından sonra da 1 dakika boyunca ekranda gösterilmektedir. 10 yaşından küçükleri etkileyebilecek belirli sahneler içeren programlarda kullanılmaktadır. Bu tarz programlar gündüz vakitlerinde yayınlanabilmektedir.

[212] B. Z. Avşar ve V. Demir, 2005, s. 182.

[213] CSA'nın Resmî Web Sitesi, http://www.csa.fr/upload/publication/protectionenfanceadolescence_juill2010.pdf. (26.04.2011)

- KATEGORİ 3



Bu kategoride yer alan işaret sınıfı 12 yaşından küçükler için kullanılan bir işaret sınıfıdır. Bu işaret sınıfı, program boyunca ekranda gösterilmekte ve şiddet ile cinsellik içerikli sahnelerin sistematik olarak ve tekrarlanarak yayınlandığı programlar için kullanılmaktadır. Bu işaretin yer aldığı programlar özellikle saat 22:00'dan sonra yayınlanmakla birlikte; film kanallarında ve abonelikle izlenen kanallarda farklı bir uygulama yapılabilmekte ve 20:30'dan sonra bu tarz programların yayınlanmasına izin verilebilmektedir.

- KATEGORİ 4



Bu kategoride yer alan işaret sınıfı 16 yaşından küçükler için kullanılan bir işaret sınıfıdır. Bu işaret sınıfı, program boyunca ekranda gösterilmekte ve erotik karakterler ile büyük şiddet sahneleri içeren programlar için kullanılmaktadır. Bu işaretin yer aldığı programlar özellikle saat 22:30'dan sonra yayınlanmakla birlikte; film kanallarında ve abonelikle izlenen kanallarda farklı bir uygulama yapılabilmektedir.

- KATEGORİ 5



Bu kategoride yer alan işaret sınıfı 18 yaşından küçükler için kullanılan bir işaret sınıfıdır. Bu işaret sınıfı, program boyunca ekranda gösterilmekte ve 18 yaşın altındaki gençleri fiziksel, zihinsel ve ahlâki açıdan etkileyecek tarzda şiddet sahneleri ile pornografik sahneler içeren programlar için kullanılmaktadır. Bu işaretin yer aldığı programlar, 24:00 ile 05:00 saatleri arasında yayınlanmakta ve sadece film kanallarında ve abonelikle izlenen kanallarda yayınlanmaktadır.

Ayrıca, insan onurunu zedeleyici tarzda, aşırı pornografik karakterlerin yer aldığı ve aşırı şiddet sahneleri içeren programların yayınına hiçbir şekilde izin verilmemektedir.

İşaret sistemine katılım zorunludur. Sınıflandırma ve logoların kullanımı yayıncıların sorumluluğundadır. CSA tavsiye kararlarında program sınıflandırmasının kullanımı için ölçütler belirlemektedir. Kanalların bu sistemi kullanmamaları veya programın alması gereken işaretten daha düşük bir işaretle sınıflandırılmaları halinde yayıncı kuruluş hakkında yaptırımlar (uyarı, program durdurma veya CSA'nın kanaldan "açıklama" talebi) uygulanmaktadır. Aynı ihlalin birkaç kere tekrar edilmesi halinde yayıncı kuruluşun lisansı iptal edilebilmektedir.

Bu sistemle ilgili şikâyetler CSA'ya ilgili kişiler tarafından yapılabilir; ancak CSA bu şikâyetler hakkında işlem başlatmak ya da bu şikâyetlere göre davranmak durumunda değildir. CSA, şikâyetleri izleyicilerden, gruplardan, aile kurumlarından ya da bireysel izleyicilerden günlük olarak almaktadır. Yayıncıları izlemek için CSA tarafından yapılan incelemeler, sonraki haftalarda CSA'nın internet sitesinde ve CSA'nın aylık haber bültenlerinde yayınlanmaktadır. Her yıl CSA ve çalışma grupları gençlerin korunmasına ilişkin değerlendirme yapmak için "Gençlerin Korunması ve Program Etiği" hakkında yayıncılarla toplantılar düzenlemektedir.

CSA Görsel-İşitsel İletişim Hizmetleri tarafından halka sunulan programlarda, ergenlik çağındaki gençlerin ve çocukların sağlığına ve de kişi onuruna saygı gösterilmesine özen göstermektedir. CSA yayın saatlerini düzenleyerek çocukların görmesi veya duyması istenmeyen programları uygun teknik koşullarla engelleyerek, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlâki gelişimlerine zarar verebilecek programların radyo ve televizyon hizmetleri yoluyla kamuya sunulmasına izin vermemektedir. Televizyon yayınlarında çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlâki açıdan gelişimine zararlı olabilecek programlar sunulduğu zaman, CSA kamunun önceden uyarılmasına ve yayın süresince görsel semboller kullanmaları konusuna özen göstermektedir. Dahası radyo ve televizyon yayınlarının çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlâki gelişimine zararlı olabilecek programların hiçbir şekilde kamuya sunulmamasına önem vermektedir. Ayrıca, CSA programların nefrete kışkırtıcı ögeleri ya da ırk, cinsiyet, davranış, din veya milliyetçiliğe saldırı içermemesine özen göstermektedir. Yüksek İdari Mahkeme Conseil D'Etat Şubat 2004'te, CSA'nın tavsiye kararlarına uymanın zorunlu olduğu ve uymayanlara yayıncılık yasası çerçevesinde cezai yaptırım uygulanacağı konusunda önemli bir karar vermiştir ve bunun sonucunda işaret sistemini kullanma zorunluluğu aynı zamanda özel yayıncılık yapan kuruluşların yayın lisanslarına ve kamu yayıncılarının uymaları gereken yükümlülüklerle ilgili karara dâhil edilmiştir. Bu nedenle, sistemi kullanmayan özel yayıncılar lisansları uyarınca tabi oldukları yükümlülükleri ihlal etmiş olmaktadırlar. Aynı durum, yayıncıların programlarda doğru işaretleri kullanmadıkları durumlarda da geçerli olmaktadır.[214]

Sonuç olarak, sistemin gözetiminden ya başlıca yasalar ya da idari otorite olan CSA'nın ikincil düzenlemeleri sorumludur. Profesyoneller sadece asıl standartların ortaya çıkmasının içinde bulunmuşlardır. Ancak, yukarıda ayrıntılı şekilde anlatılan bu sistem, idari mekanizma dışında kalan organlarla (yayıncılar, ebeveynler, federasyonlar, dernekler vb.) yapılan müzakereler sonucunda belirlenmiş ve geliştirilmiştir.

[214] Pascal Kamina, Fransa'nın Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Sistemi, Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Ölçütleri Çalışması, Çev: Tuğçe Güler, Avrupa Komisyonu Çalışması, s. 1-4.

3.4.2 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Reklam Yayıncılığı

Fransa'da televizyon aracılığıyla marka reklamlarına 1968 yılında izin verilmiştir. 1 Ocak 1969 kararı ile bir kamu mevcudiyeti oluşturulmuş ve bunun üzerine RFP (Régie Française de Publicité-Fransız Reklam Kurulu) kamu kanallarında yayınlanan reklam içeriklerinin kontrolünden sorumlu tutulmuştur. 29 Eylül 1982 yılında çıkarılan özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yolunu açan Yasa ile reklamcılığın kontrolü, yayınlardan sorumlu otorite olan HACA'ya verilmiştir. 1986 yılında HACA yerini CNCL'ye bırakmış ve 30 Eylül 1986 yılında çıkarılan İletişim Özgürlüğü Yasası'nın 14. maddesi gereğince CNCL kamu ve özel radyo ve televizyon kuruluşlarında yayınlanan reklamların konu, içerik ve programlama kontrolünden sorumlu tutulmuştur. 1987 yılında ise CNCL reklam yayınlarının kontrolündeki sorumluluğunu RFP'ye devretmiş ve burada kurulan özel bir Komite (Comité De La Communication Publicitaire Radiodiffusée Et Télévisée) bu görevi yürütmüştür. 1989 yılında ise CSA, CNCL'nin 30 Eylül 1986 tarihli Yasası'nın 14. maddesi gereği yürüttüğü fonksiyonlarını devralmıştır. Bu Yasa'ya göre, CSA devletin reklamlara ilişkin kurallarının uygulanmasından sorumludur. Kamu ve özel yayın kuruluşları yasayla sonradan CSA kontrolüne tabi tutulmaktadır. CSA içindeki çalışma grupları, CSA üyeleri otoritesi altında, reklamcılık ile ilgili tüm sorunları gözden geçirmektedir. Reklamcılık düzenlemelerinin ihlâli, uygun prosedür gereğince yayıncılar için "Ekran Karartma", lisansların iptali veya yenilenmemesi gibi cezaları beraberinde getirmektedir.[215]

Reklamcılık sektöründe öz denetim anlamında ilk olarak 1935 yılında OCA (Office De Contrôle Des Annonces-Reklam Denetim Bürosu) adıyla bir yapı oluşturulmuştur. OCA 1953'te BVP adı altında çalışmaya başlamıştır. 1968 yılında ise BVP reklamcılık ile ilgili süreçte bağımsız olarak yetkili bir kurul olarak çalışmaya başlamıştır.[216] 1990 yılına kadar CSA tarafından, reklam yayınları ile ilgili yayın öncesi denetim uygulaması yapılırken; 1990 yılında reklamcılık sektöründeki oyuncular tarafından, kendi kendini düzenleyen bir sistemin yürürlüğe konması

[215] Pascal Kamina, Fransa'nın Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Sistemi, Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Ölçütleri Çalışması, Çev: Tuğçe Güler, Avrupa Komisyonu Çalışması, s. 8-16.

[216] ARPP'in Resmî Web Sitesi, http://www.arpp-pub.org/Historique.html. (28.04.2011)

gündeme getirilmiş ve reklam yayınları ile ilgili olarak yayın öncesi denetim 1990 yılından itibaren uygulanmamaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren, CSA sadece yayından sonra denetim uygulamaya başlamış ve yayın öncesi denetim devlet dışı düzenleyici organ olan BVP (Bureau De Vérification De La Publicité-Reklam Denetleme Bürosu) tarafından yapılmaya başlanmıştır. 2008 yılında yapılan bir değişiklik ile BVP, ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité-Reklamcılık Mesleği Düzenleme Otoritesi) adını alarak faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir.[217]

ARPP, Fransa'daki reklamcılık sektöründen sorumlu bir öz denetim kuruluşudur ve dürüst, yasal ve doğru reklamcılık açısından yüksek standartları muhafaza etmeyi amaçlamaktadır. ARPP'in misyonu, reklamlardaki yaratıcılığın yanı sıra reklamcıların ifade özgürlüğü ve sorumluluğu ile tüketicilere olan saygı arasındaki dengenin kurulmasını sağlamaktır. Bu organın üyeleri reklam ajansları, reklam verenler, medya ve meslek örgütlerinden oluşmaktadır.[218] ARPP'in Yönetim Kurulu, bir başkan ve 30 üyeden oluşmakta ve bu üyeler; reklamveren temsilcisinden (6 kişi), iletişim danışmanlık ajansı temsilcisinden (6 kişi), yazılı basın temsilcisinden (5 kişi), televizyon kuruluşu temsilcisinden (4 kişi), dijital medya temsilcisinden (2 kişi), açıkhava ilan ve reklamları sektörü temsilcisinden (2 kişi), radyo kuruluşu temsilcisinden (1 kişi), sinema sektörü temsilcisinden (1 kişi) ve alanında uzman ve nitelikli kişilerden (2 kişi) oluşmaktadır. Başkanlık bağımsız bir kişilik taşımaktadır.[219]

ARPP, bütün reklam sektörü için geçerli olan belirli kurallar tanımlamaktadır. Bu durum medyadaki her türlü reklam biçimini (yazılı basın, radyo, internet, açık hava ilanları/poster, televizyon ve sinema reklamcılığı) kapsamaktadır. ARPP, reklam profesyonelleri için üretim ve kampanya süreçleri konusunda ya da yayın veya yayın öncesi geçerli yönetmeliklere uygun mesajlar üretmeleri konusunda görüş oluşturabilecek tavsiyelerde bulunmaktadır. ARPP, reklam alanında belirli

---

[217] Study for the European Commission, "Final Report Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector", 2006, s. 46-47, ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/final_rep_en.pdf (28.04.2011)

[218] ARPP'in Resmî Web Sitesi, http://www.arpp-pub.org/Role-et-missions.html. (28.04.2011)

[219] ARPP'in Resmî Web Sitesi, http://www.arpp-pub.org/Les-administrateurs.html. (28.04.2011)

sektörlerin, belirli etik kodları geliştirmelerine yardımcı olmakta ve bu konuda gelişmelerini sağlamaktadır.[220] Prensip olarak, reklamcılar ve kitle iletişim araçları kendi reklamlarını yayınlamadan önce izin almak zorunda değillerdir; ancak bu konudaki istisna televizyon reklamcılığı alanında yapılmıştır. 2008 yılından itibaren televizyon reklamlarının kontrolü yayın öncesi denetim şeklinde ARPP tarafından (2008 yılından önce BVP); radyo ve televizyon reklamlarının kontrolü ise yayın sonrası denetim şeklinde CSA tarafından gerçekleştirilmektedir. Sistem ARPP ve CSA arasındaki televizyon reklamcılığı kapsamında "Fiili İşbirliği" üzerine kurulmuştur.[221]

Reklam verenlerin ve ajansların ARPP ile yapmış oldukları anlaşma gereğince reklamların uygunluğu konusunda önceden izni alınması gerekmektedir. Reklamların yayın öncesi denetim kurumları ve/veya reklam verenler için yayına çıkmadan önce son bir reklam kopyalarının yapılması ve bu kopyanın ARPP'e verilmesi gerekmektedir. Reklam ARPP'deki bir çalışma grubu tarafından izlenmekte ve bunun üzerine reklama dair düzenleme ve/veya etik kurallar ile ilgili mesajlar konusunda uygunluk veya uygunsuzluk hakkında görüş/karar ARPP tarafından bildirilmektedir. ARPP, düzenlemeleri ve ilkeleri yayınlamadan önce CSA'ya danışmakta; CSA da düzenleme konusundaki ihlalleri ARPP'e bildirmektedir. CSA, ARPP'in televizyon reklamcılığı konusundaki görüşlerini veya kararlarını talep etmek veya bunları takip etmek konusunda hiçbir şekilde hukuki bir yükümlülük altında değildir. Bu nedenle, ARPP'in kararlarını CSA iptal edebilir. ARPP, televizyon reklamları ile ilgili kararlarına uyulmaması durumunda resmî bir uyarı yayınlayabilir veya sağlayıcıdan reklamı yayınlamamasını isteyebilir. ARPP bu alandaki faaliyetlerini ve bazı kararlarını özellikle basın bültenlerinde ve yıllık raporlarında kamuya beyan etmektedir. Ön kontrol açısından, ARPP davranış kodları yayınlamakta ve tüketiciler çoğu kez ARPP'e doğrudan şikâyette bulunmaktadırlar. ARPP tarafından bir ön kontrole tabi olmayan programlar için CSA yayıncı kuruluşlara karşı birkaç prosedürü uygulamaya koymuştur. Bu prosedürler, özellikle

---

[220] ARPP'in Resmî Web Sitesi, http://www.arpp-pub.org/Role-et-missions.html. (28.04.2011)

[221] Study for the European Commission, "Final Report Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector", 2006, s. 46-47, ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/final_rep_en.pdf (28.04.2011)

gizli reklamlar ya da reklamlardan ayrı olarak yasaklanmış ürünlerin promosyonunun yapıldığı programlar içindir.[222]

Sonuç olarak; Fransa'da düşünülmüş ve ARPP aracılığıyla özellikle CSA tarafından onaylanmış olan reklamcılık alanındaki bu ortak denetim uygulaması örnek bir uygulama olarak görülmektedir.

