

TC
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

147333

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

Burcu ÜNLÜ

Danışman: Prof.Dr. Tayfur Özşen

YÜKSEK LİSANS TEZİ

147333

Mersin, 2004

“Herşey simülasyon olarak yeniden görünmeye yazgılıdır. Manzaralar fotoğraf olarak, kadınlar cinsel senaryo olarak, olaylar televizyon olarak. Sanki herşey salt bu garip yazgı yüzünden var. İnsan merak ediyor: Sakın dünya da başka bir dünyada reklam metni olarak kullanılmak için burada olmasın.”

Jean Baudrillard, 1986

“Biz televizyon izleyerek; milyonerler, sinema tanrıları, rock yıldızları olacağımıza inanarak büyüdük. Ama olmayacağız. Şimdi bunu anlamaya başlıyoruz.....”

Tyler Durden/ Dövüş Klubü

“Zeka bocalar, dil sürçer, zihin tökezler”

Lucretius, De rerum, nature, 111, 453 (Umberto Eco, Foucault Sarkacı)

ÖNSÖZ

Umberto Eco, “Sunuş Yazısı Nasıl Yazılır?” başlıklı yazısında, kimseye minnet borcu olmadan yürütölen araştırmaların kuşku uyandıracadı, bu yüzden ne yapıp edip teşekkür edilecek birinin bulunması gerektiğini hiciv içeren bir üslupla yazar.

Benim teşekkür yazım, “kuşku uyandırma” kaygısından çok, bu çalışmada emeği geçen kişilere karşı duyulan borcun bir ifadesidir.

Öncelikle, Mersin de yaşadığım kaynak sınırlılığı içinde bana Ankara’dan kaynak aktarımında bulunan Özlem Yüksel’e; araştırma yapmamda yardımcı olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yetkililerine; D.Beybin Kejanlıoğlu tarafından hazırlanan rapora erişmemi sağlayan Türkiye Gazeteciler Sendikası’na; maddi manevi desteklerini esirgemeyen aileme; fikirleri ile çalışmama katkıda bulunan Melahat Kutun’a, Yr.Doç.Dr. Cemal Altan’a ve Dr.Hacı Kurt’a teşekkür ederim.

alışmaktan zevk aldığım bu konuyu belirlememde yardımcı olan Prof. Dr. Atilla Göktürk’e; çalışmanın sürdürölmesinde danışmanlığımı üstlenen Prof. Dr. Tayfur Özşen’e yardımlarından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Dileğim, yayıncılık alanında beklenen düzenlemelerin gerekleştirölmesine, RTÜK’ün ve yayıncılık alanının sağlıklı bir yapıya kavuşturölmesine, bu çalışmanın bir katkıda bulunabilmesidir.

Mersin, 2004

ÖZET

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

İletişim kavramı çok değişik biçimlerde tanımlanmaktadır. Fakat, iletişim kısaca, mesajlar aracılığıyla yapılan sosyal bir etkileşim olarak ifade edebiliriz. İletişim kavramı farklı kavramlarla betimlendiği gibi; iletişim farklı biçimlerde de sağlanmaktadır. Bu biçimlerden biri de kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilen kitle iletişimidir.

Kitle iletişimi, bir kitlesel araçla şekillenen iletişim şeklidir. Radyo, televizyon, gazete gibi araçlar da kitlesel araçları oluşturmaktadır.

Bu çalışma bağlamında da radyo- televizyon yayıncılığı değerlendirilmiştir. Ülkemizde radyo- televizyon yayıncılığı, kamu yayıncılığı çerçevesinde başlamış, 1990'lı yıllardan sonra özel yayıncılığın başlaması ile yaygınlaşmıştır. Yayıncılık alanındaki süreç birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Sorunların çıkış noktası ise "kamu hizmeti"nin ve "kamu yararı"nın göz ardı edilmesinde saklıdır.

Bu durum sadece ülkemize özgü olmayıp, dünyada yaşanan dönüşümün bir sonucu olmuştur. Gerçekleşen dönüşümün yayıncılık alanında yarattığı sorunlar, Türkiye'de RTÜK, Fransa'da CSA, İngiltere'de ITC ve Amerika'da FCC gibi yapılarla giderilmeye çalışılmıştır.

Ülkemizde yer alan RTÜK hem Türk kamu yönetimi örgütü içindeki konumundan, hem de yayıncılık alanındaki görevlerine, uygulamalarına yönelik konulardan dolayı tartışılmaktadır.

Bu tartışmalar çerçevesinde RTÜK'ün Türk kamu yönetimi örgütü içindeki yerinin tanımlanamadığı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, RTÜK ile beraber yayıncılık alanında gerçekleştirilmesi beklenen düzenlemeler yapılmamıştır.

Medyada tekelleşmenin önlenememesi, frekans tahsislerinin yapılamaması, reklamlara yönelik düzenlemelerde kayıtsız kalınması, RTÜK'ten kaynaklı sorunlar olarak görünse de, yayıncılık alanını düzenleyen 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın da değerlendirilmesini de gerektirmiştir. Bu yasada yer alan bazı düzenlemeler, sorunların daha da büyümesine neden olabilecek niteliktedir.

Bu bağlamda, yasada yapılan tutarsız düzenlemeler ve RTÜK'e ilişkin sorgulamalar göz önünde bulundurulduğunda yayıncılık alanı kaygı verici bir durumdadır.

Yayıncılık alanı "kamu yararı" bilincinden uzaklaşmış; izleyicinin ve programların "meta" gözüyle değerlendirildiği bir sürece girmiştir.



SUMMARY

RADIO AND TELEVISION SUPREME COUNCIL

The communication concept is described in many different ways. Yet, we can shortly express that the communication is a social interaction which is carried out by means of messages. The communication is as different definitions of the communication concept made by different ways, one of which is mass media that is made by mass media instruments.

Mass media is a kind of communication that is shaped by a mass media instrument. Instruments such as radio, television and newspaper constitute the mass instruments.

In this study context the radio- television broadcasting has been evaluated.

In our country, the radio- television broadcasting has started in the limitation of public broadcasting and after 1990's when private broadcasting began it has become widespread. This broadcasting period has brought many problems along with itself. Causes of the matters result from the underestimate of "public service" and "public interest"

This situation is not only peculiar to our country, it has been also the result of the change that has been experienced in the world. This issues of the broadcasting area resulting from the change have been tried to solve by the committees such as RTÜK in Turkey, CSA in France, FCC in USA and ITC in England.

In our country RTÜK is discussed because of both its situation in Turkish public administration and also its duties and applications in the broadcasting area.

In this argumentative context, it is determined that the place of RTÜK in Turkish public administration has not been able to be defined. Besides, the arrangements that have been expected to be fulfilled along with RTÜK in the broadcasting area have not

been made. Even if it seems that the unpreventive monopoly of the media, unappropriation of air waves, indifference to the arrangements related to advertisement result from RTÜK, these had needed evaluating the 3984 code arranging the broadcasting area and the 4756 code that changed the other code. Some arrangements taking place in this code have qualities that lead to grow of the matters.

In this context when the consistent arrangements made in the law code and the reviews about RTÜK are taken into consideration, the broadcasting area is in a worrying situation.

The broadcasting area has avoided having contact with the conscious of the public interest, entered into a period in which the spectator and programs are thought as merchandise.



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
KISALTMALAR	XI
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM: İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜ

I.1. İletişim Kavramı	5
I.2.Kitle İletişimi	8
I.3.Kitle İletişim Araçları(Medya)	12
I.4.Kitle İletişim Araçlarından Radyo ve Televizyon	17
I.5. Medyanın Ayrılmaz Parçası: Reklamlar	27
I.6. İletişim Özgürlüğü	37
I.7. 1982 Anayasası'nda Temel Hak ve Özgürlüklerin Düzenlenişi ...	45
I.7.1. Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması.....	45
I.7.1.1. Özel Hayatın Gizliliği	45
I.7.1.2. Konut Dokunulmazlığı	46
I.7.1.3. Haberleşme Hürriyeti	46
I.7.2. Düşünceyi Açıklama ve Yayma Özgürlüğü.....	47
I.7.3. Bilim ve Sanat Özgürlüğü	48
I.7.4. Basın ve Yayınla İlgili Hükümler	48
I.7.4.1. Basın Özgürlüğü	48

I.7.4.2.Sürelili ve Süresiz Yayın Hakkı	50
I.7.4.3. Basın Araçlarının Korunması	50
I.7.4.4. Kamu tüzelkişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkı	51
I.7.4.5. Düzeltme ve Cevap Hakkı	51
I.8. İletişim Özgürlüğünün Sınırı: Medyada Etik ve Özdenetim	52
I.8.1. Medyada Etik	53
I.8.1.1. Medya İçeriği	56
I.8.1.2. Medya İzleyicisi	69
I.8.2. Medyada Etiksel Bir Kaygı: Özdenetim	79
I.8.3. Etik İçerisinde Aranılan “Kamu Hizmeti”, “Kamu Yararı” Kavramları: Kamu Yayıncılığı Anlayışı	83
I.8.4. Medyada Özdenetim Sisteminin Yetersizliği ve Yayıncılıkta Düzenleyici Kuruluşlar	92
I.9. Dünya Üzerinde Yayıncılıkta Düzenleyici ve Denetleyici Kuruluşlar.....	100
I.9.1. Amerika’da Federal Communication Commission (FCC)...	102
I.9.1.1. Oluşumu ve Karar Verme Mekanizmaları.....	102
I.9.1.2. Görevleri.....	103
I.9.1.3. Teşkilat Yapısı.....	105
I.9.1.4. Yaptırım Gücü.....	108
I.9.2. İngiltere’de Independent Television Commission (ITC).....	112
I.9.2.1. Oluşumu ve Karar Verme Mekanizmaları.....	114
I.9.2.2. Görevleri.....	115

I.9.2.3. Teşkilat Yapısı.....	116
I.9.2.4. Yaptırım Gücü.....	117
I.9.3. Fransa’da Conseil Superieur de l’Audiovisuel (CSA).....	123
I.9.3.1.Oluşumu ve Karar Verme Mekanizmaları	126
I.9.3.2.Görevleri	127
I.9.3.3. Teşkilat Yapısı	131
I.9.3.4. Yaptırım Gücü	132
I.9.4. Düzenleyici Kurulların Buluşma Alanı: EPRA ve Yayıncılık Alanında İki Belge: Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi- Avrupa Sınırsız Televizyon Yönergesi	133

II.BÖLÜM: TÜRKİYE’DE YAYINCILIKTA DÜZENLEYİCİ VE DENETLEYİCİ KURUL: RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

II.1. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Statüsü	139
II.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Örgütlenmesi.....	145
II.2.1.Üst Kurul Üyeleri.....	146
II.2.2 Üst Kurulun Görevleri ve Yetkileri.....	149
II.2.3.Üst Kurulun Teşkilat Yapısı.....	151
II.2.3.1.Ana Hizmet Birimleri.....	152
II.2.3.1.1. Hukuk Müşavirliği.....	153
II.2.3.1.2 Teftiş Kurulu Başkanlığı.....	154

II.2.3.1.3. Savunma Sekreterliği.....	154
II.2.3.1.4. İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı	154
II.2.3.1.5. Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı	156
II.2.3.1.6. İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı	157
II.2.3.1.7. Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı	159
II.2.3.1.8. Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı	160
II.2.3.2. Yardımcı Hizmet Birimleri.....	161
II.2.3.2.1 Personel Dairesi Başkanlığı.....	162
II.2.3.2.2 Eğitim Dairesi Başkanlığı.....	163
II.2.3.2.3 İdari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı.....	164
II.2.3.2.4 Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığı.....	166
II.3. Üst Kurulun Çalışma Düzeni.....	167
II.3.1. Üst Kurul Toplantı ve Yeter Sayısı.....	167
II.3.2. Kurulda Yasaklar ve Denetim.....	168
II.3.3.Üst Kurulun Mali Kaynakları ve Bütçe.....	169
II.3.4. Gelir ve Cezaların Tahsili.....	170
II.3.5. Hükümet İle İlişkiler.....	171
II.3.6. Müeyyideler.....	171
II.4. 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınlarını Düzenleyen Kanunu Değiştiren 4756 Sayılı Kanun İle İlgili Düzenlemeler	174
II.4.1. Türkiye' de Yayın İlkeleri.....	174

II.4.2.Kanal ve Frekans Bandı Tahsisi; Yayınların Düzenlenmesi ve Reklamlar.....	178
II.4.3.Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşları.....	186

III.BÖLÜM: GENEL DEĞERLENDİRME

III.1. RTÜK' e İlişkin Eleştiriler ve Sorunlar.....	191
III.1.1.Yasal Düzenlemede RTÜK: Eleştiriler ve Sorunlar.....	191
III.1.2.Yayıncılık Alanında RTÜK: Eleştiriler ve Sorunlar.....	205
III.1.2.1. Kural Koyma Müdahalelerine İlişkin Örnekler.....	205
III.1.2.2. Cezai Müdahalelerine İlişkin Örnekler.....	207
III.1.2.3.Örgütsel Nitelikte Müdahale: Frekans Tahsis Örneği.....	216
III.2.Öneriler	219
SONUÇ	225
KAYNAKÇA	231

KISALTMALAR

a.g.k: adı geçen kaynak

a.g.m: adı geçen makale

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

CSA: Conseil Supérieur De l' Audiovisuel/ Görsel İşitsel Yüksek Konsey

Çev: Çeviren

FCC: Federal Communications Commission/ Federal İletişim Komisyonu

ITC: Independent Television Commission/ Bağımsız Televizyon Komisyonu

m.: madde

RK: Rekabet Kurulu/ Kurumu

RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

s.: Sayfa

SPK: Sermaye Piyasası Kurulu

TRT: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

GİRİŞ

İnsanlığın emeklediği dönemlerdeki; duvarlara çizilen resimlerden, duman şekillerinden, ıslığın titreşiminden; internette yapılan “sörfler”e, “chat”lere, mobil telefonlara kadar her şey iletişim biçimleri olarak nitelendirilebilir. Zaman içerisinde iletişim ve bilgisayar teknolojisindeki akıl almaz gelişmelerin, iletişimin hem şeklini hem de yönünü değiştirdiği bir gerçektir. İletişim alanında yaşanan bu değişim toplumsal değişimi de beraberinde getirmiştir. Süreç içerisinde iletişim toplumu, bilgi toplumu gibi nitelendirmelere dönüşmüştür. Hammaddesini düşüncenin oluşturduğu bilgi, güçlü bir silah, bu silahın en büyük yardımcısı da hızına erişilemeyen teknoloji olmuştur. Artık, 20.yüzyılın sonlarında ve içinde bulunduğumuz 21. yüzyılda toplumsal-ekonomik dönüşüm “iletişim devrimi”, “bilgi toplumu”, “iletişim çağı” gibi nitelendirmelerle tanımlanmaktadır. Bu yapı ise iletişim teknolojisi ve etkinliklerinin temel oluşturduğu küresel gelişmeyi ifade etmektedir.

Bu değişimin motorlarından biri de radyo- televizyon dünyasıdır. Öyle ki “küreselleşme nedir?” veya “küresel dünyaya” ilişkin sorulara verilen yanıtları ve tanımları zaman ve mekanda, yaygınlaştıran, popüler kılan en önemli araç olarak televizyon görülmektedir. Bu da özellikle televizyona ilişkin eleştirilerin ve tartışmaların yoğunlaşmasına neden olmaktadır.

Bu bağlamda yayıncılık sorumluluğu, medya etiği, iletişim özgürlüğü gibi kavramlar uzun yıllardır sorgulanmakta ve kamu hizmeti, kamu yararı çerçevesinde bir çizgiye oturtulmaya çalışılmaktadır. Bu sorgulamalar “küreselleşme” kavramı içerisinde daha farklı bir çehreye bürünmektedir. Kimilerince medya, “yeni dünya düzeni” çerçevesinde; yeni dünya düzeninin piyasa gibi kendi değerlerini yaygınlaştırmak için kullandığı bir araç olarak görülürken; kimilerince de “interaktif” dünyanın vazgeçilmez bir

unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu tartışmaların odak noktasındaki medya içeriği, medya izleyicisi de farklı bakış açıları ile yorumlanmaktadır. İletişim özgürlüğü ile iletişim etiği arasındaki ince çizgi belirlenmeye çalışılırken; iletişim özgürlüğünün önündeki en büyük engelin medyanın kendisinin olup olmadığı tartışılmaktadır. Piyasa mekanizması içinde yoğrulan reklamlar, programlar birer tartışma konusu, hatta sosyolojik bir araştırma konusu haline gelmektedir.

Dünyada sürmekte olan bu devinim beraberinde yeni mekanizmaların oluşturulmasına neden olmaktadır. Piyasa çıkarı ile kamu yararının çatışması noktasında radyo- televizyon alanının da düzenlemesi düşünülen yeni yapılanmalar ortaya çıkmıştır.

Bu doğrultuda Türkiye’de de RTÜK gibi bir yapı oluşmuştur. Ancak, ülkemizde RTÜK düzenleyici niteliğinden çok denetleyici kimliği ile ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel varsayımları şunlardır: RTÜK’ün Türk kamu yönetimi yapısındaki yeri tam olarak belirlenememiştir. RTÜK, çoğulculuğu ve iletişim özgürlüğünü koruyucu işlevini yerine getirememiştir. RTÜK “sansürcü” kimliğiyle ön plana çıkmıştır.

Bütün bu tespitler ve tartışmalar etrafında söz konusu çalışmanın birinci bölümünde de iletişim özgürlüğünden medya etiğine kadar kuramsal tanımlamalara ve farklı yorumlara yer verilmiştir. Çalışmada kamu hizmeti, kamu yayıncılığı konusu sorgulanırken; piyasa – kamu dengesini sağlaması düşünülen yapılardan üç ülke örneği incelenmiştir. (Amerika’da/ Federal Communication Commission; İngiltere’ de/ Independent Television Commission; Fransa’ da Conseil Supérieur De l’ Audiovisuel)

Söz konusu bu değişimin ülkemizdeki etkileri de çalışmanın ikinci bölümünde ele alınmıştır. Türkiye’de radyo- televizyon yayıncılığı alanında yapılan düzenlemelerle birlikte Türk kamu yönetiminin geleneksel yapıdan farklı bir düzenlemeye oturtulması da

gündeme gelmektedir. Bu düzenlemede oluşan yapılardan biri de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'dur. Dolayısıyla, araştırmanın temel problemi olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun Türk kamu yönetimi yapısındaki yeri tartışılmıştır. Bu amaçla, araştırma geniş bir literatür taraması ile gerçekleştirilmiştir.

Dünyada yaşanan değişimle birlikte, ya yeni örgütler doğmakta, ya da mevcut örgütlerin varlığı sona ermektedir. Bu değişimin içinde Türk kamu yönetiminin kurumsal evrimi ana hatları ile şöyle betimlenebilir.

1920'lerden 1940'lara kadar uzanan dönem genç Türkiye Cumhuriyeti'nin örgütlenme, hukuk sistemini oluşturma, bunları uygulayacak kurumları gözden geçirme ve oluşturma dönemleridir.

1950'li yıllar, tek parti yönetimi altında gerçekleştirilen kurumlaşma hareketinin sona erdiği bir dönemdir. Uluslararası dengeler, II. Dünya Savaşının ardından yeniden kurulmuştur. Bu dönemde Türkiye, ABD ile yakınlaşmış ve bu ülkenin kendi nüfuz alanını genişletme çabasının araçları olan askeri, mali ve teknik yardımlarından yararlanma arayışına girilmiştir. Dolayısıyla 1950'li yıllar, dış yardımlara dayalı bir kalkınma anlayışını sergilemiştir.

1960'ta askeri müdahale ile birlikte Türkiye'de devletin başlıca organları bir yeniden yapılanma süreci içine girmiştir. 1960'lar müdahaleci, kalkınmacı kimliğiyle "sorumlu" devlet nitelendirmesini almıştır.

1980'lerden günümüze kadar gelen dönemin ise önceki dönemlerden farklı olduğunu söyleyebiliriz. Bunun nedeni ise; kamu yönetimi yapılanmasının, 1980 öncesinde ve sonrasında uğradığı değişimde saklıdır. Türkiye Cumhuriyeti, 1980'lere kadar gelen yapılanmada, bir devlet örgütlenmesi ve bu çerçevede uygulanan politikalar yönünde kamusal alanın giderek genişlemesi şeklinde iken; 1980 sonrasında ise ülkenin temel

kalkınma ve sosyo-ekonomik politikalarının değiştirilmesi ile yeni bir yapılanma dönemine girilmiştir. Yani bu dönemde Türk kamu yönetiminin dayandığı temel unsurlar, değişime uğramıştır. Bu durum ise Türk kamu yönetiminin örgüt şemasının değişikliğine neden olmuştur. Döneme niteliğini kazandıran konuya ilişkin gelişmeler 1980 sonrasındaki liberal dönemde “kurullara dayalı bir yönetim” anlayışının benimsenmesidir. Bu anlayış etrafında, 1994 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) yönetim içindeki yerini almıştır. Türkiye’de 1980’li yılların ilk yarısından itibaren, “bağımsız idari otorite”, “bağımsız düzenleyici kurul” olarak adlandırılan, fakat üzerinde tam bir kavram birliğine de varılamamış olan kamu örgütleri aynı şekilde kamu yönetimi yapısında da belirsiz bir konumda bulunmaktadır. Bu belirsizliğe koşut olarak çalışma içerisinde de Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun da dahil olduğu bu kurulların statüsünün ne olduğu, bu kurullar ile küreselleşme süreci arasında bir bağın olup olmadığı, bu kurulların işlevlerinin ne olduğu ve kendilerinden beklenen görevleri ne ölçüde yerine getirdiği gibi sorular önem taşımaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın ikinci bölümünde bu soruların cevapları ve varsayımın geçerliliği, radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen 3984 sayılı yasa ve bu yasanın bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı yasa çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ayrıca, RTÜK’ün kamu yönetimi yapısı dışında, yayıncılık alanındaki faaliyetleri, örgütlenmesi de ele alınmış, yöneltelen eleştiriler ve çözüm önerileri değerlendirilmiştir.

I. BÖLÜM: İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜ

I.1. İletişim Kavramı

Gülümserken, konuşurken, hareket halindeyken, dinlerken, yazarken bulunulan ortam; herhangi bir renk, simge, sembol, işaret, sesler iletişim halinde olduğunun işaretidir. Dolayısıyla, iletişim yaşamımızın her aşamasında mevcuttur. Yani toplumsal, kültürel düzenin önemli bir parçasıdır. İletişim; haber, bilgi, duygu, düşünce ve tutumların singeler sistemi aracılığıyla kişiler, gruplar arasında ya da toplumsal düzeyde değiş- tokuş edildiği dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır.¹

İletişimin, sadece gazetede, televizyonda söylenen söz ve görsellikten öte bir anlam içerdiği bilinmektedir. “Kentsel mekanın kullanımındaki değişim, giyim kuşamdaki değişim, insanların tavrındaki değişim ve kuşkusuz medyadaki değişim v.s., bütün bunların bir çoklu bileşkeler zinciri şeklinde eklemelenmesi, gerekli iletişim ortamını yaratıyor.”²

Ayrıca iletişimi, düşünce içeriğini aktarış biçimi olarak da değerlendirmek mümkündür. Bu düşünce içeriği ya da bildirimini doğruluk veya yanlışlık bakımından; yani semantik bir bütün içinde dile getirilir.

İletişimin doğadaki üstün yaratıcılarından olan insanların iletişim olmadan varolamayacağı bir başka gerçekliktir. Bu da iletişimin toplumsallaştırıcı etkisine vurgu yapmaktadır. Biyolojik olarak insan olmaktan öte düşünsel olarak, bütün varlığıyla ve yeteneğiyle insan olmak irdelenir.³

İletişimin sosyoloji ve felsefe sözlüklerindeki anlamlarına bakıldığında şu şekilde tanımlarla karşılaşmaktayız: “Her türlü toplumsal ortamda rastlanan ve bundan

(¹) Füsün Kocabaş, Müge Elden, Nilay Yurdakul, **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İletişim Yay, 1999, İstanbul, s.11-13

(²) Korkmaz Alemdar, Haluk Şahin, **İletişim Teorileri, Teorisyenler, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar.**, Haz:Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, Ekim 1999, İstanbul, s.236

dolayı genelde sosyal bilimcilerin çok geniş bir ilgi alanı olan anlam oluşturma süreci.”⁴

“Zihinler ya da bedenler arasında kurulan ve düşünce, mesaj, niyet ve anlamların bir zihinden diğerine aktarılmasını sağlayan etkileşim; belirli bir düşünce, mesaj ya da bilinç içeriğinin, söz, konuşma ya da söylenimler türünden fiziki araçlarla, bir insandan, kişi ya da zihinden bir başkasına aktarılması süreci. Belli bir şeyi anlatmak isteme, bir inanç, arzu, üzüntü gibi önermesel bir tavrı bir dinleyici ya da dinleyiciler topluluğuna dilsel veya başkaca yollarla aktarma eylemi.”⁵ gibi.

İlk kez olarak, İngiliz empirizminin kurucusu John Locke tarafından ortaya konan mesaj modeline göre, “iletişimin kendisi veya iletişimde bulunmak yalnızca bir düşünceyi dinleyicinin şifresini çözebileceği bir tarz ya da şekilde kodlamakla ilgili bir konudur.”⁶ Ayrıca iletişimin artık düşüncelerin sözcüklerle ifadesinden çok daha öte bir şey olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Konuşma, yazı, mimik ve bedensel tavır yoluyla gerçekleşen ve duyguların aracılık yaptığı normal iletişime ek olarak, zihinler arasında telepati yoluyla kurulan doğrudan temas anlamında iletişimden de söz edilebilir. İletişimin başka bir türü, elektronik araçlarla, kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişim şeklindedir. Düşünce içeriklerinin sözle, çeşitli iletişim araçlarıyla kişiden başka kişilerin zihinlerine aktarılması, mesajların bir taraftan diğerine iletilmesi olarak tanımlanan iletişim konusunda çalışanların, ‘kimin, kime, neyi, hangi araç ve sonuçlarla aktardığı?’ sorusu üzerinde durdukları görülür.⁷

İletişimin yapısı incelendiğinde ise kaynak, ileti, hedef, kanal, geri besleme ve gürültü öğelerinden oluştuğu görülmektedir. Kaynak, ‘iletişim sürecinin başlangıç noktası

(³) Kwesi Wredu, “İnsan İletişimi Kavramına Felsefi Bir Bakış”, çev: Ioanna Kuçuradi, İletişim ve Toplum Sorunları, Oğaç Matbaası, 1983, s.1

(⁴) Gordon Marshall, Sosyoloji Sözlüğü, çev: Osman Akınhay- Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, Ankara, s.336-337

(⁵) Ahmet Cevizci, Felsefe Sözlüğü, Paradigma Yayınları, 2000, İstanbul, s.496

(⁶) Cevizci, a.g.k, s.496

(⁷) a.k, s.496

olarak' kabul edilmektedir ve 'hedefe ulaştırmayı istediği bir iletiye sahiptir'.⁸ Dolayısıyla, 'iletiyi oluşturan içeriğini belirleyen ve gönderen iletişim birimidir.'⁹ İleti ise; 'kaynak tarafından hedef üzerinde bir takım tepkiler oluşturmaya amacıyla ve bir – kanal aracılığıyla iletilen- simgeler bütünü' olarak tanımlanmaktadır.¹⁰ İletişim sürecinin diğer ögesi hedef ise; 'kodu çözmesi, başka bir deyişle simgelere dönüşmüş olarak iletişim kanalından gelen iletileri alarak tekrar duygu ve düşüncelere dönüştürme eylemini kendi anlayış yeteneği çerçevesinde gerçekleştirmesi ve bunlara olumlu ya da olumsuz bir tepki göstermesi beklenen' kısmıdır. İletinin gönderilmesinde ve alınıp algılanmasında aracı rolünü kanal yapmaktadır. Sesimiz, bedenimiz gibi fiziksel bir kanal olabileceği gibi, telefon gibi teknik ya da okullar, gazeteler gibi toplumsal kanallar da olabilir. Gazete, televizyon ve radyo kitle iletişiminde kanal görevini yaparken, kişiler arası yüz yüze iletişimde de dil(genellikle) kanal görevini yerine getirmektedir. Kitle iletişiminde kanal olarak kullanılan kitle iletişim araçları; yazılı ve görsel olarak ayrılmaktadır. Kitaplar, ansiklopediler, gazeteler, dergiler yazılı kitle iletişim araçları içinde kabul edilirken, televizyon, cd' ler, video- bandlar, filmler de görsel kitle iletişim araçları içinde yer almaktadır. Bunların dışında işitsel kitle iletişim aracı olarak radyo; el ilanları, broşürler, yıllıklar, afişler, mektuplar gibi materyaller de kitle iletişim araçları olarak kullanılmaktadır.¹¹ 'Kaynak birimin gönderdiği iletiye karşılık, hedef birimin verdiği yanıtısal ileti' de geri beslemedir. Kitle iletişiminde hedef kitleden gelen tepkiler birtakım araştırmalar ve belli süreçler sonunda elde edilirken; kişiler arası yüzyüze iletişim de sözlü ya da sözsüz biçimlerde çeşitli şekillerde ve o anda gerçekleşmektedir.¹² İletişimin yapısında yer alan son öge ise gürültüdür. Kimi zaman iletişimin niteliğini de bozan

⁽⁸⁾ Kocabaş,a.g.k, s.13

⁽⁹⁾ a.k, s.13

⁽¹⁰⁾ a.k, s.17

⁽¹¹⁾ a.k, s.31-32

gürültü 'iletişim sürecinde değiş tokuş edilen iletilerde kaynak ve hedef tarafından öngörölmemiş, istenmeyen ve iletişimin kötü işlemesine ya da tümüyle engellenmesine neden olan şeylerin tümü' şeklinde ifade etmek mümkündür.

İletişim çeşitli yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. İşsel iletişim, kişiler arası iletişim, toplumlar arası iletişim, kişi dışı iletişim, kitle iletişimi şeklinde sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bu çalışmada ise kitle iletişimi kavramı üzerinde durulacaktır.

I.2.Kitle İletişimi

Teknolojinin gelişmesi ve her gün kendisini yenilemesi ile birlikte iletişim teknolojisinin ve araçlarının da çehresi değişmektedir. Dolayısıyla bu değişim kitle iletişimini de etkilemektedir. Diğer iletişim türlerinden çok daha farklı bir yapıya sahip olan kitle iletişimi terimi için farklı tanımlar bulunmaktadır. Ancak önce 'kitle' kavramını irdelemek gerekmektedir. Kitle kavramına ilişkin olarak sadece "yıgın, öbek" şeklinde kavramlar bulunmaktadır.¹³

Kitle iletişimini ifade etmek amacıyla kullanılan tanımlar şu şekilde verilmektedir; "kitle iletişimi uzmanlaşmış grupların geniş, heterojen ve farklılaşmış izleyicilere sembolik içerik yaymak üzere basın, radyo, film gibi teknolojik aygıtları hizmete soktuğu kurum ve tekniklerden meydana" gelmektedir.¹⁴ Diğer bir tanım ise şöyledir: "bir kitlesel araçla sözgeleş televizyon, gazeteler, duvar panoları veya sinemalarla dolayımlanan iletişimdir."¹⁵ İki kişi ya da grup arasında gerçekleşen iletişim,

⁽¹²⁾ a.k, s.32-33

⁽¹³⁾ Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedi, Cilt: 11, s.332

⁽¹⁴⁾ Kocabaş, a.g.k, s.39-44

⁽¹⁵⁾ Erol Mutlu, İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, 1998, Ankara, s.168

kitle iletişim araçlarıyla kamuya yönelik hazırlanacak ve düzenlenecek olursa, farklılaşan süreç kitle iletişimidir.¹⁶

Ayrıca kitle iletişimi olgusu, izler kitle, iletişimciler ve iletişimsel pratik gibi üç temel bileşenin bir araya gelerek gerçekleştiği özel bir toplumsal süreç; kitle iletişimi de, toplumsal iletişimin kurumsallaşması ve örgütlenmesi ile ortaya çıkan bir oluşumdur.¹⁷

Kitle iletişimi ve kitle iletişimin başlangıç noktası olan kitle iletişim araçları, kurmaca dünya ile gerçek dünya arasındaki sorgulamalarda odak noktası olabilmektedir. Tıpkı Aristo'nun her türlü sanatı öykünmeye dayandırması; bunun karşısında Platon'un da üçüncü düzey olarak nitelendirdiği bu gerçeklikten rahatsızlık duyması gibidir.

Modern kitle iletişim araçlarının içeriğiyle gerçek dünya arasındaki ilişkiyi sistemli biçimde ilk kez Walter Lippman araştırmıştır. Lippman¹⁸, dönemin en yaygın kitle iletişim aracı olan gazeteler için gerçek dünyayı “çarpıtarak yansıttıkları”nı; bu çarpık yansının da insanların “kafalarındaki görüntüleri” meydana getirdiğini belirtir. Bundan dolayı insanların zihinlerinde canlandırdıkları dünya ile gerçek dünya arasında birebir denklikten söz edilemez. Gerçek dünyayı fiilen biçimlendiren bu insanların gerçeği çarpık biçimde algılamaları, onların gerçek yaşama ideal biçimde müdahalelerini de engelleyecektir. Gerçek dünyanın kitle iletişim araçlarından sınırlı ya da farklı yansıtılması ise ‘seçme yapma’ zorunluluğundan kaynaklanır. Seçme işlemi ilkin nakledilecek olaylar düzeyinde gerçekleşir; sonra da nakledilen olayların öğeleri arasında bir seçme yapılır. Böylece okurun kafasındaki görüntüler, gerçek dünyadaki birçok olay arasından seçilmiş olanların, seçilmiş yönlerinden oluşur. Ancak bu yaklaşımın kayıtsız şartsız kitle iletişim araçlarına bağlanmış bireyler için geçerli olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. Daniel

⁽¹⁶⁾ Kocabaş, a.g.k, s.39-44

⁽¹⁷⁾ Judith Lazar, “Kitle İletişimi”, çev: İlker Bıçakçı, İstanbul Üniversitesi İlet. Fak. Dergisi, sayı:9, 1999, s.283-284

⁽¹⁸⁾ Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s.77-79

Boorstin'in¹⁹ ise kitle iletişim araçlarının içeriğinin sadece gerçek dünyanın seçilmiş görünülerinden oluşmadığını, ayrıca imal edilmiş, yapay olayların da insanlara gerçek dünyanın gerçek görünümleri olarak sunulduğunu belirtir. Kitle iletişim araçlarını kullananlar ise ilgi çekici haber, program bulamama durumunda kitle iletişim araçlarını suçlar bir niteliğe bürünür. Kitle iletişim araçları sahipleri, yazarları, yapımcıları bu durum karşısında kullanıcılarını kaybetmemek için heyecan uyandıran, ilgi çeken olayların olmadığı günlerde, böylesi olayları yapay olarak imal ederler. Artık yaşam deneyimimiz de giderek daha büyük oranda bu yapay olaylardan oluşur. Öyle ki kitle iletişim araçlarının doğal olarak gerçeğe en yakın türü olarak bilinen haberlerde bile haber ile gerçek dünya arasındaki ilişkinin oldukça sorunlu olduğu görülür.²⁰ Bunun nedeni de kültürel üretimin öteki alanlardan daha fazla dış güçlerin etkisinde kalmasından kaynaklanır. Yani kültürel üretim, pazarın yaptırımcı, bazen şaşırtıcı ve bazen de yanıltıcı olan halk oylamasının etkisine maruz kalmaktadır.²¹

Bu alan bir taraftan izlenme oranı aracılığıyla ekonomik alanın baskısı altındayken; kendisi de bütün öteki alanlar üzerinde baskı kurabilmektedir.²²

Diğer taraftan kitle iletişim araçlarının; özellikle insanın haber gereksinimindeki sınırları zorladığı, hatta ortadan kaldırdığı bilinmektedir. Kitle iletişimin görevlerinden biri, insana çevresini gözetim altında tutma olanağı sağlamaktır. Kitle iletişimi bu işlevini öncelikle haberler aracılığıyla gerçekleştirir. Artık insanların çevresi modern kitle iletişim araçlarıyla tüm dünyayı kapsayacak şekilde genişlemiştir.²³

Bunun kaynağı da medyanın 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren büyük gelişmeler göstermesidir. Daha çok kitabın, gazetenin, derginin üretilmesi ve tüketilmesi,

⁽¹⁹⁾ Mutlu, a.g.k, s.77-79

⁽²⁰⁾ a.k, s.77-79

⁽²¹⁾ Pierre Bourdieu, *Televizyon Üzerine*, Çev: Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997, s.59

⁽²²⁾ Bourdieu, a.g.e, s.59

radyonun ve televizyonun yaygınlaşması, sinema filmlerinin insanların daha çok ilgisini çekecek hale gelmesi, videonun sinemayı evlere taşıması gibi. Bütün bunlar elektronik, uydu teknolojisi ve bilgisayar alanlarında ki hızlı gelişmeler sayesinde ortaya çıkar ve onlar tarafından desteklenir. Teknoloji bir yandan içeriğin ilginç hale gelmesini sağlarken, öte yandan bunların dünya ölçeğinde dağıtılmasını/tüketilmesini de destekler. Bu değişimlerin yaşandığı süre ise kısa bir zaman dilimi olarak değerlendirilebilir. Bu durum önceki dönemler ile kıyaslandığında etkileyici bir sonuç ortaya çıkmaktadır. İnsanların seslerle, işaretlerle, sembollerle kurduğu iletişimden; 'interaktif' bir boyutun yaşandığı iletişim ortamına geçilmesi bu sonucun önemini göstermektedir. Ancak, kitle iletişimi alanındaki gelişmeler kendi başına ya da rastlantısal olarak değişmemiş, değişen ve gelişen toplumsal koşullara bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum şu örnekle açıklanabilir: Gazetenin 17.yüzyılın sonlarından itibaren giderek yaygınlaşan bir iletişim aracı haline gelmesi, aslında 14.yüzyıldan beri gelişen ticari kapitalizmin yarattığı koşullar sayesinde olmuş; bu koşullar giderek daha çok sayıda insanın daha çok habere gereksinim duymasını sağlamıştır. Daha sonra ise geleneksel bilgi kaynağı kitaba, elle çoğaltılan haber mektupları eklenmiş sonra bunların yerine, daha çok haberi, belirli aralıklarla, düzenli olarak okura ulaştıran yeni bir kitle iletişim aracı olan gazete geçmiştir. Hareketli harflerle baskı yapma tekniğinin gelişimi de aynı koşulların ürünüdür. Gutenberg matbaası haber ve bilgiye gereksinimin arttığı 15.yüzyılda keşfedilmiş; sonra 19.yüzyıla kadar, teknik anlamda, hemen hiçbir iyileştirmeye uğramamıştır; iyileştirmeyi sanayi devrimi sağlamıştır. Bu önemli gelişme yalnızca yeni bir üretim biçimi yaratmamış, aynı zamanda bir kent uygarlığı ve yaşam biçimi de getirmiştir. Yeni koşullarda okur- yazarlığı geliştiren zorunlu ve ücretsiz ilköğretim politikalarının yarattığı okuyucu kitlelerinin gereksinimlerini karşılamak amacıyla, hızlı baskı yapabilen makineler geliştirilmiş,

(²³) Mutlu, Televizy... Anlamak, s.171

20.yüzyılın başlarında artan nüfusa ulaşmanın çok pratik bir yolu olarak da radyo ortaya çıkmıştır. Bir başka araç olan televizyon ise, 2.Dünya Savaşı'ndan sonra giderek yaygınlaşmış ve büyük nüfus kesimlerinin eğlence ve bilgilenme kaynağı olmuştur.²⁴

I.3.Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim aracı kavramının İngilizce karşılığı 'mass media' dır. 'Toplum aracı' anlamına gelen 'mass media' nın kısaltılması ise medya(media) şeklindedir. Dolayısıyla medya ve kitle iletişim araçları kavramları birbirlerini karşılayan kavramlardır.

Medya'nın sözlük tanımlarına bakıldığında şu ifadelerle rastlanmaktadır; "bir haberi, bir ilanı, bir bildiriye yayma tekniği; bu teknik hem bir ifade yoludur, hem de hiçbir özel durumu olmayan bir grup insanı veya bir halk kütlesini bir bildiriden haberdar etme aracıdır; radyo, televizyon ve basım birer medyadır."²⁵; "bir araç anlamında medya yazılı basın, radyo ya da televizyon gibi iletişim araçları olarak tanımlanırken, bu teknolojilerden bir veya daha fazlasını büyük sayıda insanla iletişim kurmak('kitle iletişimi') üzere kullanan geniş ölçekli organizasyonlar toplamı biçiminde de ifade edilebilir."²⁶ Kısaca, medya, kitlelere erişimi sağlayan araçlar topluluğudur.

Diğer taraftan medya, daha gelişiminin başında, "çok basit ve öngörülebilir bir olayın herkese açık bir şekilde anlatılması"²⁷ ifadesiyle biçimlenir. Dolayısıyla yazının henüz bilinmediği bir çağda, bir ağaçtaki çentik, renkli bir çakıl taşı, kırık bir dal, ilkel insanların gözünde düşmanın yaklaştığını anlatmış; papalık seçimlerinde, San Pietro Meydanı' nda, Kardinaller Meclisi tarafından bir papanın seçildiği beyaz duman işareti

⁽²⁴⁾ Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Haz: Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, 1999, İstanbul s.13

⁽²⁵⁾ Meydan Louresse, cilt: 13, s.289

⁽²⁶⁾ Marshall, a.g.k, s.484

⁽²⁷⁾ Jeanneney, Jean- Noel, Medya Tarihi, Çev: Esra Atuk, Yapı Kredi Yayınları, 1998, İstanbul, s.19

verildiğinde öğrenilmiş; siyah duman ise kardinallerin son oylamasının sonuç vermediğini ve görüşmelere devam edildiğini belirtmiştir.²⁸ Bu gelişimlerin sonucunda tarihin ürünü olan iletişim araçları artık tarihe yön vermeye başlamıştır.

Bu iletişim araçlarının genel nitelikleri ise şu şekildedir: Bilgi üretme ve dağıtma, bireyleri birbirine bağlayan kanalları oluşturma, kamuya açıklık, özgür tüketim, mal ve hizmet endüstrisi her toplumda yasalar tarafından düzenlenen yönetmeliklere bağlı değildir.²⁹

Bu çerçevede sosyolojik bakımdan medyanın iki önemli özelliği de bulunur.³⁰ Birincisi, “çok sayıda insanın çok büyük sayıda insan grubuyla haberleşebilmesini sağlama” sı; ikincisi de “seyircinin medyaya tepkisini iletmesinin hiçbir etkin yolu” olmamasıdır. Bir taraftan kitle iletişimi, tanımı gereği tek yönlü bir süreç olduğu için medyanın da toplumların tinsel hayatına hükmeden bir konuma geldiği düşünülebilir.³¹ Diğer taraftan, medyanın ve özellikle de televizyonun sanıldığı kadar kuvvetli ve kudretli olmadığı görülür. Yani, “bazı politikacıların sabahdan akşama kadar ekrana çıkarak popüler olacaklarını sanması, ya da bazıları karşı tarafı ekrana hiç çıkartmazsa onların unutulacağını sanması”³² günümüzde gelişen olaylar incelendiğinde, doğru olmadığını göstermektedir.

Ancak, “medyanın, toplumun yüz yüze kaldığı ana sorunlarla ilgili olarak insanların bakış açılarını şekillendirdiğine ve medyada vurgulanan bu sorunların gerçekte baskın olan sorunlar olmadığına dair pek çok kanıt” vardır.³³ Bunun yanı sıra, medyanın, politikacı, işadamı, bürokrat, sporcu, artist gibi bazı kişileri yıldızlaştırarak ön plana

⁽²⁸⁾ Jean- Noel, a.g.k, s.19

⁽²⁹⁾ Lazar, a.g.k, s.284

⁽³⁰⁾ Marshall, a.g.k, s.484-485

⁽³¹⁾ a.k, s.485

⁽³²⁾ Can Dündar, Nuri Çolakoğlu, Ünsal Oskay, “Televizyon Her Odada Bir Büyük Birader”, Salı Toplantıları, El, dil, göz, kulak: İletişim İşim, Yapı Kredi Yayınları, 1995, İstanbul, s.37.

çıkarma konusunda oldukça becerikli olduğu da görülür. Medya tarafından kahramanlaştırılan, putlaştırılan kişilerin medya kuruluşlarının çıkarlarıyla doğrudan ilgili olduğu da düşünülebilir.³⁴

Herşeye rağmen modern toplumda medyanın giderek daha önemli bir yer edinmekte olduğu bir gerçektir. Kitle iletişim araçları toplumsal denetimde olduğu kadar toplumsal değişimde de etkilidir. Kimi zaman günlük yaşamda ün ve şöhrete giden yol olarak görülmüş, kimi zaman da boş zamanı dolduran bir etkinlik, eğlence kaynağı olarak değerlendirilmiştir. Ancak, bunlardan daha önemlisi medyanın kamusal olayların yer aldığı bir alan olduğudur. Toplumsal yaşamdaki gerçeğin ne olduğuna dair tanımlar medya aracılığıyla oluşur ve aktarılır. Bundan dolayı da medya topluma sürekli bir 'anlam sistemi' sunar ve olağan ve doğal olan ile olağan dışı ve doğal olmayanın neler olduğunu gösterir, böylece, normalin ne olduğunun başlıca belirleyicisi durumuna gelir. Medyayı sosyal bir kurum olarak değerlendirmek gerektiğinde ise birçok şey irdelenebilir. Ancak, en önemlisi ekonomik etkinlik alanı olmasıdır. Medya sektörünün teknik donanımı, alt yapısı, istihdam potansiyeli, tüm üretim ve tüketim süreçleri ile ekonominin başka sektörlerini de yönlendiren belirli bir mantık ile işlediği bilinir ve özünde, bir ticari-sanayi etkinliği olduğu sonucuna varılır. Bu tür etkinlikleri yönlendiren ilkeler bu sektör için de geçerlidir. Bundan dolayı, medyanın toplumsal yaşamda var oluş ve kendisini yeniden üretme biçimi, kendisinin de yer aldığı genel toplumsal bağlam içerisinde; bu bağlamı oluşturan toplumsal- siyasal- ekonomik güç ilişkilerinin eklemlenmesi çerçevesinde oluşur. Her toplumsal ilişki gibi kitle iletişimi de bir toplumsal etkileşimdir. Bundan dolayı sahip olduğu özgün yapı ile toplumsal bütünü etkilemektedir. Toplum içindeki birey ise maddi varoluşlarının imgesel ilişkilerini kitle iletişim araçlarının oluşturduğu bir yapı içerisinde

(³⁵) Sedat Cerci, "Gündem Oluşturmada Medyanın Rolü", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt:3, sayı:3, 2001,s.23

belirler. Böyle bir çerçeve içerisinde ele alındığında, medyanın çağdaş toplumlarda artan bir öneme sahip olduğu konusu şüphesiz doğrudur. Ancak, tartışmaların kaynağı, medyanın dış dünyanın olay ve olgularını nasıl yansıttığı, aktardığı ve bunun toplumsal yaşam açısından yol açtığı sonuçlar üzerinde odaklanmaktadır.³⁵

Medyanın, günümüzde her an her yerde olduğu ve her şeyi gördüğü tartışılmaz bir gerçektir.

ABD hava kuvvetlerinin Bağdat' a yaptığı hava saldırılarından Sivas' ta Madımak Oteli' nin yakılmasına; Kore ya da Türk Parlamentosunda dayak yiyen milletvekilinden ringde dayak atarak para kazanan boksöre; görkemli yaşam süren şanslı insanlardan açlık ve sefaletten gözünü bile açamayanlara kadar herkes ve her şey değişik nedenlerle onun ilgi alanındadır.³⁶

Medya, farklı zamanlarda farklı biçimlerde kendisini farklı ifade etmektedir. Örneğin bazen Hıristiyandır, bazen Müslümandır, bazen de ateisttir. Bazen dürüsttür, barış yanlısıdır, insancıldır, bazen de savaş kışkırtıcısıdır. Kimi zaman ölçülü ve saygılıdır, kimi zaman da saldırgan ve şımarıktır. Belki de en önemlisi teknolojinin getirdiği büyük avantajlarla çok etkili ve hızlıdır. Kamusal alanda ortaya çıkan bu güçle beraber sahip olması gerektiği düşünülen birtakım sorumlulukların da unutulmaması gerekmektedir.³⁷ Tüm bunlardan dolayı medyanın yerine getirmesi gereken birtakım kamusal görevleri bulunmaktadır. Düşüncelerin açıklanması için kullanılan bir ortamın ötesinde, zamanında, gereken ayrıntıları doğru olarak; halka ulaştırılmasında kamu yararı bulunan haberleri toplayıp topluma iletmek bulunmaktadır. Böylece toplumun düşünce ve kanaatler edinmesini ve kamuoyunun serbestçe oluşumunu sağlayacak, kamu gücünü elinde bulunduranların üzerinde toplumun denetim aracı olacaktır.³⁸

⁽³⁴⁾ Cereci, a.g.m, s.23

⁽³⁵⁾ Raşit Kaya, "Medya, Toplum, Siyaset", Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Haz: Korkmaz Alemdar, Afa Yay, 1999, İstanbul, s.23-32

⁽³⁶⁾ Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Haz: Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, 1999, İstanbul, s.11

⁽³⁷⁾ a.k, s.11

⁽³⁸⁾ Vedat Demir, Türkiye' de Medya ve Özdenetimi, İletişim Yayınları, 1998, istanbul, s.10-11

Kitle iletişim araçlarının, toplumsal ve siyasal gündemin belirlenmesinde yardımcı olması; anlamları ve çerçeveleri sağlaması, çözümler göstermesi, kimi kümelerinin kimi davranış ve değer türleriyle birleşmesi, statükoyu ve geçerli olan toplumsal denetim sistemlerini haklı göstermesi ve meşrulaştırması medyanın demokratik toplumlarda yasama, yargı ve yürütmeden sonra gelen dördüncü kuvvet olduğu görüşünü pekiştirmektedir.³⁹

Demokratik toplumlarda, bürokratik yapının karmaşıklığı ve büyüklüğü, hükümet uygulamalarını, toplumun tüm bireyelerine gösterebilecek kadar şeffaf ve herkesin anlayabileceği kadar basit olmasını engeller. Özellikle de liberal demokratik toplumlarda, topluma karşı sorumlu olması beklenen hükümetler yetkilerini kötüye kullanarak yasal olmayan yollardan çıkar ve güç elde etmeleri oldukça sık karşılaşılan bir uygulamadır. İşte bu noktada dördüncü kuvvet kavramının gündeme geldiği görülür. Yasama, yürütme ve yargının günlük faaliyetlerini takip ederek bunları haber yapan medya, böylece bütün bu işlerin ve alınan kararların toplumsal siyasi bağlamda, önemini ve anlamlarını aktararak yönetenlerin üzerinde denetim kurar. Diğer taraftan dördüncü kuvvet olarak medyayı tanımlayan geleneksel yaklaşım, aslında, medyanın işlevleri, görevleri ve idealleri hakkında oldukça kapsamlı ve normatif bir çerçeve çizer. Medyanın asıl işlevinin, toplum üzerinde etkili olan kişi, kurum ve kuruluşların denetlenmesi olduğu görüşü, medyanın dördüncü kuvveti oluşturduğu savının temelini oluşturmaktadır. Bu fikre göre de, medyanın görevi, toplumdaki yanlışlıkları, yolsuzlukları, üsulsüzlükleri ve hataları araştırarak bunları haber yapmaktır.⁴⁰

⁽³⁹⁾ James. D. Halloran, "Kitle İletişimi, Şiddetin Belirtisi Mi Yoksa Nedeni Mi?", çev: Ruşen Keleş, İletişim ve Toplum Sorunları, Olgaç Matbaası, 1983, s.63

⁽⁴⁰⁾ Bülent Çaplı, Medya ve Etik, İmge Kitabevi, 2002, s.24

I.4. Kitle İletişim Araçlarından: Radyo ve Televizyon

Dünyada ilk düzenli radyo yayınlarının 1922 yılında ABD’de başlamasından kısa bir süre sonra, 1927 yılında da Türkiye’de radyo yayınları başlamıştır. Radyo yayınları, 29 Mayıs 1940 tarihine değin PTT tarafından gerçekleştirilmiş, bu tarihten sonra, Başbakanlığa bağlı olarak kurulmuş olan Matbuat Genel Müdürlüğü’nce yürütülmüştür. 26 Temmuz 1943 tarihli bir yasayla Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü’nün kurulmasından sonra, radyoların işletmesi Genel Müdürlük tarafından sağlanmıştır. 24 Mayıs 1949 tarihli bir yasayla Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü yeniden düzenlenmiş ve radyo işletmesi 1958 yılına değin bu genel müdürlükçe gerçekleştirilmiştir. Radyoculuğun ilk yıllarında , diğer ülkelerde olduğu gibi, ülkemizde de yayın saatleri çok sınırlıdır. Yayınlar genellikle akşam saatlerinde yapılmış; 1940’lı yıllara gelindiğinde de, radyo programcılığının kendine özgü bir anlatım gerektirdiği anlaşılmıştır. Böylece programlar sunuş, biçim ve içerik yönünden belli kurallara bağlanmış ve denetlenmiştir.⁴¹

Haber bültenlerinde başlıca kaynak, Anadolu Ajansı’dır; Anadolu Ajansı’ndan gelen teleks şeridindeki haberler, önem sırasına göre spikerler tarafından okunmuştur. Haber programları da düzenli olarak hazırlanmamıştır. 1946’da Türkiye çok partili yaşama geçtikten sonra, radyo örgütsel, teknik ve yayın durumunda değişikliklere uğramıştır. 1949 yılı sonlarında radyolarda reklam yayınları yer almıştır. 1951’de İzmir Radyosu sürekli yayına başlamış ve 1946-1960 döneminde yayın saatleri artmıştır. 1955’ ten sonra günde 13 saat yayın yapılmıştır. Daha sonra ise Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu adı altında

⁽⁴¹⁾ Özden Cankaya, “Türk Radyoculuğunun Gelişimi”, Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, cilt:14, İletişim Yayınları, 1996, İstanbul, s.1078

radio ve televizyon yayıncılığı birleştirilmiştir. Özel radyo yayıncılığının başlamasından sonra yerel ve ulusal bir çok radyo yayını ortaya çıkmıştır. Bugün radyo yayıncılığı, televizyon yayıncılığının gölgesinde de kalsa, radyonun öneminin askerler, politikacılar ve dolayısıyla da kamuoyları tarafından adım adım keşfedilişini açıklayan örnekler tarihte yer almıştır.⁴²

Bu çalışmada radyo kavramından çok televizyon üzerinde durulmuştur. Bunun nedeni de televizyonun toplum üzerinde radyodan daha etkili konumda bulunmasından; dolayısıyla da sorgulamaların, televizyon üzerine odaklanmasından kaynaklanmaktadır.

Elektronik dev, terör aygıtı, büyülü ekran, küçük dünya, sihirli kutu, gazino ve başı boş bir silah; televizyon kamerası ve televizyon için kullanılan nitelendirmelerdir. Televizyonun farklı şekillerde nitelendirilmesinin ya da eleştirilerin odak noktasında olmasının nedeni; bir iletişim sistemi olmasından ya da teknik özelliklerinden kaynaklanmamaktadır. Sorgulamaların kaynak noktasını televizyon programlarında ve bu programların aktarıma aşamasında aramak gerekmektedir. Televizyon, televizyon programlarının kesintisiz akışıyla bir bütünlük oluşturmaktadır. Bu bütünlüğü de Mutlu'dan aktardığımız şu paragrafla betimleyebiliriz:

Reklam, polisiye, serüven dizileri, soap operalar, haberler, belgeseller, eğlence ve komedi v.b. programları topluca bir bütüncül televizyon dünyasını meydana getirirler. Bu dünya içinde sözcüğü Polis memuru 'Baretta' elbette ki, bir önceki reklam kuşağında tanıtılan 'pepsi' yi içecek, 'Gibbs' traş kremiyle traş olacak, daha önceki 'haber' programında gösterilen banka soyguncularını yakalayan polis ekibinin içinde bulunabilecek bir karakterdir. Bu bütüncül dünyada fanteziler bile gerçekçi(!) biçimde kurgulanmak durumundadırlar. 'Pepsi' içmeyecek, 'Bonibon' sakızı çiğnemeyecek kadar gerçek dışı karakterlere bu dünyada yer yoktur.⁴³

Televizyon için kullanılan nitelendirmelerden biri de 'elektronik dev' dir. Elektronik dev özelliği ise yaşamımıza kolayca girmesinden ve bizleri etkileme gücünün

⁽⁴²⁾ Cankaya, a.g.m, s.1078

⁽⁴³⁾ Mutlu, Televiz., s.164

yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Televizyon, her ne kadar uysal, sorunsuz görünse de zaman zaman küstahça, sorumsuzca yaşamlara dalıvermektedir.⁴⁴ Elbette, bu devri sevimli ya da ürkütücü yapmak da yaratıcılarına bağlıdır.

Gazino nitelendirmesi ise televizyon içeriğinin yapısından kaynaklanmaktadır. Reyting listelerinin başında tahmin edilmeyen film yıldızlarının reyting rekorları kıran dizilerinin yer alması, hoş gelmeyen şarkıların en çok beğenilenler zirvesine taşınması bu nitelendirmeyi açıklamak için kullanılan örneklerdendir. Artık televizyonculuğun geldiği nokta, gazino nitelendirmesi ile açıklanabilecek durumdadır.⁴⁵

Televizyon kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında ise tanımı şu şekilde yapılmaktadır: “Televizyon: Sabit veya hareketli cisimlerin kalıcı olmayan görüntülerinin elektrik yoluyla uzağa iletimi. Görüntünün uzağa iletimi”⁴⁶ Ayrıca, Televizyon Latince kökenli bir sözcük olup, ‘uzağı görmek’ anlamına gelmektedir. Bu anlamıyla da, Mc Luhan’ ın daha sonraki spekülatif geliştirimlerinin temeline yerleştirdiği önerme gibi, gerçekten insanın görme duyusunun ulaştığı en ileri aşama; insanın görme yetisinin inanılmaz boyutlara erişmesi olarak da düşünülebilir. Uzağı görme ve televizyonla birlikte “uzağı duyma” da insanın zaman ve mekan sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin çeperini geliştiren, gelişmekle de kalmayıp, bu deneyimin nitel ve nicel örüntüsünde önemli değişikliklere yol açan bir teknolojik olanak olarak ortaya çıkar.⁴⁷ Bununla beraber televizyon sadece bir teknoloji değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve endüstriyel bir biçimdir.⁴⁸ Bu aşamada Gerbner’ in, televizyonun, modern kültürün genel gidişinden soyutlanmaması gerektiği fikri üzerinde durmak gerekmektedir. Gerbner, ‘televizyonun kendisinin genel gidiş olduğunu’ ileri sürer. Ayrıca ifadelerine şunları da

⁽⁴⁴⁾ a.k., s.7-10

⁽⁴⁵⁾ Dündar, Çolakoğlu, Oskay ,a.g.k, s.42

⁽⁴⁶⁾ Meydan Larousse, cilt: 19, s.165

⁽⁴⁷⁾ Mutlu, Telev..., s.15

ekler: 'Televizyon yaşamın hem ilk hem de son yıllarını ve aynı zamanda aradaki yıllarını da kapsayan kültür kazandırma sürecinin temel etkenidir.' Gerbner' in ilgisinin bireysel izlencelerden ya da özgül mesajlardan çok, 'bütün mesaj sistemlerinde' ve bunların 'genel bilinç' için doğurduğu sonuçlar üzerinde yoğunlaşır.⁴⁹ Diğer taraftan televizyonun kameradan güç alarak, insanların özel yaşamlarına ve geleceklerine girmeye, politik tercihlerini etkilemeye başladığı doğrultusunda tartışmalar yoğunlaşmaktadır. Öyle ki kimi zaman teknolojik diktatorya olduğu bile söylenebilmektedir. Buna neden teşkil edebilecek örnekler de, insanların televizyon karşısında uyuyakalması, çocukların reklamların söylemleriyle büyümesi, günlük yaşamdaki dialogların bir tür dizi söylemi içinde geçmesi şeklinde sıralanmaktadır.⁵⁰ Bir New York Times alıntısında şöyle denilmektedir: 'Televizyon bir sanat biçimi veya bir kültür kanalı değildir. Televizyon bir reklam aracıdır. Amerikan televizyon programlarının iyi olması şart değildir. Çünkü bu programlar sadece para kazanmak için üretilmektedir. Aslında programlarda kalite aramak sadece konu dışı değil, aynı zamanda seyircilerin zihinlerini ve dikkatlerini başka tarafa çekmek anlamına da gelir.'⁵¹ Bu da tartışmaların kilitlendiği bir başka noktadır. Televizyonun teknik yönü irdelendiğinde de ortaya bir illüzyonun, daha da ötesinde bir yalanın ortaya çıktığı görülür.⁵² Yani televizyon ekranı bize bir enformasyon zenginliği sunmakta ama aynı zamanda görünenin gerçekliğini ekran dışında tutmakta ve bilgiye engel olabilmektedir.⁵³

⁽⁴⁸⁾ a.k, s.16

⁽⁴⁹⁾ Halloran, a.g.m, s.80

⁽⁵⁰⁾ Dündar, Çolakoğlu, Oskay, a.g.k, s.44

⁽⁵¹⁾ a.k, s.55

⁽⁵²⁾ a.k, s.58

⁽⁵³⁾ Kevin Robins, "Korku ve Bilgi", çev: Nurçay Türkoğlu, Birikim, 117, Ocak 1999, s.112

Bunun yanı sıra, dizilerden ve reklamlardan arda kalan günlük hayatımıza baktığımızda da görürüz ki televizyon, takındığımız tutumları, kullandığımız söylemleri belirleyen örtük bir otoriteye dönüşmektedir.⁵⁴

Televizyona eleştirilerini en sert şekilde gerçekleştirenler ‘kitle toplumu’ ve ‘kitle kültürü’ kuramcılarıdır.⁵⁵ Televizyon, kitle kültürünün üretici kurumlarından biridir. Bunun nedeni olarak da televizyon kuruluşlarının yalnızca kazanç sağlamak amacıyla, parayı ödeyen izler kitlenin taleplerini göz önüne almaları gösterilmektedir. Kitlesele izleyici talepleri düşük bir beğeni ölçüsünü yansıtan derinliksiz, eğlendirici, sadece zaman geçirmeye yönelik ürünlerdir. Dolayısıyla, televizyon kurumları kazançlarını sürdürüebilmek için bu nitelikte üretim yapmak zorundadır. Bu kuramcılara göre kitle toplumu içinde bulunan insanlar yalıtılmış, yönsüzleşmiştir. Dolayısıyla da, gerçek yaşam deneyimlerine kılavuzluk etmesi bakımından televizyona bağlanmışlardır. Bu da ‘seçkin ve yüksek’ değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. Diğer taraftan aynı mesajları alan, tüketen ve aynı mesajlarla biçimlendirilen insanlar, türdeş bireyler olarak, kitle olgusuyla bağlantılandırılır. Bu çizgide baş aktör olarak kitle iletişim araçları belirlenir.⁵⁶ Bir başka eleştiri ise ‘kültür endüstrisi’ çerçevesinde şekillenir. Buna göre, kitle iletişim araçlarının birer kültür endüstrisi haline geldikleri, ancak bunların ürettikleri kültürün gerçek olmadığı, şeyleşmiş yapay bir kültür olduğunu savunurlar. Dolayısıyla da kitle kültürü özgünlüğünü kaybetmekte, sanat özerkliğini yitirmekte, zamanla kitle kültürünün, değiş tokuş edilen tüketim mallarından farkı kalmamaktadır.⁵⁷ Bu iki eleştiri de televizyon öncesi dönem için yapılmıştır. Ancak, bazı örnekler çerçevesinde, televizyon içinde geçerli olduğu, hatta, televizyonun eleştirilerin dozunu arttırmaya olanak verdiği de

⁽⁵⁴⁾ RtüK İletişim Dergisi, “RTÜK üyesi Fatih Karaca:Görsel Medya Sınıfta Kalmıştır”, Mayıs- Haziran 1999, yıl:2, sayı:11, s.6

⁽⁵⁵⁾ Mutlu, Telev..., s.16

⁽⁵⁶⁾ a.k, s.17

yadsınmamalıdır.⁵⁸ Ancak televizyon hem bir endüstri, hem teknolojik bir araç, hem kültür ve sanat üretimi, hem de eğlence kaynağıdır. Ayrıca , siyasal ve toplumsal bir kurum olduğu da kabul edilmektedir. Var olan bu değişik düzeylerin her biri kendi özgül gerekliliklerini içermekte, diğer taraftan birbiriyle çelişebilen zorunlu bir birliktelik haline gelmektedir.⁵⁹ Televizyon radyo, film ve tiyatrunun birçok teknik ve anlatı özelliklerini içermektedir. Aynı zamanda da kendine özgü üslup, teknik olanak ve sınırlılıkları olan ayrı bir araç olarak varlığını korumaktadır.⁶⁰ Televizyonlarla birlikte televizyon kişisi kavramı da ortaya çıkmıştır. Ekranlarda sıklıkla görünmekle kazanılan bu ün, kolay kazanıldığı kadar kolay da kaybedilebilmektedir. Ancak, televizyon program sunucularının, haber spikerlerinin sık sık ve düzenli olarak ekranda görünmelerinden dolayı geniş kitlelerce tanındığı, düzgün ve rahat görünme, izleyiciyle etkileşim kurabilme becerilerinin de olması halinde, tanınmanın da ötesinde yıldızlaştıkları gözlenmektedir. Televizyon kişisi, kendisini izleyici ailesinin bir üyesi olarak sunabildiği sürece başarılı olacaktır. Bu başarı düzeyinin yükselebilmesi ise televizyon kişinin ailenin en kabul gören üyesi haline gelmesiyle; tavırlarıyla, yaptıklarıyla olumlayıcı bir etişin ürünü olduğunu kanıtlayabilmesiyle gerçekleşecektir.⁶¹ Televizyon kişisi ve televizyon programları ortak bir özelliğe sahiptir. Her ikisinin de popülerliği kalıcı değildir. Televizyon kişilerinin ve televizyon programlarının popülerlikleri çan biçimindedir. Yani, yükselip düşen bir eğri çizmekte, bunun nedeni de onların pazar mekanizması ile biçimlenen “mamüller” olmasına dayanmaktadır. Bu da kitle iletişim araçlarından olan televizyonun ekonomik bir etkinlik olarak ele alınmasını gerektirmektedir.⁶² Televizyon ister ticari olarak örgütlenmiş olsun,

⁽⁵⁷⁾ a.k, s.19

⁽⁵⁸⁾ Mutlu, Telev..., s.21

⁽⁵⁹⁾ a.k, s.24

⁽⁶⁰⁾ a.k, s.48-49

⁽⁶¹⁾ a.k, s.50

⁽⁶²⁾ a.k, s.52

isterse kamu kuruluşu biçiminde örgütlenmiş olsun, program üretim süreci esas alındığında ekonomik bir etkinlik olduğu anlaşılır. Verimlilik esas olmakta, üretim düzeyi ve ürün niteliği bakımından belli bir standardın tutturulması gerekmektedir. Televizyon endüstrisinde ‘verimlilik’ anlayışı bir yandan özellikle zaman ve para gibi kaynakların olabildiğince kısıtlı kullanılması, diğer yandan da izleyicilerin ilgisini çekip, bu ilgiyi sürdürebilecek niteliklere sahip programlar üretilmesi anlamına gelmektedir ki bu durum da program üretiminde sürekli bir gerilime yol açmaktadır. Bu gerilimi en aza indirgeyebilmek için ise ‘asgari düzeyde kabul edilebilir program’ formülü geliştirilmiştir. Ancak bu formül de televizyona yönelik ‘sıradanlık’. ‘düzeysizlik’ gibi eleştirilerin kaynağını oluşturmuştur.⁶³ Bununla birlikte televizyon program üretimi, tüm televizyon kuruluşları için benzer ekonomik kısıtlamalarla karakterize olmaktadır. Buna karşın, programların biçim ve içerikleri konusunda karar verme süreçleri televizyon kuruluşlarının örgütlenme modellerine göre farklılıklar göstermektedir. Amerikan şebeke televizyonculuğunun örnek teşkil ettiği rekabetçi- ticari televizyon modelinde, program yapım sürecindeki karar alma mekanizmasının işleyişini belirleyen temel kavram programların değişim değeri; kamu kuruluşu şeklinde örgütlenen televizyon modelinde, bu kararlar “kamu” kavramına dayandırılmaktadır. Dolayısıyla ilkinde, tüketici kimliğindeki izleyici kitlelerin beğenisi ya da beğeniye yönelik tahmin ve hesapları belirleyici rol oynarken, ikincisinde izleyici kitleler, program üretim sürecinde karar alma yetkisine sahip olanların öznel “kamu” tanımları ile temsil edilmektedir.⁶⁴ Amerikan ticari televizyonculuğunun uluslararası televizyon programları pazarında egemen olması, kaynaklarının diğer ülkelerle kıyaslanamayacak kadar bol olması ve televizyon yayıncılığını destekleyen film, radyo, reklamcılık ve gösteri sanatları gibi yan sanayilerinin

⁽⁶³⁾ a.k, s.55

⁽⁶⁴⁾ a.k, s.56-57

sağlam bir geleneğe ve yapıya dayanması ile açıklanabilir. Ayrıca Amerika'da üretilen yıllık televizyon programları sayısı çok yüksek düzeydedir. Bu da başka ülkelerdeki televizyon kuruluşlarının yayınlarında dolduramadıkları boşlukları, düşük maliyetle almalarını sağlamaktadır. Diğer taraftan Amerika şebeke televizyonculuğu dışarıdan televizyon programları satın almamakta ve kendi yayınlarında yabancı unsurlara yer vermemektedirler. Ancak, Amerikan kamusal televizyon şebekesinde yabancı yapımlara yer verilmektedir.⁶⁵

Televizyonu anlayabilme yolu egemen televizyon türleri ve türsel saymacaların tanımlanmasına dayanır. Bunların üretim mekanizmalarının irdelenmesi, mekanizmaya yol veren ve yol gösteren ideolojik pratiğin ortaya çıkarılması, televizyonun anlaşılmasını kolaylaştıracaktır.⁶⁶ Televizyonun dünyasına geri dönülecek olursa, kişiler veya olaylar gerçeğe ne kadar yakın olurlarsa olsunlar baştan sona bir kurmacanın ürünüdürler. Bu kurmaca da genel kabul gören kurallarla ve saymacalarla bezenir.⁶⁷ Gerbner ve arkadaşları televizyon izleme yoğunluğunun ve sıklığının artması halinde, izleyicilerin gerçek dünya hakkındaki bilgilerinin de o denli yanıltıcı ve çarpık olacağını iddia ederler.⁶⁸ Yani günlük gazete okumayan, yegane enformasyon kaynağı olarak ruhları ve bedenleriyle televizyona bağlanan insanlar asıl önem taşıyan enformasyonlardan soyutlanmıştır.⁶⁹ Ayrıca, televizyon gösterilmesi gerekeni gösterirken, bunu göstermeyecek veya anlamsızlaştıracak bir tarzda yapmakta ya da onu gerçeğe hiçbir şekilde uyuşmayan bir anlam kazanacak tarzda kurmakta, adeta gösterirken gizleyerek ilginç bir yapı doğurmaktadır.⁷⁰ Televizyonda oluşan bu yapılanma kültürel bir fast- food türü olarak da düşünülebilir.

⁽⁶⁵⁾ Mutlu, Tele..., s.62

⁽⁶⁶⁾ a.k, s.70

⁽⁶⁷⁾ a.k, s.77

⁽⁶⁸⁾ a.k, s.80

⁽⁶⁹⁾ Bourdieu, a.g.k.,s.21

⁽⁷⁰⁾ a.k, s.23

Yani, önceden hazmedilmiş, önceden düşünülmüş kültürel gıda öneren belli sayıda fast-thinker' lar vardır. Bu kişiler, gidip de aranması gereken gerçekten söyleyecek bir şeyleri olan, yani çoğu kez gençleri, henüz tanınmayanları, kendi araştırmalarına gömülmüş olanları , medyayla ilişki kurmaya pek yatkın olmayanları aramaktan kurtaran zorunlu konuşmacılar sınıfına katılmaktadır.⁷¹ Televizyon, pek az özerkliğe sahip olma, acımasız rekabet ilişkileri içinde yer alma gibi bir dizi baskının ağırlığı altındadır. Bu baskının getirdiği yapının sonucunda başıboş gibi görünen, adına da televizyon denen bu iletişim aracının, aslında gemlenmiş olduğu hissedilmektedir.⁷² Aynı zamanda, gazetecilikte, ticarete, siparişe, şeflere,v.b karşı özerkliğin, özgürlüğün değerlerini savunanlar ile zorunluluğa boyun eğip karşılığında bunun ücretini alanlar arasındaki gerilimler şiddetlidir. Enformasyonun, röportajların görünmeyen taşeronları ile görünen, ödüllendirilen parlak yıldızları arasındaki karşıtlık bu gerilime bir örnektir. İş pazarının mantığı gereği giderek daha iyi eğitildikleri halde, giderek daha “ayakçı”, giderek daha anlamsız işlerde çalıştırılan taşeronlar bu mesleğin zorunluluğunu ve zorluğunu bilen kısmı oluşturuyor. Bu yüzden, artık insanlar da bu mesleğin, özellikle de izlenme oranına bağlı baskılarını daha erken zamanda keşfediyor. Böylece gazeteciliğin ve televizyonculuğun ötekiler gibi olmadığı, yaşanmaya ve savunulmaya çalışılan iş alanlarından biri olduğu sonucuna varılıyor. Ancak var olan durum bundan çok farklı bir görünümü sergiler. Nasıl ki Platon'a göre bizler tanrısallığın elindeki kuklalar isek, televizyon da, betimlenmesi gereken bir zorunluluğun kuklası oluveriyor. Bu zorunluluğun da ortaya çıkarılıp, gün ışığına getirilmesi gereken bir yapılanmanın ifadesi olduğunu söyleyebiliriz.⁷³

Televizyonun, yayın araçları içindeki görece ağırlığı, onun üzerindeki ticari baskının da artmasına neden olmuştur. Bu durum ise televizyonu bir kültürel eylem

⁽⁷¹⁾ a.k, s.34

⁽⁷²⁾ a.k, s.41

politikasının aracı olmaktan çıkarıp, “kendiliğindenlikçi” bir demagojiye dönüştürmüştür. 1950’li yılların televizyonu kültürel olma iddiasındaydı. Bunun için herkese belgeseller, klasik yapıtlardan uyarlamalar, kültür tartışmaları gibi kültürel iddia taşıyan ürünler dayatmış ve geniş halk kitlesinin beğenilerini oluşturmak için bir bakıma kendi tekelinden yararlanmıştır. 1990’ lı yılların televizyonu ise, en geniş izleyici kitlesine ulaşmak için, televizyon izleyicilerine, paradigması talk-show, yaşam kesitlerinin, yaşantıların hiç saklısız teşhiri olan, çoğunlukla aşırılıklar içeren ve bir çeşit röntgenciliği ve teşhirciliği tatmine yarayan ham ürünleri sunarak, bu beğenileri sömürmeyi ve şımartmayı hedefler.⁷⁴ Televizyon iki etki yaratmaktadır. Bir yandan felsefeye, yargıya ait birtakım alanlara girme hakkını ucuzlatmakta, yani mesleğin iç tanımı açısından, giriş hakkını ödememiş olan insanlar, sosyolog, yazar, ya da filozof olarak kutsanmakta, öte yandan da, en çok sayıda insana ulaşabilmektedir.⁷⁵

Televizyonun iyi ve kötü yönleriyle bir değerlendirmesi yapıldığında, televizyon kimi zaman kapitalist toplumların egemen değerlerini pekiştirmekte kimi zamanda yaşama ilişkin gerçeklere vurgu yapmaktadır. Egemen ideoloji, umut ve hırs etrafında biçimlenen, ülkemizde de “Kim Gitsin?”, “En Zayıf Halka” isimli yarışma programları gibi yayınlardan, mutluluk ve başarı peşinde umut ve hayal kırıklığının öyküsünü anlatan dramalara kadar bu değerlerin hepsi kapitalist toplumun ürününü içermektedir. Diğer taraftan televizyon sadece yanıltıcı bir yaşam vaat etmemekte kimi zaman da kıtlık, açlık, felaketlerle dolu yaşamın öteki yüzünü göstermektedir.⁷⁶ Televizyonun insan yaşamıyla iç içeliği ve ayrılmazlığı göz önüne alındığında televizyonu, şiddet içeren davranışları biçimlendiren, kültürel, ekonomik, sosyal ve duygusal nitelikteki

⁽⁷³⁾ Bourdieu, a.g.k, s.42

⁽⁷⁴⁾ a.k, s.53-54

⁽⁷⁵⁾ a.k, s.71

⁽⁷⁶⁾ Çaplı, Med., s.191

diğer belirleyicilerden ayırmak zordur.⁷⁷ Sık ve yoğun bir biçimde televizyon izleyenlerin davranışları gözlemlenmekte, aşırı televizyon izleme isteğinin nedenleri araştırılmaktadır. Dolayısıyla toplumda televizyonun rolü ve etkinliğı sorgulanmış ve sorgulanacaktır.

I.5. Medyanın Ayrılmaz Parçası: Reklamlar

Günümüzde reklam kavramı mekanları, görüntüleri, markaları, ünlüleri, ünsüzleri, güzelleri-çirkinleri, yaşlıları-gençleri, farklı sembolleri ve anlatım biçimlerini çağrıştırmaktadır. Bu çağrışımların ya da yansımaların arasında reklam kavramı da farklı çevrelerce farklı biçimlerde tanımlanmaktadır. Pazarlama süreci içinde reklam, iletişim araçları ile mal ya da hizmet hakkında tüketiciyi bilgilendirmek, mal, hizmet ya da düşüncelerin para karşılığında bir kaynak tarafından kitlelerce duyurulması şekillerinde yer almıştır. Ayrıca reklamın sadece hedef pazarı ya da tüketiciyi bilgilendirmek değil ikna etmek özelliğini de içeren farklı tanımlar görülmektedir. Reklam olgusu, işletmeler açısından kar yapmalarını sağlayan bir haberleşmedir. Diğer taraftan sosyologlar açısından reklamlar 'tüketim kültürünü' körükleyen araçlardır. Reklamın yaratıcıları ise reklamı, bilgi veren, ikna eden, bir markanın ya da hizmetin tüketilmesinde aracılık eden, ya da sanatsal bir değeri ifade eden araç olarak nitelendirmektedir. Dolayısıyla reklamcılar da kimi zaman –bazıları tarafından- dünyayı kirleten yalancılar, kimi zaman da –bazıları tarafından da- yaratıcı yeteneğı, düşünme ve ifade etme gücü yüksek kişiler olarak nitelendirilir. Reklamlar yazılı basında, radyoda, televizyonda farklı biçimlerde ve içeriklerde düzenlenmektedir.

Radyo ve televizyon alanında reklam ve reklamcılık programların yapısını ve içeriğini ticarileştirmektedir. Bazı programların reklamlardan farkı kalmamakta, reklamlar,

(⁷⁷) a.k, s.199

programları kendi uşakları haline getirebilmektedir. Her programın başarısı reklam gelirleri ve izleyici kitlesinin büyüklüğüne göre ölçülmektedir. Dolayısıyla radikal deneylere yer kalmamakta aynı zamanda da sıradışı programların ya da oyuncuların 'kendi seyircilerini bulmaları' için zaman bırakılmamaktadır.⁷⁸

Reklamcılığın sivil toplumun sinir uçlarını körelttiği düşünülebilir. Reklamlar, bireysel arzuları doğurmakta; bu arzular da kamusal ruhu boğmaktadır. Reklamlar, bireyleri ihtiyaçları olmayan şeyler içinde yüzmeye teşvik etmekte ve kendi ürünlerini de yaratmaktadır. Bu ürün de hep doyumsuz ve canı sıkkın olan tüketici olmaktadır. Sonuçta, reklamcılığın, ürünlerin reklamını yapmaktan çok bir hayat tarzı olarak tüketimin benimsetilmesini sağladığı düşünülebilir. Kimi zaman reklamlar, ekolojik etkileri zararlı olabilecek ürünlerin tanıtımını yapmakta, düzenli olarak bireylerin endişelerini istismar etmekte, bunun yanı sıra da kıskırttığı umut ve düşleri tatmin etmekten de uzak kalmaktadır. Diğer taraftan, reklamcılığın sert eleştirmenleri –ve onun reklamcılık ve pazarlama mesleklerindeki hayranları- reklamların etkililiğini ölçmenin zor olduğunu biraz üstü kapalı geçerler. Bununla birlikte reklamların yetişkinler üzerinde düşünüldüğü kadar etkili olmadığı, zira duydukları reklamları hatırlayanların oranının küçük bir azınlık olduğu da bir başka gerçeği temsil eder. Bunun nedeni de reklamların büyük çoğunluk tarafından propaganda aracı olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı, reklamların tam başarılı bir iletişim kurabildiği konusunda soru işaretleri oluşmaktadır.⁷⁹

Ancak, reklamların işlevinden öte bir sanat olarak algılandığı çevreler de vardır. Özellikle Amerikan kültüründe reklamlar bir ikona haline dönüşmüş, televizyon reklamları Amerikan toplumunun folkloru olmuştur.⁸⁰ Reklamların zorunluluktan doğan

⁽⁷⁸⁾ John Keane, *Medya ve Demokrasi*, çev: Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları, 1999, İstanbul, s.89

⁽⁷⁹⁾ Keane, a.g.e, s.92

⁽⁸⁰⁾ Paul Rutherford, *Yeni İkonalar: Televizyonda Reklam Sanatı*, çev: Mustafa K. Gerçekler, YKY, 1996, İstanbul, s.13

rastlantısal bir sanat olduğu düşünülebilir. Genellikle reklam verenler bir sanat yapıtını değil bir pazarlama aracının yaratılmasını parasal açıdan desteklemek üzere yola çıkarlar. Fakat reklamlar, simgeler dünyası ile ürünler dünyası arasındaki köprüyü kurar. Reklamlar, bir ürüne özel anlamlar ya da 'katma değer' yükleyerek mallardan markalar yaratmaya çalışır. Dolayısıyla reklamcılık da, hoş gelen imgeler yaratmak için hem görüntü hem de güzel söz araçlarını kullanarak büyüsunü gerçekleştirmeye çalışır.⁸¹ Reklamlar yüksek derecede stilize ve kozmopolit olduğu için dil ve sınıf sınırlarını rahatlıkla geçebilmekte, aynı zamanda, bir ulusal kültürün kendine özgü tarzlarını ya da mitoslarını içerebilmektedir.⁸² Özellikle 1950'lerin ortalarına doğru, reklam aracı olarak televizyonun radyoyu geride bırakması ile birlikte, bu yeni sanat türünü geliştirmek için çok zaman ve dikkat harcanmıştır.⁸³

Ancak karın ön planda olması, ticari çevrelerin, aydınları tatmin eden ya da insanları düşünceye yönlendiren programlar yerine, en yüksek izlenme oranlarını sağlayacak olan gösterileri tercih etmelerine yol açmıştır. Bundan dolayı reklamcılık, kitle televizyonunun hem efendisi hem de hizmetkari durumuna gelmiştir.⁸⁴

Ayrıca reklamlar, yapılan güdüleme araştırmaları sonucunda bir yönlendirme aracı olarak da düşünülmektedir. Öte yandan, bu araştırmacıların fikrini çok abartılı bulan çevreler de bulunmaktadır. Ancak, yapılan araştırmalar sonucunda Ulusal Yayıncılar Birliğinde ve İngiltere'de 1958 yılında bilinçaltı reklamlar yasaklanmıştır.⁸⁵

Bir yandan, yaşam biçimimize uygun reklamlar yaratılmış, diğer yandan da yaşam biçimimiz reklamlardakine benzer bir görünüm kazanmaya başlamıştır. Yaşam biçimine ilişkin reklamlar, 1960'larda televizyonlarda patlama yapmıştır. Bunlara en iyi

⁽⁸¹⁾ Rutherford, a.g.k, s.16

⁽⁸²⁾ a.k, s.17

⁽⁸³⁾ a.k, s.22

⁽⁸⁴⁾ a.k, s.26

örnek, Marlboro sigaralarının, Coca-Cola'nın ve Pepsi-Cola'nın kampanyalarıdır. Bunlar 'simge' ürünlerin tanıtımını yapmış, bu ürünler, kullanıcıları konusunda bilgi veren ürünler olmuşlardır. Örneğin bir dizi ödül de kazanan Coke reklam filmlerinden Mean John Greene reklam filmiyle, Coke'un insanlar arasındaki engelleri kaldıran demokratik bir lüks olduğu izlenimi verilmeye çalışılmıştır.⁸⁶ Böylece reklamlar bir yandan ikna etmeye çalışırken, diğer yandan da sanatsal bir ürün olduğunu pekiştirmeye çalışır.⁸⁷ Bu sanat dalında katılımcılardan diğeri izleyici, yaratımın sergilendiği en mükemmel ortam da televizyondur.⁸⁸ Reklam yaratımı toplumsal gelişimlerden ve kültürden her zaman etkilenmiştir. Kanada'da Amerikan karşıtlığının yoğun olduğu dönemde Amerikan-Kanadalı karakterler yaratılarak, karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda da ülkemizdeki Ali Taran'ın yarattığı, İtalyan Makarnasına karşı yapılan protesto niteliğindeki reklamlar hatırlanabilir.