3.4.3 Öz Denetim Uygulaması Olarak İzleyici Temsilciliği

France Télévisions'a bağlı kamu yayıncılığı yapan kanallar (France 2, France 3, France 4, France 5, RFO), Türkiye'deki "İzleyici Temsilciliği" (Médiateurs/Ombudsmen) gibi programlar hakkında izleyicilerin olumlu veya olumsuz görüşlerini ele alıp değerlendirmek üzere 1998 yılında bir öz denetim mekanizması oluşturmuştur. France Télévisions'a bağlı bu kanalların "İzleyici Temsilcileri" üç yıllığına atanmakta ve France Télévisions Kanalları Başkanı'na doğrudan bağlı olarak çalışmaktadırlar. İzleyiciler doğrudan kanal temsilcileri ile temasa geçmektedirler. Temsilci, şikâyet hakkındaki kararını taraflara bildirmekte ve uygun bulduğu takdirde web sayfasında da kamuya açıklamaktadır. Ayrıca, France 2 kanalında haftalık olarak her Cumartesi 13.00 haberlerinden sonra 20 dakika boyunca ve France 3 kanalında aylık olarak Pazar günleri izleyici temsilcileri yayın yapmaktadırlar.[223]

Şu anda tüm kanallardaki programlar için 1, France 5 için 1, RFO için 1, France 2 ve France 3 kanallarındaki haber programları için ise 2 İzleyici Temsilcisi bulunmaktadır.[224]

---

[222] Pascal Kamina, Fransa'nın Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Sistemi, Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Ölçütleri Çalışması, Çev: Tuğçe Güler, Avrupa Komisyonu Çalışması, s. 8-16.

[223] Open Society Foundations'ın Resmî Web Sitesi, http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/eurotv_20051011/more. (29.04.2011)

[224] Fransız İzleyici Temsilciliği Uygulaması, http://www.francetelevisions.fr/contact/mediateurs.php. (29.04.2011)

3.5 TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Türkiye'de radyo yayıncılığının tarihine bir göz atıldığında, diğer birçok buluş ve gelişmenin aksine, radyo yayıncılığına batılı ülkelerden hemen sonra başlandığı görülmektedir. Türkiye'de ilk düzenli radyo yayınları 1926 yılında alınan bir Karar ile 1927'de önce Ankara'da, sonra İstanbul'da başlamıştır. Haberleşme sistemini tekelinde bulunduran Hükümet, önce TBMM'de "Telsiz Tesisi Hakkında Kanun"u çıkarmış, arkasından 1926 yılında Ankara ve İstanbul'da 5'er kw.lık iki küçük radyo vericisinin kurulmasını kararlaştırmış ve yapılan bir ihale ile telsiz şebekesinin kurulması işini bir Fransız firması olan "Compagne Général Française de la Télégraphie sans Fil"e (CSF) vermiştir. Bu vericilerden yayın yapma hakkı ise 10 yıllık bir sözleşme gereği İş Bankası, Anadolu Ajansı ve diğer anonim şirketlerin katılımıyla ve Hükümet'in desteği ile "Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi" (TTTAŞ) aracılığıyla yürütülmüştür. Şirket, 1927 yılında önce 1200 metre üzerinden yayın yapan "İstanbul Radyosu"nu, kısa bir süre sonra da 1554 metre üzerinden yayın yapan "Ankara Radyosu"nu kurmuştur. Bu yayınlarda, radyoculuk deneyiminin dünyada da yeni olmasından ötürü, çok çeşitli program türlerine rastlanmamaktadır. Bu bakımdan yayınlarda en önemli program türü olarak haberler ve müzik yayınları yer almıştır. Radyo yayınlarının ilk 10 yılı, yapılan sözleşme gereğince TTTAŞ tarafından yürütülmüş; ancak beklenen gelişme görülemediğinden 10 yıllık sözleşme yenilenmemiş, 1933 yılından sonra uygulanan millileştirme-devletleştirme çabalarının bir sonucu olarak 1936 yılında radyo yayınları bu kez bir hükümet kuruluşu olan PTT'ye (Posta Telgraf ve Telefon İdaresi) devredilmiştir.[225]

18 Ağustos 1936 tarihinde PTT eliyle bir radyo istasyonu kurulmuş, 1938 yılında ise Ankara'da deneme yayınları başlatılmıştır. PTT yönetiminde ilk radyo yayını 1936 yılının Eylül ayında yapılmıştır. Bu dönemde radyolarda söz programlarının oranları arttırılmış, dönemin sosyal ve siyasi hedeflerine paralel olarak eğitici programlara ağırlık verilmiştir. PTT, İçişleri Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı gibi üç ayrı otoritenin elinde gelişemeyen radyonun, özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla tek elden ve daha sıkı bir denetim altına alınması görüşü

[225] A. Aziz, 2006, s. 175-176.

ağırlık kazanmıştır. Nitekim CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) programına ilişkin 1939 tarihli bir Rapor'da, radyo yayın hizmetinin tam bir uyum içinde yürütülmesi için yeni bir yapılanmaya gidilmesi öngörülmüş ve bu doğrultuda Başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü kurularak radyonun yönetimi bu kuruma devredilmiştir.[226]

30 Kasım 1940 tarihinde çıkarılan 3837 sayılı bir başka Yasayla da İçişleri Bakanlığı'nın Basın Bölümü'yle, PTT'nin Radyo Yayıncılığı bölümleri birleştirilerek Basın Yayın ve Turizm Müdürlüğü kurulmuş ve radyo yayıncılığı bu kuruluşun tekeline verilmiştir. Böylece başlangıçta ticari bir şirket şeklinde kamusal bir hizmet olarak öngörülen radyo yayıncılığında 1940 yılında devlet tekeli dönemi başlatılarak, radyo bir devlet kurumu mantığıyla yönetilmiştir. Bu dönem içerisinde radyo yayıncılığı hükümetin bir propaganda aracı olarak görülmüştür. 1946 yılında çok partili rejim dönemine geçişle birlikte, 1949 yılında çıkarılan 5392 sayılı bir Kanunla, seçim dönemlerinde ücret ödemeksizin siyasi partilerin radyo yoluyla doğrudan halka seslenmek suretiyle propaganda yapmalarının önü açılmış ve radyonun Türkiye'nin ulusal çıkarlarına karşı yürütülen iç ve dış propagandaları engellemek, kamuoyunu hükümetin iç ve dış siyaseti hakkında bilgilendirmek, Hükümet etkinliklerini duyurmak ve yurt dışında ülkenin tanıtımı için programlar üretmek ilkeleri doğrultusunda yayın yapması sağlanmıştır.[227]

1950 yılına kadar geçen süre içerisinde Türk Radyo Yayıncılığı gerek ticari girişim elindeyken gerekse devlet tekelindeyken tek parti iktidarının müdahale ve yönlendirmelerinden hiçbir zaman kurtulamamış, iktidarın sesi şeklinde faaliyet göstermiştir. 1950 genel seçimlerinde Demokrat Parti'nin iktidar olmasının ardından da radyo yayıncılığı açısından pek değişiklik olmamıştır. Muhalefetteyken radyonun tarafsız yayın yapması gerektiğini savunan Demokrat Parti, iktidara geldikten sonra kendinden önceki geleneği bozmamış ve radyoyu bir propaganda aracı olarak kullanmaya devam etmiştir. Ulusal radyoculuk politikası açısından bakıldığında 1960'lara kadar Türk radyoculuğu verimsiz, çoğu tutarsız işlerin yer aldığı bir dönem

---

[226] Özden Cankaya, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1997, s. 6–7.

[227] M. Işık, 2007, s. 148-149.

olarak anılmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın tehdit edici baskısı, ülkenin doğu bölgelerinde dış kışkırtmalar sonucu bazı etnik azınlıkların merkezi otoriteye karşı kıpırdanmaları gibi gelişen dış olayların yanında, iç siyasal çekişmeler, ekonomik sıkıntılar ve radyonun siyasallaşması gibi birtakım olaylar hem profesyonel radyoculuğun gelişmesini hem de amatör radyoculuğun hoşgörü ile karşılanmasını engellemiştir.[228]

27 Mayıs 1960 tarihinde Türk siyasi tarihinin en önemli olaylarından biri olan askeri bir darbe gerçekleşmiştir. Türk yayıncılığı açısından da son derece önemli olan bu askeri darbenin hemen ardından yeni bir anayasa hazırlıkları başlamış ve politik demokrasiye işlerlik kazandırmak ve iktidarın seçim sonucu belirlenmesi geleneğini yerleştirmek için çaba gösterilmiş, bu çerçevede iktidar, seçimle oluşan kadrolara bırakılmıştır. Bu Anayasa'nın Türk yayıncılığı açısından önemi, radyo ve televizyon yayıncılığının ilk kez Anayasa'da yer alması ve anayasal güvence altına alınmış olmasıdır. 1961 yılında yürürlüğe giren yeni Anayasa'nın 121. maddesi radyo ve televizyon yayıncılığı ile doğrudan ilgilidir ve bu maddeye göre radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde ve kanunla düzenlenmiştir.[229]

1961 Anayasası sonrası politik özgürleşme iletişim alanına da yansımış, düşünce özgürlüğünün sınırları genişletilerek, politik katılımı uyaran gönüllü kuruluşların sayısı arttırılmıştır. Rekabetçi bir politik sistem oluşturulmaya çalışılmasına rağmen, radyo alanındaki devlet tekeli ise kaldırılmamıştır. Sonraki yıllarda, TRT'nin kurulmasıyla televizyon yayıncılığı da yine kamu tekeli seklinde gerçekleştirilmiş ve radyo ve televizyon alanındaki devlet tekeli devam ettirilmiştir. 1 Mayıs 1964'te yürürlüğe giren 359 sayılı Yasa ile kamu hizmeti yayıncılığı esası çerçevesinde TRT (Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu) kurulmuştur. Yasa ile TRT özerk, tarafsız ve tekel olarak nitelendirilmiş ve radyo ve televizyon hizmetlerinin tarafsız ve partiler üstü yürütülmesi için özerk bir yapılanma öngörülmüştür. TRT'nin program yapımı-yönetimi ve iktisadi alanda siyasi iktidara tabi olmaması için gerekli koşullar sağlanmaya çalışılmıştır. Böylece, 1960 öncesi siyasi erkin

[228] Hamza Çakır, *Tüm Yönleriyle Radyo*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2005, s. 35.

[229] K. İçel ve Y. Ünver, 2007, s. 342.

denetiminde olan radyo yayıncılığı, 1961 Anayasası'nın bağlayıcı hükümleri çerçevesinde özerk bir hale getirilmiştir.[230]

TRT Kurumu'nun kurulmasını öngören 359 sayılı TRT Yasası, kısa bir dönem sonra, iktidar tarafından eleştirilmeye başlanmıştır. Bunun üzerine, Yasa'dan doğan haklarını kullanmak isteyen TRT, yayınlarından ötürü hükümetle sürtüşmeye başlamış ve Hükümet TRT'nin özerk olarak kuruluşunu ve işleyişini öngören 359 sayılı Yasa'yı değiştirmek istemiştir. Mecliste yapılan çalışmalar sonucu 121. madde değiştirilerek "Özerklik" kaldırılmış ve yayınların "...Tarafsız İktisadi Kamu Tüzel Kişiliği..." halinde düzenlenmesi öngörülmüştür. Anayasa'da yapılan bu değişiklik sonrasında, 359 sayılı TRT Yasası'nın bazı maddeleri 1972 yılı Ocak ayında çıkarılan 1568 sayılı Yasa ile değiştirilmiş ve TRT tarafsız bir yayın kuruluşu durumuna getirilmiştir. Bu değişikliği sağlamak üzere, Kurum'un genel müdür ile yönetim kurulu gibi üst yönetiminin atanma, seçimi ve yetkilerinde de değişiklikler yapılmıştır.[231] TRT bünyesinde, 1968 yılına kadar yalnızca radyo yayıncılığı yapılmış, 1968 yılında ise ilk düzenli televizyon yayını gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının tarihi, 1954 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi'nde bulunan Yüksek Frekans Laboratuarı'ndan yapılan eğitim amaçlı yayınlara kadar dayandırılsa da gerçek anlamda televizyon yayını 1968 yılında TRT tarafından Ankara'dan yapılmıştır.[232]

Türk siyasal hayatının bir başka dönüm noktası olan 12 Eylül 1980 tarihinde ise Türkiye üçüncü bir askeri müdahaleyle karşılaşmış ve 7 Kasım 1982'de yapılan halk oylamasıyla kabul edilen ve 9 Kasım 1982 yılında yürürlüğe giren yeni Anayasa'da, 1961 Anayasası'nın yayıncılıkla ilgili 121. maddesinin yerine 133. madde getirilmiştir. Ancak Madde'nin içeriğinde bir değişiklik olmamış ve TRT yine sadece tarafsız bir kurum olarak tanımlanırken özerklikten söz edilmemiştir. Yeni Yasa yurt içinden yapılacak tüm radyo ve televizyon yayınları ile diğer tüm elektronik yayınların gözetim, denetim ve değerlendirmesini yapmak üzere Radyo

[230] M. Işık, 2007, s. 153-154.

[231] A. Aziz, 2006, s. 181-182.

[232] H. Yengin, 1994, s. 67.