Reklamlar bazen, belirsizlik, tasarımsızlık, amaçsızlık tavrı takınsa da, açık ve dağınık bir metin izlenimi verse de bu görüntüye aldanmamak gerekir. Bunun nedeni de tüketiciye yönelmiş reklamların hemen hemen tümünün, kandırmayı ve satmayı amaçlamış olmasıdır. Yani, televizyon reklamları, tüketim gerçeğinin aracı olarak görev yapar.⁸⁹

Dikkat edildiğinde, tüketici reklamları, kamu hizmeti ya da yardım kuruluşu reklamlarından farklı olarak, işsizliği, cenazeleri, boşanmaları, gereksiz yere rahatsızlık yaratacak olan herhangi bir şeyi göstermezler. Genelde yaşamdaki güzel şeylerin tadını çıkarabilen başarılı insanların refah içindeki yaşamları gösterilir.⁹⁰ Bazı reklamlar da, gençliğin ve eğlencenin, hatta daha çok erotizmin yücelticisi olarak işlenirken, kadın

⁽⁸⁵⁾ a.k, s.50-51

⁽⁸⁶⁾ a.k, s.55-56-69-70

⁽⁸⁷⁾ a.k, s.85

⁽⁸⁸⁾ a.k, s.95-96

⁽⁸⁹⁾ a.k, s.134

⁽⁹⁰⁾ a.k, s.149-150

göğüsleri, kalçaları, bacakları, dudakları ve sırtları bu reklamlardaki başlıca objeler olur. Bu reklam türlerinin bazılarının hem ahlaki hem de simgesel olarak çirkin oldukları bir gerçektir.⁹¹

Bir diğer gerçek de, televizyon reklamcılığının aslında doğmakta olan küresel toplumun bir belirtisi olduğudur. Ortak imgelerin, zevklerin, anlamların buluşma alanıdır. Bu alanlardan biri de Cannes Festivali olarak bilinen yarışmadır. Bu yarışmada reklamlar bir şeyi satıp satmadıkları ile değil, yaratıcılıkları ile değerlendirilse de ortak imgelerin, zevklerin buluşma alanı olarak kabul edilir.⁹² Reklamcıların yaratım alanı olarak televizyonu seçmeleri, televizyonun mesajlarına çekicilik ve heyecan katma yeteneğine dayanırken, her eve erişebilmesi ve izleyiciyi yakalayabilmesi de tercih nedenlerindedir.⁹³ Ancak, televizyon reklamları da, ticari anlatım alanının en sıkı düzenlenmiş kesimidir. Aralık 1990'da, İngiltere Bağımsız Televizyon Komisyonu'nu güncelleştirilmiş 'Reklam Standartları ve Uygulaması Esasları'nı yayınlamıştır. Bu esaslar 41 sayfa uzunluğunda yasakları, uyarıları ve ilkeleri içermiştir. Buna ek olarak reklamların içeriğini düzenleyen 43 ayrı yasanın başlıkları da eklenmiştir. Birçok ülkede bazı tür reklamların tam anlamıyla yasak olduğu bilinmektedir. Sigara reklamları İngiltere'de 1965'te; Birleşik Devletler'de 1971'de, Kanada'da 1972'de yasaklanmıştır. Başka bazı türler de çok kısıtlanmıştır. Bunlara örnek olarak şunlar verilebilir: Çocuklara yönelik reklamlar belirli bir zaman dilimi ile sınırlanmıştır. Reklamlarda belirli tekniklerin ve tavsiyelerin kullanılması yasaklanmıştır. Quebec'te ise 13 yaşın altındaki çocukları hedefleyen reklamlar yasaklanmıştır. Bir dizi hükümet dairesi ve televizyon şebekelerinin yönetim kurulları, reklamları bir tür ön izne tabi tutulmuştur. İngiltere'de Philips Softone'un 1987 yılındaki reklamı Windows, bir kadının gece tehdit edilmesine ilişkin ürkütücü sahneler içerdiği

⁽⁹¹⁾ a.k, s.166-167-168

⁽⁹²⁾ Rutherford, a.g.k, s.173

için, Peugeot'un 1988 yılındaki Cane reklamı da bir adamın bambu tarlasını kasıtlı olarak yakışına ilişkin görüntüler içerdiği için yeniden kurgulanmıştır. İngiliz ilkelerinde somutlaştırılan genel kural 'Televizyon reklamları yasal, ahlaklı, dürüst ve doğru olmalıdır.' şeklindedir. Reklamın bu kurallara uymaması durumunda İngiltere'de ve öteki ülkelerde verilen cezalar dikkat çekici düzeydedir.

Diğer taraftan insanların reklamlara ilişkin tavırları sürekli araştırılan bir alan olmuştur. Araştırmalar sonucunda insanların reklamlardan sürekli kaçtığı, ilgilenmediği sonuçları çıkarılırken, bir yandan da bu sonuçların çok abartılı olduğu savunulmuştur.⁹⁴ Aynı zamanda, reklamlara ilişkin çok övgüler olması, ya da çok konuşulması çok satış anlamına gelmemektedir. Çünkü, sadece reklamlardaki ilginç unsurların akılda kaldığı da bilinmektedir. İnsanları rahatsız eden reklamlara ilişkin olarak İngiltere'deki IBA'nın (Bağımsız Yayın Kuruluşu) radyo ve televizyon reklamlarına yönelik olarak yayınladıkları özetler incelenebilir. 1990 Eylül ayına ilişkin raporda, 125 mektup ve telefon görüşmesi yer almıştır. Eleştirilerin çoğunluğu da yanıltıcı (25) değil, çirkin, rahatsız edici (70) reklamlara yöneliktir. Örneğin; Cadbury's Fingers(çikolata) reklamındaki bir cümleye itiraz edenlerin sayısı 12'dir. Bir başka reklamda kel birinin başındaki peruğun alınışına; şişman bir çocukla alay edilmesine (duygusuzluk); kuyruğunu yakalamaya çalışan bir köpeğe (hayvan hakları); kadın vücudunun 'çok yakın çekimlerine'(cinsiyete dayalı ayrımcılık); inatçı çocuğa (kötü huylar); cinsel imalara (zevksizlik) ve zencilerin klişeleşmiş biçimlerde sunulmalarına (ırkçılık) ilişkin 11 adet eleştiri bulunmaktadır. Bunun yanı sıra zararlı reklamlara ilişkin veriler de bulunmuştur. Yine bir başka tartışma Nike'in Just Do It (Yalnızca Yapın) sloganlı kampanyasıdır. Bu açık uçlu sloganla, farklı sınıfların farklı bir anlamlandırmada bulunmasının mümkün olacağı düşünülür. Öyle ki Umberto Eco, değişik

⁽⁹³⁾ a.k, s.214-215

⁽⁹⁴⁾ a.k, s.217-220

bir ortamda bir televizyon reklamının devrime çağrı haline dönüşebileceğini ifade eder.⁹⁵ Kimi izleyiciler için iyi reklamlar bazı programlardan daha eğlenceli ve zekice olmakta; kimi izleyiciler için ise, reklamlar televizyonda olmaması istenen bir olgu olmaktan öteye gidememektedir.

Her ne kadar reklam kavramı farklı çevreler tarafından, farklı biçimlerde nitelendirilse de - bir sanat dalından, tanıtım aracına; tüketime teşvik eden ve yapay istekler yaratan sanal yapıtlara kadar- kapitalizmin içinde filizlenmiş bir olgu olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir.

Bugün, reklamların ve reklamcılığın serbest piyasa ekonomisi içinde önemli bir işlevi olduğu yadsınamaz. Bu işlevi sistemin kurallarına uygun olarak gerçekleştirmek için, ülkemizde reklamcılar derneği, reklamverenler derneği ve 'mecra' adı altında çeşitli basın yayın kuruluşlarının birleştiği bir platform oluşturulmuştur. Bu ortak oluşumun adı da Reklam Özdenetim Kurulu'dur.⁹⁶ Burada amaç, tüketiciye ve kendilerine karşı sorumluluklarını yerine getirmek için reklamda özdenetimi gerçekleştirmek, Uluslararası Reklam Uygulama Esaslarına uygun reklamların sunulmasını sağlamaktır. Uluslararası Reklam Uygulama Esasları ise Uluslararası Ticaret Odası'nın; serbest piyasa ekonomisini benimsemiş hemen hemen bütün ülkelerde bulunmaktadır. Bu esaslar ise şu şekilde belirlenmiştir:⁹⁷

Ahlaka Uygunluk:

Madde 1: Reklamlar, genel ahlak kurullarına aykırı ifadeler ya da görüntüler içermemelidir.

Dürüstlük:

⁽⁹⁵⁾ a.k, s.232-234

⁽⁹⁶⁾ Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi , İletişim Yayınları, Cilt: 14, s.1096

⁽⁹⁷⁾ Yüzyıl Biterke..., s.1096-1097

Madde 2:Reklamlar, tüketicinin güvenini kötüye kullanmayacak veya onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar etmeyecek biçimde tasarlanmalıdır.

Madde 3: 1. Reklamlar, haklı bir neden olmaksızın, korku duygusundan yararlanmamalıdır.

2. Reklamlar, batıl inançları istismar etmekten kaçınmalıdır.

3. Reklamlar şiddet hareketlerine yol açıcı ya da bunları destekleyici öğeler içermemelidir.

4. Reklamlar, ırk, din ve cinsiyete dayalı ayrımcılık üzerine kurulmamalı ve ayrımcılığı desteklememelidir.

Doğruluk:

Madde 4: 1. Reklamlar, eksik bilgi vererek, anlam karışıklığına yol açarak veya abartılı iddialar ileri sürerek tüketiciyi doğrudan ya da dolaylı olarak yanıltabilecek ifadeler ya da görüntüler içermelidir.(...)

2. Reklamlar, araştırma sonuçlarını veya teknik ve bilimsel yayınlardan yapılan alıntılarını çarpıtmamalıdır.(..)

Karşılaştırmalı Reklamlar:

Madde 5: Karşılaştırma içeren, reklamlarda, karşılaştırma yanıltıcı olmamalı ve dürüst rekabet ilkelerine uyulmalıdır. Karşılaştırma konuları doğrulanabilir gerçeklere dayanmalı ve hakkaniyete uygun olarak seçilmelidir.

Tanıklı Reklamlar:

Madde 6: Reklamlar, gerçek olmayan ve tanıklığına başvuru yapılan kişinin tecrübesine dayanmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer vermemeli veya atıfta bulunmamalıdır.(..)

Kötüleme:

Madde 7: Reklamlar, doğrudan doğruya ya da ima yoluyla hiçbir firmayı, hiçbir endüstriyel veya ticari faaliyet/ mesleği, hiçbir ürünü, aşağılayarak veya alay konusu ederek ya da benzer herhangi bir biçimde kötülememelidir.(..)

Ticari İtibardan Haksız Yararlanma:

Madde 9: 1.Reklamlar, bir başka firma, şirket ya da kurumun adını veya amblem, logo ve diğer özgün kurumsal kimlik unsurlarını haksız biçimde kullanmamalıdır.

2. Reklamlarda, bir kişi adının, bir başka şirket ya da ürüne ait ticari unvan ve simgenin sahip olduğu ya da bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılmamalıdır.

Taklit:

Madde 10: Reklamlar, başka reklamların genel düzenini, metnini, sloganını, görsel sunumunu, müzik ve ses efektlerini vb., tüketiciyi yanıltacak ya da karışıklığa yol açacak biçimde taklit etmemelidir.(...)

Reklamların Ayırt Edilmesi:

Madde 11: Biçimi ve yayınladığı mecra ne olursa olsun, bir reklamın 'reklam' olduğu açıkça anlaşılmalıdır; bir reklam haber ve yorum öğeleri içeren bir mecrada yayımlandığında, 'reklam' olduğu kolaylıkla anlaşılacak biçimde sunulmalıdır.(..)

Çocuklar ve Gençler:

Madde13 (..)Çocuklara ya da gençlere yönelik olan veya onları etkilemesi olasılığı bulunan reklamlar, onlara zihinsel, ahlaki ya da fiziksel olarak zarar verebilecek hiçbir ifade veya görüntü içermemelidir.

Sorumluluk:

Madde14: Reklamverenler, reklamcılıkla uğraşan kişi ya da reklam ajansları ile yayıncılar, mecralar veya aracıları bu Esaslar'da belirtilen davranış kurallarına uymakla yükümlüdürler(..)

Madde 16: Esaslar'a ters düşen bir reklam, reklamverenin ya da reklamveren adına hareket eden bir başka kişinin, daha sonra tüketiciye doğru bilgi verdiği gerekçesiyle savunulamaz(..)

Çocuklara yönelik reklamlarda gözetilecek temel ilkeler:

Aşağıda belirtilen temel ilkeler, Esaslar'ın ilgili hükümlerine yorum getirilmesini amaçlamaktadır(..)

İlke 2, Şiddet: Esaslar'ın 13. ve 2.maddesi'ni uygularken, reklamların, yasalara ve/ veya genel kabul gören toplumsal davranış kurallarına aykırı düşebilecek davranış ya da durumlarda şiddete göz yuman bir yaklaşım sergilememesi gerektiği unutulmamalıdır.

İlke 3, Toplumsal: Reklamlar, bir ürüne sahip olmanın ya da bir ürünü kullanmanın ttek başına, çocuğa yaşıtı olan diğer çocuklara göre fiziksel, sosyal veya psikolojik bir avantaj sağlayacağını veya bu ürüne sahip olmamanın aksi yönde bir etki yaratacağını ileri sürerek toplumsal değerleri sarsmamalıdır.

Reklamlar, toplumda geçerli değerleri dikkate alarak, otoriteyi, sorumluluk duygusunu, ana-babanın yargılarını ve zevklerini küçük düşürücü olmamalıdır.

İlke 4, Güvenlik:(..) Reklamlar, çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek veya onları tanımadıkları kişilerle ilişki kurmaya ya da bilmedikleri veya tehlikeli yerlere girmeye teşvik edebilecek hiçbir ifade ya da görsel sunum içermemelidir.

İlke 5. İkna: Reklamlar, reklamı yapılan ürünün kendilerine alınmasını sağlamak üzere başkalarını ikna etmeleri için, çocuklara yönelik doğrudan bir çağrıyla içermemelidir.

İlke 6. Gerçeğe Uygun Sunum: Esaslar'ın 4.maddesi uygulanırken, reklamların, çocukları, reklamı yapılan ürünün gerçek boyutları, değeri, özellikleri, dayanıklılığı ve performansı hakkında yanıltmaması için özel bir dikkat gösterilmelidir.(..)

İlke 7. Fiyat: Fiyat, çocukların ürünün gerçek değerini yanlış bir şekilde algılamalarına yol açacak şekilde, örneğin 'yalnız' sözcüğü kullanılarak belirtilmemelidir. Hiçbir reklam, reklamı yapılan ürünün her aile bütçesinin olanaklarıyla sağlanabileceğini ima etmemelidir.

Reklamların içeriklerine yönelik denetimler bu şekilde gerçekleştirilmeye çalışılırken; reklamların televizyonda konumlandırılışının, sürelerinin ve reklamı yasaklanmış ürünlerin denetimi de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yapılmaya çalışılmaktadır.

1.6. İletişim Özgürlüğü

“Özgürlük” kavramına ilişkin tanımlar şu şekilde yapılmaktadır: “kişinin kendi kendisini belirlemesi, denetlemesi, yönlendirmesi ve düzenlenmesi durumu”; “bireyin kendisini, dış baskı, etki ya da zorlamalardan bağımsız olarak, kendi arzu edilir ideallerine, motiflerine ve isteklerine göre yönlendirmesi”; “ahlakı özenen, kendi tercihlerine, akla dayalı kararlarına iradesinin buyruklarına göre eyleyebilmesi durumu”; “var olan alternatif eylem tarzları arasında bir seçim yapabilme gücü”; “kişinin dış koşulları, psikolojik ve biyolojik yapısının belirlediği şartları aşmayı, aşabilmeyi başararak, kendi ideallerine,

isteklerine ve hedeflerine uygun davranabilmesi durumu.”⁹⁸ Basın özgürlüğü ise Demokratik ve Hukuk Devleti İlkesine bağlı toplumların belirleyici niteliklerinden biridir. Toplumların çok sesli hale gelmesinin kaynağı aydınlanma, bilgilendirme ve eleştirme hakkına sahip olan basın aracılığıyla olur. Basına özgürlük tanıyan çağdaş ve demokratik ülkeler bu özgürlüğün kişilik haklarına bir saldırı niteliğine dönüşmemesi için Anayasa ve yasalarına hükümler koyarak, önlemler alırlar. Gerçek demokrasilerde özgürlüklerin sınırsızlığına ve özgürlükleri kullanırken diğer özgürlüklerin zedelenmesine izin verilmez. Hiç kimse özgürlüğünü, bir başka kimsenin evrensel ve Anayasal hakkını ortadan kaldıracak şekilde kullanamaz.⁹⁹

İletişim özgürlüğü, basın özgürlüğü kavramının teknolojik gelişmelerin etkisiyle kapsamlı hale getirilmiş bir biçimdir. Bu bağlamda iletişim özgürlüğü Demir’e göre şöyle ifade edilmektedir: “İletişim alanındaki teknolojik gelişmeler sonucunda çoğalan iletişim araçları ve özellikle görüntülü ve sesli kitle iletişim araçlarının, yani radyo ve televizyonun etkinliğinin artmasından sonra, bu alanda bulunması gereken özgürlüğü ifade etmek için kullanılan bir kavramdır.”¹⁰⁰ Basın özgürlüğü ise düşüncüyü açıklama özgürlüğü kapsamında düşünülmesi gereken bir kavramdır. Basın, gerek düşüncenin oluşturulması, gerek düşüncenin açıklanması aşamaları yönünden bir araç niteliğindedir. Bu bakımdan basın özgürlüğü ile düşüncüyü açıklama özgürlüğü özdeş kavramlardır.¹⁰¹

Basın özgürlüğü genellikle haber, fikir ve düşünceleri, çoğaltıcı araçlarla serbestçe açıklayabilmek özgürlüğü olarak tanımlanmıştır. Bu tanıma göre basın özgürlüğü haber, fikir ve düşünceleri serbest olarak toplayıp, yorumlayıp, eleştirip yayımlayabilmek, yani bunların geniş kitlelere yazılı, sözlü veya görüntülü şekilde ulaştırabilmek haklarını kapsar. Bu özgürlük, kişinin serbestçe ve hiçbir engelle uğramadan bilgi edinebilmesi ve bu konuda bütün haberleşme araçlarını kullanabilmesini gerektirir. Böylece iletişim araçlarını, fikirlerini yaymak

⁽⁹⁸⁾ Cevizci, a.g.k, s.729

⁽⁹⁹⁾ Günel Deniz, “3984 Sayılı Kanununun 28. Maddesi ile İlgili Bazı Düşünceler ve Açıklamalar”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl: 1, sayı:2, ekim- Kasım 1997, s.9

⁽¹⁰⁰⁾ Demir, a.g.k, s.13

⁽¹⁰¹⁾ a.k, s.14

konusunda serbestçe kullanarak, kişileri bilgilendirebilmek ve iletişim araçlarının verdikleri bilgileri serbestçe kabul edebilmek imkanı ve serbestliği basın özgürlüğünün gereğidir. Bu özgürlük meşru olmayan engellere maruz kalmadan yayında bulunabilmek ve aynı zamanda tam olarak haber alabilmek, aydınlanabilmek hakkını belirtmektedir.¹⁰²

Basın özgürlüğü, genel anlamda da iletişim özgürlüğü, Anayasa'dan kaynaklanır. Bu özgürlük, halkın çabuk, doğru ve sağlıklı haber alma ve bilgi edinme hak ve özgürlüğünün iletişim organları aracılığıyla oluşturduğu bir süreçtir. Yani bu süreçte esas unsur, bireyin ve toplumun bilgi edinme, haber alma hak ve özgürlüğüdür. Dolayısıyla, iletişim özgürlüğü belirli bir meslek grubuna tanınmış bir imtiyaz değil, gerçek sahibi halk olan, çabuk, doğru ve sağlıklı bilgi amacını gerçekleştiren bir araçtır. Kurumsal olarak basının, kabul görmüş sistem içinde yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olmasının kaynağı da iletişim özgürlüğünün halk adına kullanılmasına ve bundan doğan kamusal niteliğe bağlıdır. Bu noktada da bu özgürlüğü kullananların sorumluluğu söz konusudur.¹⁰³

'İletişim özgürlüğü'nün kamu faaliyetini destekleyen en önemli ilke olduğu tartışılmaz.¹⁰⁴ Kamunun bilme hakkı, siyasal yapıların sürdürülmesi, korunması ve geliştirilmesi için temel koşul olarak algılanırken, siyasal yapılar, insanların mutlu ve özgürce yaşayabilmeleri için gerekli temel hakların korunması ve geliştirilmesinin öncelikli koşuludur. Bunun temelinde de bilginin serbestçe dolaşımını savunan yaklaşım yatmaktadır. Batı toplumlarında tarih boyunca kamunun bilme hakkı savunulmuş ve korunmuştur. Bu davranışın nedeni de bilginin adil toplumların yaratılmasında ve yaşatılmasında üstlendiği rolden kaynaklanmıştır.¹⁰⁵

⁽¹⁰²⁾ a.k, s.14

⁽¹⁰³⁾ Yusuf Turan, "İletişim Özgürlüğü ve Yayıncının Sorumluluğu", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:14, Kasım- Aralık 1999, s.9

⁽¹⁰⁴⁾ Nihat Çaylak, "Küresel İletişim ve Kültürel Çeşitliliğin Korunması Sorunu", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:12, Temmuz- Ağustos 1999,s.30

⁽¹⁰⁵⁾ Çaplı, Medya ..., s.21

Bir ülkede basın alanında çoğulcu ve özgürlükçü bir düzenlemeden bahsedilebilmesi için birtakım ilkeler söz konusudur. Bu ilkeler şunlardır:

1-Basın kuruluşlarının herhangi bir ön izin alma koşuluna bağlı olmaksızın kurulabilmesinin mümkün olması

2-Basın alanını meslek olarak seçmek için herhangi bir ön koşul bulunmaması.

3-Basın kuruluşunun kendi isteği dışında yayın yapması sonucunu doğurabilecek hiçbir zorlama ve baskının olmaması.

4-Düşünce açıklama, eleştiri gibi yayın faaliyetleri yayın sonrası kovuşturması konusu olmamalıdır.

5-Basın kuruluşlarının ilettikleri haber ve yorumların herhangi bir ön denetim uygulanmadan serbest dolaşımın sağlanması; serbest dolaşımın sağlanmasının koşulları ise; a-Olaya serbestçe ulaşma ve haberi, bilgiyi elde etme özgürlüğü; b-Olayı aktarma özgürlüğü; c-Haberi alma, habere kavuşma özgürlüğüdür.

Özgürlükçü demokratik bir düzende, devletin kitle iletişim araçlarına yönelik müdahalesinin olmaması gerektiği savunulurken, bunun amacı, toplumun siyasal yaşama ve kontrol gücüne etkin katılımıyla ilişkilendirilir.¹⁰⁶

Bunlarla birlikte iletişim özgürlüğü ya da basın özgürlüğü, “objektiflikten ayrılmak, haber verme hakkının sınırlarını aşmak, yanlış karalayıcı ve genişletici yorumlarda bulunmak, gerçek dışı haber vermek, yersiz olarak şeref ve haysiyeti kırıcı ifadeler kullanmak, dürüstlük kurallarına uymak, şahsi çıkarları nedeniyle sırf sansasyon yaratmak için haber yapmak, kısacası kamu yararı amacı güdülmeyen yayın yapmak” aşamasında sınırlanmaktadır. Medya içeriğinin, hukuka uygun olması ve işlevini yerine getirmesi ise haberin gerçeğe uygun olması, haberde kamu yararı ve toplumsal ilgi

⁽¹⁰⁶⁾ Demir, a.g.k, s.15

bulunması, haberlerin verilmesinde nesnel ölçülere uyulması, haberin veriliş bakımından ölçülülüğün bulunması ile sağlanmaktadır.¹⁰⁷

İletişim özgürlüğünün sınırını belirleyen alanlardan biri de özel yaşam ve mahremiyettir. Burada tartışılan, bireylerin kamuya mal olmayı kabul etmeleri halinde, yaşamlarının mahrem noktalarını da kamuya açık hale getirmeleri gerektiği ya da özel yaşam alanlarından vazgeçmeleri gerektiği üzerinedir. Bu tartışmalara ilişkin iki nokta vardır. Birincisi, ‘tanınmış olmak’ ya da ‘kamuya mal olmak’ kavramlarının oldukça geniş olması, ikincisi de, ‘seçilmiş bireylerin kamu görevi yapma durumlarında bile, bilme hakkının kesinlikle mutlak olmadığı’dır.¹⁰⁸ Özel yaşam hakkının zedelenmesi bazılarına göre bilginin toplama yönteminde, bazılarına göre de bilginin gerekmediği takdirde bile yayınlanması durumlarında gerçekleşmektedir.¹⁰⁹

Özel kavramının tanımı ‘insanların kendilerine ait olup başkalarının bilmesini istemediği bilgiler’ şeklindedir.¹¹⁰ Özel yaşamın sınırlarının çizilmesi bu bilgilerin başkalarınca kötü amaçlı kullanılmasını engelleyecektir.¹¹¹

Özel yaşam alanlarından biri de kişilik hakkıdır. Çeşitli kişilik değerleri ile tamamlanan bütün, kişilik hakkını oluşturur. Yani, kişinin, kişilik değerleri üzerinde kişi olmak sıfatıyla sahip olduğu, kişiliğine bağlı, vazgeçilmez, devredilmez bir hak vardır. Kişilik değerleri, toplumdaki gelişmeye, teknikteki ilerlemeye paralel olarak değişir. Kişilik hakkını oluşturan değerler hukuki korumanın konusuna göre, fiziki, duygusal ve sosyal kişilik değerleri olmak üzere başlıca üç gruba ayrılır. Fiziki kişilik değerleri, hayat hakkı, sağlık hakkı, vücut bütünlüğü hakkı, hareket özgürlüğü hakkı, cinsel özgürlük hakkı

⁽¹⁰⁷⁾ Ahmet Çiftçi, “Radyo ve Televizyon Yayınlarında Sorumluluk”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:1, Mayıs- Haziran 1999, s.17

⁽¹⁰⁸⁾ Çaplı, Medya..., s.109

⁽¹⁰⁹⁾ Çaplı, Medya..., s.110

⁽¹¹⁰⁾ a.k, s.110

⁽¹¹¹⁾ a.k, s.110

gibi değerlerden oluşur. Duygusal kişilik değerleri, kişinin yakınları ile ilişki kurma hakkı, yakınlarına saygı duyulmasını isteme hakkı, aile duyguları hakkı gibi manevi değerleri olan, aile objeleri üzerindeki haklardır. Sosyal kişilik değerleri de, isim ve diğer kimlik belirleyicisi işaretler üzerindeki haktır. Kişinin resmi, sesi üzerindeki hakkı, özel hayat hakkı, şeref ve haysiyet hakkı, ekonomik faaliyet özgürlüğü gibi haklardır. Özel hayat hakkı da, 'gizli alan' , 'özel alan' ve 'ortak alan'dan oluşur.¹¹² Sonuçta, basın-yayın alanının sahip oldukları hakları kamu yararı güderek yerine getirmesi gerekir. Görsel ve işitsel yayıncılıkta da, yazılı basında da, nesnel ölçütler esas alınırken, kişi haklarına karşı duyarlı biçimde yükümlülükler yerine getirilmeli, özgürlüklerin kişi haklarına saldırı yönünde kullanılmamasına özen gösterilmelidir.

Türk hukukunda da, şahsiyet hakları kavramı ile bireyin kişiliği, varlığı, sağlığı, şeref ve haysiyeti, ticari itibarı ile özel hayatının gizliliği ve korunması hakkı gibi konular güvence altına alınır. Kişinin sahip olduğu maddi hakların yanı sıra maddi olmayan, özel hayata saygı gibi hakların da bulunduğu belirtilmiştir. Bugün özel hayata ilişkin bu kadar çok vurgu yapılmasının en önemli nedeni de teknolojik gelişmeler sonucunda özel hayata müdahalenin ya da erişebilirliğin kolaylaşmasıdır. Ancak, kişinin kendi dünyası içinde kalarak, bunu başkalarından saklamak istemesinin çok eski ve insancıl bir duygu olduğu da unutulmamalıdır.

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 12.maddesinde yer alan 'Kimsenin özel yaşamı, ailesi, konutu ya da haberleşmesine keyfi olarak karışamaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin, bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunma hakkı vardır.' hükmü ile kişinin özel yaşamı, ailesi, ev dokunulmazlığı ve ev içindeki haberleşme gizliliği koruma altına alınır.

(¹¹²) Çiftçi, a.g.m, s.16

Özel hayatın gizliliği ve korunması hakkına ilişkin bir başka düzenleme de Avrupa İnsan Hakları ve Ana Hürriyetlerine Dair Sözleşme'dir. Bu sözleşmenin 8.maddesinin 1.paragrafı 'herkes özel ve aile hayatına, konutuna ve muhaberatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir.' şeklindedir.

Özel hayatın gizliliği ve korunması hakkına yönelik müdahalelere karşı İnsan Hakları Avrupa Mahkemesi, hukukun üstünlüğü prensibi üzerine kurulu görüşleri benimsemiştir.

Anayasamızda da bu konuya ilişkin düzenlemeler mevcuttur. Yani, değişik yasalarla gizli yaşam alanı korunmaktadır. Ancak, basın özgürlüğü ile özel hayatın gizliliği ve korunması hakkı karşı karşıya gelebilmekte ve çatışmalar çıkabilmektedir. Bu çatışmaların oluşumundaki temel neden ise, ticari amaç güden kişilerin sahip oldukları hak ve hürriyetleri sınırsızca ve başkalarının hak ve hürriyetlerini hiçe sayarak yararlanmak istemelerinden kaynaklanır.¹¹³

Basın özgürlüğünün savunucuları basının kendi açtığı yaraları, yine kendisinin iyileştirebileceğini savunurlar. Bunun yanı sıra basın özgürlüğünün, düzenin en büyük destekçisi, polisin ve terbiyenin rehberi ve koruyucusu olabileceği düşünülür. Fakat, bu varsayımda da birçok gerçek göz ardı edilir.¹¹⁴

Bugün ise özel pazar rekabeti anlayışıyla yoğrulmuş olan eski 'basın özgürlüğü' dili büyük tartışmaların tam ortasında yeniden sahneye çıkmaktadır. Özellikle radyo ve televizyon yayıncılığı alanında doğan yeni iletişim çağı farklı kavramlarla bezenmektedir. Bu kavramlar da devlet sansürü, bireysel seçim, yasal düzenlemenin kaldırılması (deregülasyon), pazar rekabeti ve yasa kuralları ile sayıca azlık yerine, özgürlük ile seçimdir.

(¹¹³) İzzet Çalgüner, "Kişi Hakları ve Özel Hayatın Gizliliği", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:2, ekim-Kasım 1997, s.10-11

Bazı çevreler pazar rekabetini basın ve yayın özgürlüğünün kilit koşulu olarak düşünür. Bu özgürlük de devlet müdahalesinden uzak, bireylerin düşüncelerini dış kısıtlamalar olmaksızın iletebilmedir. Medyanın pazarca yönlendirilmesiyle, tüketici bireylerin seçiminin kolaylaştırılacağı, fiyatların düşük ve kalitenin yüksek kalacağı, pazara mal arz edenleri rizikoya girmeye ve sürekli olarak kendilerini yenilemeye zorlayacağı iddia edilir. Yani, pazarca yönlendirilen medya, hem azınlık hem de çoğunluktaki izleyicilere hizmet edecektir.¹¹⁵

Ancak, iletişim pazarına katılım için paranın gerekmesi ve bazılarının buna sahip olmaması vatandaşların seçimlerini etkilemekte, hatta, seçimlerin aleyhine çalışan bir duruma dönüşebilmektedir. Bu fikri netleştirmek için de A.J.Liebling'in bir sözü hatırlanabilir: 'Basın özgürlüğü yalnızca basına sahip olabilenlere aittir'¹¹⁶

Dolayısıyla, artık pazar rekabeti iletişim özgürlüğünü garantilemek yerine, kısıtlamakta, pazara girmek isteyenlere karşı engeller koymakta, tekellere izin vermekte ve seçenekleri sınırlamaktadır. Bunun da ötesinde iletişim pazarı, enformasyonun egemen tanımını kamusal yarar kavramından uzaklaştırıp, onu özel olarak tasarruf edilebilen bir metaya yaklaştırmaktadır. Sonuçta, iletişim özgürlüğü ile pazardaki sınırsız özgürlük arasında yapısal bir çelişki bulunur. Çünkü, dev firmalar, insanların ne dinleyip, ne izleyeceklerini belirleyebilmekte, dolayısıyla da pazar ortamında örgütlenen medyanın kendisi bir sansür haline gelebilmektedir. Pazar liberalizmi ise, 'sansür' ü çok dar anlamda algılayarak kendisini böyle bir sonuca varmaktan korumaktadır.¹¹⁷

Şirketler pazar rekabetini altyapı, yurttaşların seçimlerini ise üstyapı olarak kabul ederler. Onların gözünde bireyler de pazar tarafından istenen yere çekilebilen

⁽¹¹⁴⁾ Keane, a.g.k, s.58

⁽¹¹⁵⁾ a.k, s.67

⁽¹¹⁶⁾ a.k, s.88

⁽¹¹⁷⁾ a.k, s.95

tüketicilerdir. Yani, hakları ve yükümlülükleri olan etkin yurttaşlar olarak görülmezler. Yayıncılık alanında, sayıca azlık yerine özgürlük ve seçeneği savunan pazar liberalleri, firmaların genel yatırım ve pazarlama stratejisini belirleyen kararları alırken, yurttaşlara katılım seçeneği tanımazlar. Ayrıca, vatandaşlara tüketim kalıplarını değiştirmek isteyip istemediklerini de sormazlar. Bu da yayıncılık alanında özgürlük kavramının değişen bir çehreye sahip olduğunu göstermesi bakımından ilginçtir.¹¹⁸

I.7. 1982 Anayasası'nda Temel Hak ve Özgürlüklerin Düzenlenişi

Bu çalışma bağlamında, Temel hak ve özgürlüklerin düzenlenişi özel hayatın gizliliği ve korunması, düşüncüyü açıklama ve yayma özgürlüğü, bilim ve sanat özgürlüğü, basın ve yayımla ilgili hükümler çerçevesinde işlenmiştir.

I.7.1. Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması

1982 Anayasası'nda özel hayatın gizliliği ve korunması, özel hayatın gizliliği, konut dokunulmazlığı, haberleşme hürriyeti, başlıkları altında bölümlendirilir

I.7.1.1. Özel Hayatın Gizliliği

Anayasa'nın 20.maddesine göre ; Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz. Adli soruşturma ve kovuşturmanın gerektirdiği istisnalar saklıdır.

Kanunun açıkça gösterdiği hallerde, usulüne göre verilmiş hakim kararı olmadıkça; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınan merciin emri bulunmadıkça, kimsenin üstü, özel kağıtları ve eşyası aranamaz ve bunlara el konulamaz.

⁽¹¹⁸⁾ a.k, s.97

I.7.1.2. Konut Dokunulmazlığı

Anayasa'nın 21.maddesine göre; Kimsenin konutuna dokunulamaz. Kanunun açıkça gösterdiği hallerde, usulüne göre verilmiş bir hakim kararı olmadıkça; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınan merciin emri bulunmadıkça kimsenin konutuna girilemez, arama yapılamaz ve buradaki eşyaya el konulamaz.

I.7.1.3. Haberleşme Hürriyeti

Anayasa'nın 22.maddesine göre; Herkes haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır.

Kanunun açıkça gösterdiği hallerde, usulüne göre verilmiş hakim kararı olmadıkça; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınan merciin emri bulunmadıkça; haberleşme engellenemez ve gizliliğine dokunulamaz.

İstisnaların uygulanacağı kamu kurum ve kuruluşlarının kanunda belirtildiği ifade edilir. “Burada söz konusu olan haberleşme, kişilerin kendi aralarında PTT araçlarıyla serbestçe haberleşebilmesi olarak değerlendirilmektedir. Bu hususunda özel hayatın bir unsurunu teşkil ettiği için haberleşmenin de gizliliği korunmaktadır.”¹¹⁹ Haberleşmenin gizliliğinin kaldırılması ancak hakim kararıyla gerçekleşir; “fakat kanun açıkça yetkili kıldığı başka bir merci dahi, acele hallerde, istisnaen, bu yolda emir verebilecektir. Bu suretle, gereğinde, kişilerin kendi aralarında haberleşmeleri

⁽¹¹⁹⁾ Muharrem Balcı, Güliden Sönmez, *Temel Belgelerde İnsan Hakları*, Danışman Yayınları, 2001, İstanbul, s.49

engellenebilecek, yahut bu haberleşmenin içeriğinden resmi makamlar bilgi sahibi olabilecektir.”¹²⁰

I.7.2. Düşüncüyü Açıklama ve Yayma Özgürlüğü

Anayasa'nın 26.maddesi; Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayınların izin sistemine bağlanmasına engel değildir.

Bu özgürlüklerin kullanılması, suçluların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.

Düşüncelerin açıklanması ve yayılmasında kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dil kullanılamaz. Bu yasağa aykırı yazılı ve basılı kağıtlar, plaklar, ses ve görüntü bandları ile diğer anlatım araç ve gereçleri usulüne göre verilmiş hakim kararı üzerine toplattırılır. Toplatma kararını veren merci bu kararını 24 saat içinde yetkili hakime bildirir. Hakim bu uygulamayı üç gün içinde karar bağlar.

Haber ve düşünceleri yayma araçlarının kullanılmasına ilişkin düzenleyici hükümler, bunların yayımını engellemek kaydıyla, düşüncüyü açıklama ve yayma özgürlüğünün sınırlanması sayılamaz.

(¹²⁰) Balcı, Sönmez,a.g.k, s.49

I.7.3. Bilim ve Sanat Özgürlüğü

Anayasa'nın 27.maddesine göre; Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir.

Yayma hakkı, Anayasa'nın 1.,2. ve 3.maddeleri hükümlerinin değiştirilmesini sağlamak amacıyla kullanılamaz.

Bu madde hükmü yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtımının kanunla düzenlenmesine engel değildir.

I.7.4. Basın ve Yayınla İlgili Hükümler

1982 Anayasası'nda, basın ve yayımla ilgili hükümler, basın özgürlüğü, süreli ve süresiz yayın hakkı, basın araçlarının korunması, kamu tüzelkişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkı, düzeltme ve cevap hakkı başlıkları altında düzenlenmiştir.

I.7.4.1. Basın Özgürlüğü

Anayasa'nın 28.maddesine göre; Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz. Kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dilde yayım yapılamaz. Devlet, basın ve haber alma özgürlüğünü sağlayacak tedbirleri alır. Basın özgürlüğünün sınırlanmasında, Anayasa'nın 26. ve 27.maddeleri hükümleri uygulanır. Devletin iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlemeye ya da ayaklanma veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya Devlete ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber ve yazıyı, yazarlar veya bastırıcılar veya aynı amaçla, basanlar, başkasına verenler, bu suçlara ait

kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar. Tedbir yoluyla dağıtım hakim kararıyla; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle önlenabilir. Dağıtımı önleyen yetkili merci, bu kararı en geç 24 saat içinde yetkili hakime bildirir. Yetkili hakim bu kararı en geç 48 saat içinde onaylamazsa, dağıtımı önleme kararı hükümsüz sayılır. Yargılama görevinin amacını uygun olarak yerine getirilmesi için, kanunla belirtilecek sınırlar içinde, hakim tarafından verilen kararlar saklı kalmak üzere, olaylar hakkında yayım yasağı konamaz.

Sürelî ve süresiz yayınlar, kanunun gösterdiği suçların soruşturma veya kovuşturmasına geçilmiş olması hallerinde hakim kararıyla; Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, milli güvenliğinin, kamu düzeninin, genel ahlakın korunması ve suçların önlenmesi bakımından gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararı veren yetkili merci, bu kararı en geç 24 saat içinde yetkili hakime bildirir; hakim bu kararı en geç 48 saat içinde onaylamazsa, toplatma kararı hükümsüz sayılır.

Sürelî veya süresiz yayınların suç soruşturma veya kovuşturması sebebiyle zapt ve müsaderesinde genel hükümler uygulanır.

Türkiye’de yayımlanan sürelî yayımlar, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyet’ in temel ilkelerine, milli güvenliğe ve genel ahlaka aykırı yayımlardan mahkum olma halinde, mahkeme kararıyla geçici olarak kapatılabilir. Kapatılan sürelî yayının açıkça devamı niteliğini taşıyan her türlü yayın yasaktır; bunlar hakim kararıyla toplatılır.

I.7.4.2.Sürelî ve Süresiz Yayın Hakkı

Anayasa'nın 29.maddesine göre; Sürelî veya süresiz yayın önceden izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz.

Sürelî yayın çıkarabilmek için kanunun gösterdiği bilgi ve belgelerin, kanunda belirtilen yetkili mercie verilmesi yeterlidir. Bu bilgi ve belgelerin kanuna aykırılığının tespiti halinde yetkili mercii, yayının durdurulması için mahkemeye başvurur.

Sürelî yayınların çıkarılması, yayın şartları, mali kaynakları ve gazetecilik mesleği ile ilgili esaslar kanunla düzenlenir. Kanun, haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayınlanmasını engelleyici veya zorlaştırıcı siyasal, ekonomik, mali ve teknik şartlar koyamaz.

Sürelî yayınlar, Devletin ve diğer kamu tüzel kişilerinin veya bunlara bağlı kurumların araç ve imkanlarından eşitlik esasına göre yararlanır.

I.7.4.3. Basın Araçlarının Korunması

Anayasa'nın 30.maddesine göre; Kanuna uygun şekilde basın işletmesi olarak kurulan basımevi ve eklentileri, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü, Cumhuriyetin temel ilkeleri ve milli güvenlik aleyhinde işlenmiş bir suçtan mahkum olma hali, suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve işletilmekten alıkonulamaz.

I.7.4.4. Kamu tüzelkişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkı

Anayasa'nın 30.maddesine göre; Kişiler ve siyasi partiler, kamu tüzelkişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme ve yayım araçlarından yararlanma hakkına sahiptir. Bu yararlanmanın Şartları ve usulleri kanunla düzenlenir.

Kanun, 13.maddede yer alan genel sınırlamalar dışında bir sebebe dayanarak, halkın bu araçlarla haber almasını, düşünce ve kanaatlere ulaşmasını ve kamuoyunun serbestçe oluşmasını engelleyici kayıtlar koyamaz.

I.7.4.5. Düzeltme ve Cevap Hakkı

Anayasa'nın 32.maddesine göre; düzeltme ve cevap hakkı, ancak kişilerin haysiyet ve Őereflerine dokunulması veya kendileriyle ilgili gerçeğe aykırı yayınlar yapılması hallerinde tanınır ve kanunla düzenlenir. Düzeltme ve cevap yayımlanmazsa, yayımlanmasının gerekip gerekmediğine hakim tarafından ilgilinin müracaat tarihinden itibaren en geç 7 gün içerisinde karar verilir.

“Cevap ve düzeltme hakkı, basın özgürlüğünün sınırsız veya kötü kullanılmasına karşı kişi veya kuruluşlara tanınan önemli bir hak olarak, anayasalarda yerini bulmuştur.”¹²¹

⁽¹²¹⁾ Deniz Günel, “ 3984 Sayılı Kanununun 28. Maddesi İle İlgili Bazı Düşünceler ve Açıklamalar”, RTÜK İletifim Dergisi, yıl:1, sayı:2, Ekim- Kasım 1997,s.9

1.8. İletişim Özgürlüğünün Sınırı: Medyada Etik ve Özdenetim

“Etığın tanımı, genellikle olması gereken şeylere duyulan ilgi şeklinde yapılır.”¹²² Ayrıca, etik kelimesi Yunanca ethos sözcüğünden türer ve insanın iyi bir karakter sahibi olması için neler yapması gerektiği anlamına gelir.¹²³ Etik, insanlar arasında yer alan değerleri, ahlaki bakımdan iyi ya da kötü olarak değerlendirirken; doğru ya da yanlış olanın da niteliğini ve temellerini araştırır. Felsefe sözlüğünde ise etik şu şekilde tanımlanır:

Ahlak ve ahlaklılığın olgusal ve tarihsel olarak yaşanan bir şey olduğu, tek tek her bireyin şu ya da bu ölçüde şekillendirdiği, somut bir ahlaki hayatı bulunduğu, bu hayat içinde cisimleşen ahlaki değerler, peşinden koşulan ideallerin söz konusu olduğu kabulleri üzerinde, ahlak adını verilen söz konusu tarihsel olguya yönelen felsefe disiplini; ahlakın eylemin pratiği olduğu yerde, eylemin teorisini oluşturan felsefe türü.¹²⁴

Gündelik yaşamda ahlak anlamında da kullanılan etik değerler bir otorite tarafından değil, insan ilişkilerinin ve insan aklının süreç içerisinde biriktirdiği deneyimlerden çıkar.¹²⁵

Ayrıca, etik için iki ayrı düzeyden bahsedilebilir. Biri eylemlerini, yükümlülüklerini ve hayatlarını sorgulayabilen bireylerin düzeyidir. Diğeri de çağlarının ruhunu analiz edip, insanlara yaşam biçimleri ve yeni idealler öneren filozofların gerçekleştirdiği düzeydir. Sosyal bir varlık olarak nitelendirilen insanlar aynı zamanda “ahlaki varlık” tanımı içinde yer alır. Yani, insanlar, ahlaki ilke ve değerlerini eylemleri ile cisimleştirirler.

⁽¹²²⁾ Marshall, a.g.k.,s.211

⁽¹²³⁾ Tuğrul Eryılmaz, “Gazeteci Kendine de Sormalı”, Birikim, 117, Ocak 1999, s.23

⁽¹²⁴⁾ Cevizci, a.g.k, s.343-344

⁽¹²⁵⁾ Doğan Tılıç, “Milliyetçilik ve yeni sahiplik yapısı kıskacında Türk medyası”, Birikim, Ocak 1999, 117, s.35

Sonuçta, bir felsefe dalı olarak etik, neyin iyi ve doğru, neyin kötü ve yanlış olduğunu araştırır, insan hayatının gerçek amacının ne olması gerektiğini soruşturur, ahlaklı ve erdemli bir yaşayışın hangi unsurları içerdiğini irdeler.¹²⁶

I.8.1. Medyada Etik Nedir?

Medyanın etik açısından uygun faaliyet gösterip göstermediği, insanların yaşamını ilgilendiren önemli konuları doğru ve eksiksiz bir biçimde aktarıp aktarmadıkları ile ilgilidir.¹²⁷

Yani, etik denilince gazetecilik açısından akla gelmesi gerekenler adil, gerçek, objektif ve doğru olmalıdır. Kitle iletişim araçlarının asli görevi kamunun olaylarla ilgili doğruları bilme hakkına hizmet etmektir.¹²⁸

Diğer taraftan, medyanın performansına ve etik anlayışına yönelik eleştiriler, sadece ülkemize özgü değildir. Birçok ülkede bu konu üzerinde tartışmalar yapılmıştır. Özellikle liberalizmin kaynağı ve beşiği sayılan ABD’de bu eleştiriler çok daha önce başlamıştır. 1950’li yıllara kadar, Amerikan medyası, kendisine Anayasal güvence altında sunulan özgürlük üzerinde yoğunlaşmıştır. Ancak, 1950’li yılların başlarında, dikkat özgürlükler üzerinden medyanın sorumluluğuna kaydırılmıştır. Liberal medya taraftarları, medyanın kendi sorumluluğunun farkına varacağını iddia etmişlerdir. Ancak, 1947 yılında yayınlanan Hutchins raporu ile bu iddia çürütülmüş, medyanın yeni bir yaklaşıma gereksinim duyduğu ortaya çıkmıştır. Medya bu rapora önce çok sert bir tavırla yaklaşmış, daha sonra da tümüyle reddetmiştir.¹²⁹ Medyanın görevlerinden olan hükümeti izleme ve

⁽¹²⁶⁾ Cevizci, a.g.k., s.343-344

⁽¹²⁷⁾ Çaplı, Medya ..., s.88

⁽¹²⁸⁾ Eryılmaz, a.g.m., s.23-24

⁽¹²⁹⁾ Çaplı, Medya ...,s.89

denetleme işlevi güçlenerek etik problemlere neden olan uygulamalara dönüşmüştür. Bu problemler sonucunda hangi bilginin bilinmesi gerektiği tartışılmış, kamu çıkarı, bilme hakkı, öğrenme merakı gibi kavramlar karşılaştırılmaya başlanmış ve yeni bir sürece girilmiştir.¹³⁰

Ülkemizde basın alanındaki etik anlayışı da yenidir. Bu konuda 1938 yılında devlet öncülüğünde ve 1960 yılında gazetecilerin çalışmaları ile girişimler yapılmıştır. Daha sonra 1986 yılında Basın Konseyi kurulmuş, ardından 1998 yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin kabul ettiği Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi ve Ekonomi Muhabirleri Derneği'nin Meslek İlkeleri eklenmiştir. Ancak bu uygulamaların etik anlayışının yerleşmesinde yetersiz kaldığı görülür. Aynı sorunlar ve arayışlar batı ülkelerinde de yaşanmaktadır.

Kitle iletişimi alanındaki etik anlayışı, basın özgürlüğünü geleneksel olarak sınırlama çabası içinde olan devlete karşı mücadeleden doğmamıştır. Çünkü, devletin karışımı kurallar çerçevesinde meydana gelmekte ve izlenmesi mümkün olmaktadır. Ancak, sermayenin karışımına müdahale güç olmakta, etkisi de karışık olmaktadır.¹³¹

Etik ile özgürlük arasındaki ince sınırın çizilememesi sansürcü, yasakçı bir yapıyı doğurmaya da elverişlidir. Dolayısıyla sağlıklı bir kitle iletişim ortamı, sağduyu ile hazırlanmış iletişim politikalarına ve bu ortam içerisinde gelişme şansı bulan kitle iletişim araçlarına bağlıdır. Bu sayede toplum ve devlet de sağlıklı bir yapı kazanacak ve sağlıklı bir geleceğin zemini oluşturulacaktır.¹³² Bunun için de medyada etik aranmakta, ahlak kavramı sorgulanmaktadır.

⁽¹³⁰⁾ Çaplı, *Medya ..*, s.28-29

⁽¹³¹⁾ Korkmaz Alemdar, "Medya ve Etik", *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Haz: Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, 1999, Ekim, s.253

⁽¹³²⁾ Serhat Kaymas, "Basın Yayın Özgürlüğü ve Sınırları 11 Eylül Sonrasına İlişkin Bir Değerlendirme", *RTÜK İletişim Dergisi*, yıl:5, sayı:26, Kasım- Aralık 2001, s.15

Ahlaklı medya, kamuoyunun özgürce oluşmasına katkıda bulunacaktır. Yani, yapay, körükleyici, temelsiz haber ve programları kullanarak ‘kamuoyu oluşturma’ fikrinden uzak kalacak; objektif, nitelikli bir yayın anlayışı sergileyecektir.¹³³ Ancak, bu anlayışın ve “etik” olgusunun medyada yerleşmediği gözlenmektedir. Bunun nedeni de yasalara, egemen kültürün medya kurumları ve gazeteciler üzerindeki baskılarına, ekonomik baskılara ve dolayısıyla okur ve izleyiciden gelen baskılara, işletme çıkarlarına bağlanmaktadır. Tüm bu faktörlerin ortasına da insan etkeni yerleştirilmektedir.¹³⁴ Yani, ‘... okullarıyla, fikirleriyle, eğitimleriyle, sınıflarıyla, alışkanlıklarıyla, cehaletleriyle, çıkarlarıyla, korkularıyla, umutlarıyla, beklentileriyle, ideolojileriyle, bordrolarıyla, vicdanlarıyla, ihanetleriyle, saygılarıyla, kaygılarıyla, tercihleriyle, bilinçleriyle, bilinçsizlikleriyle, hatalarıyla, cevaplarıyla, derinlikleriyle, yüzeysellikleriyle, bayağılıklarıyla, dirençleriyle, teslimiyetleriyle, mükemmelliyetçilikleriyle, zaaflarıyla, iradeleriyle, önyargılarıyla, inaçlarıyla, zevkleriyle, zevksizlikleriyle, hayat tarzlarıyla, ihtiraslarıyla, dostlarıyla, düşmanlıklarıyla, enerjileriyle, yılgınlıklarıyla, öfkeleriyle, boynu eğiklikleriyle, zekalarıyla, yetenekleriyle, avanaklılıklarıyla....’ var olan insanlar..¹³⁵

İnsanlar, ahlak normlarını vicdanları ile kontrol eder.

Vicdan bazı ahlak normlarının içten, doğru ve zorunlu olarak kabul edilmesi ve bu kuralların ihlali halinde bir sorumluluk duygusunun meydana gelmesi demektir. Bu nedenle ahlak kurallarının uygulanması herhangi bir kurum ve kuruluşun değil, insanın kendi vicdanının kontrolüne bağlıdır. İnsanın kabul ettiği ahlak kurallarının denetleyicisi, insanın kendisidir.¹³⁶

Ancak, insan etkenin yanı sıra, onun yaşadığı zemini de soyutlamamak gerekir.

Bunların dışında medya etiği içerik ve izleyici çerçevesinde de irdelenmelidir.

(¹³³) Engin Aydın, “Medya ahlakı gazetecinin kendi ahlakından ibarettir.”, *Birikim*, 117, Ocak 1999, s.17

(¹³⁴) Engin Aydın, a.g.m, s.29

(¹³⁵) Umut Talu, *Cogito*, Güz 98, (Aktaran: Engin Aydın, a.g.m,s.29)

(¹³⁶) Demir, a.g.k, s.20

I.8.1.1. Medya İçeriği

Günümüzde enformasyon zenginliği herkesin tanık olduğu bir durumdur. Öyle ki hangi haberin hangi kanalda yer alacağı bir seçme işlemini gerektirmekte, bu da televizyon kanallarındaki haber müdürlerinin ya da editörlerinin durumunu etkinleştirmektedir.¹³⁷ Bunun yanı sıra medyanın içeriğini etkileyen bazı faktörler bulunur.

Bunlar:

1- Medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler: İletişim alanında çalışanların özellikleri, kişisel ve mesleki birikimleri, kişisel tutumları ve mesleki rolleridir.

2- Medya tekdüzeliğinden kaynaklanan etkiler: Medyanın kapsamına giren ne varsa, iletişimcinin günlük çalışmasından etkilenir. Zaman kısıtlaması, yayındaki yer gerekliliği, haber yazımının basamaksal yapısı, haber değerleri, tarafsız standart ve muhabirlerin resmi kaynaklara olan bağlılıkları bu günlük çalışmaların içindedir.

3- İçerik üzerindeki örgütsel etkiler; Medya örgütlerinin birincil amaçları para kazanmaktır. Dolayısıyla bu faktör ile içerik sayısız etkiye uğrayacaktır.

4- İçeriğe, medya örgütlerinin dışından gelen etkiler: Çıkar gruplarının belli bir içerik için lobi yapması ya da karşı lobi yapılması, medyanın kapsamına girebilmek için yapay olaylar çıkarmaları sayılabilir. Ayrıca, doğrudan doğruya içeriği düzenleyen hükümet de içeriğin belirlenmesinde etkili bir konumdadır.

(¹³⁷) Serdar Kaypakoğlu, "Küreselleşme ve Medya", Birikim, 117, Ocak 1999, s.90

5- İdeolojinin yarattığı etki: Toplumun ideolojik tutumları, dalgalanmaları doğrudan doğruya medyanın içeriğine yansır.¹³⁸

Yani, medya içeriği yasal düzenlemenin etki ve sınırlamalarıyla, mülkiyet nitelikleriyle, uluslararası program akışıyla belirlenir. Yayıncılık çerçevesini çizen yasal düzenlemeler bu faktörler arasından en belirgin olanıdır. Ülkemizde de radyo ve televizyon yayıncılığını 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasa düzenler. Ancak, bu yasada demokratik bir toplum yapısının oluşmasını engelleyecek düzenlemeler mevcuttur. Bu düzenlemelerden biri, televizyon yayıncılığının kamu ve özel girişim şeklinde iki farklı tabana oturtulmasıdır. Özel televizyon yayıncılığı yalnızca ticari bir etkinlik düzleminde ele alınır. Bu da çok seslilik savunmalarını öldürecek bir niteliktir.

Yayın ve içerik politikalarını belirleyen bir başka etmen de televizyon sahipliğidir. Ülkemizde yayıncılık alanını düzenleyen yasa televizyon yayıncılığını ticari bir etkinlik şeklinde düzenleyerek örgütlü sivil toplum kuruluşlarını bu olanaktan yoksun bırakmaktadır. Dolayısıyla da bu alana yalnızca büyük maliyetleri karşılayabilen kişi ve ticari kuruluşlar girmektedir. Bu da özellikle ulusal yayıncılık düzeyinde, televizyon yayıncılığının benzer niteliklere sahip grupların elinde toplanmasına neden olmaktadır. Sonuçta da, medya, statü meşrulaştırıcı, kar ve güç sağlayıcı araçlara dönüşmektedir. Yasal düzenlemelerle, bu dönüşüme engel olunmak istense de bu hükümler delinebilmektedir. Haber seçiminde ve program yapımında rating temelli tercihlerin yapılması medyada çalışan meslek uzmanlarının içeriğe etkisi ile açıklanabilir. Uzmanlar, tercihlerini gözlemleri ile oluşturmaktadır. Uzmanların bu çalışma yöntemini benimsemiş olmaları ise buldukları konumlarını kaybetmemek istekleri ile açıklanmaktadır.

Uluslararası program akışı ise televizyon kanallarının türdeşliğine yol açmakta, benzer program içeriklerinin ve yayın politikalarının oluşmasına neden olmaktadır.¹³⁹

(¹³⁸) Cereci, a.g.m., s.22

Toplumsal ekonomik sistemin gelişimi, profesyonel olarak haber seçimini ve sunuşunu etkilemekte, bu da haber değerlerinin oluşumunu belirlemektedir. Sonuçta, reklam ekonomisi, izleyicilerin ve dinleyicilerin sayısı, haberlerin ve programların yapısını etkilemektedir.¹⁴⁰ Bu yapının en belirgin örneği dünyadaki televizyon yayın stratejilerini ve program türlerini tanımlayan Amerikan şebeke televizyonculuğudur. Temel ilkesi pragmatizm olan Amerikan şebeke televizyonculuğu, televizyon iletişiminin toplumsal-kültürel boyutunu kazanç, başarı gibi somut, ölçülebilen değerlerle denkleştirir. Buna göre geniş izler kitlesi bulunan programlar “doğru” ve “iyi” dir. Ülkemizde ve Amerikan şebeke televizyonculuğunun pragmatik yapısında iki kavram ya da mekanizma özsel önem taşır. Bunlardan ilki, Türkçe’ ye ‘ana yayın kuşağı’ olarak çevrilen ‘prime time’; diğeri de araştırma- değerlendirme etkinliklerini dile getiren ‘rating’ dir. Prime time, uygulamayla saptanan ve izleyicilerin günlük yaşam rutinlerinin örgütlenme biçiminden çıkarsanan somut bir yayıncılık pratiğidir. Bu kuşak, geniş demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerdeki çok sayıda izleyicinin, televizyon izleme için serbest zamana sahip olduğu saatleri kapsar. Bu saatler ticari televizyonun en değerli yayın kuşaklarıdır. Çünkü, yayıncıların, reklamcılara, çok sayıda izleyici satabileceği saatleri dile getirmektedir.¹⁴¹ Şebekeler, en pahalı programları bu kuşakta yayınlamakta, televizyon yayıncılığının en popüler türleri bu kuşak içinde (prime time kuşağı) boy göstermektedir. Yeni bir türün prime time’da denenmesi ve başarılı olması, benzer türlerin çoğalacağıın işaretidir. Yayıncılık alanında popülerliğini yitiren tür ise bir kenara itilerek, unutulur. Prime time’da, çok ayrıksı örnekler dışında, uzun süreli denemeler yer almaz. Böylece araştırma-değerlendirmeyle birlikte televizyon programları da diğerk tüketim malları gibi alınıp satılabilen endüstriyel ürünler olduğunu kanıtlar. Amerikan şebeke televizyonculuğunda

⁽¹³⁹⁾ Oğuz Ünlüer, “İzleyici Ne İstiyor?”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:3, sayı:16, Mart- Nisan 2000,s.23-24

⁽¹⁴⁰⁾ Halloran, a.g.k., s.76

programların fiyatının saptanması, araştırma kuruluşlarının sağladığı verilerle mümkündür. Bu kuruluşların yürüttüğü araştırmalar nitel ve nicel olmak üzere iki kategoriden oluşur. Nicel araştırmalar, izleyiciye ilişkin nesnel bilgiler sağlamak amacıyla yapılır. Nitel araştırmalar da insanların izledikleri programdan hoşlanıp hoşlanmadıkları gibi izleyici tutumlarına yönelik bilgiler sağlar.¹⁴² Amerikan pragmatizminin ve genelde televizyon yayıncılığının temellendirdiği gerçeği haykıran bir örnek 'CBS' nin araştırma bölümü başkan yardımcısı Arnold Becker tarafından şu şekilde ifade edilir: "Ben kültürle, toplumdaki değerlerle falan ilgilenmem. Bir tek şeyle ilgilenirim: insanlar programları izliyor mu, izlemiyor mu. İşte benim iyi tanımım, kötü tanımım da budur."¹⁴³

İzlenme oranının, farklı kanalların yararlandıkları ve ulaşılan izleyici oranını saptayan ölçü olduğu bilinmektedir. Öyle ki bu kavram sadece yayıncılık alanında değil, halk arasında da kullanılan bir kavram olmuştur. Artık, izlenme oranı, ticari başarı terimi olmuştur. Bu da, matematik, şiir, edebiyat, felsefe gibi tarihsel yönden, insanlığın en yüce ürünleri olarak düşünülen bütün kültür ürünlerinin değerlendirilmesinde mutlak kararın rakamlara bırakıldığını göstermiştir.¹⁴⁴ İzlenme oranı üzerinde bütünüyle etkili olan bir faktör de ivediliktir. Yayıncılık alanında ivedilik hangi televizyonun daha önce ve daha çarpıcı olanı sunacağı yarışıdır.¹⁴⁵ Diğer taraftan izlenme oranına yönelik eleştiriler karşısında, gayet demokratik bir yol kullanıldığını, seçme özgürlüğünün insanlara bırakılması gerektiğini savunan görüşler de bulunur. Ancak, izlenme oranı pazarı, ekonominin, yani, tümüyle ticari ve dışarıdaki bir yasallığın koyduğu yaptırımdır.¹⁴⁶

⁽¹⁴¹⁾ Mutlu, *Televizyonu ...*, s.63-64

⁽¹⁴²⁾ a.k., s.64-65

⁽¹⁴³⁾ a.k., s.70

⁽¹⁴⁴⁾ Bourdieu, a.g.k, s.31-32

⁽¹⁴⁵⁾ a.k,s.33

⁽¹⁴⁶⁾ Bourdieu,a.g.k, s.72-73

Dolayısıyla televizyon yayıncılığıyla ilgili kararların verildiği birinci ölçüt raytinglerdir. Bu da “Türkiye’de kısa zamanda ve de facto olarak oluşan aşırı rekabet piyasasında, devlet tekelinden kurtulmanın ivmesi ve seyirciyi keşfetmenin heyecanıyla raytinglere gerçek işlevlerinin çok ötesinde anlamlar” yüklemiştir.¹⁴⁷ Bu durum “anlam çarpıtması” olarak düşünülürken, var olan yapı da “vahim” kelimesi ile özetlenmiştir. Aslında, etik tartışmalarını alevlendiren neden de “reyting” olgusudur. Ancak, bu konu üzerinde tartışmalar yoğunlaşırken, etik kavramının yeşertilmeye çalışıldığı toprağa bakmak gerekmektedir. Yani, politikacının, işadınının, öğretmeninin ve toplumun ahlakına bakmak... Toplumsal ahlaka ilişkin sorgulamalar yapıldıktan sonra, etiğin nasıl üretilebileceği üzerinde düşünülmelidir.¹⁴⁸

Diğer taraftan medya içeriğinin temel taşlarından biri, en fazla ve en dikkatle izlenen ürünü haberlerdir. Bu yoğun ilginin ve merakın kaynağı da sosyolojik dürtülerle açıklanır. Bunu bireylerin sosyal yaşamdan soyutlanmama çabası olarak da değerlendirmek mümkündür. Çünkü, haber metinlerindeki konular insanların günlük yaşamında yer eder. Kimi insanlar kendi sorunlarını unutarak tamamen haberlerin gündemiyle günlük yaşamlarını kurarlar. Bu da insanları ve onların yaşamlarını başka bir çizgiye çeker. Bu noktada haber ile gerçeğin aynı şeyler olup olmadığı önem taşır. Gerçek, insan zihnindeki kurgulamayla tam olarak çakışmayan, yaşanan olaylardır. Haber de bir kısmı ya da tamamı kurgu olabilecek, gerçekle ilgisi bulunsa da tamamen gerçek olmayan bilgidir. Ayrıca, içinde sunulduğu medyanın teknolojisine ve ideolojisine bağlı olarak haberi oluşturan bilginin biçimi ve özü de değişebilir. Bu durumda da bireylerin gündemini oluşturan

⁽¹⁴⁷⁾ Keane, a.g.k, s.11

⁽¹⁴⁸⁾ a.k, s.17

konuların doğruluğu hakkında bir şüphe ortaya çıkmaktadır. Bilgi kaynakları, gerçekten, kısmen ya da tamamen uzak olabilmektedir.¹⁴⁹

Aslında, radyo ve televizyonların haber merkezlerindeki gazetecilerin sürekli bir çalışma ve koşuşturma içinde oldukları bilinir. Bunun altındaki neden de, zamana karşı yarışan gazetecilerin çabuk bozulabilecek nitelikteki “mal”larını –haberi- ilk önce yayınlama çabasından kaynaklanır. Haberin çok daha hızlı yayınlanması gerekliliği, habercilere, haberin üzerinde düşünmek, değerlendirme yapmak, haberin içerisinde yer alan bilgileri doğrulamak ve haberi yeniden gözden geçirmek için çok az zaman bırakır.¹⁵⁰

Haberlere ilişkin bir başka sorun da içeriklerinin ve üsluplarının sansasyonelleşmesi, sulandırılması ve haberin toplanmasında etiğe aykırı yöntemlerin kullanılmasıdır. Magazin haberlerinin, yani insan yaşamına ait haberlerin herhangi bir biçimde etik problem oluşturduğunu düşünmek yanlış olabilir.¹⁵¹

Fakat televizyon programları biçim ve içerikleriyle düşünüldüğünde ilk ve son söylenen kelime reytingdir. Dolayısıyla bu kaygı medya içeriğinin önemli bir parçası olan haberlerde de daha fazla izleyici (müşteri- tüketici) daha çok reklam anlamına dönüşür. Yani, daha fazla para kaygısı, içeriği, yapay, gündemden kopuk, boya küpüne batmış bir biçime sokmaktadır. Ürüne (habere) şık bir ambalaj giydirilir. Haberin ambalajı da kurguyla oluşturulan yeni içerik ve biçimdir. Bu ambalaj, haberin özünden çok daha ön plandadır. Yeni haber yapısı, televizyonda görsel niteliğin son derece iyi ya da acımasızca kullanıldığını gösterir. Öyle ki ticari kaygının hakim olduğu medya kurumunda, haberin daha toplandığı andan yayına çıktığı ana kadar geçen süreçte, içerik

⁽¹⁴⁹⁾ Cereci, a.g.m, s.24

⁽¹⁵⁰⁾ Çaplı, Medya..., s.63

⁽¹⁵¹⁾ a.k, s.91-92

kurgusallaşabilmektedir.¹⁵² Bunların dışında sunucuların, muhabirlerin, kameramanların ve dolayısıyla kameraların da tutumları habere yansımaktadır. Sunucular ses tonları, mimikleri, vurgulamalarıyla, muhabirler yorumlarıyla, kameralar bakış açılarıyla haberi biçimlendirmektedir. Bunun için BBC World haberlerinin sunucularının tepkisiz ve donuk görünmelerine şaşmamak gerekir. Aynı şekilde, çoğu zaman parodilere konu olan TRT haber sunucularının davranışları da bu kırılgan özellikten kaynaklanıyor olabilir. Elbette bu yapı, panellerde, tartışma programlarında eleştirilmektedir. Hem içerikteki hem de biçimdeki bu bozulma, izleyicilerin olaylar hakkında yanlış yönlendirilmesine, bilgilendirilmesine neden olurken; medyanın asli görevlerinden olan toplumu doğru bilgilendirme görevi yerine getirilmemiş olmaktadır. Dolayısıyla medya izleyicisinin 'doğru haber' alma hakkı elinden alınmaktadır. Sonuçta da kimi zaman medyaya olan güven sarsılmakta, kimi zaman da yanlış tepkiler ya da yargılar ortaya çıkmaktadır.

Bu yapıyı savunanlar ise izleyicinin bilgi alırken eğlenmesi gerektiğini öne sürerler. Bu da eğlence ile haberi iç içe geçirmektedir. Netice de reytinglerin artması, reklamların çoğalması, haberi eğlencelik çereze dönüştürmektedir. Yani, haberin bilgi verme özelliğinden çok, eğlendirici özelliğinin, magazinelleşmiş yanının ağır bastığı gözlenmektedir. Bu da medyanın teknolojik yönden uzay çağını yaşarken ya da yaşayacakken; meslek etiği bakımından ortaçağı yaşadığı hissini vermesine neden olmaktadır.¹⁵³

Televizyon programlarında dikkat edilmesi gereken bir başka husus da çocuk programlarıdır. Çocuk ve genç izleyicilerin kendilerini özel olarak hedeflemeyen programlara yöneldikleri belirlenmiştir. Bunun nedenini de çocuk programlarına yeterince yer vermeyen yayıncılarda aramak gerekir. Bu konuda bir şeyler yapılması gerektiğini

⁽¹⁵²⁾ Nezih Orhon, "Kurgusal Haberciliğin Doğuşu Günümüz Televizyon Haberciliği Ne Anlama Geliyor?", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:5, sayı:26, Kasım- Aralık 2001, s.13

hisseden farklı ülkelerden duyarlı yayıncılar ve televizyon programcıları, 1995 yılının Mart ayında Avusturalya'da bir araya gelmişler, bu konuyu ayrıntılı olarak tartışmışlardır. Burada 400'e yakın televizyoncu bir araya gelmiş, ortak olarak hazırladıkları ve gönüllü olarak uygulayacakları bir bildiri yayınlamışlardır. Yayın ilkelerine uymayan yayıncıların yaptırımla zorlanması yerine, toplum önünde mahcup duruma düşürülmelerinin daha etkili olacağı düşünülmüştür. Ayrıca, çocuk programlarında kalitenin devamı için, yeterli parasal kaynak ayrımı yayıncıların isteğine bırakılmıştır. Ancak, bu girişimin gerek hükümetler, gerekse yayıncılar tarafından ciddiye alınıp alınmayacağına ilişkin tereddütler vardır. Diğer taraftan Filipinler'de, Çocuk Televizyon Yasası, tamamen Zirve'de kabul edilen metne dayandırılmış, buna benzer gelişmeler, ABD, Hindistan, Japonya, Finlandiya, İsveç ve Avustralya'da da gözlenmiştir. Daha sonraki zirvelerde çeşitli ülkelerden çocuklar toplantılara katılmış, yayıncılarla yüzyüze gelmişler ve düşüncelerini aktarmışlardır. Toplantılarda, çocukların konu başlıklarıyla -'Beni dikkatle dinle', 'Benimle böyle konuşamazsın', 'Çocuklar da insandır' ve 'Ben büyüyünce'- bile yayıncıları yaptıkları ve yapacakları konusunda sorguladıkları anlaşılmaktadır.¹⁵⁴

Televizyon endüstrisinde, programlar ile kararların verilmesinde ekonomik kaygıların çok önemli olduğunu daha önce irdlemiştik. Yeni bir program önerisi ya da yayındaki bir programın geleceği maliyet hesapları ile ilişkilendirilmekteydi. Yani, programların yayınından elde edilecek gelir reytinglere bağlanmakta, bu da reytinglerin program planlamasında kullanılan önemli bir araç olma konumunu sağlamlaştırmaktadır.¹⁵⁵

(¹⁵³) Orhon, a.g.m., s.13-14

(¹⁵⁴) Çaplı, Medya..., s.145

(¹⁵⁵) Çaplı, Medya.... s.115

Haber dışındaki televizyon programlarının içerikleri ise, ekran karşısındaki izleyiciyi rahatlatmak ve eğlendirmek amacını taşır. Bu da izleyicinin entelektüel düzeyinin hafife alınması anlamına gelir.¹⁵⁶

Medyada haber değerini belirleyen bir çok etmenin yanı sıra, gazeteciler, neyin anlamlı, neyin önemli, neyin değersiz, kısacası neyin haber değeri olduğu konusunda seçim yaparlar ve yaparlarken de kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanırlar.¹⁵⁷

Bunun için, erdemli gazeteci ile özdeşleştirilen birçok kavram türetilmiştir; doğruluk, kesinlik, hakkaniyet, nesnellik, dürüstlük, duyarlılık, güvenilirlik, iyilik ve sorumluluk gibi değerler bunlardan bazılarıdır. Ancak bir diğer gerçek de ticari faaliyet gösteren medya kurumlarının patronları ve onların belirledikleri politikalarıdır. Bu durum karşısında bazı çevreler, medyanın neyin bilinmesi gerektiği konusunda birtakım kriterler çizerek, o çerçevede hareket etmesi gerektiğini savunmakta; bazı çevreler de medyanın izleyici isteği çerçevesinde belirlenmesi gerektiğini iddia etmektedir. Sonuç olarak da, seçkin bir yaklaşım tercih edilse de, popülist bir yaklaşım tercih edilse de, medyanın faaliyetlerini sürdürürken asgari ölçülerde bazı standartlara uymak zorunda olduğu kesindir.¹⁵⁸

Haberlerin iletimine bakıldığında ise birtakım örnekleri incelemek yeterlidir. Sağlık haberleri çeşitli açılardan radyo ve televizyonlardan verilmektedir. Kimi zaman çeşitli hastalıklar hakkında bilginin verildiği haberler veya programlar, kimi zaman da tıp alanındaki gelişmeler, özellikle ekranlarda yer almaktadır. Fakat bugüne kadar yayımlanmış sağlıkla ilgili haberlerde ‘sağlıksız’ bir yol çizildiği gözlenmektedir.¹⁵⁹ Bu konuya ilişkin örnekler ise; kanser tedavisinde mucizeler yarat(tırıl)an ‘zakkum’ haberi,

⁽¹⁵⁶⁾ a.k, s.113

⁽¹⁵⁷⁾ a.k, s.81-82

⁽¹⁵⁸⁾ a.k, s.83

⁽¹⁵⁹⁾ Kuru Bekir, “Medya ve Sağlık”, Birikim, 117, Ocak 1999,s.92-95

AIDS'den daha tehlikeli olan Hepatit C haberi ve bir dönemde ısırgan otunun mucizevi bir şekilde anlatıldığı programlar ve haberler akla gelmektedir. Bu tür haberlerin, hastaları ne kadar etkilediği ise, hastaların doktorları yerine medyaya inanması, ruh sağlıklarının bozulması, buna bağlı olarak direnç sistemlerinin de zayıflaması şeklindeki davranış biçimleriyle açıklanmaktadır.

Gazeteciler Cemiyeti tarafından hazırlanan Gazetecilerin Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi'nde 'sağlık konusunda sansasyondan kaçınılmalı, umutsuzluğa veya sahte umuda sevk eden yayın yapılmamalıdır', şeklinde bir madde düzenlenmiştir. Ancak, 'tıbbi araştırmalar, kesin sonuç alınmadan yayımlanmamalıdır' şeklindeki maddesini de içeren hükümlerin medya tarafından dikkate alınmadığı görülmektedir.

Bununla birlikte, insanların büyük çoğunluğu haber edinmek için birincil kaynak olarak televizyonu kullanmakta, izleyiciler de haber izlemeyi, istekten çok yerine getirilmesi gereken bir görev olarak görmektedir.¹⁶⁰ Bu da televizyon haberlerinin farklı bir konuma gelmesine neden olmaktadır. Gazeteciliğin normatif tanımına göre, haberin kapsamı gerektiği alan şu şekilde belirlenmiştir: "toplumun nasıl yönetildiği ile ilgili olarak bilinmesi gerekenleri, yani yönetimin aldığı kararları, oluşturulan politikaları ve bu konularla ilgili tüm olayları"¹⁶¹ Bu tanım çerçevesinde de eğlence, magazin gibi konular haber başlığı altına girmemektedir. Bu durumda eğlence dünyasındaki starların özel yaşamları, toplumdaki skandallar, dedikodular, spor, sporcular ve onların özel yaşamları gibi bireylerin çok ilgilendikleri konular dışarıda bırakılmakta ve medya sadece bu konulara yoğunlaştığı için şiddetle eleştirilmektedir. Ancak, uzlaşma noktasının bulunması da mümkündür. Bu da medyanın, içinde yaşanılan dünya ile ilgili tüm bilgilere yer verirken; bu bilgileri doğru ve nesnel biçimde aktarması noktasında saklıdır. Bununla

⁽¹⁶⁰⁾ Çaplı, Me..., s.76

⁽¹⁶¹⁾ a.k, s.77

birlikte, medyanın üzerine sadece dördüncü kuvvet sorumluluğu ve yükümlülüğü yüklendiği takdirde, gerçek anlamda insan yaşamını konu alan haberler bu tanımın dışında kalacaktır. Bu bağlamda önem kazanan öge, insanların öğrenme merakının medya tarafından nasıl algılandığıdır. İnsanların öğrenme merakı söz konusu edilerek, özel yaşam ve mahremiyete müdahalenin gerçekleşmemesi gerekmektedir. Medya, bu tür yönelimlerden kaçınmadığı takdirde, sahip olduğu hakları kötüye kullanmış olmaktadır.¹⁶²

Haberler oluşturulurken belli bir ayıklama, seçme işleminden geçerler. Ancak, önemli olan nokta, seçme işleminde hangi ölçütlerin kullanıldığı ve kimlerin etkili olduğudur. Muhabir mi? Medya Patronları mı? Kurumlar mı? Editörler mi?¹⁶³

Kitle iletişim araçlarının, içeriğe ilişkin politikasındaki değişimi fark etmemek mümkün değildir. Televizyonun ilk yıllarındaki program formatlarının yerini 1990'lı yıllardan sonra farklı bir anlayış almıştır. 1990'lı yıllarda bu formatların sınırları ve kuralları zorlanmış, yeni türler ortaya çıkmıştır.¹⁶⁴ Temposu düşük olan, eğitsel amaçlı programlar, belgeseller ortadan kalkmış; daha tempolu, görsel öğelerin ön planda olduğu, diziler, talk showlar ortaya çıkmıştır. Belgeseller, tartışma programları da ya yayından kalkmış ya da geç saatlere yerleştirilmiştir.¹⁶⁵

1980'li yıllarda ortaya çıkan ve 1990'larda dünya çapında yaygınlaşan 24 saat haber yayını yapan kanallar, televizyon karşısında oldukça zorlanan yazılı basının işini daha da zorlaştırmıştır. Bu zorlanma sadece yazılı basın için değil, görsel basın içinde yer alan kanallar için de geçerlidir. Öyle ki CNN, MSNBC ve Fox gibi artık neredeyse tüm dünyada izlenebilen kanallar, içinde buldukları acımasız rekabet ortamında, ortada haber

⁽¹⁶²⁾ Çaplı, Med..., s.78-79

⁽¹⁶³⁾ a.k, s.80

⁽¹⁶⁴⁾ a.k, s.117-118

⁽¹⁶⁵⁾ a.k, s.118

yokken bile önemli gelişmeler olmuştumş gibi bir tavır sergilemişlerdir.¹⁶⁶ Medya içeriğinin gittikçe tabloidleşmesinde, teknolojik gelişmelere bağı olarak ortaya çıkan rekabet ortamı çok etkili olmuştur. "1980'lerin ortalarından itibaren medyada yaşanan yapısal değişimler, gazete tirajlarındaki düşme eğilimlerini daha da olumsuz etkilemiştir. Gerek kanal sayısındaki artışlar, gerekse program formatlarındaki çeşitliliğin artması sonucunda oluşan yeni rekabet ortamında, radyo ve televizyonların yaşamları, kaçınılmaz bir şekilde reytinglere bağı hale gelmiştir."¹⁶⁷

Tabloidleşme olgusu ve süreci konusunda üzerinde ortak fikre ulaşılan bir takım noktalar vardır. Bunlardan ilki, tabloid tarzı haber anlatımında, kişisel anlatım tarzının tercih edilmesi, konuların kişiselleştirilmesi ve kişiler üzerine odaklanan bir anlatım tarzının kullanılmasıdır. İkinci nokta da, haberde görsel öğelerin, yazılı ve sözlü açıklamalara oranla daha baskın bir şekilde kullanılmasıdır. Bu yüzden görüntünün gerçekliği konusunda tartışmalar olur.¹⁶⁸

Ancak, bu gelişmelerin gösterdiği bir başka gerçek de haber ile eğlence arasındaki sınırların giderek yok olmasıdır. Haberlerde elde edilen reytinglerin medya kuruluşları tarafından önemsenmesi, önceliklerin bu sonuca göre belirlenmesi, yüksek reytingin pahalı reklam anlamına gelmesi, daha popüler zevk ve beğenilere hitap eden haber tarzlarının tercihine yol açar. Ayrıca, bu tür programların daha az maliyetli olması, daha az emek gerektirmesi, yayıncıların tercihindeki bir başka etkidir.¹⁶⁹

Foto muhabirleri, kameramanlar, bakış açılarını, artık bu mantık çerçevesi içinde oluştururlar.

Haber merkezleri ve yazı işleri kadroları da bu beklentilerin oluşturulması konusunda alt kadroların yetiştirilmesine dikkat etmektedirler. Bir başka deyişle, oyunun

⁽¹⁶⁶⁾ a.k, s.72

⁽¹⁶⁷⁾ a.k, s.94

⁽¹⁶⁸⁾ a.k, s.95

⁽¹⁶⁹⁾ Çaplı, Medya..., s.98

kurallarına aykırı davranan medya çalışanına yaşam hakkı tanınmamaktadır. Bu durumda, medya çalışanları, yaptıkları işleri sorgulasalar ve eleştirseler bile, işsiz kalma korkusu ve endişesinden dolayı seslerini yükseltmemektedirler.¹⁷⁰

Bu da medyada etiğin niçin sağlanamadığını açıklar niteliktedir. Medya çalışanlarının eski dönemlere oranla bugün eğitilmiş, uzman kişilerden oluşmasına rağmen içeriğin gittikçe niteliksizleşmesinin nedenini de burada aramak gerekir.

Medyada kalite kavramı, medyanın ne yapması, ne yapmaması noktasında kilitlenmektedir. Bu da programlardaki kalite kavramını tanımlamakta güçlük yaratmaktadır. Bunun nedeni de kalitenin subjektif bir kavram olmasından, kime ve neye göre tanımlanacağından kaynaklanır.¹⁷¹ “1980’li yıllardan itibaren özellikle televizyonlarda kültürel popülizmin boy göstermeye başlaması, kültürel elitizmin o güne kadar tartışmasız bir biçimde ortaya koyduğu kalite kavramının temellerini sarsmasına neden olmuştur.”¹⁷² Bugün ise medyada özellikle televizyon programlarında kalite kavramı farklı şekillerde ifade edilmektedir. Kalite kavramı bir taraftan, belirli program türlerinin sınırlandırılması ile ifade edilmekte, diğer taraftan, teknik kalite ile birlikte, incitmeyen, şaşırtıcı, yaratıcı programlar çerçevesinde düşünülmektedir.¹⁷³ Kamu hizmeti yayıncılığını savunanların bazıları teknik nitelikleri kalite olarak nitelendirirken, bazıları da ‘medyanın birbirinden farklı ve parçalanmış izleyicileri sınıfsız bir bireyler topluluğu halinde bir araya getirme yeteneğine göre değerlendirmek’ gerektiğini savunmaktadır.¹⁷⁴ “Sonuç olarak kalite tartışmaları, yayıncılık alanının giderek liberalleşmesi ve bunun sonucunda serbest piyasa kurallarının egemen olmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni düzenin, ne isteniyorsa onu verelim söylemi etrafında odaklanmaktadır.”¹⁷⁵ Bu yapı içerisinde de medyanın kalitesine ilişkin olarak iki temel yaklaşımın varlığına işaret edilmektedir. Birincisi, piyasa dışından

⁽¹⁷⁰⁾ a.k, s.99

⁽¹⁷¹⁾ a.k, s.12-121

⁽¹⁷²⁾ a.k, s.120

⁽¹⁷³⁾ a.k, s.121

gelen her türlü müdahaleyi reddeden tavır, diğeri de kaliteyi tüketicinin memnuniyeti ile sınırlayan izlenme oranını ve tirajını kalitenin göstergesi olarak kabul eden yaklaşımdır.¹⁷⁶

Medya içeriğinin belirlenmesinde ve medyada kalite tartışmasında diğerk odak noktası medya izleyicisi/ tüketicisidir.

I.8.1.2. Medya İzleyicisi

Kitle iletişimde izler kitle, genişlik, heterojenlik ve anonimlik gibi özelliklerle belirlenir, uzamda dağılmış olarak yer alan birbirini tanımayan birey kitlesinden oluşur, üyeleri farklı toplumsal sınıflara ait olabilir.¹⁷⁷ Anonimlik özelliği bireylerin birbirleri tarafından değil, iletişimciler tarafından tanınmazlıklarından kaynaklanır.¹⁷⁸ Ayrıca, izler kitle sözcüğü ile kitle iletişim araçlarının tüketicilerini oluşturan bireyler anlaşılmalıdır. İzler kitle, bir hedef pazar, özel bir ürünün tüketicisi olarak da görülmektedir. Bunun sebebi de iletişim kuruluşlarının bütçesini reklamların oluşturmasından ve reklamverenlerin de kitlenin özelliklerini çok iyi bilmek istemelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak, böyle bir görüş izler kitle üyelerini iletişim eyleminde edilgen bir konuma indirmediği için yadsınabilir.¹⁷⁹ İzler kitlenin üyesi olan bireyler değişken davranışlara yol açan farklı psikolojik ve sosyolojik özelliklere sahiptirler. Fakat, bu özelliklere rağmen sınıflandırılmaya çalışılmaktadırlar.

Her çeşit iletişim aracını tüketen kişiler şu şekilde gruplandırılır: ‘Doygunluk derecesine kadar kullananlar’; kaynaklar arasından seçim yapan ‘kaynak seçiciler’; özel bir

⁽¹⁷⁴⁾ Keane, a.g.k., s.119

⁽¹⁷⁵⁾ Çaplı, Med..., s.121

⁽¹⁷⁶⁾ a.k, s.122

⁽¹⁷⁷⁾ Lazar, a.g.m, s.283

⁽¹⁷⁸⁾ a.k, s.286

⁽¹⁷⁹⁾ Lazar, a.g.m,s.287

konuyu yeğleyenler ve özel haber arayan ‘konu seçiciler’dir. Bazı tüketicilerde de, ‘seçmeci algı’ ve ‘seçmeci yorum’ olarak adlandırılan farklı bir davranış ortaya çıkar. Bu davranış biçimi, bireyin kendi düşüncesine uymayan mesajları çarpıtmasıyla açıklanır. Genelde araştırmalar, bireylerin toplumsal konumlarına ve birbirleriyle ilişkilerine bağlı olarak, kitle iletişim ürünlerine farklı yorumlar getirdiklerini saptamıştır.¹⁸⁰ Ayrıca, bireyler, mesajları seçme ya da onlardan korunma özgürlüğüne de sahiptirler. Yani, mesajların kullanımında belirleyici olan bireylerdir. Bu saptamalar, bireylerin çevrelerindeki birçok kaynak içinden kitle iletişimini yeğlediklerini gösterir. Kitle kavramı bilimsel anlamda, herhangi bir kitle iletişim aracı karşısında alıcı pozisyonda bulunan, heterojen bir yapıya sahip, mekan birliği bulunmayan, değişen bireylerden oluşan, dolayısıyla da akışkan, sayısı belirsiz bir izleyici grubu anlamına gelir. Bu tanımla, televizyon izleyicilerinin birbirleri ile hiçbir organik bağı bulunmadığı sonucuna varılır. Çünkü, izleyici ile herhangi bir program veya herhangi bir zaman diliminde bir televizyon kanalı karşısında bulunan bireyler kastedilmektedir. Yani, birlikte televizyon izleyen grup ve topluluklar bir yana bırakılırsa, izleyiciler arasında hiçbir etkileşim yoktur. Ancak, ‘izleyicinin istediği’ ifadesi ile sosyolojik anlamda bir topluluk veya toplum bulunduğu izlenimi verilmeye çalışılır. Fakat, kitle özellikleri göz önüne alındığında, bu durum, tam olarak gerçeği yansıtmaz. Yani, izleyicilerin bir programı yönlendirme ya da ortak tepki vermeleri mümkün değildir.¹⁸¹ Dolayısıyla da televizyon izleyicisi tanımını çok net ve kesin bir şekilde yapmak zordur.