Televizyon Yüksek Kurulu'nun (RTYK) kurulmasını öngörmüş ve o dönemde TRT'den başka yayın kurumu olmamasına karşın, Türkiye'deki tüm radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili düzenlemeler getirmiştir. Ayrıca, Anayasa'nın 133. maddesine dayanılarak 359 sayılı Yasa'nın yerine yeni bir yasa hazırlanmıştır. Hazırlanan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu 14 Kasım 1983 tarihinde kabul edilerek, 1 Ocak 1984 tarihinde yürürlüğe girmiştir.[233]

TRT, 1 Temmuz 1984 tarihinde renkli televizyon yayınlarına başlamış; ancak bununla ilgili çalışmalar 1982 yılında başlamış, siyah-beyaz televizyon yayınları arasında renkli yayın denemeleri yapılmıştır. Uzun yıllar tek kanal olan TRT televizyonu, 1985 yılında iki kanallı televizyon yayınları durumuna gelmiş ve 6 Ekim 1986 yılında iki kanal olarak yayın yapmaya başlamıştır. 1989 ve 1990 yılında ise, TRT, kanal sayısını TV 3, TV 4 ve TRT-INT adlı yeni kanallarla dörde çıkartmıştır. 1988 yılında PTT uydudan yapılan yabancı yayınları kablo şebekesiyle dağıtmak üzere kablolu televizyon çalışmalarına başlamış ve 1989 yılında çıkarılan bir yasayla TRT vericileri personeliyle birlikte PTT'ye devredilmiştir.[234]

TRT, radyo ve televizyon kanal sayılarının fazla olmasına karşın yıllardır süren TRT tekelinin getirdiği tekdüzelik, siyasal erklerin TRT'yi kendi egemenlikleri altında tutma çabaları ve bunda da başarılı olmaları, uydu yolu ile gelen kanalların Türk toplumunda büyük ilgiyle izlenmesine neden olmuştur. TRT yayın tekelinin, Türkçe televizyon yayınları ile delinmesi ise, 1990 yılı Haziran ayından itibaren Magic Box Şirketi'nin uydu yolu ile Lihtenstein'den "Star l" adlı televizyon kanalını başlatması ile olmuştur. Star 1 televizyon kanalının Türkiye'ye yönelik bu yayını, Anayasa'ya aykırı olduğu gerekçesi ile dar bir çevrede tepki ile karşılanırken; Devlet'in başından başlayarak siyasal iktidar ve diğer siyasal partiler, çeşitli kurum ve kuruluşlar ile halk tarafından olumlu karşılanmıştır. Hatta bu girişimin, Anayasa'ya aykırı olmadığı, tıpkı CNN gibi uydu yolu ile yapılan bir yayın olduğu şeklinde açıklamalar yapılarak bu yayın teşvik bile edilmiştir. Star 1 televizyon yayınlarını, 1992 yılından başlayarak Tele On, Show TV, Kanal 6, HBB TV, Flash TV, TGRT gibi televizyon

[233] A. Aziz, 2006, s. 183.

[234] H. Yengin, 1994, s. 73–86.

yayınları izlemiştir. Aynı durum, 1990 yılının sonuna doğru radyo yayınlarında da görülmüş ve bu durumu yurt dışından uydu yolu ile yayın yaptıklarını ileri süren İngiltere'den "Number 1 FM" ve Fransa'dan "Show Radyo" kanallarının radyo yayınları izlemiştir.[235] 1982 Anayasası'nın yanı sıra, 2954 sayılı TRT Yasası'nda da, yurtdışından Türkiye'ye yönelik olarak yapılacak olan uydu yayınlarının statüsünü belirleyen hiçbir hüküm bulunmamasından yararlanılarak gerçekleştirilen bu yayınlarla birlikte, Türkiye'de radyo ve televizyon alanında yaklaşık 4 yıl sürecek olan deregülasyon dönemi de yaşanmaya başlamıştır.[236]

Bu yasa dışı gelişmeler ve kaos ortamı ilk kez 1992'de yasal bir düzenleme getirme düşüncesini gündeme getirmiş ve bunun üzerine, 1993 yılının başında İçişleri ve Ulaştırma Bakanlıkları, korsan radyo ve televizyon istasyonlarının Anayasa'ya ve Telsiz Kanunu'na aykırı olduğu gerekçesiyle kapatılması gerektiğini belirten genelgeler yayınlamışlardır. Bu genelgeler üzerine bütün ticari radyo ve televizyon istasyonları kapatılmış; ancak bu durum 2 ay sürmüş, gerek yayıncıların gerek halkın yoğun talepleri ve siyasilerin de desteğiyle yayınlar tekrar başlatılmıştır. Ülkede hukuki açıdan yasal olmayan yayınların yeniden başlamasının ardından, hukuki durumla fiili durum arasında uyum sağlamak amacıyla hazırlanan Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 133. maddesinin değiştirilmesi ile ilgili kanun, 8 Temmuz 1993 tarihinde 3913 sayılı Kanunla, 10 Temmuz 1993 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Böylece "Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir" hükmü getirilmiş ve Anayasa'nın radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelini öngören 133. maddesi değiştirilerek radyo ve televizyon yayıncılığı serbestleştirilirken, devletin elindeki radyo ve televizyon kurumuna yeniden özerklik verilmiştir.[237] Ancak, bu değişikliğin ardından 13 Nisan 1994 tarihinde "3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun" hazırlanmış ve bu Kanun 20 Nisan 1994'te yürürlüğe girmiştir. Özel radyo ve televizyonların uyması gereken idari, mali ve teknik esasları belirleyen Yasa, RTYK'nın görevine son vererek, TRT'nin yayınları da dâhil olmak üzere (Yasa'da 2002 yılında yapılan

[235] A. Aziz, 2006, s. 188.

[236] M. Işık, 2007, s. 214.

[237] a.g.e., s. 217-219.

değişiklikle TRT yayınlarının içerik denetimi RTÜK denetiminden çıkmıştır), radyo ve televizyon alanını düzenlemek ve denetlemek üzere yeni bir kurum olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) oluşturulmasını öngörmüştür.[238]

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Avrupa Birliği Müktesebatına uyum, yayın teknolojisindeki hızlı değişim, Anayasa Mahkemesi'nin iptal kararları gibi nedenlerle birçok kez değişikliğe uğramış ve bu durum Yasa'nın bütünselliğini bozmuştur. Bu nedenle RTÜK tarafından radyo ve televizyon alanında yeni bir yasa oluşturmak için Yasa Taslağı çalışmaları başlatılmış ve 3 Mart 2011 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren "6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun" ile radyo ve televizyon alanında yaşanan gelişmelere paralellik sağlayacak bir Yasa çıkarılması planlanmıştır. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi hükümleri esas alınarak düzenlenen ve geçici maddeler hariç 50 maddeden oluşan bu Yasa ile sektörün sorunlarına çözümler içeren düzenleme konusundaki yetki karmaşasını ortadan kaldırmak, yayın denetimi konusunda RTÜK'ü daha etkin kılmak, yayıncılık sektöründe rekabeti arttıran bir içeriğe sahip olunmasını sağlamak, yayın kuruluşlarının karasal yayın lisansına sahip olmalarını sağlamak, lisans ücretlerinin, kanal ve frekans kullanım ücretlerinin tahsil edilmesini sağlamak, medya sahipliği konusunun yeniden ele alınarak düzenlenmesini sağlamak, tekelleşmeyi engellemek üzere tahsis edilecek frekans kapasitesi ve elde edilen sektörel gelir bazlı bir düzenleme getirilmesini sağlamak, yayın kuruluşlarında yabancı sermaye oranının %25 ten %50 ye yükseltilmesini sağlamak, üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finans kurum ve kuruluşlarının yayıncı şirketlere ortak olabilmelerine imkân sağlamak, sayısal yayınlara geçişe imkân sağlamak, özel yayın kuruluşları açısından haksız rekabete neden olduğu gerekçesiyle eleştirilen, kamu ve özel yayın kuruluşlarının ayrı kurallara ve denetime tabi olmasını düzenleyen hükümler kaldırılarak TRT'nin denetiminin RTÜK tarafından gerçekleştirilmesini sağlamak, Koruyucu Sembol Sistemi'nin ve öz denetimi hedefleyen İzleyici Temsilciliği Sistemi'nin yasal alt yapıya kavuşturulmasını sağlamak, Avrupa Birliği Müktesebatı'na uyum çerçevesinde Avrupa Eserleri'nin, Kısa Gösterim Hakkı'nın,

[238] A. Aziz, 2006, s. 193.

Kamunun Önemli Olaylara Erişimi'nin, İsteğe Bağlı Yayıncılık'ın yasalaşmasını sağlamak, IPTV (internet televizyonu), DVB-H (mobil dijital yayın) gibi yeni yayın teknolojileriyle ilgili belirsizlikleri ortadan kaldırmayı sağlamak, reyting ölçümlerini yapacak şirketlerin RTÜK'ten izin almasını ve bu şirketlerin ölçümlerinin denetimini sağlamak, yayın kuruluşlarının reklam gelirlerinden alınan % 5 Üst Kurul payının, sektörün beklentisi doğrultusunda %3'e düşürülmesini sağlamak, Basın Kanunu'na paralel olarak Cevap ve Düzeltme Hakkı'nın yeniden düzenlenmesini sağlamak amaçlanmıştır.[239]

6112 sayılı Yasa'nın 34. maddesine göre RTÜK, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü düzenlemek ve denetlemek amacıyla, idari ve mali özerkliğe sahip, tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğindedir. 6112 sayılı Yasa'nın 35. maddesine göre RTÜK üye sayısı 9 kişidir. Kurul üyelerinin seçimi için siyasi parti gruplarının üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı aday gösterilmekte, Üst Kurul üyeleri bu adaylar arasından her siyasi parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilmektedir. Üst Kurul üyeleri, en az dört yıllık yükseköğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu veya özel kuruluşlarda en az on yıl görev yapmış, mesleki açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve Devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından seçilmektedir. Üst Kurul üyelerinin görev süresi altı yıl olup, üyelerin üçte biri iki yılda bir yenilenmektedir. Üst Kurul Üyeleri, seçim sonuçlarının Resmî Gazete'de yayımlandığı tarihten itibaren 15 gün içinde toplanarak kendi aralarından bir başkan ve bir başkan vekili seçmektedir. Üst Kurul, tam gün esasına göre çalışmakta, haftada en az bir defa olmak üzere, en az beş üyenin hazır bulunması ile toplanmakta ve en az beş üyenin aynı yöndeki oyuyla karar almaktadır. Üst Kurul üyeleri ile üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetleri alanında Üst Kurulun görev ve yetki alanına giren konularda herhangi bir taahhüt işine giremez, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlarda veya bu kuruluşların doğrudan veya dolaylı ortaklık bağı bulunan şirketlerde ortak veya yönetici olamazlar. Üst Kurul üyeleri, aslî görevlerini aksatmayan bilimsel

[239] 6112 sayılı Yasa, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=5a3cac1e-b6d9-4b23-bc7a-8dcd671fceba. (01. 05. 2011)

amaçlı eser hazırlama, ders ve konferans verme, jüri ve komisyon üyeliği yapma hariç, resmî veya özel nitelikte hiçbir görev alamaz, özel veya kamu medya hizmet sağlayıcılarının görev ve yetki alanına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve bu konularda hiçbir maddî menfaat sağlayamaz ve siyasi partiye üye olamazlar. Üst Kurul üyeleri, kendileri veya üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımlarıyla ilgili konularda müzakere ve oylamaya katılamazlar. Üst kurulun gelirleri, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisansı ücretleri, karasal ortamdan yayın yapan kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alınacak televizyon kanal, multipleks kapasite ve radyo frekans yıllık kullanım ücretleri, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetinde bulunan platform, multipleks ve altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretleri, medya hizmet sağlayıcılarının, program destekleme gelirleri hariç aylık brüt ticarî iletişim gelirlerinden ayrılacak yüzde üç paylar, gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden alınacak Hazine yardımı ile sair gelirlerden oluşmaktadır.

6112 sayılı Yasa'nın 37. maddesine dayanılarak RTÜK'ün görev ve yetkileri, düzenleme ve kural koyma yetkisiyle ilgili görevler, denetim ve yaptırım yetkisiyle ilgili görevler, idari, mali ve izinle ilgili örgütsel nitelikte görevler olmak üzere gruplandırılabilir. Buna göre, RTÜK'ün düzenleme ve kural koyma yetkisiyle ilgili görevleri, yayın hizmetleri alanında ifade ve haber alma özgürlüğünün, düşünce çeşitliliğinin, Rekabet Kurumu'nun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla rekabet ortamının ve çoğulculuğun güvence altına alınması, yoğunlaşmanın önlenmesi ve kamu menfaatinin korunması amacıyla gerekli tedbirleri almak, Millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu hükümlerine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla ve bireysel amaçlı iletişim yöntemleri hariç, teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni yayın iletim yöntemleri de dâhil olmak üzere yayın hizmetleri ile ilgili düzenlemeler yapmak ve deneme yayını izni vermek, medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek

şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmak; denetim ve yaptırım yetkisiyle ilgili görevleri, medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayın lisansı talebinde bulunabilmeleri için gerekli idari, mali ve teknik şartları belirlemek ve bu kuruluşlardan şartları sağlayanlara yayın lisansı vermek, denetlemek ve gerektiğinde iptal etmek, Türkiye Cumhuriyeti topraklarında yerleşik medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerini, bu Kanun hükümlerine ve Türkiye Cumhuriyeti'nin taraf olduğu uluslararası andlaşmalara uygunluğu açısından izlemek ve denetlemek, yayın hizmetlerinin izlenmesi ve denetlenmesi için gerekli izleme ve kayıt sistemlerini, gerekli hâllerde yayıncı kuruluş stüdyolarına da cihaz yerleştirerek kurmak, medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinde yer verecekleri koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esasları belirlemek, medya hizmet sağlayıcılarının sunduğu yayın hizmetlerinde ve platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin sunduğu hizmetlerde bu Kanun'a ve ilgili diğer mevzuata aykırılık tespit edilmesi veya yayın lisansı şartlarına uyulmaması hâlinde gerekli müeyyideleri uygulamak, 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, medya hizmet sağlayıcılardan görevleri kapsamında her türlü bilgi, belge ve kayıtları almak, medya hizmet sağlayıcıları yerinde denetlemek ve lisans şartlarına uymayan cihazları mühürleyerek kapatmak; idari, mali ve izinle ilgili örgütsel nitelikteki görevleri ise, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetlerine ilişkin uymaları gereken idari, mali ve teknik şartları belirlemek, bunlara yayın iletim yetkisi vermek ve gerektiğinde iptal etmek, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisans ücretleri, karasal ortamdan sunulacak yayın hizmetleri için yıllık televizyon kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansı kullanım ücretleri ile platform, multipleks, altyapı işletmecileri ve verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretini belirlemek, Üst Kurul'un ana stratejisi ile amaç ve hedeflerine uygun olarak hazırlanan bütçesini görüşmek ve karara bağlamaktır. Sayılan bu görevler dışında RTÜK'ün kamuoyu

araştırmaları yapmak ve yaptırmak, yayıncılıkla ilgili uluslararası kuruluşlar nezdinde devleti temsil etmek gibi görevleri de bulunmaktadır.

RTÜK 6112 sayılı Yasa doğrultusunda radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini denetlemektedir. RTÜK İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, yayınların Yasa'ya ve Yönetmeliklere uygunluğunu denetlemek amacıyla yayın izleme faaliyeti gerçekleştirmekte; bu çerçevede ulusal yayınlar bizzat RTÜK tarafından SKAAS (Sayısal Kayıt Arşiv ve Analiz Sistemi) aracılığıyla eşzamanlı olarak izlenmekte ve "444 1 178 RTÜK İletişim Merkezi" telefon hattı aracılığıyla izleyici ve dinleyiciler RTÜK'e istek, beğeni ve şikâyetlerini iletebilmektedirler.

6112 sayılı Yasa'nın 8. maddesine göre, medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışına uygun olarak yapmakla yükümlüdürler. Medya hizmet sağlayıcıların uyması gereken yayın ilkeleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.

b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.

c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet eder şekilde sunamaz.

e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, özürlülük, siyasi ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve özürlülere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.

h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.

ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

k) Siyasi partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzeysiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz.

o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.

ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.

p) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılmadan yayınlanamaz.

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.

RTÜK, reklamlar konusunda da düzenlemeler getirmiştir. Buna göre, ticarî iletişim (reklamlar, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirme), yayın hizmetinin diğer unsurlarından görsel ve işitsel olarak kolayca ayırt edilebilir olmak

zorundadır. Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz. Gizli ticarî iletişime izin verilemez. Haber bülteni ve haber programlarını düzenli olarak sunan kişilerin görüntü veya seslerine ticarî iletişimlerde yer verilemez. Ticarî iletişim, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve program içeriğini etkileyecek şekilde kullanılamaz. Ticarî iletişimin, adalet, hakkaniyet ve dürüstlük ilkelerine uygun olması, cinsiyet, ırk, renk veya etnik köken, tabiiyet, din, felsefî inanç veya siyasi düşünce, özürlülük, yaş ve herhangi bir ayrımcılığı içermemesi veya teşvik etmemesi, yanıltıcı olmaması ve tüketicinin çıkarlarına zarar vermemesi, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar vermemesi, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemesi; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemesi; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemesi veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemesi, kadınların istismarına yönelik, sağlık, çevre ve güvenliğe zarar verecek davranışa teşvik etmemesi gerekmektedir. Tele-alışveriş yayınları hariç her türlü reklam yayınlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde yirmiyi aşmamalıdır. Bu belirtilen orana, program desteklemesi ve yayıncının kendi programlarının tanıtımlarına ayrılan süre ile ürün yerleştirme dâhil değildir. Program tanıtımlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde beşi aşmamalıdır. Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenlerinin ve çocuk programlarının, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde ise, her otuz dakikalık yayın süresi için bir kez olmak üzere reklam ve tele-alışverişle kesilebilir. Alkol ve tütün ürünleri, reçeteye tabi ilaçlar ve tedaviler için ticarî iletişim ile ilaçlar ve tıbbi tedaviler için tele-alışveriş yayınına izin verilemez. Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programları haricinde, yayınlarda ürün yerleştirmeye yönelik uygulamalara yer verilemez.

Seçim dönemlerinde yapılacak yayınlar Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenmektedir. RTÜK Yüksek Seçim Kurulu'nun kararları doğrultusunda yayınları denetlemektedir. Medya hizmet sağlayıcılar, Yüksek Seçim Kurulu tarafından ilân edilen seçim döneminde, yayın yasaklarının başlayacağı saate kadar

siyasi parti ve aday reklamları yayınlayabilir. Ancak, siyasi reklamlar, 6112 sayılı Yasa'da yer alan hükümlere ve Yüksek Seçim Kurulu'nca belirlenen usul ve esaslara uygun olmak zorundadır.

6112 sayılı Yasa'ya göre, RTÜK tarafından, yükümlülüklerini yerine getirmeyen, izin şartlarını ihlal eden, yayın ilkelerine aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcılara idari ve adlî olmak üzere iki şekilde yaptırım uygulanmaktadır. Buna göre idari yaptırım olarak, Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b), (d), (g), (n), (s) ve (ş) bentlerindeki yayın hizmeti ilkelerine aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde ikisinden beşine kadar idari para cezası verilir. İdari para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz. Ayrıca, idari tedbir olarak, ihlale konu programın yayınının beş keze kadar durdurulmasına, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ihlale konu programın katalogdan çıkarılmasına karar verilir. İhlalin mahiyeti göz önünde bulundurularak, bu fıkra hükümlerine göre idari para cezası ile birlikte idari tedbire karar verilebileceği gibi, sadece idari para cezasına veya tedbire de karar verilebilir. 8 inci maddenin birinci fıkrasının diğer bentleri ile ikinci ve üçüncü fıkralarında ve bu Kanunun diğer maddelerinde belirlenen ilke, yükümlülük veya yasaklara aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcıları uyarılır. Uyarının ilgili kuruluşa tebliğinden sonra ihlalin tekrarı hâlinde medya hizmet sağlayıcıya ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde birinden üçüne kadar idari para cezası verilir. İdari para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz. Yükümlülük veya yasak ihlalinin suç oluşturması halinde, bu suç nedeniyle ilgililer hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılması şartına bağlı olmaksızın, bu madde hükümlerine göre idari para cezası veya idari tedbir kararı verilir. İdari tedbir uygulanması sonucu yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve ticarî iletişim yayını içermeksizin, Üst Kurulca temin edilen eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlakî gelişimi, uyuşturucu ve zararlı

alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı, çevre eğitimi, özürlü sorunları, sağlık ve benzeri kamuya yararlı konularda programlar yayınlanır. Yükümlülük veya yasağa aykırılık dolayısıyla idari tedbir olarak programın yayınının durdurulması kararının verilmesi halinde, yaptırım uygulanmasına sebebiyet veren fiilin işlenmesinden dolayı sorumluluğu olan programın yapımcısı veya varsa sunucusu, yayının durdurulduğu süre zarfında, aynı veya farklı medya hizmet sağlayıcı kuruluşta hiçbir ad altında başka bir program yapamaz veya sunamaz. 8 inci maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerindeki ilkelere aykırı yayın yapılmasını müteakip verilecek yaptırım kararının tebliğinden itibaren bir yıl içinde aynı ihlalin tekrarı halinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayınının on güne kadar durdurulmasına; ikinci tekrarı halinde ise, yayın lisansının iptaline karar verilir. Yayın lisansı verilmesi için bu Kanunda aranan şartlardan birinin kaybedilmesi halinde, ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşa bu şartı yerine getirmesi için otuz günlük süre verilir. Verilen süreye rağmen şartı yerine getirmeyen kuruluşun yayınları üç ay süreyle durdurulur. Bu süre zarfında şartın yerine getirilmemesi halinde ise, ilgili kuruluşun yayın lisansı iptal edilerek kanal ve frekans kullanımına son verilir. Yayın lisansının verilmesi için gerekli şartlara uygunluğunu hile ile elde ettiği tespit edilen kuruluşun yayın lisansı iptal edilir. Yayın lisansı iptal edilmiş olan kuruluştan alınmış olan yayın lisans bedeli ile kanal ve frekans yıllık kullanım bedeli iade edilmez. Bu Kanun hükümlerine göre idari para cezasına veya idari tedbire karar vermeye Üst Kurul yetkilidir. Bu Kanun hükümlerine göre verilen idari yaptırım kararlarına karşı 6/1/1982 tarihli ve 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu hükümlerine göre yargı yoluna başvurulur. Ancak, idare mahkemesinde dava, işlemin tebliği tarihinden itibaren onbeş gün içinde açılır. İdare mahkemesinde iptal davası açılmış olması, kararın yerine getirilmesini durdurmaz. Bu madde hükümlerine göre Üst Kurul tarafından verilen uyarı kararları, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun Üst Kurula bildirdiği elektronik posta adresine gönderilmek suretiyle tebliğ edilir. Üst Kurula bildirilen elektronik posta adresinde değişiklik yapılmasına rağmen bu değişiklik Üst Kurula bildirilmediği takdirde, önceki adrese yapılan tebligat yapılmış sayılır. Bu Kanunda düzenlenmiş olan idari para cezaları tebliğinden itibaren bir ay içerisinde ödenir.

6112 sayılı Yasa'nın Adlî Yaptırımlar ile ilgili maddesine göre, Üst Kuruldan yayın lisansı almadan veya yayınları Üst Kurul tarafından geçici olarak durdurulmasına ya da yayın lisansı iptal edilmesine rağmen yayın yapan gerçek kişiler ile tüzel kişilerin yönetim kurulu üyeleri ve genel müdürü, bir yıldan iki yıla kadar hapis ve bin günden beşbin güne kadar adlî para cezası ile cezalandırılır. Tüzel kişiler hakkında ayrıca 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 60 ıncı maddesindeki güvenlik tedbirleri uygulanır. İzinsiz olarak faaliyetine devam eden yayın cihaz ve tesisleri Üst Kurulca mühürlenerek kapatılır. Yayın lisansı olmasına rağmen lisans tipi dışında yayın yapan ve izinsiz verici tesis eden medya hizmet sağlayıcılar Üst Kurulca uyarılır, yapılan uyarıya rağmen izinsiz yayına devam edenler hakkında birinci fıkra hükmü uygulanır. 25 inci maddeye uygun olarak yayın kayıtlarını bir yıl süreyle muhafaza etmeyen veya Üst Kurulca ya da Cumhuriyet başsavcılığınca istenmesine rağmen, süresi içerisinde ve aslına uygun olarak teslim etmeyen özel medya hizmet sağlayıcı kuruluş sorumlu müdürü bin günden beşbin güne kadar adlî para cezasıyla cezalandırılır. Gönderilen kayıtların içerik bakımından istenen yayın olmaması veya kayıtlarda tahrifat, çıkarma, silme gibi işlemler yapılması hâlinde, özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sorumlu müdürü beşbin günden onbin güne kadar adlî para cezasıyla cezalandırılır. Bu Kanun çerçevesinde açılan kamu davalarına Üst Kurul katılır.

RTÜK'ün en önemli görev ve etki alanlarından birisi, başta frekans kirlenmesini (enterferans) önlemek üzere radyo ve frekansların frekans tahsisini yapmaktır. 6112 sayılı Yasa'ya göre, Üst Kurul, millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5/11/2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 36 ncı maddesine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapar veya yaptırır. Frekans planlarında ulusal, bölgesel ve yerel karasal yayın ağlarının sayıları ve türleri ile sayısal yayınlar için multipleks sayıları belirlenir. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, karasal ortamdan gerçekleştireceği yayın hizmetlerinin sayısını ve kapsama alanlarını Üst Kurula bildirir. Bu taleplerin hangi oranda karşılanacağına frekans planları çerçevesinde Üst Kurulca karar verilir. Karasal televizyon ve karasal radyo yayınları için uygun görülen kanal ve frekanslar ile karasal sayısal yayınlar için bir multipleksten az olmamak üzere uygun görülen sayıda multipleks kapasitesi, Türkiye

Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilir. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen frekans ve multipleks kapasitesi ile en az dört karasal televizyon ve dört karasal radyo yayını yapılır. Tahsis tarihinden itibaren iki yıl içinde kullanılmayan veya kullanımına son verilen kanal, frekans ve multipleks Üst Kurul tarafından yeniden değerlendirilir. Tahsisten sonra, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun ilave karasal yayın ihtiyacının ortaya çıkması hâlinde, kapasite imkânları ölçüsünde bu husus da yukarıdaki çerçevede değerlendirilir. Kamu kurum ve kuruluşlarının ikaz, duyuru ve eğitim maksadıyla karasal radyo veya televizyon yayını yapma talebinde bulunmaları halinde; bu talepler yapılacak protokol çerçevesinde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan hizmet alınarak karşılanır. Sıralama ihalesine, radyo ve televizyon yayın şirketi olarak kurulan, radyo ve televizyon yayıncılık alanında en az bir yıl faaliyette bulunan, ihale şartnamesinde belirtilen ön şartları yerine getiren ve Üst Kuruldan ihaleye girmek için yeterlilik belgesi alan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar katılabilir. Karasal radyo yayınları için frekans planları esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara radyo frekansı veya multipleks kapasitesi tahsis edilir. Sayısal televizyon frekans planı esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara multipleks kapasitesi tahsis edilir. Yapılan tahsiste sunulacak yayın hizmetinin kapsama alanı, yayın türü ve kapasitenin yer alacağı multipleks belirtilir. Karasal yayın lisansı alan kuruluşlar en geç iki yıl içinde kendilerine tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi veya frekansların tümünden yayına geçmek zorundadır. Karasal ortamdan yapılacak radyo ve televizyon yayın hizmeti için tahsis edilmiş kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansları için kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan yıllık kullanım ücreti alınır. Yıllık kullanım ücreti, söz konusu yayının nüfusa bağlı kapsama alanı, türü, verici gücü, frekansın bulunduğu bant ve yayının yapıldığı yerleşim biriminin ekonomik gelişmişlik seviyesi gibi nesnel kıstaslar esas alınarak Üst Kurul tarafından belirlenir.

3.6 TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON ALANINDAKİ ORTAK DENETİM VE ÖZ DENETİM UYGULAMALARI

3.6.1 Ortak Denetim Uygulaması Olarak Akıllı İşaretler Sistemi

RTÜK, 23 Nisan 2006 tarihinde çocukları ve gençleri televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerine karşı korumak amacıyla "Akıllı İşaretler" adıyla Koruyucu Sembol Sistemi oluşturmuştur. Bu sistem, Hollanda ve diğer bazı Avrupa ülkelerinde uygulanmış ve işlerliği sınanmış televizyon sınıflandırma sistemleri örnek alınarak hazırlanmıştır. Özellikle de Hollanda'da NICAM (Netherland's Institute for the Classification of Audiovisual Media) tarafından geliştirilen ve uygulanan sınıflandırma sistemi, Akıllı İşaretler Sistemi'ne örnek oluşturmuştur. RTÜK, 2003 yılında, Hollanda Hükümeti tarafından, MATRA (Katılım Öncesi Projeler Programı) adı altında geliştirilen fon için başvuruda bulunmuştur. RTÜK tarafından hazırlanan, Hollanda'da uygulanan sınıflandırma sisteminin Türkiye'nin kültürel ve sosyo-ekonomik yapısına uyarlanmasını içeren proje başvurusu, yapılan değerlendirme sonucu Hollanda Hükümeti tarafından kabul edilmiştir.[240]

Akademik bir kurulun çalışmaları sonucunda oluşturulmuş olan Akıllı İşaretler Sistemi'nde, yaş gruplarının sosyo-duygusal ve bilişsel özellikleri tanımlanarak çocuk ve gençlere zararlı olabilecek içerik kategorileri belirlenmiş ve kodlama formu geliştirilmiştir.

Öncelikli hedef kitlesi anne babalar olan sistem geliştirilmeden önce, anne babaların ne düşündüğünü öğrenmek ve televizyon programlarıyla ilgili bilgi edinmek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaya göre; anketi yanıtlayan 1638 anne/babanın %76,2'si, televizyon programlarındaki zararlı içerik konusunda bilgilenmek istediğini; %23,8'i ise bilgilenmek istemediğini belirtmiştir. Bilgilenmek istediğini bildiren grup, diğer gruba göre çocuklarının zararlı içerikten daha fazla etkilendiğini düşünmektedir. Anne babalar, çocuklarının şiddet ve korkudan etkilenme düzeylerini en yüksek olarak bildirirken; kaba konuşma, küfür ve olumsuz

[240] RTÜK, *Akıllı İşaretler Kodlayıcı Uygulama Rehberi*, RTÜK Yayını, Ankara 2006, s.1.

örnek oluşturabilecek davranışlardan daha az; cinsel içerikten etkilenme derecesini ise en az olarak bildirmişlerdir. Çocuklarının bu içerik alanlarının herhangi birinden etkilendiğini bildiren anne babalar genellikle diğer içerik alanlarından da etkilendiğini düşünmektedir. Anne babalar, çocuklarının yaşları arttıkça şiddet ve korkudan daha az etkilendiklerini ifade etmektedir. Cinsellik ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar açısından ise çocukların yaşlarına göre bir farklılaşma görülmemiştir. Erkek çocuklarının olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlardan kızlara göre daha fazla etkilendikleri; kızların da korku içeriğinden daha fazla etkilendiği bildirilmiştir. Genel olarak farklı eğitim düzeylerinden anne babalar çocuklarının televizyon yayınlarındaki içerikten aynı oranlarda etkilendiğini düşünmektedir.[241]

Akıllı İşaretler Sistemi 7 kategoriden oluşmaktadır. Bunlardan dört tanesi yaş kategorisi, üç tanesi ise içerik kategorisi ile ilgilidir. Bu semboller şu şekildedir:[242]

İçerik Kategorisi:



Şiddet/Korku: Bu sembolü taşıyan programlar, korku ve/veya şiddet ögesi içerebilir.



Cinsellik: Bu sembolü taşıyan programların içeriğinde cinsellik teması işlenmektedir.



Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar: Bu sembolü taşıyan programlar, çocuk ve genç izleyiciler için olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar içermektedir. Bu tür davranışlar her tür ayrımcılık, madde, tütün, alkol kullanımı, yasalara aykırı davranışlar, kaba konuşma ya da argo olabilir.

---

[241] Ferhunde Öktem, Melike Sayıl ve Sevilay Çelenk Özen, *Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi,* RTÜK Yayını, Ankara, 2006, s. 8.

[242] Akıllı İşaretler Sistemi'nin Resmî Web Sitesi, www.rtukisaretler.gov.tr. (05.05.2011)



Genel İzleyici: Bu sembolü taşıyan programlar, her yaş grubundan izleyicilere yöneliktir.



Yedi Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 7 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.



Onüç Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 13 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.



Onsekiz Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 18 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.

Akıllı İşaretler Sistemi internette yer alan kodlama formunun doldurulması ile çalışmaktadır. Yayın kuruluşlarında çalışan sertifika sahibi kodlayıcılar, sınıflandıracakları programı izledikten sonra kendilerine verilen şifre aracılığıyla internet üzerinden hazırlanan soru formuna ulaşarak, bu formu doldurmaktadırlar. Formda programın içeriğini ve hangi yaş grubu için uygun olduğunu tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Form doldurma işlemi sonunda sistem otomatik olarak söz konusu program için hangi sembollerin (hem yaş hem içerik sembolleri) kullanılması gerektiğini vermektedir. Yayıncıya düşen tek görev verilen sembollerin belirtilen usul ve esaslara uygun olarak kullanılmasıdır.

Kodlama sonucunda söz konusu program birden fazla sembol alabilir. Kodlanan programın jeneriği başlamadan önce, sistem tarafından o program için verilen sembollerin tümü, içerdiği anlamlarla birlikte, yazılı olarak okunabilecek şekilde, en az 5 sn. süreyle tam ekran olarak yayınlanmalıdır. Jenerikten sonra ve program içindeki her reklam kesintisini takiben, bu program için sistemin öngördüğü

yaş sembol, en az 15 sn. süreyle tercihen ekranın sağ üst köşesine yerleştirilmelidir. Kanal logosunun sağda yer aldığı durumlarda sol üst köşeye de yerleştirilebilir.

Sisteme göre, 18+ sembolü alan programların tanıtım duyuruları, saat 21:30'dan sonra, içeriğinde 18+ almasına neden olan görüntülere yer vermeden yayınlanmalıdır. Bu tür programların duyuruları, kayan bant üzerinde veya yazılı olarak gün içinde de yapılabilir. Tanıtım duyurularında da program için uygun semboller kullanılmalıdır. Genel izleyici ve 7+ sembollerini alan yayınlar her zaman, 13+ sembolünü alan yayınlar saat 21.30'dan sonra, 18+ sembolünü alan yayınlar ise 23.00'den sonra yayınlanır.[243]

RTÜK tarafından 23 Nisan 2006 tarihinden itibaren televizyonlarda uygulanmaya başlayan "Akıllı İşaretler Sistemi" çocuk ve gençleri korumak amacıyla diğer Avrupa Birliği Üyesi ülkelerde uygulanan ebeveyn-yayıncı sorumluluk paylaşımı ilkesi doğrultusunda geliştirilmiştir. Sistem, televizyon programlarının hangi yaş grubundaki izleyicilere yönelik olduğunu belirlemekte ve programların yayın saatlerinin bu doğrultuda düzenlenmesini sağlamaktadır. Türkiye'deki Akıllı İşaretler Sistemi yeni bir sistemdir ve bu nedenle eksik yanları bulunmaktadır. Örneğin, şiddet ve korku kategorisi birbirinden ayrıştırılmamıştır. Uyuşturucu ve alkol kullanımı, ayrımcılık ve kaba dil kullanımı aynı kategori içerisinde değerlendirilmektedir. Bir de Akıllı İşaretler Sistemi'ni uygulayan yayıncı kuruluşun bu sistemi ne kadar doğru şekilde uyguladığı tartışmalıdır. Bu nedenle ebeveynlere çok fazla sorumluluk düşmektedir.

Sonuç olarak, bu Koruyucu Sembol Sistemi, tek başına yeterli bir koruma sistemi olmamakla birlikte, RTÜK, yayıncılar ve ebeveynler arasında bir işbirliğinin sağlanması açısından örnek ve başarılı bir ortak denetim uygulamasıdır. Akıllı İşaretler Sistemi, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un 24. maddesinde de "Koruyucu Sembol Sistemi" olarak yer almakta ve bu durum Sistem'in yasal bir zeminde yer almasını sağlamaktadır.

---

[243] Leyla Budak ve İlker Erdoğan, "Çocuk İzleyicilerin Korunmasına Yönelik Koruyucu Semboller Sistemi: ABD, Hollanda ve Türkiye Örneklerinde Uygulamalar ve Karşılaştırılması", *Medya Okumaları,* (Der.) Özgür Yılmazkol, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s. 35.

3.6.2 Öz Denetim Uygulaması Olarak İzleyici Temsilciliği

29 Eylül 2006 tarihinde Televizyon Yayıncıları Derneği (TVYD) ile kamuoyuna duyurulan ve 8 Aralık 2006 tarihinde uygulanmaya başlanan "İzleyici Temsilciliği" uygulaması radyo ve televizyon kanallarında öz denetim uygulamasının kurulmasını hedeflemektedir. İzleyici Temsilciliği uygulaması ile radyo ve televizyon izleyicileri ve dinleyicileri, programlarla ilgili şikâyetlerini, görüşlerini, tepkilerini radyo ve televizyon yayın kuruluşlarına doğrudan bildirebilmektedirler. Bu talepler, kanal yönetimi tarafından düzenli olarak takip edilmekte, elde edilen veriler kanal yöneticilerine, yayın planlama çalışmalarında yardımcı olmakta, izleyiciler ve dinleyiciler görüş ve önerilerinin kanal yönetimi tarafından dikkate alınıp alınmadığını görebilmektedirler. Bu durum radyo ve televizyon kanalları ile izleyiciler ve dinleyiciler arasında doğrudan bir etkileşim kurulmasını sağlamaktadır.

İzleyici Temsilciler'i RTÜK'ün talebi üzerine radyo ve televizyon kanalları tarafından görevlendirilmektedir. İzleyici temsilcilerinin iletişim bilgileri radyo ve televizyon kanallarında periyodik aralarla yayınlanmaktadır. Ayrıca radyo ve televizyon kanallarının web sitelerinde de İzleyici Temsilcileri'ne ait birer bölüm bulunmaktadır. İzleyiciler bu bölümlere girerek, bildirimlerini elektronik postayla da yapabilmektedirler.

İzleyici Temsilcileri, radyo ve televizyon kuruluşları tarafından, yükseköğrenim görmüş ve yayıncılıkta en az on yıllık fiili çalışma yapmış, izleyicilerin ve dinleyicilerin güvenine sahip kişiler arasından seçilmektedir. Radyo ve televizyon kanalları tarafından görevlendirilen İzleyici Temsilcileri'nin, izleyicilerin ve dinleyicilerin şikâyetlerini alabilmek için gerekli altyapıyı kurmak, kendilerine kurumu ve RTÜK aracılığıyla ulaşan izleyici ve dinleyici şikâyetlerini değerlendirmek ve bunlardan cevaplandırılması gerekenleri cevaplandırmak, radyo ve televizyon kanallarında yapılan yayınlara cevap niteliği taşıyan izleyici ve dinleyici başvurularının 6112 sayılı Yasa'ya uygun bir biçimde yayımlanmasını sağlamak, çalışmalarını her ayın sonunda kanalın yönetimine raporlamak ve yayın akışının imkân verdiği ölçüde bu çalışmaları kamuoyu ile paylaşmak, RTÜK tarafından kendilerine ulaştırılacak forma uygun olarak aylık raporlar tanzim etmek

ve bu raporların daha sonra kanal yönetimi tarafından RTÜK'e ulaştırılmasını sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır. Uygulama içerisinde yer alan RTÜK Temsilcisi ise, RTÜK ile Medya Hizmet Sağlayıcı arasındaki diyaloğun sağlanması, zaman zaman İzleyici Temsilcileri ile bir araya gelerek ortak şikâyet konuları hakkında görüş alışverişinde bulunulması, 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezi'ne ulaşan her medya hizmet sağlayıcı ile ilgili şikâyet ve görüşleri, İzleyici Temsilcileri'ne günlük olarak aktarılması görevlerinden sorumludur.

İzleyici Temsilciliği uygulaması gereğince her iki ayda bir izleyici temsilcileriyle gündemli toplantılar yapılmakta ve çalışmalar hakkında karşılıklı bilgi alışverişinde bulunulmaktadır. Bu toplantılarda İzleyici Temsilciliği'nin sağlıklı işlemesi için birçok radyo ve televizyon kanalının 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezi gibi çağrı merkezlerini kurdukları ve bir kısmının da kurmakta oldukları İzleyici Temsilcileri tarafından ifade edilmiştir. Bu kapsamda 16 Ekim 2009 yılında İstanbul'da bir toplantı yapılmış olup toplantıda İzleyici Temsilcileri ile reklam ve sponsorluk uygulaması sorunları, Yayıncılık Etik İlkeleri, Akıllı İşaretler uygulama sorunları, RTÜK İletişim Hattı şikâyet analizleri, Zuhal Olcay'la İzdivaç programı şikâyetleri, Münevver Karabulut haberleri hakkında fikir alışverişinde bulunulmuştur. Ayrıca İzleyici Temsilcileri'ne 2009 yılı içerisinde etik, yayın ihlalleri ve çeşitli kamu kuruluşlarından gelen taleplere ilişkin 8 adet e-posta gönderilmiştir. 27 Mayıs 2010 tarihinde İstanbul'da yapılan toplantıda ise; kamu spotlarının yayınlanma zorunlulukları olup olmadığı, RTÜK yasa tasarısında yer alan sponsorlukla ilgili düzenleme, 2009 yılının tümü ve 2010 yılının ilk 3 ayında RTÜK'e gelen bildirimler (e-posta, web, RTÜK İletişim), değişik yayın kuruluşlarından çok sayıda farklı maddeleri içeren örnek ihlal görüntüleri ve çocuklara televizyon ekranlarında uyku saatini hatırlatacak çalışma hakkında bilgi verilmiştir. 2010 yılı ilk dokuz ayında ise İzleyici Temsilcileri'ne etik, yayın ihlalleri ve çeşitli kamu kuruluşlarından gelen taleplere ilişkin 6 adet e-posta gönderilmiştir.[244]

[244] *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2009/2010 Faaliyet Raporu*, RTÜK, Ankara, 2010, s. 50.

Bu uygulamayla izleyiciler ve dinleyiciler programlarla ilgili görüşlerini ilk kez düzenli olarak toplama ve değerlendirme imkânı bulmuş ve bazı kanallar elektronik ortamda gelen bildirimleri cevaplamaya başlamıştır. Bazı büyük kanalların izleyici temsilcileri her gün düzenli olarak yapılan yönetim toplantılarına izleyici temsilcisi sıfatıyla katılmaktadır. İzleyici Temsilcileri kendilerine ulaşan bildirimleri istatistiksel raporlar halinde günlük olarak kanal yönetimine sunmakta, kanal yöneticileri her toplantıda bu bildirimleri incelemekte ve planlamalarını bunlara göre yapmaktadırlar.[245]

Sonuç olarak, İzleyici Temsilciliği, medya hizmet sağlayıcıların yayınları hakkında izleyicilerin ve dinleyicilerin görüşlerini daha zamanlı ve geniş olarak öğrenme imkânı veren, öz denetim sisteminin yerleşmesine katkı sağlayan ve izleyicilere ve dinleyicilere söz hakkı vererek onlara sorumluluk yükleyen bir uygulamadır ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un 22. maddesinde "İzleyici Temsilciliği" başlığı altında "Medya hizmet sağlayıcılar, ortak denetim ile öz denetim mekanizmalarının oluşturulması, izleyici ve dinleyicilerden ulaşan şikâyetlerin değerlendirilip kuruluşun yayın kuruluna sunulması ve sonuçlarının takip edilmesi amacıyla en az on yıllık mesleki tecrübeye sahip bir izleyici temsilcisi görevlendirirler. Belirlenen izleyici temsilcisi uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur ve Üst Kurula bildirilir." ile 6. maddesinin 5. fıkrasında yer alan "Medya hizmet sağlayıcılar, yönetmelikle belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde künye bilgilerini, iletişim adresini, izleyici temsilcisinin adını ve iletişim bilgilerini Üst Kurula bildirmek ve internet sitelerinde yayınlamak zorundadır." şeklinde yasal bir zeminde yer almaktadır.

3.6.3 Öz Denetim Uygulaması Olarak Yayıncılık Etik İlkeleri

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneği tarafından, Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında yaşanan sorunlar

[245] İzleyici Temsilciliği Uygulaması, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=0f7f9273-fc6c-409c-8f8a-b482c095415a. (07.05.2011)

karşısında radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının etrafında uzlaşacakları ortak bir etik davranış zemini oluşturulması amacıyla 25 Mayıs 2007 tarihinde bir toplantı düzenlenerek Türkiye'deki çeşitli üniversitelerden medya etiği alanında önemli çalışmaları bulunan akademisyenlerin görüşlerine başvurulmuş ve genel yayıncılık etik ilkeleri ışığında taslak bir metin hazırlanmıştır. Hazırlanan bu taslak metin çalışmasının ikinci ayağını oluşturmak üzere de 25 Haziran 2007 tarihinde TVYD üyeleri ile toplantı yapılarak uzlaşma sağlanmıştır. Aynı tarihte Televizyon Yayıncıları Derneği, Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM) ve Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği (YBTB) ile bir toplantı düzenlenerek sektörde yer alan meslek örgütlerinin de metin üzerindeki görüşleri alınmış ve metin üzerinde uzlaşma sağlanmıştır. Bunun sonucunda Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında ilk uygulama olan ve yayın kuruluşlarının, meslek örgütlerinin ve akademisyenlerin mutabakatı sonucunda belirlenen ve 12 maddeden oluşan "Yayıncılık Etik İlkeleri", 3 Temmuz 2007 tarihinde, işbirliğinde bulunan tüm taraflarca imzalanarak taahhüt altına alınmıştır. Yayın kuruluşları tarafından altına imza konulan Yayıncılık Etik İlkeleri şu şekildedir:[246]

İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak,

İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları doğru, tarafsız ve eksiksiz yayınlamak,

Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak,

Çokseslilliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek,

Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve önyargılara yer vermemek,

Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak

Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağduyulu davranmak,

---

[246] Yayıncılık Etik İlkeleri, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=ceb44980-c47e-4364-9b6a-1e3242552102. (07.05.2011)

Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek,

Özel hayata ve mahremiyete saygılı olmak,

Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak,

Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek,

İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek.