Genellikle izleyici denildiğinde, gün içinde farklı konumlarda o ya da bu şekilde televizyon seyreden insanları tek bir kavram altına toplamak çabası yatmaktadır. İşte bu noktadan hareketle, farklı yayın kurumları kendi çıkarlarına ve hedef yerine göre farklı izleyici

⁽¹⁸⁰⁾ a.k,s.288

⁽¹⁸¹⁾ Ünlüer, a.g.m, s.22-23

tanımları yapmaktadırlar. Bu farklı izleyici tanımlarına bağlı olarak, gereksinim ve istek tanımı da değişmektedir.¹⁸²

Her türlü yaklaşıma rağmen, her kurumun kendisine göre bir izleyici tanımı bulunur. Televizyon alanında da farklı sorumluluk altında birleşen kurumlar farklı tanımlar geliştirirler. “ Kamu hizmeti yayın kurumları toplumu hedef alıp izleyicilerini vatandaşlar olarak görürken ticari yayıncılar pazardan söz etmekte ve izleyicileri tüketiciler olarak görmektedirler.”¹⁸³

Bu kurumlarda izleyicilerini televizyon karşısında tutabilmek için büyük çaba göstermekte, büyük yatırımlar yapmakta, görsel, işitsel, logo ve müzik gibi çeşitli materyaller kullanmaktadırlar. Bütün çabalarının altında yatan neden de doğrudan denetimi altına alamayacağı izleyicinin en azından sayısını sabit tutabilmektir.¹⁸⁴

Bu izleyicinin analitik olarak “şeyleştirilmesi” anlamına gelir. İzleyicilerin bilinmesi, ticari yayıncılar için reklamcıya sunabilmek ya da satabilmek gibi bir ekonomik anlam taşırken, kamu hizmeti yayıncıları için ise yayın faaliyetlerini meşrulaştırmak gibi kültürel bir amaç içerir.¹⁸⁵

İzleyici tanıma çalışmaları sonucunda elde edilen veriler ise program planlamasına ve politikalarına yansır.¹⁸⁶ İzleyici tanımı, program planlama politikaları ve reklamlar , endüstrinin tüm işleyişini belirlemektedir. Ticari televizyon sisteminde yüksek reyting, iyi program, yüksek popülerite, daha fazla reklam ve daha çok kar anlamına gelmektedir. Bu yöntemle, endüstri izleyiciyi tanımladığını sanmaktadır.¹⁸⁷ Böylece, geleneksel dönemdeki krallık digital dönemde el değiştirir. Önceden, medyanın kralı içerik

(¹⁸²) Çaplı, Medy..., s.149

(¹⁸³) a.k, s.150

(¹⁸⁴) a.k, s.154

(¹⁸⁵) Çaplı, Med..., s.159

(¹⁸⁶) a.k, s.159

(¹⁸⁷) a.k, s.159

iken, şimdi krallık izleyicidir.¹⁸⁸ Reyting söylemiyle birlikte, televizyon izleyicisi, sayısı ve demografik özellikleriyle bir bütün halinde tanımlanmıştır.¹⁸⁹ Bu yapı medya alanının ya da söz konusu kanalın reklamcı ile anlaşmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak, izleyicinin durağan olmayışı, tümüyle tanımlanabilir olmayışı, izleyici davranışları hakkında tahminler yapmayı zorlaştırmaktadır. Bu da 'reytinglerin geçerliliğini sarsmaktadır. Atlanmaması gereken bir diğer nokta, izleyicinin duygularının ve tepkilerinin izlenme oranları gibi ölçülememesi, belirlenememesidir. Yani, çok izlenen program, çok sevilen program anlamına gelmemelidir.¹⁹⁰ Fakat, "izleyiciler ticari yayın kuruluşları açısından değeri çok yüksek olan bir mal" durumundadır.¹⁹¹

İzleyici, yayın kuruluşunun kar edebilmesi için gerekli olan en önemli bileşen olmaktadır. Bu durumda, yayın kuruluşunun yaşamı bu en önemli bileşene bağlı olmaktadır. Ticari yayın sistemlerinde, televizyonlar kar etme amacıyla kurulmuş işletmeler olup, faaliyetlerindeki temel amaç, giderleri en alt düzeyde tutup en üst düzeyde gelir etmektir. Televizyon kanalları, yayın ve işletme giderlerini karşılamak amacıyla reklam satışlarından elde edilen gelirleri yükseltmek zorundadırlar. Bunu gerçekleştirmenin tek yolu, daha yüksek reytinglerle reklamverenine karşısına çıkmaktan geçmektedir. Reklam verenin farklı izleyici gruplarına ulaşmak istemesi nedeniyle, sadece ekran karşısındaki izleyicinin sayısını bilmek değil aynı zamanda izleyicinin kimlerden oluştuğunu bilmek de önemli hale gelmektedir.¹⁹²

Buna rağmen, izleyici sistem içinde salt egemenliğe sahip değildir. Çünkü, izleyicilere, sadece halihazırda bulunan programlar arasından seçim yapma hakkı tanınmaktadır. Yani izleyiciler, rekabet halindeki seçeneklerden haberdar olmamakta, yapılması düşünülen programlar konusunda fikir beyan edememektedir. Yayıncılar ise, izleyicinin isteğine göre davrandıklarını savunmaktadır. Ancak, kamuoyu araştırmalarında en çok izlenen programların, en çok şikayet alan programlar olduğu dikkat çekicidir.¹⁹³ Hatta kanallar, izleyicilerin yayın içeriklerine ilişkin istek ve gereksinimlerini karşılamakta

⁽¹⁸⁸⁾ a.k, s.56

⁽¹⁸⁹⁾ a.k, s.161

⁽¹⁹⁰⁾ a.k, s.162

⁽¹⁹¹⁾ a.k, s.165

⁽¹⁹²⁾ a.k, s.164-165

yetersiz kalmakta ve izleyici tarafından eleştirilmektedir. Bu durum da bir çelişkiyi doğurmaktadır. Reytingler ile izleyici isteğinin birlikte değerlendirilen görüşe karşı çıkanlar, bu sisteme karşı bir alternatif yaratamamakta, bu da yayıncılık alanındaki sıkıntıyı arttırmaktadır. Bunun sonucunda da bir tarafta, kitlelerin ilgi duyabilecekleri türden programlar üretilmesini ve yaygınlaşmasını savunanlar, diğer tarafta da, yüksek reytingler sonucunda, izleyici ne istiyorsa onu verelim yaklaşımını savunanlar bulunmaktadır.¹⁹⁴

Televizyon yayıncılığında tartışma konularının ortasına izleyiciler oturtulmakta ve izler kitleye ilişkin farklı şeyler söylenmektedir. Özel televizyonların, yayıncılık alanına katılması ile, çok sesliliğin sağlanacağı ve içeriğin zenginleşeceği düşünülmüştür. Fakat, bugün, yayıncılık alanı bu düşünceyi doğrulamamaktadır. Bunun nedeni de, seviyesiz, kalitesiz ve türdeş programların yoğunluğu ile açıklanabilir. Fakat, yayıncılar, bu eleştirilere karşı, savunma aracı olarak izleyicileri kullanırlar.¹⁹⁵

Ancak, izleyicilerin, program karşısında anında yansıma göndermemesi, programların sadece kendini hedeflemediği düşüncesi ile tepki verme fikrinden uzak durması da yayıncıların atladığı bir etkidir. Ayrıca, izleyici, sınırlılıkları ve olumsuz koşulları aşip, televizyon kanallarını yönlendirme çabası içinde olursa tartışma farklı bir noktaya gelecektir. Bu nokta ise, televizyon kanallarının toplumun önünde giden bir yol gösterici mi olduğu; yoksa, popülist bir politika ile toplumun taleplerini izlemesi gerektiği mi olacaktır.¹⁹⁶

(¹⁹³) RTÜK İletişim Dergileri Kamuoyu Araştırmaları Sonucu

(¹⁹⁴) Çaplı, Med..., s.166

(¹⁹⁵) Ünlüer, a.g.m, s.22

(¹⁹⁶) a.k,s.22-23

Aslında yayıncılar tarafından çoğunlukla iki yüzlülükle suçlanan izleyicilerin eylemlerinde bilinçli olmadıkları gözlenmektedir. Yani, ‘izleyici çakıltaşı olarak oluşturduğu dağın’ farkında bile değildir.¹⁹⁷

Diğer taraftan en çok izlenen programlara, en çok tepki verilmesine rağmen, izleyiciler televizyonlarla ilişkilerini şikayet ve eleştirilerle bırakmakta, yönlendirmede ve destekte bulunmamaktadır. İzlenme oranı yüksek olsa da izleyicinin tepkisi bilinmemekte ve ölçülememektedir.¹⁹⁸

Medya izleyicilerinin en önemli sınıfı ise çocuklardır. Teknolojinin baş döndürücü hızı, özellikle gelişmiş ülkelerde, birçok iletişim teknolojisinin kullanımını yaygınlaştırmış ve kişisel kullanım alanı oluşturmuştur. Televizyon da bu teknolojiler arasında bulunmaktadır. On iki Avrupa ülkesini kapsayan bir araştırmada çocukların, yeni medya araçlarına rağmen, başlıca eğlence kaynağının televizyon olduğu saptanmıştır. Ayrıca, bu araştırmada çocukların yatak odalarındaki medya araçlarının da arttığı tespit edilmiştir. Bu durum, çocukların izlediği programların denetimini zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda, çocukların arasında ‘yatak odası kültürü’ olarak adlandırılan bir olgunun doğmasına da neden olmaktadır. Bu da hem ebeveynlerin, hem yayıncıların, hem de yasa koyucu ve düzenleyicilerin birtakım tedbirler almasını gerektirmektedir.¹⁹⁹

Ülkemizde de radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili düzenlemelerde, aileleri korumaya yönelik bir takım kanunlar ve yönetmelikler bulunmaktadır. Bunun nedeni, televizyonun, haber, drama, belgesel ve eğitici programları ile, ailelerin kültürel şekillenme sürecinde etkili olmasından kaynaklanır. İzleyiciler için, televizyon karakterleri ve dramaları, haber hikayeleri, değişik düzeylerde örnek alınabilecek, nefret duyulabilecek ya

(¹⁹⁷) RTÜK İletişim Dergisi, “RTÜK üyesi Fatih Karaca: Görsel Medya Sınıfta Kalmıştır”, Bülent Çaplı’ nın ifadesi, Mayıs- Haziran 1999, yıl:2, sayı:11 s.7

(¹⁹⁸) RTÜK İletişim Dergisi, “RTÜK Üyesi Fatih Karac...”, Bülent Çaplı’ nın ifadesi, s.7

da bilgi kaynağı olabilecek nitelikte bir işlev görmektedir. Bu durumun göstergesi, bireylere içinde var olmadıkları bir dünyayı onlara günde en az üç- dört saat süreyle yaşıyor hissi yaratmasındadır.²⁰⁰ Bu etkinliğin dozu ayarlanamadığı takdirde bir çok olumsuzluk da beraberinde gelir. Bunlar da bireyi, aileyi ve toplumu daha da yıpratır. Bu bozulmanın ve yıpranmanın nedeni de kamu yararının gözetilmemesine, kamu vicdanının ve kamu ruhunun hiçe sayılmasına bağlanabilir. Bunun yanı sıra, televizyonunu bir başka boyutu olan reklamlar da eleştirilebilecek niteliktedirler. Reklamlarda yer alan yiyecek, oyuncak ve lüks tüketim maddelerinin özendirici boyutta ekranlara getirilmesi, satın alma gücü olmayan ailelerde mutsuzluk, huzursuzluk ve üzüntüye neden olmaktadır.²⁰¹ Medya izleyicisi ve özellikle de çocuklar, psikolojik şiddete maruz kalmakta, bu da ruhsal gelişimlerini olumsuz etkilemektedir.

Televizyon izler kitlesinin büyük bir kısmını çocuklar oluşturmakta, yayıncılar da bunun farkına varmaktadırlar. Ancak, yayıncılar çocukların beklentileri yerine rekabetin gerektirdiği uygulamaları yapmaktadırlar. Bu da yayıncıların çocuk izleyicilere yönelik tavırlarını daha da olumsuz etkilemektedir.²⁰²

Yayıncılık alanındaki yasal düzenlemeler farklı ülkelerde, farklı çocuk tanımları ile yapılsa da, böyle bir grubun varlığı göz ardı edilemez. Türkiye’de de Araştırma Geliştirme Biriminin (AGB) ölçümlerinde belirlenen iki temel yaş grubu vardır. AGB, izleyici panelini oluşturan çocuk ve gençlik kesimini, 5-11 ve 12-19 yaş gruplarına böler. Çocuk izler kitle kolay erişilebilen bir kitle olmadığı gibi, izleme alışkanlıkları da

(¹⁹⁹) Nuran Yardımcı, “dersimiz: Medya”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:12, Temmuz- Ağustos 1999, s.24-25-26

(²⁰⁰) Candan Sarıdoğan, “Televizyon ve Aile”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:13, Eylül- Ekim 1999, s.21

(²⁰¹) Sarıdoğan, a.g.m, s.22

(²⁰²) Çaplı, Med..., s.137

değişebilmektedir. Bundan dolayı da ayrıntılı olarak küçük gruplara bölünemezler ve genellikle aile kategorisi içinde tanımlanırlar.²⁰³

İzler kitle ile birlikte değerlendirilen bir başka etken de tüketim potansiyelidir. Bu etken bütün kategorilerde göz önünde bulundurulur. ABD’de yayıncılar ve reklamcılar, çocuk izler kitlenin tüketim potansiyelinin boyutlarını saptamakta ve politikalarını buna göre değiştirmektedir.²⁰⁴ ABD’de gerçekleşen bu politikaların yanı sıra 1990 yılında yürürlüğe sokulan Çocuk Televizyonu Yasası ile yayıncıların yayınlarında duyarlı hale gelmeleri beklenmiştir. Ancak, yasada belirtilen konulara uyulmamış, sonuçta Federal İletişim Komisyonu (FCC) yayıncılara ağır bir eleştiri yöneltmiştir. Eleştirisinde, yayıncıların, ülke çocuklarının eğitiminden çok, reklam gelirlerinden elde edilen dolarlarla ilgilendiklerini ve dolarların daha cazip geldiğini belirtmiştir. Bunun ardından FCC, 1996 yılının Ağustos ayında, ‘genç beyinlerin körelmesini önlemek ve onların gelişmesini sağlamak’ amacıyla gençlere yönelik yayınlarda bazı önlemler aldığını açıklamıştır. Bunların başında da eğitsel televizyonun yeniden tanımlanması gelmiştir. FCC, öncelikle küçük seyircilere yönelik eğitsel amaçlı yayınlar konusunda kota uygulaması getirmiştir. Buna göre, televizyon kanalları, her gün 7.00-22.00 saatleri arasında, haftada toplam üç saat olmak üzere, eğitmek ve bilgilendirmek amacıyla özel olarak üretilmiş programlar yayınlamak zorunda kalmışlardır. Her ne kadar bu uygulamaya yönelik eleştiriler bulunsa da, dünya program pazarını birincil düzeyde belirleyen bir ülkede yaşanan bu tür olumlu gelişmeler diğer ülkelerin televizyonlarını da etkileyebilecektir.²⁰⁵

İzleyiciler grubu içerisinde ağırlıklı olarak çocuk sınıfı üzerinde durulması televizyon karşısında yetişkinlere oranla daha korunmasız durumda bulunmalarından kaynaklanır. Çocukların toplumdaki yerlerini öğrenebilmek için çevreyi gözlemlediği,

⁽²⁰³⁾ a.k, s.137-138

⁽²⁰⁴⁾ a.k, s.138-139

yetişkinlerden yeterince bilgi alamadığında televizyona yöneldiği bilinir.²⁰⁶ Bundan dolayı çocukların daha eleştirel ve gerçekçi televizyon izleyicileri olmaları sağlanmalıdır.²⁰⁷

Ancak, medya, izleyicinin dikkatini çekebilmek için, kurgulamalardan, gerçek ile hayal ürünü ya da sanal olanı sunmaktan vazgeçemez. İzleyicinin, fantezilerle, hayallerle süslenen görüntüleri kabul etmesi bir yerde katı gerçekleri gündemine almak istememesi ile açıklanabilir.²⁰⁸ Zamanla izleyicilerin olaylar karşısındaki duyarlılıklarını yitirmeleri de farklı bir davranış kalıbını oluşturmaktadır. Öyle ki, izleyiciler ya da tüketiciler, kameraların ızdırap çeken insanlardan, örtü altındaki cesetlere kadar varan görüntülerinden rahatsız olmamakta, adeta, spor, müzik programı izler gibi tüketmektedir.²⁰⁹ Bunun yanı sıra, izleyiciler kendilerini acı ve ölüm görüntülerinden uzak da tutamazlar. Bunun nedeni de başkalarının ölümünü görürken, kendi yaşamının önemini hissetmekle ve hala hayatta olabilmekle açıklanabilir.²¹⁰

Televizyonun tutucu- statükocu söylemi karşısında yer alan bu izleyici grubu karşısında, etkin izleyicinin varlığına da işaret etmek gerekir. Bu izleyiciler, televizyonu anlamaya çalışan, bu yönde özen gösteren kişilerdir.²¹¹ Fakat, bu kişiler de medya içeriğindeki magazinelleşme karşısında çaresiz kalmakta, bunun sorumluluğu da kimi zaman izleyicilere kimi zaman medyanın kendisine yüklenmektedir. Sonuçta, medyada tabloidleşme ya da magazinelleşme, izleyici, gazeteci ve medyanın ekonomi politikası arasındaki dinamiklerden oluşmaktadır. Dolayısıyla bu durumu bir neden- sonuç ilişkisi içinde açıklamak mümkündür.²¹²

⁽²⁰⁵⁾ a.k, s.141

⁽²⁰⁶⁾ a.k, s.187

⁽²⁰⁷⁾ a.k, s.188

⁽²⁰⁸⁾ Cereci, a.g.m, s.24

⁽²⁰⁹⁾ Robins, a.g.m, s.110

⁽²¹⁰⁾ a.k, s.112

⁽²¹¹⁾ Mutlu, Televizy., s.12

⁽²¹²⁾ Çaplı, Medy., s.106-107

İzleyicilere ve medya içeriğine yönelik yapılan bir araştırma sonucunda, Türk insanının programa göre değil, saatlere göre televizyon izlediğini ortaya çıkarmıştır. Böylece, prime time saatine hangi program konulursa konulsun mutlaka izler kitle bulacaktır. Bunun için, bu saatlerde izlenen reytingi yüksek programların kaliteli anlamına gelmediği de açıktır. Ayrıca, bu saatlerde yer alan türdeş programlar, farklı program izlemek isteyen izleyici için bir alternatif de bırakmamaktadır. Bu da yayıncı sorumluluğu ile ilişkilendirilebilecek bir durumdur.²¹³

Yeni teknolojiler, yeni izleyici kesimini de oluşturmuştur. Avrupa'da ve Amerika'da digital yayıncılığın başlaması ve yaygınlaşması, tematik kanalların ortaya çıkması, izleyici çehresini değiştirmiş, uzmanlaşmış bir kesim oluşturmuştur. Digital yayıncılığın getirdiği en önemli değişiklikte yayınlarda interaktifliğin sağlanmasıdır. Bu durum endüstri açısından izleyicinin başkaldırısı olarak görülür. Bazı kesimler, izleyicinin aktif duruma geçmesi ile birlikte takibinin güçleşeceğini düşünürken; bazıları da izleyicinin yine aynı pasif konumda kalacağını düşünmektedir. Çünkü, izleyici kendi seçme yetisinden uzak kalacak ve televizyonun sürprizler yaratmasını bekleyecektir. Ayrıca, izleyici, zaman ve parasal kaynaklardan dolayı, sınırlı sayıda seçim yapacaktır.²¹⁴

Sonuç olarak bireyler, iletişim ve ifade özgürlüğü kavramlarına sığınan medyanın, bu özgürlükleri kötüye kullanarak her türlü sorumsuzluğu yapmakta olduğunu ileri sürerek medyayı eleştirmektedirler. Medyanın özgürlüğü kavramının yanı sıra medyanın sorumluluğu kavramı da gündeme gelmektedir. Bu eleştirilere muhatap olan gazeteciler ise, asıl sorunun izleyicilerin ve okuyucuların 'ikiyüzlü olmalarından kaynaklandığını ileri sürmektedirler.²¹⁵

Dikkat edilmesi gereken nokta ise medyada ifade özgürlüğünün, herkesçe kullanılıp kullanılmadığı sorusudur. Bunu çerçeveleyen sınırlar etik nedenlerden kaynaklandığı gibi, ticari kuruluş niteliğindeki medya mülkiyetinin, belirli grupların ve

(²¹³) Ünüiter, a.g.m, s.23

(²¹⁴) Çaplı, Medy..., s.170-171

şirketlerin ellerinde toplanmasından da kaynaklanmaktadır. Bu yapı hem izleyici çehresini hem de medya içeriğini ve etiğini belirlemektedir.

I.8.2. Medyada Etiksel Bir Kaygı: Özdenetim

Medyanın, devlet yönetimini elinde bulunduranlara karşı toplumun sesi olma ve toplumu bilgilendirme görevi bulunduğu bilinmektedir. Bu görevini yerine getirirken de birtakım baskılara maruz kalmamak, kamuoyundaki saygınlığını korumak için kendi içinde bir takım norm ve kurallar geliştirir. İşte bu kurum ve kurallar, medyanın özdenetimi dediğimiz kavramın oluşumunu sağlamaktadır. Özdenetim, basının yasal yaptırımlardan korunmak için birtakım mesleki ve ahlaki kurallar çerçevesinde kendi kendisini denetlemesi işlevi olarak tanımlanır.²¹⁶

Basın özgürlüğü ve ahlaki konusunda pek çok düşünür farklı görüş bildirmiştir. Genelde kitle iletişim araçlarının tamamen bağımsız olması ve basının özgür olması gerektiği vurgulanırken, sorumluluk daha çok medya tüketicilerine verilir. Buna karşılık, Theodore Peterson, 1956'da kendisinden önce tartışılmaya başlanmış olan yeni bir kuramı geliştirmiştir. Bu kuram, serbest pazarın öngörüldüğü gibi gerçekleşmemesi ve toplumun beklentilerine cevap vermekte yetersiz kaldığının giderek belirginleşmesi üzerine ABD'de ortaya çıkmıştır. Bunun adı da toplumsal sorumluluk yaklaşımıdır. Bu yaklaşım felsefi bir alt yapıdan yoksun olmasına rağmen sorumluluk ilkesi büyük kabul görmüş ve geçerliliğini korumuştur. Toplumsal sorumluluk yaklaşımına göre düzenlenecek iletişim araçlarına yönelik ilkeler şunlardır.²¹⁷

⁽²¹⁵⁾ a.k, s.183

⁽²¹⁶⁾ Demir, a.g.k, s.21

⁽²¹⁷⁾ a.k, s.16-17-18

1- Kitle iletişim araçları genel yasalar ve yerleşik kurallar çerçevesinde kendi işleyişlerini kendileri düzenlemeli, ancak toplumun kitle iletişim araçlarından mesleki yüksek bir düzey beklemesi konusunda bir hakkı olduğu ve bu nedenle kamu adına genel yararı gözetilen müdahaleler olabileceği kabul edilmelidir.

2- Kitle iletişim araçları, içinde yer aldıkları toplumun çeşitliliğini yansıtmaya, bunun için değişik görüşlere ve bunlara verilecek cevaplara yer sağlama, çoğulcu yapıyı bir bütün olarak aktarma gibi temel görevleri olduğunu benimsemeli ve bunları yerine getirmek için çaba göstermelidirler.

3- Temel görevler yerine getirilirken bilgi ve haber aktarımında gerçeklik, doğruluk, kesinlik, objektiflik ve dengelilik vazgeçilmez ilkeler olarak kabul edilmeli, bunları sağlayacak mesleki standartlar geliştirilmelidir.

4- Kitle iletişim araçları, haber aktarımının sağlanması yanında kültür ve sanatın yayılması ve geliştirilmesi amaçlarını da benimsemeli, eğitici olmalıdırlar.

5- Toplumun sağlıklı, demokratik işleyebilmesine yardımcı olmak için şiddet kullanımına, toplumsal karmaşaya, suça yol açabilecek öğelerin kitle iletişim araçlarında yer bulamamasına özen gösterilmeli, toplumda kültürel ve siyasal bakımlardan azınlıkta kalanları incitecek mesajlardan uzak durulmalıdır.

Medyanın edinmesi gerektiği düşünülen bir takım prensipler Avrupa Konseyi tarafından da sıralanmıştır:²¹⁸

-İlgili yasalarla medyaya sağlanan hak ve yükümlülüklerle ek olarak medyanın da topluma karşı meslek ahlakı ve sorumluluğu olmalıdır.

-Gazetecilik mesleğinde temel prensip haberlerle görüşleri birbirine karıştırmamak, ayrı ayrı ele almaktır. Haberler gerçekler ile verilerin bir bildirimidir.

⁽²¹⁸⁾ İrfan Erentürk, "Basın Ahlakı Üzerine", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:1, Ağustos- Eylül 1997, s.18

Görüşler ise, medya şirketlerinin, yayıncıların ve gazetecilerin düşünceleri, fikirleri, inançları ve değer yargılarından oluşur.

–Haber yayıncılığı doğruluğa bağlı kalınarak yapılmalıdır. Doğruluk ilkesi, tanımlama ve anlatım, doğrulama ve kanıtlama yöntemleriyle, sunuş tarzındaki tarafsızlığa bağlılıkla desteklenmelidir. Söylentiler haberlerle asla karıştırılmamalıdır. Haber başlıkları ve özetleri, sunulan bilgi ve gerçeklerin özünü mümkün olduğunca yakından yansıtmak zorundadır.

–Görüşlerin taraflı olması ve bu yüzden de doğruluk kriterine oturtulmasına gerek olmamasına rağmen, görüşlerin dürüst ve ahlaki biçimde ifade edildiğinden emin olmamız gerekmektedir. Kurumları ya da bireyleri ilgilendiren olaylar veya eylemler hakkında yorum getirme şekline dönüşen görüşler, verilerin ve gerçeklerin doğruluğunu gizleme ya da inkar etmeğe çalışmamalıdır.

–Haber alma hakkı temel bir insan hakkıdır. Bu hak, tüm demokratik ülkelerin Anayasa'larında yer aldığı gibi Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesinde de tanınmıştır. Bu hakkın sahibi vatandaşdır. Vatandaş bu hakkını kullanırken gazeteciler tarafından sağlanan haberin doğru olmasını, görüşlerin dürüstçe açıklanmasını ve tüm bunları kendisine ulaştırırken özel veya tüzel makamların araya girmemesini talep etmektedir.

–Kamu otoriteleri haberlerin kendi tekelinde olduğunu asla düşünmemelidirler.

–Haber kuruluşları, habere sadece ticari meta olarak bakmamalı, kendilerini özel sosyo- ekonomik ajanslar olarak görmelidirler.

–Haber kuruluşları, medya idaresi ve mülkiyeti konusunda şeffaflık göstermek zorundadırlar. Bunu yaparken vatandaşları kuruluş sahiplerinin kimlikleri ve medyadaki ekonomik faaliyetlerinin hacmi konularında açıkça bilgilendirmelidirler.

–Haber doğru verme, ideolojik yönlendirmeden önce gelmelidir. Eğer, vatandaşın haber alma hakkına gerçekten saygı duyuluyorsa bu zorunludur.

–Medya, haberlerin kendi tekelinde olduğunu düşünmemelidir. Reklam gelirlerini artırmak, tiraj ya da izleyici oranlarını yükseltmek için haber ya da görüşleri kötüye kullanmamalıdır.

Eleştirilerin odaklandığı bir başka noktanın da gazeteciler olduğu bilinmektedir. Bu durumun düzeltilmesi amacıyla da bazı konseyler, divanlar oluşturulmuştur. Bir takım meslek ilkeleri belirlenmiştir. Hepsinin amacı da gazetecinin görevini yerine getirirken özel çıkarlara hizmet etmediği konusunda güvence vermektir.²¹⁹

Ancak, burada göz ardı edilmemesi gereken kitle iletişim araçlarının yirminci yüzyılla birlikte ekonomik işletmeler haline dönüşmesidir. Basın artık büyük yatırımlar gerektiren bir kuruluş, gazeteci de her zamankinden çok kitle iletişim aracının sahibi olan kişinin ücretli elemanı durumundadır. Bu yapılanma, özellikle gelişmiş batı toplumlarında, gazetecilerin kamuoyunu biçimlendirmede sahip olduğu etki ile çelişkilidir.

Diğer taraftan, dünyanın her ülkesinde basın için birtakım imkan ve imtiyazlar tanınırken, diğer taraftan da yasal birtakım yaptırımlar ve sınırlamalar getirilir. Bunlar basın veya iletişim özgürlüğünü kısıtlayıcı veya geliştirici yönde olabilir. Bu durumda basın mensuplarını, hem yasa hükümlerinin cezai yaptırımlarından koruyabilmek hem de mesleğin itibarının sarsılmasını önleyebilmek için, kendi içinde mesleki bir disiplin oluşturulur.²²⁰ Fakat, medyada özdenetimin sağlanamadığı görüşünü kanıtlar nitelikte

⁽²¹⁹⁾ Alemdar, Med..., s.254

⁽²²⁰⁾ Demir, a.g.k, s.18

birçok örnek bulunmaktadır. Gazeteciliğin önemli kurallarından biri, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında kişilerin özel yaşamının yayın konusu yapılamayacağıdır. Ancak, televizyonda, 'tele' ile başlayıp farklı kanallarda farklı biçimlerde tamamlanan, aynı içeriğe sahip program türleri yaşamları didik didik etmektedir. Sunulan bu yaşamlarla 'kamu çıkarı' arasında ne bağlantı olduğu ise merak konusudur.

I.8.3. Etik İçerisinde Aranan "Kamu Hizmeti", "Kamu Yararı"

Kavramları: Kamu Yayıncılığı Anlayışı

"Kamu, bir ülkede yaşayan insanların bütünü, halkın tümü : Hazır, amade anlamında Türkçeleşmiştir ancak bir yerde bulunan anlamında kamunun diline işlenmiştir." ²²¹

Hizmet kavramı ise yaşamımızın her aşamasında değişik biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. İnsanların birlikte yaşamalarının doğal bir sonucu olan hizmet kavramının sistematik bir biçimde ele alınışı 1700'lü yıllara dayanmakta ve o günden bu güne değişik tanımları, sınıflandırmaları yapılmaktadır. Hizmet, bir grubun diğerine sunabileceği, özellikle soyut ve herhangi bir şeyin mülkiyetini gerektirmeyen bir faaliyet veya yarar olarak tanımlanırken, bir başka insanın ihtiyacını gidermek için belirli bir fiyattan satışa arz edilen ve herhangi bir fiziki malın mülkiyetini gerektirmeyen faaliyet ve yararlar şeklinde de tanımlanmaktadır. ²²²

⁽²²¹⁾ Meydan Larousse, "Kamu", Büyük Lugut ve Ansiklopedi, cilt:10, s.425 (Tanımın sahibi N. Ataç' tır.)

⁽²²²⁾ Canan Ay, Aysin Gülgün, "Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında Etken Bir Araç Olarak; İş Tatmini", Kamu Yönetiminde Kalite 1. Ulusal Kongresi. Cilt:1, TODAİE, No:289, 1999, Ankara, s.252

Ancak her zaman para karşılığında yapılmayan, herhangi bir karşılık beklemeden sunulan hizmetler de mevcuttur. Bu hizmetlerde kar amacı güdülmez. Çünkü, bu hizmetlerde kamu yararının sağlanması ön plandadır.²²³

Kamu hizmeti kavramı kamu yönetimi sözlüğünde şu şekilde tanımlanır: “Bir kamu kurumunun ya kendisi tarafından ya da yakın gözetimi altındaki bir özel girişim eliyle kamuya sağlanan hizmetler”²²⁴

İhtiyaçlar ya özel iktisadi yaşayış içinde veya kamu makamlarının bu ihtiyaçları karşılayacak hizmeti yürütmesi ile tatmin olunur. Birinci halde, idarenin fiyatların tespiti, sağlık kurallarına uygunluğun denetlenmesi gibi zabıta yetkileri söz konusudur. İkinci halde; devlet veya diğer kamu tüzel kişileri, bir eğitim veya bir bayındırlık işinde olduğu gibi, hizmeti bizzat yerine getirir. Belli bir alanda, bir kamu hizmetinin varlığı, bu konuda tekel kurulmamışsa aynı yöndeki hizmetlerin özel kişilerce yapılabilmesini engellemez. Kamu hizmeti kavramı, bir faaliyet olduğu gibi, bir kuruluşu, bir teşkilatı da belirtir. Bu anlamıyla kamu hizmeti, bir görevi yürütmek için, bir kamu tüzel kişisi tarafından tahsis edilmiş şahsi ve ayni vasıtaların bütünü şeklinde tarif edilebilir.²²⁵

Bir hizmetin kamu hizmeti sayılabilmesi için en az iki koşulun gerçekleşmesi gerekir. Bunlardan biri, hizmetin kamuya yönetilmiş ve kamuya yararlı olmasıdır. Diğer de hizmetin kamu kuruluşlarınca ya da ilgili kamu kuruluşunun sıkı denetimi altında özel hukuk kişilerince yürütülmesidir.

Medya da yani yazılı, sözlü ve görüntülü basın, kamu hizmeti görmekte ve kamusal görevleri bulunmaktadır. Özel radyo ve televizyonlar da bu kapsam içindedir.

⁽²²³⁾ Ay, Gülgün, a.g.m,s.252

⁽²²⁴⁾ Turgay Ergun, Ömer Bozkurt, Kamu Yönetimi Sözlüğü, TODAİE Yayınlar No:283, 1998, Ankara s.128

⁽²²⁵⁾ Ay, Gülgün, a.g.m,s.253

Medyanın, özel sektörün elinde olması kamu görevi yaptığı gerçeğini değiştirmeyecek ve sorumluluklarını azaltmayacaktır.²²⁶

Ancak, kamu yayıncılığı yapması beklenen, ticari kaygılardan uzak kurumlar da bulunur. ‘Kamu’ televizyonu, görüntülerin, sesin ve bunların birleşiminin yönlendirici kullanımını bizzat açıklar. Bir anlamda, etkin izleyici oluşturma çabası gösterir. Ticari kaygı güden özel sektör ise böyle bir çalışma içine girmez.²²⁷

Kamu yayıncılığı politikasıyla amaçlanan, devletçe öncelikli olarak belirlenen eğitim, sağlık gibi konularda halkın bilinçlendirilmeli, bilgilendirilmelidir. Bu amaç, özel yayıncılarla, kamu yayıncıları arasındaki farkı gösterecektir.²²⁸ Avrupa ülkelerinden kaynaklanan, iletişim ve yığınsal iletim alanındaki kamu hizmeti modelinin temel amacı, yığınsal iletim, bilgilendirme, bilinçlendirme ve eğitmeyi toplumun ideolojik yapısına uygun olarak yurttaşlara ulaştırmaktır.²²⁹ Diğer taraftan, kamu veya özel yayıncılıktan öte, önemli olan ‘iyi yayıncılık’ anlayışıdır. Eğer, herkes temel ilkelere uyar ve toplumsal sorumluluk doğrultusunda hareket ederse kamu ve özel yayıncılık tartışmaları ortadan kalkacaktır. Temel ilkeler veya kriterler de toplumsal sorumluluk yaklaşımındaki ilkelerle bağdaştırılabilir.²³⁰

Kamu yararına uygun yayın yapma anlayışı radyo ve televizyonların yaygınlaştığı yıllarda gündeme gelir. Amerika’da kamu çıkarına uygun yayıncılık, arz-talep dengelerinin serbestçe dolaştığı pazar koşullarına bağlanmıştır. Bu da radyo ve televizyon alanının düzenlenmesi için bir kamu örgütü oluşturulması fikrini engellememiştir. Aksine, 1900’lü yılların başlarından itibaren, hem endüstri tarafından

⁽²²⁶⁾ Demir, a.g.e, s.97

⁽²²⁷⁾ Jeanneney, a.g.e, s.338

⁽²²⁸⁾ Osman Ataman, Artun Ünsal, Gürsel Öngören, “Radyo: Kulaklarınızı dört açın”, Salı Toplantıları, El, dil, göz, kulak: iletişim işim, 1995, İstanbul, s.72

⁽²²⁹⁾ Ataman, Ünsal, Öngören, a.g.m, s.80

⁽²³⁰⁾ a.k, ,91

hem de Amerikan devleti tarafından gerekli görülmüştür. O dönemlerde, ABD’de kamu çıkarı kavramı üç ayrı anlamı içermiştir. Bunlardan birincisi, yayıncılıkta istenilmeyen toplumsal etkilerin sınırlandırılmasıyla çerçevelenmiştir. Bu sınırlandırmada en çok çocuk izler kitle hedef alınmıştır. İkincisi, yayınlarda çeşitliliğin sağlanmasına ve izleyici isteklerine karşı daha duyarlı olunmasına yöneliktir. Üçüncüsü de, yayın sektörünün ekonomik açıdan sağlıklı işleyebilmesi ile açıklanmıştır. Diğer taraftan, aynı dönemlerde Avrupa’da özellikle de İngiltere’de yayıncılığın düzenlenmesi konusunda ABD’dekinden daha farklı bir yaklaşım tarzı benimsenmiştir. Frekansların kısıtlı olması nedeniyle, toplumdaki tüm bireyleri kapsayacak nitelikte bir yayıncılığın gerçekleştirilemeyeceği düşüncesi, kamu yayın kurumu görüşünü ortaya çıkarmıştır. Kamu kavramı, toplumsal anlamda ortak iyi ve ortak çıkar anlamındadır. Kamu kavramı karşısında ise popüler kavramı yer alır. Popüler kavramı, siyasi anlamda toplumsal sorunlara karşı ilgisizlik ve kuralsız ticarileşme anlamında kullanılır. Bu bağlamda popüler kültür kavramı da toplumsal sorunlara karşı ilgisizlik ve eğlence ile özdeşleştirilir.²³¹

Kamu hizmeti yayıncıları, farklı yayın politikalarına sahiptirler. Kamu hizmeti yayıncılık felsefesinde, programcılar ve yayın kurumları yöneticileri, uzman kişiler olarak nitelendirilir. Dolayısıyla da, izleyicilerden çok daha fazla bilgili olmaları, sosyal yaşamdaki konuların ve olayların sadece görünen boyutlarıyla yetinmeyip, daha derinlemesine yaklaşımlar kullanarak programlar üretmeleri beklenir. Aydınlanma felsefesindeki bilginin yaygınlaştırılması öngörüsü, kamu hizmeti yayıncılık felsefesinin temelini oluşturur. Bu felsefe ile bireyler siyasal ve kültürel sürece daha rahat katılabilirler. Ancak, bu görüşün altında da bir çelişki yatmaktadır. Çünkü, bir yandan bireylerin katılımı özendirilirken, diğer yandan da yine bireyler yapım sürecinden uzak tutulmuştur. Bunun yanı sıra, medyada ticarileşme yaygınlaştıkça, kamu hizmeti yayıncılığı felsefesi de

(²³¹) Çaplı, *Medya..*, s.38-39

değişime uğramıştır. Kamu hizmeti yayıncılığındaki paternalist geleneğin yerini popülist yaklaşımlar almaya başlamıştır. Popülist yaklaşım içindeki medyanın başarısı da izleyici sayısını arttırmakla ölçülmüştür.²³²

Siyasi baskılardan ve sermayenin etkilerinden uzak tutmak amacıyla özerk ve bağımsız olarak örgütlenen kamu hizmeti yayın kurumlarında geçerli olan ilkeler şunlardır:

- 1- Yayınların tüm ülke coğrafyasını kapsamaması, toplumdaki farklı kesimlerin yayınlara erişim olanağının sağlanması
- 2- Toplumdaki tüm farklı ilgi ve zevklere hitap etme: çoğulculuk ve çokseslilik
- 3- Azınlıklara hitap etme,
- 4- Ulusal kimliğe saygı,
- 5- Mali açıdan bağımsızlığın sağlanması için kurum gelirlerinin doğrudan sağlanması,
- 6- İzleyici/ dinleyici sayısı için rekabet yerine kaliteli yayın için rekabet,
- 7- Yayınlarda kalite ve program türlerinde çeşitlilik: haber, kültürel ve eğitsel programlar ve kaliteli eğlence.

Kamu hizmeti yayın modelinin ilk uygulayıcısı olan BBC bu ilkeler çerçevesinde oluşturulmuştur. İngiltere’de kamu çıkarı ve ulusal çıkarlara hizmet ederek, günlük siyasetten ve tartışmalardan uzak, halkı kaliteli bir biçimde eğlendirmek, bilgilendirmek ve eğitmekle yükümlü tutulmuştur.²³³

Kamu yayıncılığı konusunda çeşitli tartışmalar olsa da bir amacın varlığı söz konusudur. Toplum bilgilendirmek, eğitmek, haber vermek, topluluk bilinci yaratmak bu amaçlar içindedir. Kamu hizmeti yayıncılığı, insan yaşamının kalitesini arttıran,

⁽²³²⁾ Çaplı, Med..., s.117

⁽²³³⁾ a.k, s.40

basamaklıp tiplerinin ötesine gidebilen yayıncılık anlayışını içerir.²³⁴ Ancak, bu yayıncılık anlayışında da, sadece belli bir kesimin görüşüyle sınırlı kalındığına işaret edilir. Kamu hizmeti yayıncılığı, herkesi temsil edememektedir. Mesela, kamu hizmeti radyoculuğu, herkese seslenen müzik programı yayıncılığı yapmamaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığında tüm toplumu temsil etmenin yanı sıra, program yayınları konusunda da 'denge'nin kaygısı yaşanır. Kamu hizmeti yayıncılığında, hükümet baskısı ve çeşitli sebeplerden dolayı cinsellik, şiddet, siyaset gibi konular sınırlı işlenmektedir. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığı zaman zaman kendi eşitlik ilkesini çiğneyebilmektedir.²³⁵

Özel yayıncılığın da amaçları arasında kamu yararı bulunmaktadır. Fakat, bu kuruluşlar yasada açıkça tanımlandığı gibi ticari bir işletmedir ve asıl amacı kar etmektir. Kamu çıkarı, kurumun çıkarıyla çakışmadığı sürece de yayıncılık anlayışında sorun olmamaktadır. Dolayısıyla, özel yayıncılık alanında da politika saptayan, içerik belirleyen izleyiciler değildir. Özel kuruluşların yayıncılık politikasını belirleyen, ticari kaygı çerçevesine oturtulan, yasal düzenlemeler, mülkiyet özellikleri, uluslararası program akışı, reklamverenler, sponsorlardır.²³⁶ Bu yayıncılık politikasını benimseyen pazar liberalleri, medya sisteminin metalaşmasında ısrar etmiştir.²³⁷ Medyanın, daha rekabetçi ve maliyet bilincinin daha yüksek bir ortamda olmasını savunan liberaller, kamu hizmeti yayıncılığını da, seçme alanını sıkıştırmakla, daraltmakla, azaltmakla ve tüketici tercihlerinde bir sansür gibi işlemekle suçlamıştır.²³⁸ Fakat, liberallerin savundukları yayıncılık anlayışı sonucunda, ekranların içeriğini, 'habeğence' (infotainment) türü programlar ya da iç gıcıklayıcı stripteasli yarışma programları doldurmuştur.²³⁹

⁽²³⁴⁾ Keane, a.g.e.,s.116

⁽²³⁵⁾ a.k, s.120

⁽²³⁶⁾ Ünlüer, a.g.m, s.25

⁽²³⁷⁾ Keane, a.g.e, s.116

⁽²³⁸⁾ a.k, s.70

⁽²³⁹⁾ Keane,a.g.k,s.76

Yayıncılık politikasının değişimi, kavramların da aşınmasına yol açmıştır. Ticari düzlemde yoğrulan medyanın, kalite tanımı ticaret kurtlarının ölçütleriyle belirlenmiş, yeni yayıncılık anlayışını dolduran, ucuz yarışma formatları, içi boş eğlence programları, tekrarla dolu sonu gelmeyen diziler, ‘daha fazla seçenek’ anlamına gelmiştir.

Yayıncılık alanında kamu çıkarı ve kamu yararı kavramlarının yerini alan serbest piyasa kavramı 1980’lerle birlikte oluşmuştur. Bu yıllar, Batı Avrupa’daki medya sistemlerinin kamu hizmeti yayıncılık felsefesini kaybettiği yıllar olmuştur. Kamu hizmeti yayın tekelleri kaldırılmıştır. Sektör, özel yayın kurumlarının rekabetine açılmıştır. 1980’li yıllardan sonra iletişim sistemlerinde gözlemlenen özelleştirme uygulamalarına kamu yayın kurumları da dahil edilmiştir. Özelleştirilmeyen kamu hizmeti yayın kurumları da rekabet ortamına ayak uydurmaya çalışmıştır. Yani, kamu hizmeti yayın kurumları, kamu bütçesine yük olmamak ve daha fazla para kazanmak için piyasa yönelimli politikalar benimsemiştir. Artık, yayıncılık alanında kültürel nitelikte olan iletişim politikaları ekonomik niteliğe bürünmüştür.²⁴⁰

Ülkemizde de kamu yayıncılığı görevi TRT tarafından yerine getirilir. TRT Kurumu Kanunu’nda kamunun zarar görmesini önleyici nitelikte kararlar bulunmakta, kamu yararının ve kamu hizmetinin gözetildiği maddeler yer almaktadır. Bu maddeler, canlı yayında sorumluluk, ön hazırlıktan sonra gerçekleştirilen canlı yayınlara ilişkin düzenlemelerdir. Oluşturulan bu düzenlemeler, kamu yararının gözetilmesi yönünde belirlemeleri içerir.

Diğer taraftan 2954 sayılı TRT kanunu ile özel radyo ve televizyonların çıkışından sonra hazırlanan 3984 sayılı kanun arasında sorumluluk bakımından farklı rejimler bulunur. Bu da eleştirilere neden olmaktadır.²⁴¹ 3984 sayılı kanunda kamu hizmeti

⁽²⁴⁰⁾ Çaplı, *Medya..*, s.46-47

⁽²⁴¹⁾ Çiftçi, *a.g.m.*, s.14-15

anlayışı korunmaya çalışılır, ancak, ticari kaygıların bu anlayışı ne kadar koruyabileceği merak konusudur.

Türkiye'nin kamu yayıncısı, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, ülkenin coğrafi olarak yüzde 92'sine ulaşmaktadır. TRT, TRT 4 kanalı ile açık öğretim için yirmi dört saat eğitici programlar yayınlamaktadır. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, TRT GAP kanalı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesine hizmet verirken, TRT INT ile Avrupa'ya, TRT Avrasya ile Orta Asya ve Kafkaslara yayın yapmaktadır. Ayrıca, TRT, Türkiye'nin Sesi ile yurt dışında yaşayan Türk vatandaşları için eğitim ve kültürel programları içeren radyo yayını yapmaktadır.²⁴²

Türkiye'de ilk televizyon yayınları, 1964 yılında TRT'(Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) nin kurulmasıyla başlamıştır. İlk yayın 31 Ocak 1968 tarihinde 5Kw. Güç ile Ankara'da deneme niteliğinde başlamıştır. Türkiye'de radyo yayınları 1927 yılında başlamıştır ve dünyadaki radyo yayıncılarının öncülerinden sayılmıştır. Televizyon yayıncılığı ise diğer ülkelere göre çok geç başlamıştır. Türkiye'de ilk radyo istasyonunun kurulması kararı 8 Eylül 1926'da alınmıştır. Radyo istasyonunun işletilmesi, 'Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi' adlı yabancılarla ortak kurulan bir özel şirkete verilmiştir. 1936 yılında çıkarılan bir kararname ile hükümet radyo yayınlarını işletme hakkını bir devlet kuruluşu olan PTT'ye devretmiştir. 1940 yılında, radyo yayınları, yine bir devlet kuruluşu olan Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü' ne verilmiştir. Radyo yayınları, TRT kurumunun kurulduğu 1964 yılına kadar, Basın Yayın ve Tanıtım Genel Müdürlüğü yapısında kalmıştır.

Radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili ilk Anayasal düzenlemeler 1960 Anayasası'nda yapılmıştır. 1960 Anayasası'nın 121.maddesi 'Radyo ve televizyon

⁽²⁴²⁾ Nuran Yardımcı, Pınar Ülkütlü, Bora Sönmez, "Yarının Medya Politikaları", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:3, sayı: 17, Mayıs- Haziran 2000, s.23

istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir' şeklinde düzenlenmiştir. Böylece yayıncılık hayatı radyo ve televizyon yayınlarını birlikte kapsayarak, özerk bir yapı oluşturmak istenmiştir. Yayıncılık hayatı, devlet güvencesinde tekel durumuna getirilmiştir. 24 Aralık 1963'te, 359 sayılı 'Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu' kabul edilmiştir. Böylece, TRT adı ile radyo ve televizyon yayınlarını tekel olarak yürütecek 'özerk bir iktisadi kamu kuruluşu' oluşturulmuştur. Ancak, TRT'nin bu konumu uzun sürmemiş, 1971 Anayasa değişikliği ile özerkliği kaldırılmıştır. Bu Anayasa değişikliği ile radyo ve televizyon istasyonlarının ancak, devlet eliyle kurulabileceği öngörülmüş ve kurum, devlete bağlı tarafsız bir kamu tüzel kişiliği olarak nitelendirilmiştir. 1982 Anayasası'nda da kanun özünü korumuş, radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki tekel devam etmiştir. Bu durum özel yayıncılığın faaliyete geçmesine kadar devam etmiştir.²⁴³

Bugün, yayıncılık hayatı gözlemlendiğinde, her türlü eleştirilere ve sorunlara rağmen, eğitici ve bilgilendirici programlara yayınlarında ağırlıklı ve düzenli olarak yer veren tek yayın kuruluşunun TRT olduğu görülür. Sayı ve süre olarak çok kısıtlı olsa da TRT' de çocuk ve genç hedef kitle ayrımı yapılarak, bunlara göre programlar üretilir. Diğer yayın kuruluşları arasında çocuk ve gençlik programları müdürlüğüne sahip tek yayın kurumu da TRT'dir.²⁴⁴

Avrupa'da ise kamu televizyon kuruluşları rekabet nedeniyle özel yayın kuruluşlarının politikalarını olduğu gibi kopya etmişlerdir. Kamu yayın kurumlarının bu değişimi, kendilerine özgü yayın politikalarının oluşmasını engellemiştir. Özellikle, çocuklara yönelik programlarda, özgün politikalarından uzak, türdeş programların oluştuğu görülmüştür. 1998 verilerine göre, Avrupa'daki kamu hizmeti yayın kurumlarının toplam

⁽²⁴³⁾ Demir, a.g.e, s.98-99

⁽²⁴⁴⁾ Çaplı, Medy..., s.142-143

yayınlarında, çocuk programlarının oranı % 9.5'dir. Bu programların içeriğine bakıldığında % 40'nın çizgi film olması, özgünlükten ne kadar uzak olduğunu göstermektedir.²⁴⁵

Serbest piyasa kuralları içinde oluşan ve gelişen medya kurumları karşısında, kamu yayıncılığı görevi daha da önem kazanmaktadır. Ancak, rekabet ile gelen yeni politikalar kamu yayıncılığının gelişimi açısından endişe yaratmaktadır.

I.8.4. Medyada Özdenetim Sisteminin Yetersizliği ve Yayıncılıkta Düzenleyici Kuruluşlar

Birtakım nedenlerden dolayı, ülkemizde iletişim alanında etik anlayışını ve uygulamaların geliştirecek bir ortamın olmadığı söylenebilir. Bu nedenlerden ilki, özgürlük anlayışının gelişmemiş olmasıdır. Bu yapı içerisinde örgütlenen medya mensuplarının hakça ücret alamaması, meslek içi eşitsizlikler ve dengesizlikler, medya sahiplerinden kaynaklı kısıtlamalar, etik anlayışının oluşmasını engelleyici faktörlerdir.²⁴⁶ Bu faktörler de bu alana yönelik birtakım düzenlemelerin yapılmasını gerektirmiştir. Basın sektörünün, hem yazılı basını, hem de elektronik iletişim biçimi olan görsel- işitsel basını içermesi, farklı düzenlemelerin oluşturulmasını gerektirmiştir. Çünkü, gazete ve dergi sayısı, neredeyse, sınırsız olabilirken, radyo ve televizyonların sayısı teknik nedenlerden ötürü kısıtlıdır. Bunun için, özellikle iletişim araçlarının kitlelere erişimi, kitlelerin iletişim araçlarına erişimi ve yayınların içeriğine yönelik düzenlemelere odaklanılmıştır.²⁴⁷ Radyo ve televizyon yayıncılığında frekansların kısıtlı olmasına rağmen, yayın yapmak isteyen medya örgütlerinin çok olması, doğabilecek kargaşanın bir işareti olarak görülebilir.

⁽²⁴⁵⁾ a.k, s.140

⁽²⁴⁶⁾ Alemdar, a.g.m, s.255

⁽²⁴⁷⁾ Çaplı, Medy., s.38

Medya, milyonlara hitap edebilme özelliği ile bireylerin fikri düzeylerinin yükselmesinde etkili olabileceği gibi, tersi bir durumda söz konusu olabilir. Dolayısıyla, medya, bireyleri ve toplumu rahatça yönlendirebilir.

Bu yönlendirme şiddete ve ayrıma yönelik olabileceği gibi, uzlaştırıcı ve birleştirici de olabilir. Bu iki yoldan birini seçmek durumunda olan televizyon yöneticileri tercihlerinde birinci planda parasal değerleri mi yoksa belli yayın ilkelerini mi tutacaklardır? Bugün parasal getirisi olduğu düşünülen programlar kanallarca tercih edilmektedir. Bu tür yapımların toplumun kültürel düzeyine olumlu katkıları söz konusu olmadığı gibi, genel kamu olumsuzluğu artırdığı yönündedir. Bir yanda toplumun ve bireylerin kendisini yükseltmek zorunda olduğu bir kültürel düzey ve evrensel doğrular, diğer yanda cazibesi pek çok şeyi silip süpürebilen maddi değerler.²⁴⁸

Bilindiği üzere ticari yayıncılığın temel değerleri ‘kazanç’, ‘verimlilik’ ve ‘pragmatizm’ üzerine kurulmuştur. Bu değerler, karar alma ve planlama süreçlerinden, uygulama ve yayın aşamasına kadar ticari televizyon mekanizmasını etkiler.²⁴⁹ Medyada özdenetimin yetersiz olduğuna dair birçok örnek mevcuttur. Medyanın halktan uzaklaşmış yapısı, çarpıtılan ve yorumla karıştırılan, hatta bazen hiç görülmeyen haberler, şiddetle bezenmiş görüntüler bu örnekler içindedir. Bunun nedeni de meslek ilkeleriyle değil, astronomik ücretlerle bağlanan gazetecilere, medya çalışanlarının editoryal bağımsızlığa önem vermemesine, medyada tekelleşmenin önlenememesine, kanunların kararlılıkla uygulanamamasına, yeni düzenlemelerin yapılmamasına, medya patronlarının kamusal bir hizmet yaptıklarını algılayamamalarına dayandırılmaktadır.²⁵⁰ İletişim fakültesi mezunları başkanı S.Coşkun bu yapıyı ‘yayın dünyamız tam bir anarşi halindedir.’ şeklinde ifade etmiştir.²⁵¹

Kitle iletişim araçlarına ilişkin geliştirilmiş birçok kuram vardır. Bunlar; yetkeci kuram, özgürlükçü (liberal) kuram, toplumsal sorumluluk kuramı, Sovyet tekeli

⁽²⁴⁸⁾ Muhteşem Dumlu, “Toplumsal Uzlaşma ve RTÜK”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:2, Ekim-Kasım 1997, s.12

⁽²⁴⁹⁾ Mutlu, *Televizyon...*, s.122-123

⁽²⁵⁰⁾ RTÜK İletişim Dergisi, “Medyanın Ortaçağı Mı?”, yıl:3, sayı:19, Eylül- Ekim 2000, s.6-7

kuramı ve demokratik katılımcı kuramdır. Özgürlükçü kuram ve toplumsal sorumluluk kuramı, bu çalışma bağlamında karşılaştırılabilecek yaklaşımlardır.

Özgürlükçü kuramın açılımları, Adam Smith, David Ricardo ve çağdaş kuramlarda Peter Drucker tarafından temsil edilmiştir. Özgürlükçü kuramın temel yaklaşımını, fikirlerin serbest piyasası oluşturmaktadır. Buna göre, tüm fikirler kamuoyu önünde tartışılmalı ve yayınlanma şansı bulmalıdır. David Ricardo ile özdeşleştirilen fikirler pazarında, 'iyinin kötüyü kovması' na yönelik iyimser yaklaşım söz konusudur. Siyasal yaşamda erkin paylaşımı, sekülerizm, akılcılaştırma ve modernite ile temsil edilen süreci içeren bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının içinde herhangi bir denetim veya sansür mekanizması bulundurmaz. Çünkü, nihai kararın kamuoyu tarafından verileceğini iddia eder. Kitle iletişim araçlarında yayının denetimi ve sansür edilmesi gibi koşullar aranmamakta, yayınlar için ceza mekanizması düşünülmemektedir. Basın-yayın kuruluşlarının sınırsız özgürlüğü, beraberinde kontrolsüz bir gücü gündeme getirmiş ve birtakım toplumsal ve siyasal açmazlara neden olmuştur. Batı Avrupa deneyimlerinde şekillenen özgürlükçü kuram ve liberalizm açılımları bugün de görülmektedir.²⁵²

Toplumsal sorumluluk kuramı, özgürlükçü kuramın getirdiği açılımların olumsuz yönlerinin görülmesi ile çıkmıştır. Özellikle reklam endüstrisinin gelişmesi ve tüketim toplumunun kurulması, toplumun çıkar ve baskı gruplarının etkisi altına girmesi ile birlikte kamu yararının zedelendiği görüşü ortaya çıkmıştır. Bu da toplumsal sorumluluk kuramının doğmasını ve gelişmesini sağlamıştır. Çağdaş siyasal gelişme sürecinde, meşruiyetini bulan ve temellerini geliştiren toplumsal sorumluluk kuramının bilimsel dayanakları Champagne, Gaxie ve Gremy'nin yazılarından kaynaklanmıştır. Toplumsal sorumluluk kuramı, içerisinde özgürlükçü kuramın açılımlarını bulundursa da, bütün

(²⁵¹) RtüK İletişim Dergisi, "RTÜK üyesi Fatih Karaca: G...", s.6

bunların denetim yapısı içerisinde, kontrol mekanizmalarının kurulması ile sağlanacağını savunmaktadır. Bu nedenle, toplumsal sorumluluk kuramı, kitle iletişim araçlarının yanı sıra, toplumun ve üniter devletin sorumluluk alması gerektiğini belirtmektedir. Toplumsal sorumluluk kuramının, üniter devlet yapıları içerisindeki kurumlarını Türkiye’de RTÜK temsil etmektedir.²⁵³

Ülkemizde televizyon yayıncılığı 31 Ocak 1968’de TRT ile başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1964 yılında kurulan bu kuruma radyo ve televizyon alanında yayın tekeli vermiştir. Ancak 22 yıl sonra Mayıs 1990’da Star 1 adlı özel televizyon kanalı ile yayıncılığın çehresi değişmiştir.

“1990 yılının Mart ayında uydu aracılığıyla Federal Almanya’dan Türkiye’ye yönelik olarak yayına başlayan bir özel televizyon kanalının sinyallerinin Türkiye’ye ulaşmasıyla birlikte Türk televizyon sisteminde yeni bir perde açılmıştır.”²⁵⁴ Türk kamuoyu 1989 yılı sonlarında Türkiye’nin ilk özel televizyon kanalından bahsederken, inşaat sektöründen bankacılığa kadar birçok sektörde faaliyette bulunan Rumeli Holding’in sahibi Uzan ailesi de 1990 yılı başında, Eutelsat uydusundan Almanya’dan Türkiye’ye yönelik yayın yapmak üzere iki transponder kiralamıştır. “Bu yayınları gerçekleştirmek amacıyla, Magic Box- MBI Filmcilik ve Reklamcılık A.Ş. adıyla bir şirket kurulmuştur.”²⁵⁵

Bu gelişmeler karşısında, hükümet suskun kalmış, herhangi bir direnç göstermemiş, hatta, üstü kapalı açıklamalarla bu gelişimi desteklediğini belirtmiştir.²⁵⁶ Oysa ki mevcut durum, 1982 Anayasası’nın ‘Radyo ve televizyon istasyonları ancak devlet eli ile kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir.’ diyen

⁽²⁵²⁾ Serhat Kaymas, “Basın Yayın Özgürlüğü ve Sınırları 11 Eylül Sonrasına İlişkin Bir Değerlendirme”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:5, sayı:26, Kasım- Aralık 2001, s.8

⁽²⁵³⁾ Kaymas, a.g.m,s.8

⁽²⁵⁴⁾ Bülent Çaplı, Can Dündar, “80’ den 2000’ lere Televizyon”, Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim yayınları, cilt: 15, 1996, İstanbul,s.1376

⁽²⁵⁵⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1376

⁽²⁵⁶⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1377

133.maddesine ve buna dayanılarak çıkarılan 2954 sayılı ‘Türkiye Radyo Televizyon Yasası’na aykırı bir gelişim izlemiştir. Bu aykırılığın göz ardı edilmesi ve direnç gösterilmemesinin nedeni ise, dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın 1990 yılı başında Amerika gezisi sırasında yaptığı bir açıklama ile yol göstericilik yapması ve yasaların kapadığı yolu açma arayışlarını başlatmasıdır. “Bunun üzerine, başında Magic Box’un (MBI) ortakları arasında Cumhurbaşkanı’nın büyük oğlu Ahmet Özal’ın da bulunduğu yolunda haberler” çıkmıştır.²⁵⁷ 19 Aralık 1990’da Ahmet Özal’ın MBI’ya ortak olduğu anlaşılmıştır. ‘Türkiye’nin ilk özel televizyonu’ sloganıyla 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayınlarına başlayan Star 1 sinyallerinin dağıtımı için Federal Alman Posta İşletmesi Bundespost ile bir anlaşma imzalamış ve Ludwigshafen eyaletindeki stüdyolardan yararlanmıştır. Başlangıçta, uydu aracılığıyla Türkiye’ye ulaşan yayınları izlemek için çanak antenler ve alıcılar gerekmiştir.²⁵⁸ Bunun için gerekli uydu kanalları PTT aracılığıyla kiralanmış ve SHP’li belediyelerin uydu dağıtmasıyla yayınlar izleyicilere ulaşmıştır.²⁵⁹ Bunların yanı sıra Futbol Federasyonu, maçların yayın hakkını Star 1’e satmış, devlet bankaları, kamu kurum ve kuruluşları Star 1’e reklam vermiştir. Bu gelişmeler de, Star 1 kanalının yasallığından önce ‘meşruluğu’nun siyasal kanallar aracılığı ile oluşturulduğunu göstermektedir.²⁶⁰

Bu arada Türkiye’de başka televizyon kanalları da yayına başlamıştır. Bu süreç içerisinde, yayıncılık alanına ilişkin Anayasal ve yasal düzenlemeler oluşturulamamıştır. Önce Tele On, daha sonra Show Tv, Kanal 6, HBB, Atv, TGRT, Flaş ve Kanal D yayına geçmiştir. Bir süre sonra bu kanallara belediyelerin kendi kanalları ve yöresel yayın yapan

⁽²⁵⁷⁾ a.k, s.1377

⁽²⁵⁸⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1377

⁽²⁵⁹⁾ Çiler Dursun, Korkmaz Alemdar, “Medya Dünyası”, Medya gücü ve Demokratik Kurumlar, Hazırlayan: Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, 1999, İstanbul, s.126

⁽²⁶⁰⁾ Dursun, Alemdar, a.g.m, s.126

televizyon istasyonları da katılmıştır. Ayrıca, özel radyolar da hızla yaygınlaşmıştır.²⁶¹ Özel yayıncılığın başlamasıyla birlikte medya içeriğinde de izleyicilerin alışık olmadığı bir yapı gözlenmiştir. Bazı belediye başkanları Star 1'in müstehcen ve ahlak dışı yayın yapmasını neden göstererek, çanak anten sistemini devre dışı bırakmıştır. Bir yandan Star 1'in korsan yayıncılık yaptığı belirtilmiş, bir yandan da bu demokrasinin ve çok sesliliğin gereği olarak sayılmıştır. Türkiye için bu dönem yayıncılık alanında kamplaşmaların ortaya çıktığı bir zamanı ifade etmiştir. 20 Kasım 1991 seçimlerine gidilirken, medya içeriğinin yarattığı kargaşanın en büyük örneklerinden birine tanık olunmuştur. "Türkiye tarihinde görmediği bir siyasal iletişim kampanyası yaşamıştır."²⁶² Bu kampanyalar arasında da taraflı yayın yapıldığına dair tartışmalar ortaya çıkmış, diğer taraftan 'seçim yasalarının ihlal edilmesi' sorunu söz konusu olmuştur. Ancak özel televizyon yayınlarını düzenleyecek bir yasa olmadığı için bu kargaşa artarak sürmüştür. Teknolojinin baş döndürücü hızı, yasaları oldukça gerisinde bırakmıştır.

Özel kanallar birbiri peşi sıra yayın hayatına girmiş, bu da, reklam pastasından alınan payları giderek küçültmüştür. Bunun üzerine televizyon kanalları 900'lü hatlar gibi yeni gelir kaynakları yaratmışlardır. Ayrıca, kanallar daha çok reyting toplamak ve daha fazla reklam almak için medya içeriğini "kısa ve vurucu hale getirilmiş haberlerle, yazılı basında yıldızlaşmış isimlerin hazırladığı haber programları ve özellikle de bol ödüllü yarışma programları" ile donatmışlardır.²⁶³

Bu karmaşa içinde en büyük zararı ise TRT görmüştür. Daha fazla rekabet için, medya pazarları oluşturmaya yönelik neo- liberal ilgi, toplumsal menfaatlerle ilgilenen kamu hizmeti yayıncılığının konumunu sarsmıştır. Bu süreçte, radyo dinleyicilerini ve televizyon seyircilerini, yurttaşlar olarak gören anlayış yerini seçim yapmaları için

⁽²⁶¹⁾ Demir, a.g.e, s.102

⁽²⁶²⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1379

kendilerine bir şeyler sunulan tüketiciler anlayışına bırakmıştır.²⁶⁴ 1980 sonrasındaki teknolojik gelişmeler ile birlikte kamu yayıncılığı tartışılmaya başlanmış, Amerika'dan tüm Avrupa ülkelerine yayılarak gündeme gelmiştir. 1980'li yılların ortalarında özelleştirme olgularıyla birlikte, neo- liberal ekonomik politikalar çerçevesinde yayıncılık alanının da değişime uğradığı görülmüştür.²⁶⁵ Bu değişimden payını Türkiye'de almıştır. Ancak, Avrupa ülkeleri bu yeni yapıyı denetlemek ve düzenlemek amacıyla düzenleyici kurullar oluşturmuşlardır. Türkiye'de özellikle televizyon yayıncılığının geç başlamış olması, özel televizyon yayıncılığının başlaması için uygun bir yasal zeminin hazırlanmamış olması, bir çok sorunu da beraberinde getirmiştir.

Yasal düzenlemelerin eksikliği siyasal, sosyal ve teknik alanlarda ortaya çıkmıştır. 1993 yılının Ocak ayında yapılan bir araştırma sonucunda Türkiye genelinde 110 radyo ve 76 televizyon vericisi olduğu belirlenmiştir. Televizyon ve radyo istasyonları izinsiz, ruhsatsız, düzensiz bir şekilde, belirli bir frekans aralığını gözetmeksizin yayın yapmıştır. Bu da 'elektronik kirlilik' adı verilen yeni bir kavramı ortaya çıkarmıştır.

Yayıncılık alanında oluşan bu kargaşa içinde, Ulaştırma Bakanlığı yurt içinden yayın yapan radyo ve televizyonları, 1993 Nisan'ında kapatma kararı almış ve ülke genelinde bu karara tepki gösterilmiştir. İçişleri Bakanlığı valiliklere gönderdiği genelgede, özel radyo ve televizyonların 2813 sayılı Telsiz Yasası, 2954 sayılı Radyo ve Televizyon Yasası ve 3517 sayılı radyo ve televizyon verici istasyonlarının PTT Genel Müdürlüğü tarafından kurulması ve işletilmesi hakkındaki yasa gereğince kapatılmalarını ve gerekli işlemlerin yapılmasını istemiştir.²⁶⁶ Yurt genelinde bu durum 'siyah kurdela' ve 'siyah bant' takılarak protesto edilmiştir. Sonuçta da 8 Temmuz 1993 yılında Anayasa'nın radyo

⁽²⁶³⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1379

⁽²⁶⁴⁾ Marshall, a.g.k, s.485

⁽²⁶⁵⁾ Bülent Çaplı, Televizyon ve Siyasal Sistem, İmge Kitabevi, 1995, Ankara, s.41

ve televizyonda devlet tekeli öngören 133.maddesi 'Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.' şeklinde düzenlenmiş, böylece özel radyo ve televizyonların Anayasal olarak meşruluğu kabul edilmiştir. Yayın dünyasındaki konuya ilişkin yasal düzenlemeler gerçekleşinceye kadar, bir taraftan 'medya savaşları' olarak nitelendirilen sermaye kavgası, diğer taraftan yayınların giderek daha fazla şiddet, kan, erotizm ile bezenmesi, yasal düzenlemelerin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Sonuçta da uzun tartışmalardan ve çalışmalardan sonra 13 Nisan 1994'te radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınlarını düzenleyen 3984 sayılı Kanun meclis tarafından kabul edilmiştir. Yeni yasa, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Yayınları Sözleşmesi hükümlerini içermiş, aynı zamanda radyo ve televizyon alanını düzenlemek üzere Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nu oluşturmuştur.

Kitle iletişimi alanında artan ticarileşme, tekelleşme, medya- toplum ilişkisi, medyanın toplumdaki yeri açısından yeni sorgulamaları gündeme getirmiştir. Ticarileşme ile birlikte, gerek haberlerde gerekse programlarda sansasyonizm olgusu ilke haline gelmiştir. Ancak, medya alanındaki üretim, niteliksel olarak diğer sektörlerdeki üretimlerden farklı değerlendirilmelidir. Çünkü, medya alanındaki üretimde, ürünün kendisi bir kültürel üretdir. Dolayısıyla, bu alanda üretim yapmak da kamusal bir emanetin (mülkiyetin) kullanılması anlamına gelmektedir. Bunun için, yayıncılık alanında özel mülkiyet mutlak bir hak değil, 'tevdî' edilmiş (verilmiş) bir ayrıcalık olarak düşünülmelidir. Bu ayrıcalığı kullananlarda mutlak olarak üstlendiği kamusal hizmeti yerine getirmeli ve bu hizmetin gerektirdiği toplumsal sorumluluğu kabullenmelidir.²⁶⁷

Medya çalışanları ise, çoğunlukla, en acil olan olayın verilmesine yönelirler. Bu durumda 'acil'lik ölçütünün, medya çalışanları için ne ifade ettiği önem kazanmaktadır.

(²⁶⁶) Ali Kaptan, 1927' den Günümüze Anılarla Radyo- Televizyon, Maltepe Üniversitesi Yayınları No:14, Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu yayınları No:1, 2002, İstanbul, s.73

Bu ölçüt, dramın nerede olduğu, eylemin nerede yapıldığı ve halkın neyi öğrenmek istediği çerçevesine dayandırılmaktadır. Belirlenen kıstas kabul edilebilir gibi görünse de güçlü bir temel sağlanamadığı da kesindir. Çünkü, kar mantığının hakimiyeti bu alanı da etkisi altına almaktadır.²⁶⁸ Özel girişimin önündeki engellerin kaldırılması (deregulation) fikri, bu yapılanmanın temel dayanağını oluşturmuştur. Liberal düşünce üzerinde, çok sesliliğin sağlanabileceği ve en iyinin, en doğrunun ortaya çıkabileceği savunulmuştur. Ancak, görünen sonuçlar beklenen kalitenin gerçekleşmediğini, aksine, çözülmesi gereken bir çok sorunun oluştuğunu göstermektedir.²⁶⁹

Sonuçta, medya dünyası büyük bir değer yitirme sürecine girmiştir. Batı dünyasını da içine alan bu süreç içerisinde birtakım düzenlemeler yapma gereği doğmuştur. Ülkemizde yayıncılık alanını düzenlemesi için düşünülen RTÜK benzeri kurul, Amerika'da FCC, İngiltere'de ITC, Fransa'da CSA şeklinde yapılanmıştır. Dolayısıyla, yayıncılık alanına ilişkin sorunlar ve düzenlemeler ülkemize özgü bir durum değildir. Ancak, yayıncılık alanına ilişkin sorunlar aynı olsa da, nasıl bir düzenlemenin geldiği, ne gibi uygulamaların yapıldığı ve çözüm yolu olarak görülen kurum/kurulların nasıl bir işlev yüklendiği ülkeden ülkeye fark etmektedir. Bunun için ülkemizde yer alan RTÜK'ü incelemeden önce, diğer ülke örneklerini incelemek gerekmektedir.²⁷⁰

I.9. Dünya Üzerinde Yayıncılıkta Düzenleyici ve Denetleyici Kuruluşlar

Yayıncılık alanı teknik ve siyasal -kültürel birtakım nedenlerden dolayı, Avrupa'da kısmen -1980'li yıllara kadar- durgun ve istikrarlı bir yapı çizmekteydi. 1980'li

⁽²⁶⁷⁾ Kaya, a.g.m, s.28-30

⁽²⁶⁸⁾ Halloran, a.g.m, s.75

⁽²⁶⁹⁾ Ünlüler, a.g.m,s.23

⁽²⁷⁰⁾ Nihat Çaylak, "Basında Hukuk İhlalleri", RTÜK İletişim Dergisi,s.4

yıllara gelindiğinde ise yani iletişim ve enformasyon teknolojilerinin küresel düzeyde kullanıma başlanması ile birlikte bu durgun seyir de değişmiştir. Bu yıllara sadece teknolojik gelişmeler değil (İletişim- enformasyon- telekomünikasyon teknolojilerinin birleşmesinin- convergence- yarattığı ivme) kültürel ve ekonomik değişimler de damgasını vurmuştur. Öyle ki bu süreç ‘ yeni sağ’ın (neo- liberal) iktisadi ve kültürel politikalarıyla anılsa da, Avrupa’da ‘sağ’ politikalarıyla anılmayan hükümetlerin bile uzak durmasını engelleyememiştir.²⁷¹ “Bu gidişat, pazarın rekabete açılarak özel girişimlerin teşvik edilmesi, eski kısıtlayıcı kuralların gevşetilmesi ya da kaldırılması, devlet mülkiyetindeki kuruluşların satılması gibi işlemleri ve süreçleri kapsayan genel bir ‘özelleşme’ hareketine karşılık gelmektedir.”²⁷²

Bu özelleşme hareketi yayıncılık alanında da belirince, bu alana yönelik birtakım politikalar saptama gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Her ülkede odak noktası kültürden ekonomiye kayan yeni yayıncılık politikası, özelleşen, ticarileşen ve genişleyip karmaşıklaşan yayıncılık alanında mülkiyet oranları, reklam kuralları ve program kotalarına ilişkin kuralları tek elden yürütüp uygulayacak ‘düzenleyici kurullar’ı devreye sokmuştur. Yasal düzenlemelerle çerçeveleri çizilen bu kurallar, her bir ülkenin özgüllüğü içinde farklı biçimlerde oluşturulmuş ve örgütlenmişlerdir. Başka bir deyişle, her ülkedeki düzenleyici kurulun seçme/ atanma biçimi ve yapısının farklı olması, her ülkenin siyasal kültürüyle ilişkilidir. Buna rağmen, düzenleyici kurulların görevleri ve yayıncılığa müdahaleleri bakımından bazı ortak özellikler saptanabilir.²⁷³

⁽²⁷¹⁾ D.Beybin Kejanlıoğlu, **Türkiye’ de ve Avrupa Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Düzenlenmesi: Düzenleyici Kurulların Karşılaştırmalı Bir Analizi ve Karar Örnekleri**, Türkiye Gazeteciler Sendikası İçin Rapor, 2002, Ankara,s.4 (Türkiye Gazeteciler Sendikası’ndan elektronik posta yolu ile alınmıştır.)

⁽²⁷²⁾ Kejanlıoğlu, **Türkiye’ de ve Avrupa Ülkelerinde Radyo...**, s.5

⁽²⁷³⁾ a.k, s.5

I.9.1. Amerika’da Federal Communication Commission (FCC)

Yayıncılık alanında düzenleyici kurulların ilk örnekleri Kuzey Amerika’dadır.²⁷⁴ ABD’de yayıncılığın geçmişine kısaca bakıldığında, Federal Hükümetin, Radyo ve Televizyon Yayıncılığı alanını, 1912’den başlayarak Radyo Yasası ile düzenlediği görülür. 1927’de genellikle 5 üyeden oluşan Federal Radyo Komisyonu kurulmuş, bu komisyon düzenleyici kuruluş görevini yerine getirmiştir. 1934’te Federal Radyo Komisyonu görev ve yetkileriyle FCC’ye devredilmiştir.²⁷⁵ 1934 yılında çıkarılan haberleşme kanunu (İletişim yasasıyla) ile FCC (Federal İletişim Komisyonu) kurulmuştur.²⁷⁶ FCC, yalnızca iletişim alanında öncü bir düzenleyici kurul değil, aynı zamanda, 1980’lerde tüm dünyadaki iletişim sistemlerinde yaşanan dönüşümün baş aktörlerindedir.²⁷⁷ ‘Serbest dolaşım’, ‘özelleşme’ çabaları, kısaca deregülasyon, hükümet politikaları çerçevesinde FCC’nin kararlarıyla gerçekleştirilmiştir.²⁷⁸ Dolayısıyla, Amerika’dan Avrupa’ya yayılan, yayıncılık alanında özelleşme çalışmalarının ve saptanacak olan yeni politikaların temelini burada aramak gerekmektedir.

I.9.1.1. Oluşumu ve Karar Verme Mekanizmaları

FCC bağımsız bir düzenleyici devlet kuruluşudur ve varlığı 1934 tarihli İletişim Yasasına dayanır. FCC, televizyon, radyo, telgraf, uydu ve kablo vasıtasıyla

⁽²⁷³⁾ a.k, s.5

⁽²⁷⁴⁾ D.Beybin Kejanlıoğlu, Gülseren Adaklı, Sevilay Çelenk, “Yayıncılıkta Düzenleyici Kurullar”, Medya Politikaları, Derleyenler: D.Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Kitabevi, 2001, Ankara, s.94

⁽²⁷⁵⁾ Şebnem Bilget, “ABD’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve FCC (Federal İletişim Komisyonu)”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:3, Kasım 97- Ocak 98, s.6

⁽²⁷⁶⁾ www.tubitak.gov.tr, s.1/7

⁽²⁷⁷⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.m, s.95

⁽²⁷⁸⁾ a.k, s.95

gerçekleştirilen her türlü ulusal ve uluslararası iletişimden sorumludur. Yani bütün elektronik iletişim alanının sorumluluğu Federal İletişim Komisyonuna verilmiştir. FCC, ABD başkanı tarafından beş yıllığına atanan ve senato tarafından onaylanan beş üye tarafından yönetilmektedir. Başkan beş üye içinden birini komisyon başkanlığıyla görevlendirme yetkisine sahiptir. Yürütme kurul üyelerinin yalnızca üçü aynı siyasi partinin üyeleri olabilir. FCC üyeleri, eyalet, ticaret ve iletişim komisyonlarında deneyim kazanmış, genelde hukuk kökenli kişilerdir ve bunlar kuruluşun politikaları üzerinde doğrudan etkilidir.²⁷⁹ Bu nedenle FCC üyeleri, doğrudan ya da dolaylı olarak, telekomünikasyon sektörüyle ilgili kuruluşlarda yatırım yapamazlar.

Ayrıca, ABD Anayasası iletişim faaliyetlerine halkın eşit biçimde katılması ve halkın denetimine açık olması koşulunu içerir. Bunun için FCC toplantıları halka açık yapılır. Amerikan vatandaşları, FCC'nin aldığı kararlara karşı da Federal Mahkemeler'de dava açabilir.²⁸⁰

I.9.1.2. Görevleri

FCC' nin federal düzeyde on üç temel sorumluluğu bulunur.²⁸¹

- Yayın hizmetlerinin düzenli gelişmesini ve işletilmesini, telefon ve telgraf hizmetlerinin hızlı ve verimli olarak, ülke ve dünya çapında makul fiyatlarda sunulmasını sağlamak.
- Can ve mal güvenliğinin radyo olanakları aracılığıyla korunmasını, radyo ve televizyon olanaklarının ulusal güvenliğin güçlendirilmesinde kullanılmasını özendirme.

⁽²⁷⁹⁾ www.tubitak.gov.tr, s.1/7

⁽²⁸⁰⁾ Bilget, a.g.m, s.7

⁽²⁸¹⁾ www.tubitak.gov.tr, s.1/7

- Telli ve telsiz haberleşmeye ilişkin ulusal ve uluslararası konularda devletin diğer ilgili kuruluşları ve eyalet düzenleyici kuruluşlarına danışmanlık yapmak.
- Yayın hizmetlerini (ticari ve eğitim amaçlı FM, AM ve TV hizmetlerini) düzenlemek.(Bu görev tesis izinlerini, hizmet lisanslarının verilmesini, frekans tahsislerini, yayın gücü belirlenmesini, yayın işaretinin onaylanmasını, yayın donanımıyla ilgili düzenleme ve denetimleri içerir.)
- Yayın kuruluşlarının lisansla yükledikleri sorumlulukları yerine getirip getirmediğini izlemek.
- İstasyonların yayınlarının kamu yararı gözetme, uygunluk ve gereklilik açısından değerlendirmesini yapmak.
- Sektördeki kuruluşların mülkiyet ya da önemli teknik değişikliklerini onaylamak.
- Kablolu televizyon yayınlarını düzenlemek.
- Yeni girişimler, hizmet değişiklikleri ve sektördeki kuruluş birleşmeleri ile ilgili kararları almak.
- Deniz ve hava haberleşmesini de içeren tüm telsiz haberleşme sistemleri, kamu güvenliği için kullanılan haberleşme sistemleri, amatör ve halk bandı telsizleri ile ilgili lisansları çıkarmak, düzenlemeleri yapmak.
- Uluslararası anlaşmalara uyulması için gereğinin yapılmasını sağlamak, ülkeyi uluslararası haberleşme konferanslarında temsil etmek.
- Acil Durum Haberleşme sistemlerini güvenli ve düzenli çalışması için yönlendirmek.

I.9.1.3. Teşkilat Yapısı

FCC'nin işleyişini sağlayan yapı yedi büro ve on ofis vasıtasıyla gerçekleşir. Büronun sorumlulukları şunlardır: Lisans başvurularını değerlendirmek, şikayetleri incelemek, soruşturmaları yürütmek, düzenlemeye yönelik programları geliştirmek ve uygulamak, oturumlara katılmaktır.²⁸² FCC ofislerinde destek hizmeti verilir. Büroların ve ofislerin farklı işlevleri olmasına rağmen, düzenli olarak bir araya gelip, ortaklaşa çalışmalar yürütürler.

Bürolar; Kablo Hizmeti Bürosu, Ortak Kariyer Bürosu, Yürütme Bürosu, Uluslararası Büro, Kitle İletişim Araçları Bürosu, Telsiz İletişim Bürosu olarak yapılırlar.

Kablo Hizmeti Bürosu; tüketicilerin, kamu görevlilerinin ve kabloyla ilgili hizmet endüstriyel kurumların tek muhatabıdır.

Ortak Kariyer Bürosu; eyaletler arası, bazı özel durumlarda da eyalet içi telefon hizmeti veren şirketlerle ve kablolu ya da kablosuz telekomünikasyon hizmetleriyle ilgili kuralları ve politikaları belirlemektedir.

Tüketici Danışma Bürosu, komisyonun çalışmaları, programı ve politikalarıyla ilgili bilgileri kamuya duyurur,

Yürütme Bürosu, İletişim Yasası ile komisyon kurallarını ve emirlerini uygulamaktadır. Uluslararası Büro, uyduyla ilgili konularda ve uluslararası düzeyde komisyonu temsil etmektedir.

Kitle İletişim Araçları Bürosu, AM ve FM radyolarla birlikte televizyon istasyonlarını düzenlemekte, kablo ve uydu yayınlarıyla ilgilenmektedir.

⁽²⁸²⁾ Esra Ercan, "RTÜK ve Diğerleri", www.medyakronik.com/akademi/makaleler..s.1/8, 07.10.2002

Telsiz İletişim Bürosu, cep telefonları, PCS telefonlar ve telsiz iletişimiyle ilgilenmektedir. Bu büro, aynı zamanda elektromanyetik radyo dalgalarının kullanımının iş dünyasının, hükümetin, kamu hizmetinin, uçak ve gemi ulaşımının yararı için nasıl düzenleneceğine karar vermektedir.²⁸³

Ofisler ise, İdare Hukuku Yargıçları Ofisi, İletişim Sektöründe İş Olanakları Ofisi, Mühendislik ve Teknoloji Ofisi, Genel Kurul Ofisi, Genel Teftiş Ofisi, Yasama ve Hükümet Kurumları İle İlgili İşler Ofisi, İdari Müdür Ofisi, Medyayla İlişkiler Ofisi, Plan ve Politika Ofisi, Personel ve İnsan Kaynakları Ofisi olarak yapılırlar.²⁸⁴

FCC'nin bünyesindeki Kitle İletişim Araçları Bürosu radyo ve televizyon istasyonları ile ilgili kuralların uygulanmasından sorumludur. FCC'nin bu alandaki en önemli sorumluluğu da, yayın kanallarına frekans tahsisini en iyi mühendislik standartlarına uygun olarak sağlamak, lisans başvurularını değerlendirmek, istasyonların lisanslarını yenilemek ve ABD'deki istasyonların kamu yararına yayın yapması gerektiğini öngören yasaları uygulamaktır. İletişim Yasası'na göre FCC'nin yayınları sansürlemesine kesinlikle izin verilmez. Bu yüzden FCC'nin yayınları denetleme görevinin son derece sınırlı olduğu belirtilir.²⁸⁵ Kanalların içeriğinde müstehcen veya kaba bir dil kullanma, izinsiz piyango düzenleme veya para kazanmak için sahte vaatlerde bulunma gibi eğilimler bulunması halinde, İletişim Yasası, FCC'ye bir istasyonun lisansını iptal etme izni vermektedir. Ayrıca, İletişim Yasası'ndaki kamu yararı standardına göre de, FCC, lisans verdiği kanallardan, yayınlarında hizmet verdikleri toplumdaki önemli sorun ve konulara yer vermelerini bekler.²⁸⁶ Ancak, bu durum kanalların içeriğine müdahale hakkını vermez.