Yayıncılık Etik İlkeleri'nin hayata geçirilmesi konusunda Türkiye'deki yayın kuruluşlarını temsil eden TVYD üyeleri, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) akademisyenleri ve RTÜK uzmanlarından oluşan çeşitli gruplarla, yayıncılara rehber niteliği taşıyacak bir kitapçık hazırlamak üzere çalışma toplantıları düzenlenmiştir. Temmuz 2009 tarihinde, RTÜK, TVYD ve Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) ortak çalışması sonucunda rehber kitapçığın basım işlemleri tamamlanarak sektöre kazandırılmıştır.[247]

Sonuç olarak, Türkiye'de ilk defa radyo ve televizyon alanında tüm ilgili tarafların katılımı sağlanarak oluşturulan Yayıncılık Etik İlkeleri toplumsal sorumluluk anlamında öz denetim uygulamasının başarılı bir örneğini oluşturmaktadır.

3.6.4 Öz Denetim Uygulaması Olarak Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler

Etkileri büyük ve yaygın olan terör eylemlerinin medyada veriliş biçimi eylemin toplum üzerindeki etkisini belirlemektedir. Bu nedenle, özellikle terör eylemlerinin haberleştirilmesinde gözetilmesi gereken sınırlar ve ilkeler, ülkemizde de sık sık tartışma konusu olmakta, bu konuda RTÜK tarafından uzmanların ve

[247] *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2009/2010 Faaliyet Raporu*, RTÜK, Ankara, 2010, s. 50-51.

ilgililerin katıldığı toplantılar düzenlenmektedir. 2010 yılının Haziran ayında terör eylemlerinin yaşanması ve saldırıların yoğunlaşacağı yönünde duyumlar alınması üzerine, 25 Haziran 2010 tarihinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından, İçişleri Bakanı, Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarı, Emniyet Genel Müdürü ile Televizyon Yayıncıları Derneği Üyeleri ve Türkiye'nin önde gelen yayın kuruluşlarının katıldığı "Medya Duyarlılığı" toplantısı gerçekleştirilmiştir. Toplantıda RTÜK, Televizyon Yayıncıları Derneği ve yayın kuruluşlarının işbirliği ile ilkeler belirlenmesine karar verilmiş ve bir aylık bir çalışmanın ardından, "Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler" ilan edilmiştir. Bu ilkeler şu şekildedir: [248]

1. Son Dakika Haberleri:

Söz konusu olay gelişen bir olay değilse ve sık sık yeni gelişmeler yaşanmıyorsa, canlı yayın kesilip normal yayına dönülmeli, gelişmeler bundan sonra haber bültenlerinde duyurulmalıdır.

"SON DAKİKA" altyazısı en fazla 5 dakika ekranda tutulmalıdır. Önemli yeni bir gelişme olduğu takdirde elbette tekrar canlı yayına dönülebilir. İzleyicilerde korku, yılgınlık ve paniğe sebep olabilecek sansasyonel "SON DAKİKA" altyazılarından kaçınılmalıdır.

2. Canlı Yayınlar:

Şehit Haberleri ve Şehit Cenazeleri

Olayda hayatını kaybedenlerin durumu yetkililer tarafından ailelerine bildirilmeden önce, isimleri açıklanmamalı, yetkililerden önce acılı aile bulunup ekranlara taşınmamalıdır.

Şehit olan görevliler, çok büyük bir istisnai özellik taşımadıkça şehit cenazelerinin törenlerinden ve şehit ailelerinin evinden canlı yayın yapılmamalı veya acılı insanları rahatsız edecek röportajlara yer verilmemelidir.

[248] *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2009/2010 Faaliyet Raporu*, RTÜK, Ankara, 2010, s. 51-53.

Slogan, ağıt gibi görüntülere mümkün olduğu kadar yer verilmemeli, olay ekrana uzak çekimle yansıtılmalıdır.

Olay Yerinden Yayın

Terör saldırıları ve doğal felaketlerle ilgili canlı yayınlara deneyimli, varsa konunun uzmanı muhabirler gönderilmelidir.

Felaket görüntüleri ve terör saldırıları yayınlanırken ürkütücü, izleyenleri paniğe sürükleyecek, toplumsal gerginliğe yol açacak görüntülerden kaçınmalıdır.

Görüntü alınırken güvenlik güçlerinin olay yerinde çizdiği sınırın aşılmaması büyük önem taşımaktadır.

Terör Olaylarının Sorumluları İle İlgili Çekimler

Terör olaylarının sorumluları ya da savunucuları ile bir mülakatın yapılması düşünüldüğü hallerde, yayın sorumlusundan izin alınmalı ve mülakatın çerçevesinin kamu yararı gözetilerek çizildiğinden emin olunmalıdır.

Bu mülakatlarda terör olaylarını haklı gösterecek, saldırıları gerçekleştirenlerin propagandası olarak algılanabilecek, bu tür saldırıları teşvik eder görünebilecek her türlü yayından kaçınılmalı, böylece teröristlerin reklam ve tanıtımını yapar duruma düşülmemelidir.

Teröristlerin sözleri basın mensubunun sözleri olarak değil, bunun kimin tarafından söylendiği çok net olarak belirtilerek aktarılmalıdır.

3. Konuk Konuşmacılar:

Haber ve tartışma programına yorumcu olarak davet edilen kişilerin konunun uzmanı konuklar olmasına dikkat edilmelidir.

4. VTR Yayınları:

Çok eski ve aynı görüntülerin kullanılması aşinalık ve sempati uyandıracağından özellikle teröristlerin yüzlerinin göründüğü görüntülere yer

verilmemesi gerekmektedir. Terör örgütünü düzenli ordu olduğu izlenimi uyandıran görüntülerin yayınlanmamasına özen gösterilmelidir. Bıktıran tekrarlardan kaçınılmalı ve görüntülerin "Arşiv" olduğu mutlaka belirtilmelidir.

Sonuç olarak, terör ve olağanüstü durumlarda izleyicinin, olayların çarpıtılmadan, abartılmadan, olduğu gibi kendisine aktarıldığını bilmesi ve yayıncı sorumluluğu altında halkın haber alma özgürlüğünü sonuna kadar kullanması büyük oranda önem arzetmektedir. Bu sorumluluğun hızlı ve doğru biçimde yerine getirilebilmesi için de habercilerin öncelikle Devlet yetkililerinin açıklama yapmasını beklemesi ve uzlaşma sağlanan İlkeler ışığında hareket etmesi sistemin işlerliği açısından en doğru olan hareket olacaktır.

3.6.5 Öz Denetim Uygulaması Olarak Reklam Özdenetim Kurulu

Reklamverenler Derneği (RVD) ve Reklamcılar Derneği (RD) üyeleri ile Uluslararası Reklamcılık Derneği'nin (IAA) 1994 yılında birlikte oluşturdukları Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK), Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'na aykırı buldukları reklamların düzeltilmesini ya da yayınlanmamasını reklamverenlerden talep eden ve tüzel kişiliği olmayan bir öz denetim kuruluşu olarak hizmet vermektedir. RÖK'ün bu hizmeti reklam verenlere ve medyaya, diğer denetim organlarının yaptırımlarından korunmak için, tavsiye niteliği taşımaktadır. Bunu yasal bir zorunluluğa dayanarak değil, kamuoyuna yaptığı taahhüt gereği ve topluma karşı sorumluluğunun bilincindeki reklamverenlerin sağduyusuna güvenerek yapmaktadır. Reklamveren - reklam ajansı - mecra üçlüsünün temsilcilerinin katılımı ile reklamların yasal, ahlâki, doğru ve dürüst olmasının sağlanması yolunda aktif şekilde sürekli çaba göstermeyi amaçlayan RÖK, Avrupa'daki öz denetim kurullarının temsil edildiği Avrupa Reklamcılık Standartları Birliği'nin (European Advertising Standards Alliance-EASA) de üyesidir.[249]

[249] RÖK'ün Resmî Web Sitesi, http://www.rok.org.tr/misyon.html. (10.05.2011)

RÖK, Türkiye'deki reklam mecralarında yayınlanan reklamların Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın Türkiye uygulamalarını içeren RÖK Esasları'na uygunluğu hakkında karar vermektedir.[250] Kurul'un temel işlevlerinden biri reklam ajanslarına, reklamverenlere ve reklam mecralarına öz denetim anlayışını benimsetmek ve bu Esaslar'ı herhangi bir şikâyetin ortaya çıkmasını engelleyecek biçimde, kendi iradeleriyle uygulama alışkanlığı kazandırmaktır. Kurul, öz denetim kavramının tüm ilgili gruplarca benimsenmesi için eğitim ve tanıtım çalışmaları yapmakta, böylece birçok ihtilafın daha kısa şekilde ajanslar, reklamverenler ve mecralar arasında karşılıklı sorumluluk ve diyalog içerisinde giderilmesi amaçlanmaktadır.

RÖK, yanıltıcı reklamlarla ilgili tüketici şikâyetlerini, reklamverenler veya reklam ajanslarının ticari iletişim ve tanıtım faaliyetleri dolayısıyla birbirleri hakkındaki şikâyetlerini, reklam kurumunun imajını koruma ve saygınlığını arttırma, reklama güven sağlama amacıyla başvuru beklemeksizin Kurul üyelerince önerilen -gerektiğinde Kurul Sekreteryasınca yapılan tarama sonucunda Başkan tarafından gündeme alınan- dürüst ve doğru olmayan reklamları karara bağlamaktadır. Reklam ajansı veya reklamverenler tarafından istenmesi halinde yayın öncesi danışma (copy advice) hizmeti vermektedir. Mecranın yayınında tereddüte düşülmesi durumunda yapılan başvuru sonucu tavsiye niteliğinde görüş bildirmektedir. RVD üyesi olan ve öz denetimin finansmanı için yıllık ödemede bulunan reklamverenlerin yayın öncesi danışma talepleri ücretsiz olarak ele alınmaktadır. Bunun dışındaki reklamverenler ile reklam ajansları ve medyanın bu tarz başvuruları için ayrıca ücret talep edilmektedir. Ayrıca RÖK, Yürütme Kurulu'nun kararlarına taraflarca yapılan itirazları, Yürütme Kurulu'nca önemli görülüp aciliyeti olmaması nedeniyle RÖK'e iletilen reklamları, Yürütme Kurulu'nca ilke kararına (içtihad) gerek duyulan reklamları, nihai ve kesin olarak karara bağlamakta ve kamuoyuna yapılan ortak taahhüt çerçevesinde, kararlarının uygulanmasını ilgililerden ve mecralardan istemektedir. Gerekli gördüğü hallerde ve zamanda, reklam ve mecralardaki gelişmeleri göz önünde tutarak Esaslar'ı geliştirebilmekte ve zenginleştirebilmektedir.

[250] RÖK'ün Resmî Web Sitesi, http://www.rok.org.tr/urue.html. (10.05.2011)

RÖK, Yürütme Kurulu, bir Başkan ve 27 üyeden oluşmakta ve bu üyeler; reklamveren temsilcisinden, reklam ajansları temsilcisinden, televizyon, basın, açıkhava, radyo mecraları temsilcilerinden, tüketici kuruluşlarından, üniversiteden ve İstanbul Barosu'ndan gelen temsilcilerden oluşmaktadır. Reklamveren temsilcilerini RVD, reklam ajansları temsilcilerini RD, diğer medya temsilcilerini ise IAA belirlemektedir. Bu belirlemede, her mecranın toplam reklam gelirindeki payı ve yayın gruplarının sahip olduğu mecraların izlenme payları ve tirajları dikkate alınmaktadır. Başkanlık bağımsız bir kişilik taşımaktadır. Üyelerin görev süresi 2 yıldır ve süresi biten üyeler yeniden seçilebilmektedir. Üyeler, toplantılara bizzat katılmak zorundadır. Altı ay içinde toplantıların en az yarısına katılmayan üye uyarılmakta ve devamsızlığı ikinci altı ayda da aynı şekilde devam eden üyenin üyeliği bir daha seçilmemek üzere düşmektedir. RÖK, her ayın birinci ve üçüncü haftası en az 8 üyesinin (her gruptan en az bir üye bulunması şartı ile) katılımı ile toplanmaktadır. Yürütme Kurulu, başvuruların ivedi olarak karara bağlanması için daha sık toplanan, RÖK adına ve onun yetkilerini kullanarak başvuruları karara bağlayıp uygulatma yetkisine sahip RÖK'ün bir iç organıdır ve RÖK üyeleri arasından seçilen iki reklamveren, iki reklam ajansı, biri yazılı diğeri görsel mecradan iki mecra temsilcisi olmak üzere başkan dâhil 7 kişiden oluşmaktadır. Her grubun kendi içinden göstereceği ikişer adayın RÖK tarafından onaylanması ile Yürütme Kurulu oluşmakta ve RÖK tarafından Yürütme Kurulu'na ayrıca bir Başkan Yardımcısı seçilmektedir. Yürütme Kurulu üyeliği iki yıldır ve görev süresi biten yeniden seçilebilir. Yürütme Kurulu gündeme alınan reklamlar hakkında karar vermekte ve bu kararını uygulamakta, gerektiğinde yayın öncesi görüş bildirmekte, Reklam Özdenetim Platformu'nun onaylayacağı tanıtım ve kamuoyu ile iletişim stratejilerinin ve kampanyalarının uygulanması işlerini yürütmektedir. Yürütme Kurulu, her gruptan en az bir üyenin bulunması koşulu ile en az 4 üyesinin katılımı ile her ayın ikinci ve dördüncü haftası toplanmakta ve asıl üyelerden katılamayacağını bildirenlerin yerine o gruptan seçilen yedek üye toplantıya çağrılmaktadır. Toplantının yapılamadığı durumlarda, başvuruların ivediliği gerektiriyorsa üyelerle elektronik ortamda iletişim kurularak karar oluşturulabilmektedir. Kamu kurumlarının ve meslek kuruluşlarının aynı alandaki faaliyetleri ile yasalardan gelen görev ve yetkileri, RÖK'ün gönüllü öz denetim

nitelikli işlevini yerine getirmesini engellememekte ve Kurul, öz denetimin etkinliğiyle ilgili çalışmalarda bu tür kuruluşlarla işbirliğine gitmektedir. Ayrıca, Kurul yargıya intikal etmiş şikâyet veya ihtilafları ele almamaktadır.