⁽²⁸³⁾ Ercan, a.g.m, s.3/8

⁽²⁸⁴⁾ a.k, s.3/8

⁽²⁸⁵⁾ a.k, s.4/8

⁽²⁸⁶⁾ a.k, s.4/8

FCC'nin temel görevlerinden olan lisans vermek içinde birtakım şartlar aranmaktadır. FCC, radyo ve televizyon istasyonlarına iki türlü lisans verir. Bunlar da ticari ve ticari olmayandır. Ticari olmayan kanal lisansı, verildiği takdirde, bu kanalın kar amaçlı reklam almasına izin verilmez.²⁸⁷ Lisans için başvuran istasyonların yayın yapmak için yasal, mali ve teknik olarak yeterli olduklarını kanıtlamaları gerekmektedir. Lisanslar 8 yıllık bir süre için verilmekte ve bu süre dolduğunda lisans yenileme başvurusu yapılması gerekmekte, aksi takdirde lisans iptal edilmektedir. Lisans yenileme başvurusunda kanalın, Komisyon'un belirlediği kurallara uygun olarak eleman çalıştırdığını ve istasyon sahipliğinin de bu kurallara uygun olduğunu belgelemesi gerekmektedir. FCC, bütün lisans sahiplerinin eleman istihdam ederken herkese-eşit fırsat tanımalarını şart koşmaktadır. FCC kuralları kanalların işe alacakları kişileri seçerken ırk, renk, din, milli köken veya cinsiyet ayrımı yapmalarını keskin yasaklamaktadır. Lisans sahipleri her yıl düzenli olarak kimleri istihdam ettiklerine dair bilgileri içeren bir raporu ve daha sonra yapılacak eleman alımlarına dair hazırladıkları programı (Eşit Eleman İstihdam Programı) Komisyona iletmek zorundadırlar. Bununla birlikte lisans sahipleri ve lisans başvurusunda bulunanlar merkez ofislerinde, mesai saatleri dahilinde her an teftişe açık olacak şekilde, yerel bir kamu teftiş dosyası bulundurmakla yükümlüdürler. Dosya, yapılan işlere dair belgeler, sahiplik bilgileri, yıllık işe alım raporları ve yayınlarda önemli kamusal problemlerin işlendiğini ve çocuklara yönelik eğitsel programlara yer verildiğini gösteren bir listeden oluşmaktadır.²⁸⁸

⁽²⁸⁷⁾ a.k, s.4/8

⁽²⁸⁸⁾ Ercan, a.g.m, s.4/8

I.9.1.4. Yaptırım Gücü

FCC'nin yaptırım gücü ise şu şekilde belirlenmiştir.²⁸⁹ Yayın kanalları, FCC'nin belirlediği kuralları, İletişim Yasası'nı, Anayasa'yı ve yerel yasaları ihlal ettiği takdirde, FCC tarafından ihtar almakta ve gerektiğinde Eyalet Mahkemesi'ne kadar gidilmektedir. İhlalin tekrarı halinde FCC, kanalın lisansını yenilememe ve lisansı iptal etme yetkisine sahiptir.

Uyarılar; çalışanlarla ilgili belgelerin eksik düzenlenmesi, halkın gereksiniminin belirleneceği kamuoyu araştırmalarının eksik yapılması durumlarında uygulanır.²⁹⁰

Yayın durdurma ve vazgeçirtme emirleri etkili olmadıkları için çok sık kullanılmayan emirlerdir. Reagan tarafından atanan FCC Başkanı Mark Fowler'ın döneminde yayın içerikleri ile ilgili esnekleştirmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 1995 yılındaki telekomünikasyon kanununda yapılan düzenlemelerle durdurma- vazgeçirtme emirleri etkisizleştirilmiş ve seyrekleştirilmiştir.

Teknik kurallara uyulmaması ya da daha ciddi, örneğin hileli faturalandırma gibi durumlarda para cezaları uygulanır. Para cezaları kuruluşun pazar payıyla orantılı verilir.

Hileli faturalandırma, yayın organının yayın dışındaki işlerde rekabet üstünlüğü kazanmak amacıyla kullanılması, kayıtların değiştirilmesi, kamu hizmeti konusunda yapılan uyarılara uymamak, yarışma ödülleriyle ilgili hatalı ya da yanlış anlaşılabilir bilgiler vermek, yarışma sonuçlarını önceden belirlemek, dinleyici anket dönemlerinde yarışmalar düzenlemek gibi suçların işlenmesinde kısa süreli lisans yenileme

⁽²⁸⁹⁾ a.k, s.5/8

⁽²⁹⁰⁾ www.tubitak.gov.tr, s2/7, 07.10.2002

cezası uygulanır. Lisans yenileme süreleri 6 ay gibi kısa bir süreye kadar düşürülebilmektedir.²⁹¹

Lisansın yenilenmemesi veya iptali ise, yayın yoluyla ayrımcılık yapmak ya da belli bir grubun hizmet ihtiyacını karşılamamak ya da kısa süreli lisans yenilenmesine neden olan eylemlerde ısrar edilmesi durumunda ortaya çıkar.²⁹²

Ayrıca, FCC, izleyicilerin yayınlarla ilgili şikayetlerini kabul etmektedir. Bu şikayetler hukukun veya Komisyon kurallarının ihlal edildiğine dair ihbarlar içeriyorsa, komisyon tarafından dikkatle incelenmektedir. Bunun için, şikayetçi tam adını ve açık adresini, hangi kanaldan ve hangi programdan ne için şikayetçi olduğunu programın tarihiyle birlikte detaylı olarak bildirmek zorundadır.²⁹³

FCC, kanalların içeriğine müdahale edememektedir. Ayrıca programların niteliklerine veya türlerine dair de bir tavsiyede bulunmamakta ve karışmamaktadır. Fakat, FCC, televizyon kanallarının yayınlarında kamu yararını ön planda tutmalarını beklemektedir. Komisyon, kanalların her gün sabah 7 ve akşam 10 saatleri arasında en az 30 dakikalık eğitsel amaçlı çocuk programları yayınlamalarını şart koşmaktadır. Ayrıca, lisans sahiplerinin uyması gereken bir başka kural da, üçüncü şahıslar için cevap hakkı doğduğunda geçerlidir. Kanallar, söz konusu şahsa veya gruba bir hafta içinde isterlerse cevap haklarını kullanabileceklerine dair bir bildiri iletmek zorundadır. Aynı şekilde eğer bir siyasi yorum nedeniyle cevap hakkı doğan bir politikacı varsa (yorum kanala bağlı olarak çalışan bir yorumcu tarafından yapılıyorsa) bu kez kanal 24 saat içinde bu kişiye cevap hakkını kullanmak isteyip istemediğini sormak zorundadır. Yine komisyon kurallarına göre kanallar, telefon konuşmalarını yayınlama amaçlı olarak kaydediyorlarsa, konuşmayı yapan kişiye konuşmanın yayınlanacağını bildirmeleri gerekmektedir. Siyasi

⁽²⁹¹⁾ www.tubitak.gov.tr, s.2/7, 07.10.2002

⁽²⁹²⁾ www.tubitak.gov.tr, s.2/7, 07.10.2002

seçim kampanyaları döneminde İletişim Yasası'nın 315. maddesine göre kanallar, bütün adaylara eşit fırsat tanımakla ve herhangi bir tarafın konuşmalarını sansürlememekle yükümlüdürler. Yayınlarda herhangi bir suç veya felaket hakkında kasti olarak yanlış/yanıltıcı bilgi vermek de FCC kurallarına aykırıdır. Bütün bunların dışında yayın kanalları, Amerikan Anayasası'nda yer alan ifade özgürlüğü ile ilgili kısıtlamaları dikkate almak(örneğin Anayasa' da şahısların dinleri, ırkları, milli kökenleri, cinsiyetleri, gelenekleri ile alay etmek kesinlikle yasaklanmıştır) ve yerel yasalara uymak zorundadırlar.²⁹⁴

FCC'nin çalışmaları ile ilgili yapılan eleştiriler şunlardır:²⁹⁵

FCC'nin aldığı kararlarda zaman zaman hukuki uygulama geleneğini dikkate almadığı ve kararların idari yargı yoluyla bozulduğu belirtilir.

FCC'nin frekans planlamasına ilişkin yaptığı hataların düzeltilmesinin çok zor olduğu belirtilir. Örneğin; kullanımı teknolojik olarak kolay olan bir frekans bandının deniz iletişimine ayrılmış olması, deniz olmayan bölgelerde de önemli bir bandı kullanılmaz hale getirmektedir.

Diğer bir eleştiri ise FCC'nin aldığı kararlar üzerinde yurttaşların etkisinin olmamasına ilişkindir. Bu eleştiriler karşısında, Komisyon, çıkaracağı yönetmelik ve düzenlemelerle ilgili olarak yurttaşlardan yazılı görüş alır.

Komisyonun, politika planlama ve karar sürecinde iş dünyasının hızına ayak uyduramadığı ve teknolojik yenilikleri yavaşlattığı belirtilir.

Komisyon üyelerinin, düzenledikleri alan üzerinde ekonomik çıkarlarının olduğu ileri sürülür. Bu bağlamda, komisyon üyelerinin, bu alanla ilgili yatırımlarını aile yakınlarının üzerinden devam ettirdikleri ifade edilir.

⁽²⁹³⁾ Ercan, a.g.m, s.5/8

⁽²⁹⁴⁾ www.medyakronik.com, .5/8, 07.10.2002

⁽²⁹⁵⁾ www.tubitak.gov.tr, 2/7, 07.10.2002

Diğer taraftan, FCC'nin görevlerinden olan lisans dağıtma ve gerektiğinde iptal etme birtakım tartışmalara yol açmaktadır. Bu tartışmaları Nextvawe örneğinde görmek mümkündür. FCC'nin iptal etme kararı aldığı lisanslar ile iflas halindeki borçluyu hükümetin ayrımcı tehdidinden korumak için düzenlenen İflas Kanununun 525.maddesi arasında bir fikir ayrılığı yaşanmıştır ve Yüce Mahkeme lisansların iptal edilmesine ilişkin kararı haksız bulmuştur. Dolayısıyla söz konusu olan Nextwave firmasının lisanslarının iptal edilmediği belirtilmiştir.²⁹⁶ Bunun öncesinde ise yargılama usulüne ait hikayesi sürdürülen Yüce Mahkeme'nin görüşünün oldukça karışık olduğu ifade edilmiştir.²⁹⁷ İletişim Kanunu (1934), Kongre tarafından 1993 yılında yeniden gözden geçirilmiş, FCC'ye telekomünikasyon tayf sistemini rekabet ortamında gerçekleştirilmesini sağlamıştır. Böylece grupların temsilcileri genişletilmiş, küçük firmalar da bu ortamda yer alabilmiştir. FCC'ye de katılan gruplara alternatif bir ödeme sistemi düşünmesi için izin verilmiştir. Buna da taksitle ödeme planı örnek gösterilmiştir. Bu anlaşmanın ilk önce peşin ödemeyi gerektirdiği, geriye kalan bedelinde bonoyla finanse edileceği belirtilmiştir. Nextvawe firması da taksitle ödeme planına geçmiş, ancak ödemelerle ilgili sorunlar lisansların iptaline kadar gitmiştir. Sonuçta da lisansların iptal edilemeyeceği kararına varılmıştır.²⁹⁸ Dolayısıyla FCC'nin aldığı kararlar ve uygulamalarına ilişkin problemler yaşandığı görülmektedir.

Ayrıca, medya sahipliğine ilişkin düzenlemeler Amerika'da da tartışmalar yaratmaktadır. Medyada tekelleşme ve bunun yarattığı standartlaşmış ve birbirinin benzeri olan programlar, yasal alanda birtakım düzenlemelerin yapılmasını gerektirir. Bu konuda düzenlemelerin yapılmasını destekleyen savunucular olduğu gibi, var olan durumu

⁽²⁹⁶⁾ Interpretation Prohibits Cancellation of FCC Licenses for Non- Payment, The Legal Intelligencer, APR 04, 2003, Vol.228, Issue 65

⁽²⁹⁷⁾ Interpretation Prohibits Cancellati....

⁽²⁹⁸⁾ Interpretation Prohibits Cancellation of FCC..

korumaya çalışan taraflar da bulunmaktadır. Halkın küçük bir kesimi medya sahipliğine ilişkin sorunlardan haberdarken, medyanın dikkati kendi istediği konular üzerine çektiği belirtilir. Bundan dolayı, medyada gerçek çeşitliliğin sağlanması için süregelen tartışmaların durmayacağı, ilerde de devam edeceği görülür.²⁹⁹

1.9.2. İngiltere’de Independent Television Commission (ITC)

İngiltere, kamu hizmeti yayıncılığının öncüsü olarak bilinmektedir. İngiliz kamu hizmeti yayın kurumu BBC’nin (British Broadcasting Corporation) kuruluş tarihi 1 Ocak 1927’dir. BBC, 1922’de radyo alıcı cihazları üretmek amacıyla oluşturulmuş bir konsorsiyum tarafından kurulan İngiliz Yayın Şirketi’nin devamıdır.³⁰⁰ 1927 yılında, BBC, Kraliyet Beratı (Royal Charter) ile bir kamu kurumu olarak yeniden örgütlenmiş, bu sırada parlamentodan ve hükümetten gelecek baskılara karşı belirli bir mesafe içinde olmasına dikkat edilmiştir.³⁰¹ Dolayısıyla, politizasyona uğramaması için çaba sarf edilmiş denilebilir. 1954 yılında ise BBC’nin sahip olduğu yayıncılık tekeli, özel yayıncılığa izin verilmesiyle kırılmıştır. Buna rağmen kamu hizmeti ilkeleri gözetilmiştir.³⁰² BBC’nin tekeli ise o dönemde iktidarda bulunan Muhafazakar Parti Hükümeti tarafından ‘güçlü bir reklam lobisinin hızla gelişmekte olan tüketici toplumuna erişimini sağlamak ve ticari televizyon yayınlarını başlatmak’ gibi nedenlerle kaldırılmış ve 1955 yılında Independent Television (ITV) isimli yeni bir ticari kanal yayına başlamıştır.³⁰³ ITV ile birlikte yeni alanın düzenlenmesi görevi Bağımsız Televizyon Otoritesi (ITA)’ne verilmiştir. Yeni

⁽²⁹⁹⁾ Holding The Line at the FCC, The Legal Intelligencer, APR 04, 2003, Vol.228, Issue 65

⁽³⁰⁰⁾ Çaplı, Televiz..., s.58

⁽³⁰¹⁾ a.k, s.58

⁽³⁰²⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve Avrupa....., s.8

⁽³⁰³⁾ Çaplı, Televizyon..., s.70

otoritenin görevi, yeni kurulan ve 15 ayrı bölgesel televizyon istasyonunun birleşmesinden oluşan ITV'nin yayınlarının düzenlenmesini içermiştir.³⁰⁴

1982 yılına gelindiğinde de İngiltere ikinci özel girişim kanalı olan Channel 4 ile tanışır. Bu kanalın en önemli özelliği olarak ITV ve BBC'nin genel izleyiciye yönelik yayınlarını tamamlayıcı özellikte programlar yapmak gibi bir misyonu üstlenmiş olmasıdır. Ayrıca, Channel 4 azınlıklara yönelik yayınlar yaparak, Avrupa'da benzeri görülmemiş bir uygulama yapmıştır.³⁰⁵ Diğer taraftan bu gelişmeler esnasında, kamu hizmeti yayıncılığı felsefesi korunmuş, fakat, 1984 yılında çıkarılan Kablo ve Yayıncılık Yasası ile bu felsefeye ilk darbe vurulmuştur.³⁰⁶ Yasal düzenleme, kablolu televizyon sektörünü düzenlemekten çok gelişmelerin önünü açmakla görevlendirilen yeni bir düzenleyici kurul oluşturmuştur.³⁰⁷ Ayrıca yasa, kablolu televizyon işletmecilerine kamu hizmeti yayıncılık ilkelerine uyma yükümlülüğü getirmemiş, kablolu televizyon şebekelerinde yayınlanacak programların bilgilendirici ve eğitici programlardan oluşmasını zorunlu kılacak bir düzenleme gerçekleştirilmemiştir. Bu da kamu hizmeti yayıncılığı felsefesini tehlike altına sokmuştur. Hükümet tarafından kablolu televizyon alanının özel girişime bırakılmasının nedeni olarak yatırımların çok pahalı olması gösterilmiştir. Ancak, özel girişimcilerin de bu yatırımdan kaçınması, kablolu toplum projesinin yavaş ilerlemesine neden olmuştur.³⁰⁸

1973 yılında çıkarılan yeni bir yasayla, 1954 yılında kurulmuş olan ITA değiştirilmiş, sorumluluk alanı daha geniş olan IBA (Independent Broadcasting Authority) oluşturulmuştur. Yeni kurulun, sorumluluk alanı içerisine yerel nitelikteki özel radyo istasyonları da alınmıştır.³⁰⁹

⁽³⁰⁴⁾ a.k, s.70

⁽³⁰⁵⁾ a.k, s.70

⁽³⁰⁶⁾ a.k, s.75

⁽³⁰⁷⁾ Çaplı, Telev....., s.75

⁽³⁰⁸⁾ a.k, s.76

⁽³⁰⁹⁾ a.k, s.92

1990 Yayıncılık Yasası'nda ise IBA (Independent Broadcasting Authority) ile Cable Authority' i ortadan kaldırılıp yerine ITC kurulmuştur. Ancak iki kurul arasında çok büyük farklılık bulunmamaktadır. Özellikle çalışanlar açısından, en önemli fark, IBA'nın bir yayıncılık otoritesi olarak, ITV'de yayınlanacak tüm programlar üzerinde denetim yetkisinin bulunmasıdır.³¹⁰ ITC'nin program hizmeti sunma yetkisi bulunmamakta; İngiltere'deki uydu yayınları ile kablolu televizyondan sorumlu tutulmaktadır.³¹¹ IBA tarafından yayın öncesi programları izlerken ve onayından geçerken, ITC'nin program izleme yetkisi bulunmamaktadır.³¹²

İngiltere'de yayıncılık alanının gelişimi izlendiğinde, önceden saptanan kurallar ve hükümler bağlamında kanalların açıldığı ve düzenleyici kurullarında fiili durumdan önce işlemeye çalıştığı gözlenir.³¹³

1.9.2.1. Oluşumu ve Karar Verme Mekanizmaları

Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC) bir başkan, bir başkan yardımcısı ve sayıları en az sekiz, en çok on olacak şekilde oluşan üyelerden meydana gelir. 2000 yılı itibariyle 12 üyenin tamamı yayıncılıktan sorumlu Kültür, Medya ve Spor Bakanı tarafından atanmıştır. Bu üyelerden üçü sırasıyla İskoçya, Galler ve Kuzey İrlanda'yı temsil etmektedir.³¹⁴ Komisyon üyeleri arasında iş adamları, uzman bankacılar, parlamento üyeleri, sivil toplum örgütlerinde görevli yöneticiler, program yapımcıları vs. gibi farklı konularda uzmanlaşmış kişiler yer alır. Ayrıca ITC'nin bünyesinde tam zamanlı çalışan bir kadro da bulunur. 1990 ve 1996 tarihli Yayıncılık Yasalarına dayanan ITC ve

⁽³¹⁰⁾ a.k, s.93

⁽³¹¹⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve... , s.8

⁽³¹²⁾ Çaplı, Televizyon .., s.93

⁽³¹³⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve ..., s.13

komisyon üyeleri hükümet tarafından belirlenen ve her türlü kamu kurumunda görevli personelin uymak zorunda olduğu yönetmeliklere uygun çalışması gerekir.³¹⁵ Görev süresi biten üyeler yeniden atanabilmekte, yaş sınırı bulunmamaktadır. Görevi sona eren üye, görevinin sona erdiği tarihten itibaren, bir yıl süre ile özel televizyon şirketlerinde çalışması yasaktır.³¹⁶

ITC'nin mali kaynağı da yayın gelirleriyle orantılı olan lisans ücretleri, teknik araştırma yardımları, hizmet ücretleri, ile sağlanır.³¹⁷

I.9.2.2. Görevleri

ITC'nin başlıca görevleri şunlardır.³¹⁸

- Bölgesel bazda hizmet sunan 3. kanalın coğrafi yapısına karar vermek.
- Ulusal olarak işleyen 5. kanalın lisanslarını rekabetçi biçimde tahsis etmek ve saatlerini saptamak.
- Yeni kanallar, uydu kanalları ve yerel televizyon kanalları (kablolu ya da MVDS) içinde lisans vermek, reklam ve program yayınlarını hazırladığı koda göre denetlemek ve gerekirse ceza vermek, mülkiyetle ilgili kuralları uygulamaktır.

Ayrıca , komisyon üyelerinin sorumlulukları da şu şekilde belirlenmiştir:

- ITC'nin özerkliğini, bütünlüğünü, nesnellliğini korumak ve ITC'ye ayrılan kamu fonlarının verimli kullanımını sağlamak,
- Parlamento'nun, ITC hizmetlerinden yararlananların ve vatandaşların istedikleri her türlü bilgiyi vermek,

⁽³¹⁴⁾ Çaplı, Tele...s.92

⁽³¹⁵⁾ Ercan, a.g.m, s.6/8

⁽³¹⁶⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve..., s.9

⁽³¹⁷⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve ...rapor, s.17

- Kamu fonlarının doğru kullanıldığına ve ITC'nin hedef ve sorumluluklarını tam olarak yerine getirdiğine dair Parlamento'nun, ITC hizmetlerinden yararlananların ve vatandaşların denetimine açık olmak,
- Mevcut kaynakların en ekonomik ve en verimli şekilde tahsisini sağlamak, uygun görüldüğü takdirde lisansları iptal etmek.³¹⁹

I.9.2.3. Teşkilat Yapısı

ITC'nin bünyesindeki departmanlar şunlardır.³²⁰

Program ve Kablolü Departmanı: ITC'nin lisans verdiği bütün kanalların yayın içeriklerinin ITC Program Yönetmeliği' ne uygun olup olmadığını denetlemek yetkisine sahiptir. Bu bölüm aynı zamanda kablo ağını genişletmek için de çalışır. ITC şu durumlarda programların içeriğine dair kısıtlamalar getirmektedir: Kaba ve müstehcen dil kullanımı, pornografik görüntüler, şiddet, özel hayat, tarafsızlık, bağış toplamak, dini yayınlar, ticari ürünlere aşırı övgü.

Reklam ve Sponsorluk Departmanı: Reklamların içeriklerini, miktarlarını ve program aralarına nasıl yerleştirildiklerini ve sponsorlarının programların içeriklerine müdahale edip etmediklerini ITC, Reklam ve Sponsorluk Standartlarına göre denetler. ITC standartlarına göre reklamlarda ürün hakkında bilgi saklanamaz, başka ürünlere saldırılamaz ve reklamlar zararlı davranışlara teşvik edemez. ITC, bu konularla ilgili bütün şikayetleri incelemekte ve gerekli gördüğü takdirde soruşturma başlatabilmektedir.

Mühendislik Departmanı: Lisans sahiplerinin teknik yeterliliklerini ve frekansların verimli kullanılıp kullanılmadığını denetlemektedir. Bu departman, teknik

⁽³¹⁸⁾ a.k, s.9

⁽³¹⁹⁾ Ercan, a.g.m, s.6/8

standartlar, uluslararası standardizasyon ve yeni yayıncılık teknolojileri konularında İngiltere'yi uluslararası düzeyde temsil eder.

Ekonomik Düzenleme Departmanı; Ekonomik düzenleme grubu, ITC'ye finansal konularda öneriler sunar ve lisans sahiplerinden alınacak ücretlerin miktarını belirler. Bu grup, ITC'nin kendi içindeki bütün finansal süreçleri denetlediği gibi, lisans sahiplerinin de gelir gider tablolarını denetleme yetkisine sahiptir.

İdari İşler Departmanı; Yayıncılık yasasına göre, ITC, lisans vereceği kanalların, sahiplik yapılarının düzenlemelere uygunluğundan emin olmak zorundadır. Sahiplik düzenlemelerine göre örneğin, bir politikacı ya da bir reklam ajansı kanal sahibi olamamaktadır. İdari işler departmanı bu konularda gerekli çalışmaları yürütür.

Kamu İşleri Departmanı ve Bölgesel Ofisler; İngiltere kanunlarına göre, ITC gibi kurumlar, kendilerini kamuya tanıtmak ve çalışmaları hakkında bilgi vermekle yükümlüdürler. Bu nedenle, kamu işleri departmanı ve bölgesel ofisler, ITC'nin yayınlarının hazırlanması, halka açık kütüphanelerinin çalışmaları, web sitesinin düzenlenmesi ve araştırma projelerinin duyurulması gibi işlerden sorumludurlar.³²¹

I.9.2.4. Yaptırım Gücü

ITC'nin programlar açısından gözettiği birtakım hususlar bulunmaktadır. Buna göre programların hiçbir unsuru;

- Zevk ve nezaket ölçülerine aykırı olamaz
- Toplumun düzenini bozamaz, toplumu suça teşvik edemez,

⁽³²⁰⁾ a.k, s.6/8

⁽³²¹⁾ Ercan, a.g.m, s.7/8

- Toplumun duyarlılığını zedeleyemez.³²²

Ayrıca 1990 tarihli müstehcen yayınlar yasasına göre, radyo ve televizyon programlarında müstehcenliğe yer verilemeyeceği açıklanmış, gençlerin ve çocukların korunmasına yönelik olarak ‘watershed’ (korunmalı saatler) teamül kuralına riayet edileceği belirtilmiştir.³²³ ITC Program Kodunda ‘Family Viewing Policy’ (Yayınların ailenin tüm fertlerini göz önünde bulundurarak düzenlenmesi Politikası) da yer alır. Bu politikaya göre yayıncılar, programlarında tanıtım duyurularında tüm aile bireylerini dikkate alacaklardır. Bu politikanın ITC açısından açılımı ise şu şekildedir:³²⁴

- Tanıtım duyuruları, Family Viewing Policy ile bağdaşmayacak, gençlerin duyarlılıklarını zedeleyebilecek hiçbir unsuru içermeyecek. Kanallar saat 21:00’ den önce tüm toplumun izleyebileceği eserlere yer verecektir.
- Saat 21:00’den 22:30’a kadar olan periyotta, yayıncılar, bir nevi ‘giderek artan’ sorumluluk hususuna uymak zorundadırlar.
- Saat 22:30’dan 5:30’a kadar olan periyotlarda, kanallar, saat 21:00’de yayınlanması uygun olmayan, özellikle yetişkinler için olan programları bazı sınırlamalara riayet ederek yayınlatabilir.

Şifreli kanallarda ise bu saatlerin ayarlaması şu şekilde yapılmıştır: Gençlerin duyarlılıklarını zedeleyebilecek olan 21:00’daki program başlangıç saati 20:00 olarak, 22:30 ise 22:00 olarak belirlenmiştir. Şifreli kanallar da şifresiz kanallara uygulanan aynı sınırlamalara uymak zorundadır.³²⁵ Bunların yanı sıra sinema eserlerinin televizyonda oynatılmasına ilişkin olarak da bir takım hususlar öngörülmekte ve 12 yaş, 15 yaş, 18 yaş,

⁽³²²⁾ Sevgin Eğilmez, “İngiltere’ de Çocukların ve Gençlerin Korunmasına İlişkin Önlemler”, RTÜK İletişim Dergisi, sayı: yıl: s.7

⁽³²³⁾ Eğilmez, a.g.m, s.7

⁽³²⁴⁾ a.k, s.7

⁽³²⁵⁾ a.k, s.7

R18 (koruma daha da güçlendirilmiş) yaş gruplarına göre birtakım sınırlamalar getirilmektedir.³²⁶

Bu hususlara ve diğer belirlenen kıstaslara uyulmaması durumunda da, ITC, kendisine verilen bir dizi yaptırım yetkisini uygulayabilmektedir. Bu yaptırımların en hafifi, yayın kuruluşundan düzeltme-cevap hakkı ya da özür yayını yapılmasını istemektir. ITC'nin en sert cezalandırma şekli ise, yayın izninin iptal edilmesidir. Çünkü, yayın izni olmadan faaliyette bulunmak suç sayılmaktadır.³²⁷ Yaptırımların uygulanmasında en hafifinden en sertine doğru bir hiyerarşinin izlenmesi ITC'yi IBA'dan farklı bir konuma oturtmaktadır. IBA, ITC'e kadar sert yaptırımlara sahip olmadığı için, bazı kural dışı yayınlar karşısında kayıtsız kalmıştır. Diğer taraftan ITC'nin sahip olduğu yetkileri nasıl kullanacağı da bilinmemektedir. Fakat, "bütün bu yaptırımların hedefi, 'standartların' altına düşen bir televizyon kuruluşunun bu durumu kabul ettiğini açıkça göstermeye"³²⁸ dayanır.

Ayrıca, ITC, düzeltme ve cevap hakkı yaptırımına bağlı olarak, yayın kurumlarından lisans koşullarına aykırı özellikler taşıyan programların yayınlanmamasını isteme yetkisine de sahiptir.³²⁹

Yaptırımlar dizisi içerisinde ikinci sırada ise parasal özellikteki yaptırımlar bulunmaktadır. Yayın iznindeki koşullara ya da ITC'nin talimatlarına aykırı davrandığı tespit edilen bir yayın kuruluşuna para cezası verebileceği gibi, iznin geçerli olduğu süre kısaltılabilir. Para cezasının ilk kez uygulanması durumunda, kanalın gelirinin yüzde üçü, daha sonraki uygulamalarda ise yüzde beşi oranında bir ceza tahakkuk ettirilmektedir. Yasaya göre, yayın izninin geçerli olduğu sürenin kısaltılması cezası dördüncü kanala (Channel 4) uygulanmamaktadır. Yasa, bu tür bir yaptırıma maruz kalan bir kanalın performansının yolundan izlenmesini, iyi yönde bir gelişme görüldüğü takdirde bu cezanın kaldırılmasını öngörmektedir. Bütün bu yaptırım aşamalarından sonra, yayın kuruluşunun kurallara ve

³²⁶ a.k, s.7

³²⁷ Çaplı, Telev..., s.94

³²⁸ a.k, s.94

³²⁹ a.k, s.94

talimatlara aykırı tutumunun devamı halinde ITC, yasa gereğince yayın izninin iptal edilmesine karar verebilmektedir.³³⁰

Diğer taraftan, bu düzenlemelerin karşısında uydu ve kablolu televizyon alanı daha farklı bir yaklaşımla düzenlenir. ITC'nin bu alanlara müdahalesi de sınırlıdır. Bunun kökeni ise 1980'li yıllardaki, Thatcher hükümetinin uydu ve kablolu televizyon alanına yönelik izlediği politikaya dayanmaktadır.³³¹

ITC, bu alanda yayın yapmak isteyen kuruluşlara karşı çok esnek davranır. Bunun örneği de, 1991- 1992 döneminde 78 başvuruya verilen olumlu yanıt ve yayın izninin verilmesidir. Yayın iznini alan kuruluşun bu yayını yapacak mali olanaklara sahip olup olmadığı, düzenli yayın yapıp yapmadığı takip edilmez, ayrıca, teknik yükümlülükler de aranmaz.³³² Öyle ki kablolu ve şifreli televizyon kanallarının içeriğinin, diğerlerinden farklı olduğunu ITC bile kabul etmiştir. Bunu doğrulayan örnek ise, 'erotik kanal' olarak nitelendirilebilecek HVC ve After 12 isimli kanalların ITC tarafından yayın izni almış olması ile açıklanabilir.³³³ Ayrıca, ITC yılda dört kez düzenli olarak yayınlarla ilgili raporlar yayımlar. Televizyon yayınlarına ilişkin gelen şikayetler ITC tarafından değerlendirilmekte, yaptıkları müdahalelerin sonuçlarını da yayınlamaktadırlar.³³⁴

İngiltere'de özel televizyon yayıncılık alanını düzenleyen ITC'nin yanı sıra, özel radyolar için de ayrı bir kurul oluşturulmuştur. Radyo Otoritesi (Radio Authority- RA) isimli bu kurul, bütün ticari radyoları izlemeye ve lisans vermeye 1991'in başında başlamıştır. RA'da ITC gibi 1990 ve 1996 yasalarına dayanır. Başkan, başkan yardımcısı ve üyeleri, Kültür Medya ve Spor Bakanlığı tarafından atanır. Radyo Otoritesi'nin 3 temel görevi bulunur. Bunlar, frekans planlaması yapmak, dinleyici tercihini genişletecek şekilde yayın lisansı vermek, reklam ve program yayınlarını düzenlemektir. Ayrıca, Otorite

⁽³³⁰⁾ a.k, s.95

⁽³³¹⁾ a.k, s.95

⁽³³²⁾ a.k, s.95

⁽³³³⁾ a.k, s.96

kurallara uymayan radyolara ceza uygulayabilir.³³⁵ Bu cezalar şunlardır: Radyo Otorite'si, yayında özür dileme ya da yayın düzeltilmesi isteyebilir. Ayrıca, Otorite, resmi bir uyarıda da bulunabilir, para cezası verebileceği gibi yayın da durdurabilir. Otorite, lisans süresinin kısaltılabileceği ya da lisansın geri alınmasının mümkün olacağı cezalar da verebilir.³³⁶

Radyo Otoritesi'nin yaptırımlara ilişkin aldığı kararlardan birisi, 14.12.1999'da Güney Yorkshire' da yayın yapan Hallam FM'e verilen 50.000 sterlinlik cezadır. Bu ceza, aynı yılın Ağustos ayı sonunda iki gece radyo kanalına açılan telefonlarda yapılan konuşmalardan kaynaklanır. Bu konuşmalar program kodundaki üç kuralı ihlal etmiştir. Bu kurallar da, kullanılan kötü dil, cinsellik ve şiddet ile ilgilidir. Ceza alan kanal, programda çocuk tacizi, tecavüz ve kadınlara şiddet uygulanması gibi konuları edebe aykırı biçimde sunmuştur. Bu da suça ve düzeni bozmaya teşvik unsuru olarak değerlendirilmiştir. Bu cezanın ağır olmasındaki bir başka neden ise radyo istasyonunun ayrı bir şikayet için gereken yayın bantlarını sağlayamamasıdır. Çünkü, yayıncılar, yayın gününden sonraki 42 gün yayın bantlarını saklamak ile yükümlüdürler.³³⁷ Bu konuya ilişkin şaşırtıcı, yasa dışı davranışlar karşısında Radyo Otoritesi'nin verdiği en ağır cezalardan biri de Oxford'da yayın yapan Oxygen FM adlı radyo istasyonu ile ilgilidir. Otorite şikayet üzerine söz konusu radyo istasyonundan konu ile ilgili yayın bantlarını istemiş, ancak yayın gününden itibaren 42 gün saklanması gereken bantların istasyonda mevcut olmaması üzerine Otorite'ye başka bantlar gönderilmiştir. Bir süre bu kandırmaca sürmüştü, ancak, Otorite'ye gönderilen hiçbir bantın istenilen tarihe ait olmadığı anlaşılmıştır ve Otorite denetim

⁽³³⁴⁾ a.k, s.96

⁽³³⁵⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve .., s.9

⁽³³⁶⁾ a.k, s.23

⁽³³⁷⁾ a.k, s.24

görevini yerine getirememiştir. Bunun üzerine, Otorite, radyo istasyonuna para ve lisans süresi kısaltma cezaları vermiştir.³³⁸

ITC'nin verdiği cezaların birçoğu ise beğeni ve nezaket ilkesini ihlal eden ve pornografi içeren kanallarla ilgilidir. Bu kapsama da özellikle uydudan yayın yapan erotik kanallar girer. Bu konu ile ilgili olarak, ITC, 9.3.2000'e dek 9 ayrı kanal için 9 kez Kültür, Medya ve Spor Bakanı'na yasaklama emri çıkarmasını teklif etmiştir. Bu kanalların arasında Eros TV, Red Hot TV, TV Erotica, Adult X Channel gibi televizyon kanalları bulunur.³³⁹

ITC'nin ilginç kararlarından biri de, 18.12.1998'de Central Independent TV plc'ye (CENTRAL), The Connection belgeselini yayınladığı için verilen 2 milyon sterlinlik para cezası olmuştur. Bu belgeseli, Carlton UK Productions prodüksiyon şirketi yapmış ve belgesel 11 adet program kodu ihlali içermiştir. ITC, bu ihlallerin tekrarı halinde Central'in lisans süresini kısaltacağını da açıklamıştır. Programın içeriğinin ise İngiltere'de yeni bir uyuşturucu yolunun kurulması ile ilgili asılsız bir iddiadan oluştuğu belirtilir.³⁴⁰

Bunların yanı sıra ITC, Med TV'ye 1995 sonundan itibaren bir çok ceza vermiştir. "Bunlar, yanlış haber, tarafsızlığa uymama, editoryal tarafsızlığa, suça teşvik, şiddet davranışına göz yumma gibi ihlallerden kaynaklanan resmi uyarılar, 15.000, 50.000 ve 25.000 sterlinlik para cezaları ve lisansın askıya alınması ve lisansın iptalidir."³⁴¹

Avrupa' da bulunan düzenleyici kurulların üzerinde titizlikle durdukları bir başka konu ise reklamlardır. ITC'nin de reklamlar konusunda birçok cezai kararı bulunmaktadır. Bunlardan yerleştirme, içerik ve sponsorluğa ilişkin şu üç örnek verilebilir:

3.3.1999' da verilen bir kararda TELEWEST 10.000 sterlinlik para cezasına çarptırılmıştır. Çünkü şirket, çizgi film kuşağında değişik zamanlarda prezervatif reklamına, 18 yaş üstüyle sınırlı aksiyon filmi tanıtımına yer vermiştir. 22.12.1999 tarihli bir başka karar da

⁽³³⁸⁾ a.k, s.27

⁽³³⁹⁾ a.k, s.24

⁽³⁴⁰⁾ a.k, s.24

⁽³⁴¹⁾ a.k, s.24

ise, CHRISTIAN CHANNEL reklam kodları ihlali yüzünden 20.000 sterlinlik para cezası almıştır. ITC, bu kanalın, İngiltere'deki kürtaj ve boşanma yasalarına karşı olmasıyla siyasal tarafsızlık kuralını, şeytani güçlerden söz etmesiyle korkuyla oynama yasağını, eşcinsellere yönelik sözleriyle insan onuruna saygı kuralını ve başka inançlara saldırı yoluyla da dini reklam kurallarını ihlal ettiğine karar vermiştir. Sponsorlukla ilgili bir ihlal örneği ise, GRANADA televizyon kuruluşunun sponsorlu programları, diğer programlardan yeterince ayırmadan yayınlamasıdır. ITC, bu kuruluşu Kasım 1994' te uyarılmış, ihlalin devamı yüzünden kuruluşa Şubat 1995' te 500.000 sterlinlik para cezası vermiştir.³⁴²

I.9.3. Fransa'da Conseil Superieur de l' Audiovisuel- CSA (Görsel- İşitsel Yüksek Konsey)

Fransa'da televizyon yayınları İngiltere ve Almanya gibi diğer Avrupa ülkelerine kıyasla oldukça yavaş gelişmiştir. Fransa'da, 8 Kasım 1947 tarihinde- RTF kurulmuş ve düzenli televizyon yayınlarına geçilmiştir. Buna rağmen, radyo, halkın, başlıca kitle iletişim aracı olarak kalmış, yeni iletişim cihazlarına karşı halkın ilgisi sınırlı olmuştur.³⁴³ Bu durum, 2 Haziran 1953'te İkinci Elizabeth'in taç giyme töreninin televizyondan naklen yayınlanmasına kadar sürmüştür. Bu yayın halkın televizyona karşı olan kayıtsız tavrını çözmüştür.

Televizyon yayıncılığının, ilk yıllarında, halkın televizyona çok fazla rağbet etmemesinden veya televizyonun ilgi görmeyeceği düşüncesinden dolayı, devlet, televizyon yayıncılığı üzerinde çok sıkı bir denetim kurmamıştır. Buna karşın, radyodan okunan haberlerin daha geniş kitlelere ulaştığına inandığı için radyo haberlerini yayınlamadan önce Enformasyon Bakanlığı'nın denetimine tabii tutmuştur.³⁴⁴ Ancak, 1950'li yılların sonlarında, özellikle 1956 yılında Cezayir'in bağımsızlığı gündeme

⁽³⁴²⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve.. , s.27

⁽³⁴³⁾ Aysen Akkor Gül, "Fransız Kamu Hizmeti Televizyon Yayınlarının Dünü ve Bugünü", İstanbul Üniversitesi İlet. Fak. Dergisi, sayı:10, 2000, s.589

⁽³⁴⁴⁾ Gül, a.g.m, s.590

geldiğinde, devletin televizyon izleyicisi sayısı hakkındaki fikri değişmiştir. Artık, devlet, televizyon izleyicisinin küçümsenecek bir azınlık olmadığına kanaat getirmiş, bunun üzerine, televizyon haberleri de Enformasyon Bakanlığı'nın denetimine sokulmuştur.³⁴⁵ Bu gelişmelerle birlikte, devletin, televizyon yayınlarına müdahalesi artmış, her dönemde devletin televizyon yayıncılığı üzerindeki müdahaleleri tartışılmıştır. “Özellikle, Beşinci Cumhuriyet'in DeGaulle'cü hükümetleri, yayıncılık alanındaki devlet tekeli ‘çok açık ve gösterişli’ bir biçimde siyasal amaçları doğrultusunda kullanmışlardır. Radyo ve televizyon sistemini oldukça güçlü bir biçimde etkileyen bu tür yaklaşımların temelinde ise devletçi gelenek ve jacoben milliyetçiliği gibi kavramlar bulunmaktadır.”³⁴⁶ O dönem için bu tür devlet müdahaleleri doğal karşılanmıştır. Çünkü, televizyon, geleneksel olarak ‘bölünmüş ve dağılmış’ Fransız toplumundaki ulus kavramının yerleştirilmesinde, bir araç olarak görülmüştür.³⁴⁷ Bu müdahaleleri daha net görebilmek için Fransız elektronik iletişim alanının düzenlenmesi amacıyla çıkarılan yasaların sayılarına ve yürürlüğe giriş tarihlerine bakmak gerekir. 1959, 1964, 1972, 1974, 1982 ve 1986 tarihleri bu konudaki yasal düzenlemelerin yıllarıdır. Aynı zamanda da neredeyse tümü seçim tarihlerine denk gelen yıllardır. Dolayısıyla, “her seçimde değişen iktidar tablosunun sonucu doğrudan iletişim sektörünün yasal düzenlemesine” yansımaktadır.³⁴⁸ Buna karşın Sosyalist Mitterand hükümeti, radyo ve televizyonlarda ‘partizan’ olarak nitelendirilebilecek yayınlar üzerindeki devlet etkisini kırmaya yönelik bir girişimde bulunmuştur.