RÖK Esaslar'ına aykırı olduğu düşünülen reklamın reklamvereninden ve varsa reklam ajansından, en geç iki iş günü içinde yazılı görüşünü bildirmesi istenmektedir. Bu süre içinde bir yanıt alınamazsa, Kurul elindeki bilgiler ışığında karara varmakta ve Esaslar'a aykırılığı çok açık olan ve yayınının hemen durdurulması gereken reklamlarla ilgili, reklamvereninin görüşü alınmadan karar verilebilmektedir. Esaslar'a aykırı olmadığı çok açık olan reklamlarla ilgili başvurular, reklamverenin görüşünün alınmasına gerek duyulmadan sonuçlandırılabilmektedir. Yazılı görüşe ek olarak sözlü görüş de bildirmek isteyenlerin talebi, Yürütme Kurulu'nca konunun niteliğine göre değerlendirilmekte ve uygun bulunursa toplantıya çağrılarak dinlenmektedir. Bu tür bir talep kabul edildiğinde, konuyla ilgili diğer tarafa, kendisinin de toplantıya katılıp görüş bildirebilmesi için haber verilmektedir. Yürütme Kurulu gerekli görürse, taraflar RÖK'te de sözlü görüş bildirebilmektedir. Kararlar, katılanların oyçokluğu ile alınmaktadır. Görüş alınmadan karar verilmesi, toplantıya katılanların oybirliğini gerektirmektedir. Yürütme Kurulu kararlarına karşı RÖK'e itiraz edilebilir. İtiraz üzerine verilen RÖK'ün kararı kesindir ve bu karara karşı yapılan itirazlar, yeni bir belge sunulmadıkça, değerlendirilmez. Her biri kendi alanında uzman olan kişilerden oluşan ve incelenen reklamın kategorisine göre her dosya için seçilecek bilirkişilerin bulunduğu "Bilirkişi Listesi" oluşturulabilir. Oluşturulacak bilirkişi listesinden her dosya için kimin bilirkişilik yapacağına ise Yürütme Kurulu karar vermektedir. RÖK üyelerinin önerileriyle oluşturulan listeden seçim yapılırken, uyuşmazlıkta taraf olanların önerdikleri bilirkişilerin mümkünse o dosya için seçilmemesine özen gösterilmektedir. Başkan sonuç verebileceğini düşündüğü hallerde, şikâyet konularını ilgili taraflarla müzakere ederek Esaslar doğrultusunda kendi aralarında bir çözümde uzlaşmalarını teşvik edebilir. İhtilafın çözülmesi ve başvurunun yazılı olarak geri çekilmesiyle, başvuru Kurulların gündeminden çıkarılmaktadır.

RÖK'e, tüketiciler, tüketici, çevre vb. kuruluşları ve ilgili meslek kuruluşları, rakip reklamveren veya reklam ajansları, başvuruda bulunabilir. Başvurular, Kurul

Başkanlığı'na yapılır ve yazılı olmak zorundadır. Esaslar'ın hangi maddesinin ihlal edildiği açıkça belirtilir ve yayınlanan reklamın bir örneği (aslı, fotoğrafı, CD'si vb.) başvuruya eklenir. Tüketiciler, çevre vb. kuruluşları ve ilgili meslek kuruluşları ile öz denetimin finansmanı için yıllık ödemede bulunan reklamverenlerin başvuruları ücretsiz olarak ele alınır. RÖK'e yapılan başvuruları öncelikle Kurul Başkanı değerlendirir ve uyuşmazlığın ne şekilde ele alınacağını belirler. Başkan'a bağlı olarak çalışan Sekreterya Başkan'ın onayıyla; başvuruları kayda alır, sıraya koyar, şikâyette bulunulan reklamın reklamvereninin ve reklam ajansının görüşünü ister, eksik bilgi ve belgeleri tamamlatır. Kanıtların ticari sır taşıması halinde ise taraflardan her biri, diğer tarafın dilekçesi ekinde Kurul'a gönderdiği kanıt niteliğindeki rapor ve belgeleri incelemek isterse; ticari sır niteliğinde olmamak şartıyla, isteyen tarafa bu belgeler gönderilir. Belge ve raporların bazı bölümlerinin ticari sır taşıdığı, rapor sahibi tarafından ileri sürülürse kendisi kapatmamış ise rapor, bu bölümler kapatılarak gönderilir. Taraflar belge ve raporlarını Kurul'a gönderirken tümünün ya da bir bölümünün ticari sır niteliğini taşıdığını belirtmemişlerse; karşı tarafa gönderilmesinde sakınca bulunmadığı kabul edilir. Yukarıdaki kurallar genel duyurulara ek olarak, her başvuruda görüş isteme yazılarında açıkça belirtilir. Raportör, dosyayı reklam örneği, söz düzeni ve kanıtlarıyla birlikte Kurul'a sunar, Kurul üyelerinin sorularını yorumda bulunmadan yanıtlar ve alınan kararın yazılmasını, imzalatılmasını, tebliğini sağlayarak ve uygulanmasını izleyerek Yürütme Kurulu'na bilgi verir. Kararlar, her iki tarafa da yazılı olarak bildirilir. Görüş alınmasına gerek duyulmadan Esaslar'a aykırı olmadığı sonucuna varılan reklamlarla ilgili Yürütme Kurulu kararı, sadece başvuruyu yapan tarafa bildirilir.

Kararlar, toplantıya katılanların salt çoğunluğuyla verilir. Oylarda eşitlik halinde, Başkan'ın bulunduğu tarafın görüşü, kararı oluşturur. Uyuşmazlığın (reklam veren ya da reklam ajansı olarak) taraflarından birinin mensubu olan RÖK üyesi, kurullardaki müzakere ve karar aşamalarında toplantıya katılamaz. Yürütme Kurulu veya RÖK bir dosyayı inceleyip karara vardıktan sonra, görüşünü taraflara bildirir. Reklam yanıltıcı bulunmuşsa, düzeltilmesi veya yayınının durdurulması önce reklamveren ve reklam ajansından istenir. Bu bildirim reklamın yayınlandığı mecraya da bilgi edinilmesi için yazılı olarak yapılır. Reklamın düzeltilmesi veya yayından kaldırılması için 2 iş günü beklenir. Reklam düzeltilmez veya

durdurulmazsa, ilgili mecra kuruluşlarına yazıyla bilgi verilerek yayından kaldırılması istenir. Düzeltmenin karara uygun olup olmadığını belirleme yetkisi Yürütme Kurulu'ndadır. Kurul'un onayı alınmadan düzeltilmiş reklam yayınlanmaz. Kurul, en geç, düzeltilmiş reklamın alındığı günün ertesi iş günü sonuna kadar bu konudaki görüşünü ilgililere duyurur. Karara itiraz edilmiş olması, kararın uygulanmasını durdurmaz. İtiraz karara bağlanıncaya kadar, karar gereğine taraflar uymak zorundadır.

Kesinleşen Kurul kararları RÖK'ün internet sitesinde gerekçeleriyle her ay yayınlanmaktadır. Bu kararlara, sadece öz denetimin finansmanı için yıllık ödemede bulunan RVD üyesi olan reklamverenler kendilerine verilen şifre ile erişebilirler. Kesinleşen Kurul kararları bunun dışında herhangi bir kişi, kuruluş ve/veya organ ile paylaşılamaz. Kurul kararlarının, kamuoyuna yapılan duyuru ve taahhüdün doğal sonucunu oluşturan bağlayıcılığı bulunmaktadır. Bu bağlayıcılığın geçerliliği, tarafların mesleki ve ticari ahlak değerlerine verecekleri önemle sağlanmaktadır. Kurul, kararların sağlıklı ve tutarlı olması için gerekirse araştırmalar yaptırarak bilimsel görüşler alabilir. İlgili tarafları öz denetim konusunda bilinçlendirmek, dürüst ve doğru reklamcılık konusunda eğitmek, RÖK faaliyetlerinin tanıtımını yapmak amacıyla periyodik bilgilendirmeler, tanıtım etkinlikleri yapılmakta ve alınan ilke kararları açıklanmaktadır.

Kurul toplantılarındaki görüşmeler, ileri sürülen görüşler, kullanılan oylar ad belirtilerek veya belirtilmeyerek hiçbir şekilde açıklanamaz. Aksine davranışı saptanan üye RÖK kararı ile uyarılır ve davranışın tekrarı halinde üyelik Kurul kararı ile sona erdirilir. Sekreterya'nın bu ilkeye uyması Başkan tarafından izlenir ve sağlanır. Kurul kararları toplantı dışında tartışma konusu yapılamaz. Kararlar hakkında taraflar dâhil hiç kimse karara katılanlara ve raportörlere soru soramaz, bilgi isteyemez, görüşünü bildiremez. Kararın özünü sorgulamayan ek bilgi talepleri yazılı olarak yapılmakta ve Kurul Başkanı tarafından yanıtlanmaktadır.[251]

Sonuç olarak, Türkiye'deki reklamcılık sektöründe geçerli olacak İlke ve Esasları belirleyerek reklamcılık alanında bir öz denetim kurulmasını amaçlayan Reklam Özdenetim Kurulu başarılı bir öz denetim kuruluşu olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

[251] RÖK'ün Resmî Web Sitesi, http://www.rok.org.tr/ilkeler.html. (10.05.2011)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Denetim, önceden belirlenmiş politikalar, bu politikalara uygun kararlara göre belirlenen amaçlara ulaşma ve bu amaçlara ulaşmada yol gösterici bir kuvvetin var olmasını ifade etmektedir. İletişim araçları arasında yaşanan yakınsama, teknik yapıdaki hızlı değişimler ve gelişmeler farklı denetim alternatiflerini de beraberinde getirmektedir.

Denetim biçimleri genel olarak, "Geleneksel ve Geleneksel Olmayan Denetim Biçimleri" şeklinde iki başlık altında toplanabilir. Geleneksel denetim biçimleri yönetilen aktörlerin menfaatlerini göz ardı ederken; geleneksel olmayan denetim biçimleri ise, tamamen yöneten egemenliği yerine yöneten ve yönetilenlerin işbirliğine dayalı bir egemenlik sistemini beraberinde getirmektedir.

Geleneksel denetim biçimleri, sadece duruma göre hareket etme eğilimi içinde olduğu için ideal olan çözüm yöntemlerine sahip olabilme eğilimini gösterememektedir. Bu denetim biçimini çözümsüzlüğe sürükleyen en önemli engel ise küreselleşmedir.

Günümüzde medya denetimi açısından yapılmakta olan geleneksel denetim yöntemleri, kompleks ve hantal bir yapı sergilemektedir. Hızla gelişen ve giderek birbirine daha çok yakınlaşan yeni teknolojiler nedeniyle idari otoriteler tarafından yapılan denetim, özellikle de kitle iletişimi alanında karşılaşılan birçok sorunun gerisinde kalmakta ve çözümünde etkili olamamaktadır. Bu tarz denetim oldukça karmaşık olan mekanizması dolayısıyla da ağır işlemektedir.

Bu nedenlerle devletler, denetleme yöntemlerinde, "Tam bir devlet denetimden kısmi devlet denetimine, devlet yaptırımlarından sosyal yaptırımlara, tek taraflı bakış açısından işbirliği içerisinde kural koymaya ve bunu uygulamaya ve zorunlu uygulamalardan ikna etme stratejilerine geçmeye" şeklinde değişiklikler yapmaya yönelmişlerdir. Bunun yanı sıra kitle iletişim araçlarına da, kendilerine

özgü yapılarından dolayı farklı denetim rejimleri uygulanmaktadır. Tüm bu gelişmeler, denetim yöntemlerinde, "İşbirliği" faktörünü temel alan "Öz Denetim" ve "Ortak Denetim" gibi yöntemleri beraberinde getirmektedir.

Öz denetim ve ortak denetim, uzlaşma temeli üzerinde yükselen bir sisteme işaret etmektedir. Bu nedenlerle, gerek Avrupa Konseyi açısından gerekse Avrupa Birliği açısından ortak denetim ve öz denetim konusu giderek artan bir şekilde güncelliğini korumaktadır. Avrupa toplumuna yasal araçlar açısından son zamanlarda bakıldığında öz denetim, özellikle de ortak denetim yaklaşımının gerekli, mümkün ve etkili bir denetim yolu olduğu görülmektedir.

Bu denetim türleri, idare tabanlı baskı ve yasaklara dayalı denetim türlerine göre daha özgürlükçü bir yapı sergilemektedir. Burada yaşanan tek sorun, kitle iletişimine devlet müdahalesinin nerede, ne zaman, doğrudan ya da dolaylı bir şekilde olup olmayacağı sorunudur. Bu durum kamu otoritesinin değişik prensiplerde ve tekniklerde denetimin içinde nasıl ve ne derecede yer aldığı sorununa çözüm getirecektir. Her durumda da, bütün denetim biçimlerinin genel bir yasal şemsiye altında şekillendirileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Yetkili kamu otoritelerinin, denetim konusunda yaptırımlar uygulamak yerine yasal çerçeveyi oluşturarak, bu çerçevenin öz denetim kuruluşları tarafından aşılıp aşılmadığını kontrol etmek ve medya kuruluşlarının sisteme uyumlarını sağlamak amacıyla gerekli tedbirleri alma konusunda daha fazla rol oynaması gerekmektedir. Bu durumda demokratik bir mevzuat, ortak denetim mekanizmalarının sağlıklı bir biçimde işlemesini sağlayacak, kamu otoriteleri ve medya kuruluşları da bu işleyişin sorumluluğunu ortaklaşa üstleneceklerdir.

Bu Tez'de, ortak denetim, kamusal denetim ve medyanın öz denetiminin ortak bir bileşeni şeklinde ele alınmış ve savunulmuştur. Çünkü, devlet müdahalesinin daha iyi bir denetim biçimi anlamına geldiğine dair güçlü kanıtlar sunan bir argüman bulunmamaktadır. Öz denetimin de tek başına başarılı olamadığı gerçeği de ortadadır. Çünkü öz denetim, devlet tarafından belirlenen herhangi açık bir kural içermemektedir. Herhangi bir devlet etkisinin bulunmadığı dar anlamdaki bu öz denetim kavramı bu nedenle gerçek bir devlet dışı düzenleme olarak

sınıflandırılabilir. Geniş anlamda ise, öz denetim devlet teşviklerini ya da başka bir şekilde öz denetleyici sistemleri etkilemeyi içerebilmektedir. Ancak, ortak denetim sistemlerinde endüstrinin gerçekten sorumluluğu üstlendiği ve böylece uygulamayı temin ettiği gözlenmektedir. Bu bağlamda, Tez, devlet denetiminin sorumluluğu tamamen özel sektöre devretmeden devlet ve devlet dışı düzenlemelerle nasıl arttırılacağına odaklanmıştır. Ortak denetim sistemleri, ilgili olan aktörler tarafından alınması gereken önlemlerle bağlayıcı yasal ve düzenleyici işlemleri birleştirmektedir. Bu nedenle de ortak denetimin ağırlığı bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Devletin takdir yetkisini devlet dışı düzenleme sistemine bırakmaması halinde ise ortak denetimden bahsedilememektedir. Ortak denetim devlet düzenlemesinin bir parçası gibi görünmesine rağmen, uygulama sadece yayıncılar tarafından gerçekleştirilebilmektedir.

Ortak denetim sistemi her ülkeye göre farklılıklar içermektedir. Bunun nedeni ise, ortak denetim sistemlerinin her kitle iletişim aracı ya da ülke için farklı bir şekilde uygulanmak zorunda olmasından kaynaklanmaktadır.

Ülkemizde uygulanan geleneksel denetim ise, zamanla öz denetimi beraberinde getirmiş ve bu durum ilerleyen süreçte ortak denetimin yolunu da açmıştır. Örneğin "Akıllı İşaretler" ve "İzleyici Temsilciliği" uygulamaları başlangıçta bir yasal zorunluluk gereği değil gönüllülük esasına dayanarak oluşturulmuş ve zamanla işlerlik kazanmıştır. Bu gelişmeye rağmen daha sonra yürürlüğe giren 6112 sayılı Yasa ile söz konusu uygulamalar zorunlu hale getirilmiştir. Bu durum ülkemizde ortak denetimin ilk adımları şeklinde değerlendirilebilir.

Ülkemizdeki bazı medya hizmet sağlayıcıların, ulusal ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi gibi uluslararası mevzuatlar çerçevesinde düzenledikleri "Yayıncılık Etik İlkeleri" ile "Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler" ise öz denetim anlamında göze çarpmaktadır.

TBMM İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu'nun hazırlamış olduğu raporunda da, "RTÜK'ün yapısının yeniden gözden geçirilerek, denetleme ve düzenleme görevini daha işlevsel yapabilmesini sağlayacak yasal ve yapısal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi, sadece devlet eliyle yapılan bir kontrol mekanizması yerine, ortak denetim sisteminin benimsenmesi, idari otorite ve siyasi parti temsilcilerinin yanında yayıncıların, sivil toplum örgütlerinin, izleyicilerin ve konu ile ilgili taraf ve aktörlerin de kurulda temsil edilmesinin sağlanması gerektiği"[252] vurgulanarak "Ortak Denetim Sistemi" işaret edilmektedir.

Sonuç olarak; "Devlet müdahalesinin olmaması" şeklinde tanımlanan öz denetim yerine, "Mesleki etik kuralların geliştirilmesini hızlandıran, devletin düzenleme çabalarını destekleyen" ve "Toplumsal ve kültürel değerleri korumak için gerekli düzenlemeleri yapmayı ve bu işleyişi sağlamak için gerekli tesisleri oluşturmayı" teşvik ederek devlet müdahalesini de sınırlı tutabilen ortak denetim sistemi tercih edilmektedir.

Bu Tez'de yapılan değerlendirmeler, ortak denetim sistemlerinin, kamu otoritesinin ve medya kuruluşlarının hedeflerini etkili bir şekilde koruduğunu göstermektedir. Bu bağlamda ve yukarıda anlatılanların ışığında ortak denetimin medya alanının denetlenmesinde kaçınılmaz olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.

[252] TBMM İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu Medyada Yer Alan Bazı Haberlerin, Masumiyet Karinesini İhlal Ettiği İddialarının Araştırılması" ile ilgili İnceleme Raporu http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/belge/03_03_2010_medya_raporu.pdf (15.06.2011)

KAYNAKÇA

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (2005), *Öteki Kuram*, Erk Yayıncılık, Ankara.

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (1990), *İletişim ve Toplum*, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Avrupa Komisyonu (2005), 7. Avrupa Bakanlar Konferansı'nın Bilgi Toplumunda İnsan Hakları ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi Çalışması, www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/MCM(2005)005_tr.pdf. (18.05.2011)

Avşar, B. Zakir ve Demir, Vedat (2005), *Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*, Pramit Yayıncılık, Ankara.

Akarcalı, Sezer (1997), *Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*, Punto Matbaacılık, Ankara.

Alemdar, Zeynep (1990), *Oyunun Kuralı*, Bilgi Yayınevi, İstanbul.

Atay, Cevdet (1999), *Devlet Yönetimi ve Denetimi*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Aziz, Aysel (2006), *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Aziz, Aysel (2007), *Radyo Yayıncılığı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Bayram, Nazlı (2007), *Toplum ve İletişim*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.

Bülbül, A. Rıdvan (2001), *İletişim ve Etik*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Cankaya Özden (1997), *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Cankaya, Özden ve Yamaner Batur, Melike (2006), *Kitle İletişim Özgürlüğü*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Çakır, Hamza (2005), *Tüm Yönleriyle Radyo*, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Çakır, Hamza (2006), "Düzenleyici Kurullar Olarak RTÜK ve CSA", http://kilad.kocaeli.edu.tr/?sayfa=eser_bilgileri&eserid=16. (23.04. 2011)

Çaplı, Bülent (2001), *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitabevi, Ankara.

Cereci, Sedat (2003), *Medya Etiği*, Metropol Yayınları, İstanbul.

Çiftci, Ahmet (1999), *Uluslararası Hukuk Açısından Radyo ve Televizyon Hukuku*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, Ankara.

Demir, Vedat (1998), *Türkiye'de Medya ve Özdenetimi*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Demir, Vedat (2006), *Medya Etiği*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Demir, Vedat (2007), *Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi*, Beta Basım, İstanbul.

Dökmen, Üstün (2000), *İletişim Çalışmaları ve Empati*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Gökçe, Orhan (1993), *İletişim Bilimine Giriş*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

EASA (1999), "EASA Guide to Self-Regulation", http://www.easa-.org/publications/en/Full%20revised%20Essentials%201.pdf (16.05.2011)

Erdoğan, İrfan (2008), *İletişimi Anlamak,* Erk Yayıncılık, Ankara.

Ferhunde Öktem, Melike Sayıl ve Sevilay Çelenk Özen, *Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi,* RTÜK Yayını, Ankara.

Gedik, Ömer (2008), *Türk Yargı Kararları Çerçevesinde Türkiye'de Kitle İletişim Özgürlüğü*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Gözübüyük, A. Şeref (1999), *Yönetim Hukuku*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Haraszti, Miklos (2008), *Medya Özdenetimi Rehber Kitabı,* (Ed.) Adeline Hulin ve John Smith, AGİT Medya Özgürlüğü Temsilciliği Dairesi Yayını, Viyana.

Işık, Metin (2000), *İletişimden Kitle İletişimine*, Mikro Yayınları, Konya.

Işık, Metin (2005), *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya.

Işık, Metin (2007), *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya.

Işık, Metin (2008), *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.

İcil, Aslı, Tunç, Ayça, Dağsalgüler, Aylin, ve Nacaroğlu, Saka, Yaşartürk, Erdoğan, Paker, Kabadayı, Budak, Ker-Dinçer, Yılmazkol, Aksoy, Soygüder (2007), *Medya Okumaları*, (Der.) Özgür Yılmazkol, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

İçel, Kayıhan ve Ünver, Yener (2007), *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

IRIS (2003), *Co-Regulation of the Media in Europe*, European Provisions for the Establishment of Co-Regulation Frameworks", European Audiovisual Observatory Yayını, Strazburg.

Kaya, Ali (2004), *Bağımsız ve Düzenleyici Üst Kurullar*, Eğitim Kitabevi, Konya.

Kaya, A. Raşit (1985), *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, Ankara.

Kejanlıoğlu, Beybin (2004), *Türkiye'de Medyanın Dönüşümü*, İmge Kitabevi, Ankara.

Kızıl Erkelli, Neşe (1998), *İletişim Özgürlüğü ve Medyada Oto-Kontrol*, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Mutlu, Erol (1995), *İletişim Sözlüğü*, Ark Yayınevi, Ankara.

Mutlu, Erol, Çaplı, Bülent, Kejanlıoğlu, Beybin D., ve Çelenk, Adaklı, Pekman, Talimciler (2001), *Medya Politikaları*, (Der.) D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Kitabevi, Ankara.

Mutlu, Erol (2005), *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Open Society Institute (2005), *Avrupa'da Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık*, İzleme Raporu, Ankara.

Özenirler, Işıl (2006), Kitle *İletişiminde Denetim, Denetim Modelleri ve Özellikle Radyo-Televizyon Yayıncılığında Denetim*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Palzer, Carmen ve Scheuer, Alexander (2002), "Self-Regulation, Co-Regulation, Public Regulation", 2002, http://www.emr-sb.de/news/Palzer_Scheuer_Unesco-Clearinghouse_Yearbook2004.pdf. (12.04.2011)

Pascal Kamina, Fransa'nın Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Sistemi, Medya Sektöründeki Ortak Düzenleme Ölçütleri Çalışması, Çev: Tuğçe Güler, Avrupa Komisyonu Çalışması.

RTÜK (2006), *Akıllı İşaretler Kodlayıcı Uygulama Rehberi*, RTÜK Yayını, Ankara.

RTÜK (2010), *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2009/2010 Faaliyet Raporu*, Ankara.

Sarmaşık, Jale (1990), *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumunun İdari ve Hukuki Yapısı*, Taç Ofset, İstanbul.

Sarmaşık, Jale (1993), *Radyo ve Televizyon Yayınlarını Denetim Yöntemleri*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.

Sarmaşık, Jale (1994), *Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul.

Study for the European Commission (2006), "Annex 4: Media Systems (Country Reports)", http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/annex_4_en.pdf. (24.04.2011)

Study For The European Commission (2006), "Final Report Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector", ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/coregul/final_rep_en.pdf. (21.04. 2011)

Tekinalp, Şermin (2003), *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon*, Der Yayınları, İstanbul.

Vural, Sacide (1994), *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*, Özışık Matbaacılık, Ankara.

Yengin, Hülya (1994), *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınları, İstanbul.

Zıllıoğlu, Merih (1996), *İletişim Nedir?*, Cem Yayınevi, İstanbul.

http://www.arpp-pub.org, (28.04.2011), (ARPP'in Resmî Web Sitesi)

http://www.csa.fr, (26.04.2011), (CSA'nın Resmî Web Sitesi)

http://ec.europa.eu/avpolicy, (18.05.2011), (Avrupa Komisyonu Görsel-İşitsel Medya Politikaları Resmî Web Sitesi)

http://www.francetelevisions.fr/groupe/france-televisions.php, (24.04.2011), (France Télévisions'nun Resmî Web Sitesi)

http://www.francetelevisions.fr/contact/mediateurs.php, (29.04.2011), (Fransız İzleyici Temsilciliği Uygulaması)

http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21, (18.04. 2011), (2003 İletişim Yasası - Communications Act 2003)

http://www.rtuk.org.tr, (01.05.2011), (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Resmî Sitesi)

http://www.rok.org.tr/misyon.html, (10.05.2011), (RÖK'ün Resmî Web Sitesi)

www.rtukisaretler.gov.tr, (05.05.2011), (Akıllı İşaretler Sistemi'nin Resmî Web Sitesi)

http://www.soros.org, (29.04.2011), (Open Society Foundations'ın Resmî Web Sitesi)

http://www.tbmm.gov.tr, (19.05.2011), (TBMM Resmî Web Sitesi)

http://tdkterim.gov.tr, (13.10.2010), (Türk Dil Kurumu Resmî Web Sitesi)

www.venice.coe.int, (18.05.2011), (Venedik Komisyonu Resmî Web Sitesi)

ÖZET

Kitleleri yönlendirebilme potansiyelleri açısından etkili olarak kabul edilen radyo ve televizyon, küreselleşme ve yayın teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler gibi nedenlerle hukuki ve idari mevzuat sınırları içerisinde denetimi giderek güç hale gelen kitle iletişim araçlarına dönüşmektedir. Bu nedenle, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında "Öz Denetim" ve "Ortak Denetim" mekanizmalarından yola çıkılarak ideal olan denetim modelinin ne olabileceği, son zamanlarda medya alanındaki tartışmaların odağı haline gelmiştir.

Bu doğrultuda hazırlanan Tez'de iletişim kavramı, kitle iletişimi kavramı, medya ve kitle iletişimi ilişkisi, radyo, televizyon, kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili yaklaşımlar üzerinde durulmuş, denetim kavramı, radyo ve televizyon alanının denetlenmesi ve denetlenme gerekçeleri ile radyo ve televizyon alanının denetlenme yöntemleri "Formel, İnformel ve Karma Yöntemler" şeklinde üçe ayrılarak ayrıntılı şekilde anlatılmış, İngiltere, Fransa ve Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının tarihçesi, özellikleri, mevcut düzenlemeleri ve bu ülkelerdeki düzenleyici üst kurulların yapısı, işleyişi, özelikleri, görev ve yetkileri tüm yönleriyle incelenmiş ve bu ülkelerin radyo ve televizyon alanlarında uygulanmakta olan "Öz Denetim ve Ortak Denetim Uygulamaları" tüm yönleriyle ele alınmıştır.

Seda Durmuş

Türkiye'de ve Bazı Avrupa Ülkelerinde Ortak Denetim ve Öz denetim Uygulamaları

Ankara/2011

Anahtar Sözcükler: Radyo, Televizyon, Öz Denetim, Ortak Denetim, OFCOM, CSA, RTÜK.

ABSTRACT

Radio and television accepted as efficient in terms of potentials routing the masses is becoming mass media made control a power gradually within the legal and administrative legislation limits due to reasons such as developments occurred in globalization and broadcast technologies. For this reason, what the ideal supervision model may be has recently became the focus of discussions in media field starting from "Self-Regulation" and "Co-Regulation" mechanisms in radio and television broadcast.

In this direction, communication concept, mass media concept, relation between media and mass media, radio, television, functions of mass media and related approaches were discussed in the prepared Thesis. Control concept, control in radio and television field, reasons for control and control methods of radio and television field were described in detail dividing into three as "Formal, Informal and Composite Methods". History of radio and television broadcasting, features, current regulations in England, France and Turkey and structure, function, features, duty and authorities of regulatory supreme boards in these countries were examined and "Self-Regulation and Co-Regulation Applications" being applied in radio and television fields of these countries were discussed in all their aspects.

Key Words: Radio, Television, Self-Regulation, **Co-Regulation, OFCOM, CSA, RTUK.**

ÖZGEÇMİŞ

1980 yılında Zonguldak'ta dünyaya gelen Seda Durmuş, ilk, orta ve lise öğrenimini sırasıyla Uzunmehmet İlkokulu, Uzunmehmet Ortaokulu ile Uzunmehmet Lisesi'nde tamamlamıştır. 1996 yılında Ankara Üniversitesi - İletişim Fakültesi - Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü'nde üniversite öğrenimine başlayan Durmuş, 2001 yılında söz konusu bölümden mezun olmuştur. 2001-2006 tarihleri arasında çeşitli reklam ajanslarında meslek hayatına devam eden Durmuş, 2001 yılında Üniversite'nin 4. sınıfında iken arkadaşlarıyla birlikte katıldığı ve IAA'in (Uluslararası Reklamcılık Derneği) düzenlemiş olduğu 4. Üniversitelerarası Reklam Yarışması'nda "Tepki Ver, Kırmızı Kart Göster!" isimli çalışmayla "İkincilik Ödülü" kazanmıştır. 2007 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı'nda Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak göreve başlayan ve halen bu görevini sürdüren Durmuş, iyi derecede İngilizce, İtalyanca ve orta derecede Fransızca bilmekte ve halen Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans öğrenimine devam etmektedir.