Elektronik iletişim araçları ile devlet ilişkisinin en alt düzeye indirilmesini hedefleyen bu girişimin temel amacı, yayın kurumlarının idari yapısında yer alan karar verici mekanizmaların belirlenmesinde kullanılan yöntemin değiştirilmesiydi. Bu amaçla da, hükümet ile yayın kurumları arasında tampon görevi yapacak bir örgütün oluşturulmasına gerek duyulmuştur. İşte bu yaklaşımların sonucunda, Görsel – İşitsel İletişim Yüksek Kurulu

⁽³⁴⁵⁾ a.k, s.590

⁽³⁴⁶⁾ Çaplı, *Televizyo...*, s.135-136

⁽³⁴⁷⁾ a.k, s.136

⁽³⁴⁸⁾ Çaplı, *Televizyo...*, s.136

(Haute Autorite de L' AU diovisual) adını taşıyan bir kurulun oluşturulduğu açıklanmıştır. Hükümetten bağımsız bir yapıda olduğu belirtilen bu yeni kurulun görevleri arasında, siyasal yayıncılığı denetlemek ve seçim dönemlerinde televizyon ve radyo yayınlarını düzenlemek de vardı.³⁴⁹

Aynı dönemlerde yaşanan değişimlerden biri de neo- liberal politikaların esintilerinden yayıncılık alanının da payını almış olmasıdır. Yani, Dönemin Sosyalist İktidarı Fransa'nın ilk paralı televizyon kanalını hizmete sokmuş ve bu kanal kamu hizmeti yayıncılık ilkelerinin çok az bir bölümüne uymakla yükümlü bırakılmıştır.³⁵⁰ Fransız yayıncılık alanında, 1980 sonrasında, kamu tekeli kalkmış, Sosyalist iktidarın uygulamasıyla başlayan bu yeni dönem daha sonra birçok kez yasal düzenlemelerden geçmiştir ve sonuçta Fransız yayıncılık sisteminin görünümü yasal düzenlemeler açısından mükemmel olsa da, uygulamada partizan yapıdan koparılamadığı gözlenmektedir. Bu yapıdan payını alan en önemli örgüt ise ilk kez 1982 yılında kurulan, Yayıncılık Yüksek Konseyi' dir. İlk olarak Görsel – İşitsel İletişim Yüksek Kurulu adı ile kurulmuş, daha sonra 1986 yılında İletişimler ve Özgürlükler Ulusal Konseyi (Commission Nationale de la Communication et den Liberte's, CNCL) olarak değiştirilmiştir.³⁵¹

Sonuçta da bu kurulların düşünüldüğü gibi bağımsız bir yapıya sahip olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bugün ise bu kurulların yerini Görsel – İşitsel Yüksek Konseyi almıştır. Bu konseyin görevlerine, oluşumuna geçmeden önce Fransız yönetim hukukundaki yerini belirlemek gerekmektedir. Bu kurulun Fransız idari sistemi içinde yeri bağımsız idari otorite kategorisidir. Bağımsız idari otoriteler, denetim yetkilerine, danışma yetkilerine, izin verme veya atama yapmaya ilişkin bireysel işlem yapma yetkilerine, bir yargı merciine başvurma yetkisi gibi yetkilere sahip olan yapılardır. Bağımsız idari otoritelerin bazıları bu yetkilerin hepsine, bazıları bir kısmına, bir kısmı da sadece manevi

⁽³⁴⁹⁾ a.k, s.139

⁽³⁵⁰⁾ a.k, s.142

⁽³⁵¹⁾ a.k, s.156

bir otoriteye sahiptirler. Genel hatlarıyla Fransa’da bağımsız idari otoritelerin çerçevesi çizildiğinde, bağımsız idari otoritelerin yargı yerleri ve kamu hukuku tüzel kişileri olmadığı, yönetim içinde yer aldıkları, fakat hiyerarşik güce tabii olmadıkları ve yönetsel nitelikli organ karakteri taşımadıkları görülür. Ayrıca, başbakana veya bir bakanlığa bağlıdırlar. Üyeleri bağımsızdır fakat statüsü yargıç statüsü değildir.³⁵² Bağımsız idari otoritelerin her biri kamu çıkarını gözetmek ve içinde buldukları ortamın yasasına saygı göstermek durumundadırlar.³⁵³ Yani, bağımsız bir idari otoritenin kurulması, bir organa, toplumsal yaşamın bir alanına, belirli bir eylem özerkliği tanınması anlamına gelir.³⁵⁴ Görsel- İşitsel Üst Kurul da Fransız kamuoyunun en iyi tanıdığı bağımsız idari otoritelerden biridir ve hukuken bu tip otoritelere tanınabilen bütün yetkiler dizisine sahiptir.³⁵⁵

Fransa’da yayıncılık alanı gözlemlendiğinde ise, öncelikli olarak fiili durumun yaşandığı daha sonra yasal düzenlemelerin yapıldığı görülmüştür.³⁵⁶

I.9.3.1.Oluşumu ve Karar verme Mekanizmaları

Görsel- İşitsel Yüksek Konseyi, (Conseil Supérieur de l’ Audiovisuel- CSA) kendi alanlarında isim yapmış tarafsız 9 üyeden oluşur. Bu dokuz üyeden üçü (Konseyin başkanı da dahil olmak üzere) Fransa Cumhurbaşkanı tarafından atanır. Geriye kalan altı üyeden üçü Meclis Başkanı, diğer üçü ise Senato başkanı tarafından göreve getirilir. Üyeler için 65 yaş sınırı bulunmaktadır. Başlangıç aşamasında her iki senede bir, üyelerin

⁽³⁵²⁾ Jean Morange, “Fransa’ da Bağımsız İdari Otoriteler”, çev: Cevdet Atay, Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım Yayınları, 1998, s.18-19

⁽³⁵³⁾ Morange, a.g.m, s.20

⁽³⁵⁴⁾ a.k, s.22

⁽³⁵⁵⁾ Jean Morange, “Görsel – İşitsel Üst Kurul”, çev: Atilla Nalbant, Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım yayınları, 1998, s.107

⁽³⁵⁶⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve..., s.14

üçte biri yenilenir, sonrası için ise görev süresi 6 yıldır. Üst kurulun işlerini kolaylaştırmak için üyeler arasında bir iş bölümü yapılır. Örneğin; Özel radyo ve tematik kanallardan bir üye, yeni teknolojiler uydu ve kablolu yayınlar ve medyada yoğunlaşmadan diğer bir üye, yerel televizyonlar ve Fransızca şarkıların yayınlarına teşvikinden başka bir üye sorumludur.³⁵⁷

Ayrıca, üyelerin, görsel işitsel iletişim sektörünün tüm birimlerinde yani, film, sinema, basın yayın, reklam ve telekomünikasyon alanında faaliyet gösteren herhangi bir kuruluşun çalışanı ya da hissedarı olmaması gerekir.³⁵⁸

CSA'nın mali kaynağı olarak da devlet bütçesi gösterilir.³⁵⁹

I.9.3.2.Görevleri

“Görsel İşitsel Yüksek Konseyi (CSA), yerden, uydudan ve kablodan yayın yapan tüm görsel işitsel sektör kuruluşlarından ve yayınlarından sorumludur. Ancak, kamu sektöründeki yayın kuruluşları için yetkileri daha sınırlıdır. Konseyin yanı sıra hükümetin, özellikle de doğrudan Başbakanın, kural koyma yetkisi vardır.”³⁶⁰ Örneğin; kamu radyo ve televizyonları, reklamcılık kuralları, film yayınları ve sinemanın gelişimine katkı, program üretimi ve dağıtımı gibi konularda hükümetin belirlediği kurallara uymak zorundadır. Özel radyo ve televizyonlar ise, çoğulculuk, dürüstlük, eğitim ve kültüre yönelik programlar hazırlama konusunda, öncelikle hükümetin belirlediği kurallara uyarlar. Kamu radyo ve

⁽³⁵⁷⁾ “RTÜK ve Benzeri Düzenleyici Kurullar”, RTÜK İletişim Dergisi, sayı:10, yıl:2, Mart- Nisan 1999, s.15

⁽³⁵⁸⁾ Çaplı, Televi..., s.156

⁽³⁵⁹⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve..., s.17

⁽³⁶⁰⁾ a.k s.7

televizyonlarının program ilkelerine uymaması durumunda CSA, sadece ihtar vermektedir. Buna karşın, özel radyo ve televizyonlar üzerinde daha geniş yetkilere sahiptir.³⁶¹

1989 İletişim Yasası'nın 1.maddesi, CSA'yı, rekabetin özgürce yapılmasını, programlarda çeşitliliğin ve kalitenin artırılmasını, ulusal 'görsel işitsel' sektörün gelişmesini, ulusal kültür ve dilin korunmasını sağlamakla görevlendirmiştir.³⁶²

Bugün, Fransa'da CSA, çalışma alanında öncelikle iki önemli boyutu saptamıştır. Bunlardan biri, Fransa'nın ulusal mevzuatı, diğeri de Avrupa Topluluğu'nun bu konuya ilişkin kararlarıdır. Bu çerçevede içinde, CSA yayın ilkelerini ve yükümlülükleri belgesini, değişimlere göre her yıl yeniden gözden geçirir. Değişmeyen alt başlıklar şunlardır:

Kamusal radyo ve televizyonlar açısından; Kamu hizmeti yapan ulusal ve yerel yayıncılığın gelişmesini desteklemek. Kamusal yayın kanallarının yönetim kurullarınca yapılan her düzeydeki yapısal değişiklik önerilerini incelemek, yayın denetimi, reklam yayınları gibi konulardaki yönetmelik tasarılarını, yıllık genel yayın planını ve özel yayın esaslarını inceleyerek bağlayıcı önerilerde bulunmak. Kamusal radyo ve televizyonların kuruluş yasasına ve Konsey'in tespit ettiği yayın ilkelerine uygun yayın yapıp yapmadığını denetlemek, gerekli durumlarda uyarmak ve önlem almak.

Özel televizyonlar açısından; Konsey, yeni bir tv ya da radyo istasyonu kurulacağı zaman "Yükümlülükler Belgesi" olarak adlandırılan bir belge hazırlar ve yeni istasyonun ne gibi koşullara uyması gerektiğini yazılı ve imzalı hukuki bir belge haline dönüştürür. Ancak, daha önce yapılması gereken aşamalar vardır. Konsey, uluslararası platformlarda tescil edilmiş, ulusal frekansları saptar ve bunlardan kullanılacak olanları ilan eder. Frekanslara aday olan "ortaklar", kuracakları kanaldan nasıl yararlanmak

⁽³⁶¹⁾ "RTÜK ve Benzeri Düzenleyici Kurullar", s.15

⁽³⁶²⁾ Çaplı, Televi., s.157

istediklerini Konsey'e bildirirler. Konsey'e sunulacak dosyada, firmanın parasal kaynakları, ortakların payları (Fransa'da bir kanala sahip olma oranı %25 ile sınırlandırılmıştır.), diğer basın kuruluşlarıyla ilişkileri, yabancı sermayenin katılımı, yöneticilerinin kimlikleri, yayının teknik koşulları ve donanımı, personelin durumu üzerinde ayrıntılı bilgi bulunur.

Ayrıca, Konsey, yabancı sermayenin katılım oranını sınırlar, firmayı oluşturanların basında, ya da iletişimin başka dallarındaki paylarına da sınırlar koyar. Adayların sundukları dosyaların incelenmesinden sonra Konsey, firmaların temsilcilerini görüşmeye davet eder ve kendilerinden ihtiyaç duyduğu diğer ayrıntılı bilgileri ister. Konsey, öte yandan da kurulacak kanalın yayın programının nasıl oluşturulması gerektiği konusunda, örneğin haberlere, kültürel ve eğitsel programlara, yabancı ve yerli dizilere, yerli sinemaya, kanalın doğrudan üreteceği filmlere ayrılacak zaman konusunda bazı koşullar önerir. Bu koşullara uyulmadığı zaman uygulanacak, Konsey tarafından saptanmış önlemleri ve cezaları açıklar.

Konseyin, öne sürdüğü koşulları kabul eden adayların iletişim alanındaki deneyimleri, inandırıcılıkları, özgürlüklere ve insan haklarına saygılı olup olmadıkları ve kamuya ne ölçüde yararlı olacakları göz önünde tutularak bir seçim yapılır ve bir sözleşme hazırlanır. Bunun adı yükümlülükler belgesidir. Yayının bütün ayrıntıları ve uygulanacak önlem ve cezalar bu sözleşmede yer alır.

İçeriğe ilişkin koşulları, Konsey uygular ve bu koşulları gelişen teknolojiye dönük olarak hazırlar. Ayrıca, Konsey, kanun ve yönetmeliklerin yanında, kendi kararları ile yaptırım gücünü tavizsiz uygular. 1996'da uygulamaya koyduğu Konsey kararlarının satır başları şu şekildedir:

- Genel Program İlkeleri; programlar Anayasal düzen aleyhine, özellikle demokratik ve sosyal hukuk devletine ve uluslararası anlaşmalara aykırı olamazlar. Programlarda radyo ve televizyon dinleyici ve izleyicilerinin haysiyetine, ahlaki değerlerine, inançlarına karşı her zaman saygılı olunacaktır.

- İzin verilmeyecek Yayınlar ve Gençliğin Korunması; yayın izninin verilmesi için yayınların genel ahlaka uygun olması, çocukları ve gençleri olumsuz yönde etkilemeyecek yayınlar yapılması yönünde maddeler bulunmaktadır. Dolayısıyla, programlarda şiddeti özendiren ve pornografik yayınlara karşı da önlem alınmıştır. Ayrıca, yayınlanmasına izin verilen, ancak, 16 yaşından daha küçükler için gösterilmesi yasak olan filmler saat 22:00 ile 06:00 arasında; 18 yaşından küçükler için yasak olanlar ise 23:00 ile 06:00 saatleri arasında CSA tarafından belirlenmiş uyarı işaretleri ile yayınlanmaktadır. Ayrıca, bu saatler dışında programların ön tanıtımları, söz konusu filmlerin içeriğinden alıntılar da yapılamamaktadır.

- Program Sorumluluğu; her yayıncı, yayın izni şartları çerçevesinde ve yayın ilkeleri ile ülkenin taraf olduğu uluslararası anlaşmalara uygun olarak kendi programlarını saptar ve yayının sorumluluğunu üstlenir. Yayının sorumluluğu yayıncıya aittir. Bu nedenle yayından önce ya da sonra program yapımcısının ve yapımda katkısı olan kişilerin isimlerinin belirtilmesi gerekir. CSA, kanun hükümlerindeki yükümlülüklerde noksanlıklar tespit ederse ve izin sahipleri yükümlülüklerini yerine getirmez ise, görevlerinin uygulanması için Danıştay'a müracaat edebilir. Ayrıca, izin sahibi kuruluşlar ve şahıslar nezdinde bunlara ait yükümlülüklerle uyum konusunda gerekli bilgileri toplayabilir, aynı

şekilde izin sahipleri nezdinde soruşturmalar, kamuoyu araştırmaları yapabilir.³⁶³ Kısaca CSA'nın görevleri şu şekildedir:

Ulusal- Görsel İşitsel Enstitüsü'ne 4 üye ve devlet mülkiyetindeki radyo ve televizyonların Yönetim Kurulları'na biri başkanları olmak üzere 4 üye atamak; resmi talep üzerine hükümete, Meclis ve Senato Başkanına, ilgili komisyonlara ve rekabet konseyine görüş bildirmek, frekans tahsisi yapmak, kablolu yayınlarda dahil olmak üzere özel yayın kuruluşlarına yayın izni vermek, yayınların yasalara uygunluğunu denetlemek, ulusal yapım şirketleri ve yayın kanallarının mali durum bildirimlerini toplamak ve yayınlamak (Kablolu yayın yapan şirketler de yerel kanalların mali durumlarının yıllık raporlarda kısaltılarak yayımlandığı belirtilir.), düzenlemelere uyulmadığı durumlarda, resmi uyarılarda ve idari yaptırımlarda bulunmak, seçim kampanyaları için yasanın belirlediği hükümlere göre yayınlarla ilgili kurallar koymak, hükümet yayınlarına cevap hakkının çerçevesini çizmek, programların ahlaki içeriğiyle ilgili tavsiyelerde bulunmak, reklam standartlarını izlemek, rekabeti teşvik etmek için hükümete görüş bildirmektir.³⁶⁴

I.9.3.3. Teşkilat Yapısı

Frasa'da CSA'nın Paris ve bütün ülkede 270 çalışanı bulunur. Konseyin örgütlenmesi ise şu şekildedir: Genel Direktör (Başkan), Konsey Sekreteri ve çeşitli Teknik Konular ve Yeni İletişim Teknolojileri Başkanlığı, Hukuki İşler Başkanlığı, İletişim ve Araştırma Başkanlığı'dır.³⁶⁵

⁽³⁶³⁾ Süheyla Öksüz, "Fransa Conseil Superieur De l'AUDIOVISUEL Görsel İşitsel Yüksek Konsey: CSA", RTÜK İletişim Dergisi, sayı:1, yıl:1, Ağustos- Eylül 1997, s.20

⁽³⁶⁴⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de...rapor, s.8, Çaplı, Televiz..., s.157

⁽³⁶⁵⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye..., s.17

I.9.3.4.Yaptırım Gücü

“CSA’nın yükümlülükler belgesinde (Cashies des charges) belirtilen koşullara uyulmadığı gerekçesiyle, yayın kuruluşlarına önce ‘uyarma’, daha sonra ise para cezasına çarptırma ya da lisansı iptal etme gibi oldukça güçlü yaptırımlarla donatıldığı görülmektedir.”³⁶⁶

Fransa’da resmi bir uyarıdan sonra, buna uyulmazsa lisans askıya alınmakta, yani yayın durdurulmaktadır. CSA, lisans süresini kısaltabilir veya çok ciddi durumlarda lisansı iptal edebilir. CSA, yayıncıları para cezasına çarptırma ya da yayıncılara kendi kanallarında duyuru yaptırma yetkisine de sahiptir. CSA, lisansı askıya alma dışındaki bütün durumlarda tarafların görüşlerini dinlendikten sonra yaptırım uygular. Ayrıca, korsan yayıncılık ya da lisans sözleşmesine uymama gibi ağır durumlarda, yayıncılara hapis cezası da verilebilir.³⁶⁷

Fransa’da CSA, yayın ilkeleri ihlali yüzünden şu cezaları vermiştir:

Bir radyo kanalına, yayında, güvenlik güçlerine hakaretten dolayı (bir aynasız daha geberdi) bir günlük yayın durdurma cezası verilmiştir. Radyo kanalı cezanın uygulandığı gün, kanalı telefon konuşmalarına açık bırakmış bundan dolayı da para cezasına çarptırılmış, lisansı da incelemeye alınmıştır. TF1 adlı televizyon kanalının 45 milyon FF tutarında para cezasına çarptırılmasının nedeni de program kotalarına ya da yerli program oranına uymamayla ilgilidir. Bu para cezası da yerli yapımların finansına katkıda bulunmak üzere kullanılmıştır.³⁶⁸

³⁶⁶) Çaplı, Televizyon.... s.157

³⁶⁷) Kejanlıoğlu, Türkiye’de.. s.23

³⁶⁸) Kejanlıoğlu, Türkiye’de.., s.24

Yaptırımlara ilişkin bir başka örnek reklamlarla ilgilidir. CSA, gizli reklam yayınlamakla Reklam Yönetmeliğini ihlal eden M6 adlı televizyon kuruluşuna 78.000 FF para cezası vermiştir.³⁶⁹

Ancak, düzenleyici bir kurul olarak CSA, “yapısındaki mevcut politizasyon nedeniyle, siyasi ve idari anlamda ‘geleneksel’ tavrı ile ekonomik güdülerin belirlediği ‘modern’ tavrı arasında” sıkışmaktadır. CSA, kamu hizmeti yayın kurumları üzerinde bir yaptırım yetkisine sahip değilken, yayın kurumlarının başkanlarını atama yetkisine sahiptir. Bu da Konsey’in yetki alanının, bu tür yayın kurumlarını da kapsamaya başlamasına gelmektedir.³⁷⁰

I.9.4. Düzenleyici Kurulların Buluşma Alanı; EPRA ve Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

Avrupa’da televizyon yayıncılığı alanını düzenleyen iki belge vardır. Bunlardan biri, Türkiye’nin de katıldığı ve imzaladığı Avrupa Konseyi Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi’dir. (European Convention on Transfrontier Television- ASTS) Diğeri de Avrupa Birliği üyeleri için bağlayıcı olan Sınırsız Televizyon Yönergesi’dir. (EC Directive on ‘Television Without Frontiers’- ASTY)³⁷¹ Televizyon yayıncılığını düzenleyen bu belgelerin yanı sıra, Avrupa ülkelerinin Üst Kurul benzeri düzenleyici kurullarının bir araya geldikleri bir zemin bulunmaktadır. Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformunda (European Platform of Regulatory Authorities- EPRA) genel olarak medya uygulamaları ile ilgili görüş alış- verişi yapılır.³⁷²

³⁶⁹ a.k, s.27

³⁷⁰ Çaplı, Tele..... s.157

³⁷¹ Kejanlıoğlu, Türkiye’de... , s.9

³⁷² Pınar Ülkülü, “EPRA”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:3, Aralık 97- Ocak 98 s.3

1- Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi (ASTS):

ASTS uluslararası bir sözleşmedir ve televizyon yayıncılığında Avrupa ülkeleri arasında ilke/ esas ve uygulamalarda birlik ve beraberliği sağlamak üzere düzenlenir. Amacı da 'sınır ötesi televizyon yayınlarının sözleşmede belirlenen ortak kurallar çerçevesinde yapılarak taraf ülkeler arasında serbestçe dolaşabilmesini' sağlamaktır.³⁷³ Sözleşme, bağlayıcı olarak kabul edilmek üzere 05.5.1989 günü Strasburg'da imzaya açılmıştır. Türkiye, bu sözleşmeyi 07.9.1992 günü imzalamıştır. Dolayısıyla Türkiye'de henüz Radyo Televizyon Üst Kurulu oluşturulmadan ve özel televizyon yayıncılığına ilişkin Anayasal düzenleme yapılmadan önce bu sözleşme imzalanmıştır. Sözleşme 21.1.1994'te onaylanmış ve 01.5.1994'te yürürlüğe konulmuştur. 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasada, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nde yer alan ana ilkelerin hemen hepsi yer almaktadır.

Sözleşmenin bölümleri ve içeriği incelendiğinde; 1.-6.maddeler; konu, amaç, tanımlarla başlar. 3.maddede uygulama alanı belirlenir. Çeşitli teknolojik yollarla iletilen veya yeniden iletilen ve birden fazla taraf ülkede doğrudan ya da dolaylı olarak alınan program hizmetleri uygulanır. Sözleşmenin 4.maddesinde taraf ülkelerin ifade ve haber alma özgürlüğü güvence altına alınır. Taraf ülkelerin, ASTS hükümlerine uygun olan program hizmetlerinin kendi toprakları üzerinde yeniden iletimini kısıtlamayacakları konusunda güvence altına alınır. 5.madde ileten tarafın yükümlülüklerinden oluşmaktadır. Buna göre, ileten taraf yayınların sözleşmeye uygunluğunu denetlemekle yükümlüdür. Sözleşmenin II. Bölümü program konularını düzenler. 7.madde de yayıncının

⁽³⁷³⁾ Şebnem Bilget, "Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi ve Uygulamaları", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:1, sayı:1, Ağustos- Eylül 1997, s.16

sorumluluklarını belirler. Buna göre, program hizmetlerinin, bütünüyle insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olmasını, edebe aykırı pornografik unsurlar içermemesini, şiddet eğilimini körüklemekten, ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikten uzak olmasını önerir.³⁷⁴ Program hizmetlerine yönelik olarak, gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden yayınların çocukların izleme saatlerinin dışında yayınlanmasını vurgular. Ayrıca, yayıncının haberleri doğru olarak aktarmak ve özgürce kanaat oluşumunu teşvik etmekle görevli olduğu ifade edilir. Sözleşmenin diğer maddelerinde de cevap hakkının kullanımına yönelik, Avrupa yapımları yoğunlukta programların yayınlanmasına (10. madde) yönelik, önemli olayların topluma aktarılabilmesi için gerekli hukuki düzenlemelerin yapılmasına (9.mad) yönelik düzenlemeler bulunmaktadır. Sözleşmenin III. Bölümü reklamlara ilişkin kuralları düzenlemektedir. Sözleşmenin IV. Bölümünde de sponsorluk düzenlemesi, sözleşmede değişikliklerin nasıl yapılacağı, sözleşmeye uyulmaması durumundaki uygulama, tarafların diğer uluslararası düzenlemeleri (anlaşmaları) ve iç hukuk mevzuatı karşısındaki durumunu belirten düzenlemeler bulunmaktadır. ASTS'nin birçok maddesi 3984 sayılı yasaya ve onu değiştiren 4756 sayılı yasaya aktarılmıştır. Kanun, Üst Kurul'un görev ve yetkilerini belirleyen 8. maddesinde (p) 'Bu kanun ve Avrupa sınırötesi Televizyon Sözleşmesi ilkelerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri ile ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak' ifadesi konularak bu sözleşmenin geçerliliği kabul edilmiştir. Ancak, bu aktarım yapılırken birçok yanlış da yapılmıştır.

2- Avrupa Sınırsız Televizyon Yönergesi (ASTY):

Bu belge Ekim 1989'da kabul edilmiş, ancak, yürürlüğe girmesi, kabulü izleyen iki yılın sonunda gerçekleşmiştir. Ayrıca, televizyon yayınlarının üye ülkeler

⁽³⁷⁴⁾ Bilget. "ASTS ve Uy..", s.16

arasında serbestçe dolaşıma girebilmesi için, iki yıl içinde yönergenin kurallarının üye ülkelerin iç hukuklarına aktarmaları gerekir. Bu kurallar, asgari koşulları ortaya koyar. Yönergede üye ülkelerin bunları iç hukuk düzenlemelerine geçirirken daha ayrıntılı hükümler getirebilecekleri ifade edilir. Buna örnek olarak da Fransa'nın Avrupa yapım kotası olan % 60'lık oranı (2/3' ü Fransız yapımlarına ayrılmıştır) verilebilir. Kurallara uyma konusunda denetim üye ülkelere aittir, yönerge kapsamı dışındaki ulusal yayıncılık alanındaki düzenlemelerde ülkeler bağımsızdır.³⁷⁵ Sınırsız Televizyon Yönergesi'nin ilk başlığı 'televizyon programlarının dağıtımı ve yapımının teşviki' ile ilgilidir. Bu başlık altında 'Avrupa kotası' hükmü yer alır. Buna göre yayın zamanlarının % 50'si Avrupa yapımlarına ayrılmalıdır, diğer taraftan, bu yayın sürelerinin veya program bütçelerinin %10'unun 'bağımsız yapımcılar' ın ürettiği Avrupa yapımlarına ayrılması gerektiği yer alır. Ayrıca, sinema filmleri de filmin sinemalarda gösteriminden ancak 2 yıl sonra televizyonlarda gösterilebilecektir.³⁷⁶ Yönerge'de yer alan diğer başlıklar 'reklam yayınları ve sponsorluk', 'küçüklerin korunması' ve 'cevap hakkı' ile düzenlenir.

Reklam yayınlarında reklam ve program birbirinden ayrı olması, bilinçaltına yönelik reklam teknikleri kullanılmaması, gizli reklam yayınlanmaması gibi kurallar getirilmektedir. Reklamın programlar arasında sürelere göre yayınlanabileceği hükmüne bağlanmaktadır. Bu süre kısıtlamaları şöyledir: Birbirini takip eden reklam kesintileri arasında en az 20 dk olmalıdır; bir yayın saati içinde yayınlanan reklam süresi oranı en çok % 20 (12 dk), bir gün içinde % 15 olabilir (doğrudan satış reklamları dahil bu süre en çok % 20 olabilir); 30 dakikadan kısa süre çocuk, din, belgesel, haber programları reklamlarla kesilemez; dini yayınlarda reklam kesintisi yapılamaz; spor karşılaşmaları gibi bağımsız bölümlerden oluşan programlarda reklamlar sadece bölüm aralarına girebilir; sinema ve tv filmleri 45 dakikayı aşarsa, her 45 dakika için bir reklam arası verilebilir, film iki 45 dakikadan en az 20 dakika daha uzunsa bir reklam arası daha verilebilir. Reklamlarla ilgili diğer kurallar ise, ayrımcılık yapmama, inançlara saldırmama, sigara, tütün ve reçeteli ilaç reklamı yapmama, çocukların sağlığından istifade etmeme gibi yasak koyucu niteliktedir. Ayrıca, sponsorun içeriğine karışmaması, adı ve logosunun program başı ve sonunda gösterilmesi, sigara ve tütün

⁽³⁷⁵⁾ Kejanlıoğlu, *Türkiye'de...* s.19

⁽³⁷⁶⁾ a.k, s.19

ürünleriyle ilaç üreticilerinin sponsorluk yapmaması, haberler ve haber programlarının sponsor desteği alamaması gibi kurallarda bu başlık altında getirilen kurallar arasındadır.³⁷⁷

Çocukların fiziksel ve ahlaki gelişimlerine zarar verici pornografi ve şiddet içerikli programlara yer verilmemesi, bu tür programların saat ayarlaması ve şifreleme yoluyla gösterilmesi ve yayınlarda ayrımcılık yapılmaması gibi konular 'küçüklerin korunması' başlığı altında; gerçek dışı yayınlar sonucunda ortaya çıkabilecek sorunlar karşısında yapılacak uygulamada 'cevap hakkı' başlığı altında belirlenmiştir.³⁷⁸

3- Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu (European Platform of Regulatory Authorities-EPRA):

Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu, Avrupa Medya Enstitüsü'nün (EIM) düzenleyici kurullar çalışma grubunun isteğiyle 1995 yılının Nisan ayında Malta'da kurulmuştur. Bu platform, düzenleyici kurulların bilgi alış verişi yaptıkları bir zemin olarak değerlendirilmektedir. Yapılan platformla Avrupa yayıncılık dünyasının içinde bulunduğu durum ve çizdiği yön yakından izlenir. Yayıncılık alanında ülkelerin uygulamaları ve yasal düzenlemelerle ilgili sorunları hakkında, diğer düzenleyici kurulların görüşleri alınabilmekte, böylece, sektörde önemli bir boşluk doldurulmaktadır. EPRA'nın, bir tanesi Avrupa Film ve Televizyon Forumu'yla birlikte gerçekleştirilmiştir. Ancak, reklamlar ve program destekleme gibi güncelliğini kaybetmeyen konularda çalışmalar devamlılık arz etmektedir.³⁷⁹ Bu toplantılarla, temel yayıncılık ilkelerinin ülkeler arası karşılaştırmalı analizleri yapılır.³⁸⁰

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu da EPRA'nın kurucu üyelerinden biridir. EPRA'ya üye ülkeler şunlardır: Avusturya, Belçika, Kıbrıs Rum Yönetimi, Danimarka,

(³⁷⁷) Kejanlıoğlu, Türkiye'de... , s.19

(³⁷⁸) a.k, s.19

(³⁷⁹) Ülkülü, "EPRA", s.3

Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, Makedonya, Malta, Hollanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre, Türkiye, İtalya, Letonya ve İngiltere'dir.³⁸¹

⁽³⁸⁰⁾ Pınar Ülküü. "Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu", RTÜK İletişim Dergisi, yıl:2, sayı:10, Mart-Nisan 1999. s.7

⁽³⁸¹⁾ Ülküü, "Avrup.....". s.7

II. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE YAYINCILIKTA DÜZENLEYİCİ VE DENETLEYİCİ KURUL: RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

II.1. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Statüsü

Ülkemizde radyo ve televizyon yayıncılığı alanına ilişkin özgürlük ilk kez 1993 yılında 1982 Anayasası'nın 133.maddesinde gerçekleştirilen değişiklikle tanınmıştır. Her ne kadar 1990'lı yıllardan itibaren özel radyo ve televizyon yayıncılığı, ülkemizde, meşruluk sağlamış olsa da, 1993 Anayasa değişikliği ile mevcut durum düzenlenmeye çalışılmıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığının devlet tekeline aşması ile birlikte, teknik, sosyolojik ve ekonomik nedenlerden kaynaklı kimi sınırlamalar belirlenmiştir.³⁸² Bu alandaki sınırlamanın teknik nedeni kullanılabilir frekansların nadirliğidir. Sosyolojik açıdan radyo ve televizyonun edilgen kitlelere ve geniş bir etki yeteneğine sahip olması sınırlamanın bir diğer tarafıdır. Bu etki yeteneğinin de belirli grupların elinde olması, bunun sonucunda da tekelleşmelerin doğması ve haber alma hakkının zedelenmesi gibi sonuçlar doğurmuştur. Bu da, özgürlükleri karşısında izleyici öznesinin göz ardı edilmesine yol açmıştır.³⁸³ Bu nedenle de 1994 tarihinde Radyo ve Televizyonların Kuruluşu ve Yayınları Hakkında Kanun ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur.

Bu oluşum sadece ülkemize özgü değildir, farklı ülkelerde farklı yapı ve işlevlerde bulunmaktadır. Türkiye'de RTÜK şeklinde yapılanan bu kurulun bir diğer kimliği de bağımsız idari otoritelerden/ düzenleyici kurullardan biri olmasında belirmektedir. Bağımsız idari otoriteler Fransız idare hukukunun yeni kavram ve kurumlarından birisidir. Fransa'daki kavramın karşılığı olan bağımsız idari otoriteler

⁽³⁸²⁾ Atilla Nalbant, "Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Görsel- İşitsel İletişim Özgürlüğü", Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım Yayınları, 1998, s.109

kavramı daha çok kitaplarda yer almakta, mahkemelerde ve yasalarda kullanılmamaktadır. Ayrıca, düzenleyici üst kurullar şeklinde kullanılan bir nitelendirme de vardır.³⁸⁴ Bu bağlamda belirli bir alana ve faaliyete ilişkin olarak, oyunun kurallarının belirlenmesi ve denetlenmesi işlevleri; yani düzenleme ve denetleme işlemleri bu kurumlara verilmektedir.³⁸⁵

Bu kavram, özellikle, kara Avrupası ülkelerinde, idarenin Anayasal konumundan kaynaklanan nedenlerden dolayı tartışılır. Ayrıca, bağımsız idari otorite kavramı ile isimlendirilen kurulların tümü aynı niteliklere sahip değildir. İki ana gruptan birincisi, kamusal yaşamın duyarlı sektörleri denilen alanlarda düzenleme ve denetleme işlevini yerine getirir. Örnekleri de RTÜK, SPK ve Rekabet Kurulu gibidir. İkincisi de önceleri kamusal tekel biçiminde yürütülen kamu hizmetlerinin rekabete açılıp, özel girişimin de bu alanlara girişi sağlanıp, kamusal işleticilerle özel işleticilerin birlikte faaliyette buldukları bu alanları düzenleme işlevini yerine getirmektedir.³⁸⁶

Yeni olarak nitelendirilen düzenleyici kurulların 115 yıllık geçmişi göz önüne alındığında yanlış bir nitelendirme yapıldığı ortaya çıkmaktadır.³⁸⁷ Yeni olan, küreselleşme süreci ile birlikte, liberalizmin tek egemen ekonomik doktrin haline gelmesinin bir sonucu olarak, bu örgütlenme modelinin okyanusu aşması ve buradan Avrupa kıtasına doğru yaygınlaşmasıdır.³⁸⁸ 1980'li 1990'lı yıllar, özelleştirme uygulamalarına koşut olarak bu kurumların Avrupa ülkelerinde yaygınlaşması ile nitelendirilir.³⁸⁹ Düzenleyici kurumların/kurulların, Türkiye'de ortaya çıkışları ise, kalkınma politikalarındaki temel

⁽³⁸³⁾ Nalbant, a.g.e, s.109

⁽³⁸⁴⁾ Turgut Tan, Mersin Üniversitesi Bahar Dönemi Konferans Notları, 2002

⁽³⁸⁵⁾ Tan, Konferans Notları,

⁽³⁸⁶⁾ Turgut Tan, "Bağımsız İdari Otoriteler", Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, s.4 Ankara, Ocak, 2000

⁽³⁸⁷⁾ Seriy Sezen, Türk Kamu Yönetiminde Kurullar: Geleneksel Yapılanmadan Kopuş TODAİE.Yayın no:316, Ankara, 2003, s.112

⁽³⁸⁸⁾ Sezen, a.g.e, s.112

⁽³⁸⁹⁾ a.k, s.112

dönüşümlerin başlatıldığı 1980'li yılların ilk yarısıdır. 24 Ocak kararları ile başlatılan bu dönüşümün ivme kazanması ile beraber düzenleyici kurumların gelişme seyri de hızlanmıştır.³⁹⁰ “Daha az devlet daha çok piyasa” ilkesine dayanan ve giderek derinleşen liberalleşme politikalarının devlet örgütlenmesindeki en önemli izdüşümleri olarak düzenleyici kurumlar görülmektedir. “Bu politikalardaki, ülke ekonomisinin giderek daha fazla uluslararası finans kuruluşlarına bağımlılığı ile nitelenebilecek derinleşme, düzenleyici kurumların niceliksel ve niteliksel gelişimini doğrudan belirler hale gelmiştir”.³⁹¹ Türkiye, bir yandan Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin yarattığı baskı, diğer yandan IMF ve Dünya Bankası ile yalnızca ekonomik olmayıp, aynı zamanda kamu yönetiminin işlev ve kurumları ile köklü bir dönüşümü öngören yükümlülükler doğuran ilişkilerin yarattığı baskı arasında kalmıştır. Bu baskılar altında Türkiye kendisini bir “düzenleyici kurullar/ kurumlar” hareketi içinde bulmuştur.³⁹²

Düzenleyici kurullar ile küreselleşme arasındaki bağ ise, küreselleşme politikalarının devlete bakış açısı ile değerlendirilir. Bu bakış açısının iki ana görünümü vardır. Birincisi, 1945 sonrasında biçimlenen sorumlu ve müdahaleci devlet anlayışının terk edilerek, “üretici”, “müdahaleci” devletten hakem devlete geçilmesi, ekonominin pazar güçlerine bırakılması ve devletin serbest piyasa ekonomisinin tüm kurum ve kurulları ile işlemesi için gerekli önlemleri almasıdır.³⁹³ İkinci olarak da, devletin elinde kalan gücü ve yetkiyi kullanma biçiminin değişmesi ve devletin bizatihi kendisinin bir işletme gibi ele alınarak işletmecisi bir anlayışla yönetilmesidir. Küreselleşme politikaları ile birlikte iki kavram bu değişimi açıklar nitelikte görünmektedir. Bunlardan ilki, kamusal yarar ve uygulama süreçlerine hükümet dışı aktörlerin katılımını öngören, “governance”

³⁹⁰) a.k, s.118

³⁹¹) a.k, s.118

³⁹²) a.k, s.118

³⁹³) a.k, s.113

kavramıdır.³⁹⁴ İkincisi de kamu yönetimi ile işletme yönetimini özdeşleştiren “yeni kamu yönetimi” (New Public Management- NPM) dir.³⁹⁵ Bu kavramlar, özelleştirmenin kamunun farklı alanlarına uzanmasını yansıtmaktadır. Kamu mülkiyetini özel mülkiyete dönüştüren bir işlem olarak ekonomik içeriği ön planda görünen özelleştirme de, giderek kamunun yönetsel süreçlerindeki dönüşümü belirler hale gelmiştir.³⁹⁶ Bu yeni yönetim anlayışında, düzenleyici kurullar da devlete biçilen yeni rolün, serbest piyasa ekonomisinin kurallarına dayalı olarak işler kılınmasının kurumsal araçlarıdır.³⁹⁷

Diğer taraftan Türk Kamu yönetiminin örgüt yapısına bakıldığında merkezi idare, mahalli idareler ve kamu kurumları vardır. Kamu kurumları hizmet yerinden yönetim kuruluşlarıdır. Kamu hizmeti gören, kamu tüzel kişiliği bulunan kuruluşlardır. Dolayısıyla, bağımsız idari otoritelerin işlevleri ve yasadaki düzenlemeleri incelendiğinde, kamu hizmeti görmek üzere kurulmuş kurumlar olmadığı görülür.³⁹⁸ Bağımsız idari otoriteler, kullanılan yetkiler ve yapılan işler dikkate alındığında, idari hukukunda genellikle hukuki rejim bakımından yapılan ayırım sonucu ‘kolluk yetkisi’ içine girer.³⁹⁹ Yani, bu kurumlar, idari kolluk ve özel kolluk yetkilerini kullanırlar, bu açıdan, bunları klasik kamu kurumlarıyla eş tutmak da mümkün değildir. Hatta, bağımsız idari otoriteler niteliğini kabul etmeyen bazı taraflar bile bu işin kamu hizmeti değil, özel kolluk faaliyeti olduğunu kabul eder.⁴⁰⁰ Buna karşın, Türkiye’de bağımsız idari otoritelerden bahsetmenin “fantezist” bir girişim olduğu da söylenebilir. Bunun nedeni de Türk devlet yapısının katı merkezîyetçi bir bütünlük oluşturması ve Türkiye’nin siyasi sistemi içinde bağımsız bir

⁽³⁹⁴⁾ a.k,s.113 (Bu kavramın -governance/ yönetim- Türkçe karşılığı üzerinde herhangi bir fikir birliğine varılamadığı farklı kaynaklardan gözlenmektedir.)

⁽³⁹⁵⁾ a.k, s.113

⁽³⁹⁶⁾ a.k, s.113

⁽³⁹⁷⁾ a.k, s.113

⁽³⁹⁸⁾ Tan, “Bağımsız...”, s.14

⁽³⁹⁹⁾ Tan, “Bağı...”, s.16.

⁽⁴⁰⁰⁾ a.k. s.15.

idari birimin yer almasının doğal ve olası bir durum olmamasından kaynaklanır.⁴⁰¹ Ancak, bu kuruluşların bağımsız yapılanmaları ve özel yetkilerle donatılmaları göz önünde tutulduğunda organik ve fonksiyonel yönlerden gerçek bir otorite olarak ortaya çıkmakta ve merkezi genel idari içinde ayrı bir konumda bulunmaktadır. Yani, ne hiyerarşik yetki ne de idari vesayet denetimi vardır. “Bunların karar ve fiilleri doğrudan doğruya ‘icrai’ niteliğe ve kuvvete sahip olup, sadece yargısal denetime tabidir.”⁴⁰²

Diğer taraftan, bağımsız idari otoritelerin var oluş sebebi şu şekilde açıklanmaktadır: “yasa koyucunun kendini yurttaşlara tarafsızlık garantileri vermek veya haklarının, özel bir korunmasını sağlamak zorunda saydığı sosyal hayatın bazı duyarlı alanlarında karar yetkisini politik otoritenin elinden almaktır.”⁴⁰³ Dolayısıyla, bu otoriteler belirlenen özel alanlarda ‘düzenleme ve hakemlik’ fonksiyonları yerine getirmektedir. Onları tanzim eden kanun da, üyelerinin belirlenme şekliyle, işleyiş biçimleriyle, çok geniş bir özerklik ve hatta gerçek bir bağımsızlık organize etmektedir.⁴⁰⁴ Yani bu kurumlar duyarlı sektörlerde, idare edilenleri “keyfilikten” koruyacak, objektiflik ve yansızlık güvencesidir.⁴⁰⁵ Diğer bir deyişle, bağımsız idari otoritelerin işlevleri, önce bireyi idareye, daha genel olarak yurttaş özgürlüklerini devlet karşısında veya yetkilerini kötüye kullanabilecek güç merkezleri karşısında korumak olup; daha sonra çok hantal bir bürokrasinin kaçınılmaz işleyiş bozukluklarını önlemektir. Bunların misyonu, yeni teknolojilerin ve mali enstrümanların, kimi hak ve özgürlükleri, belli sosyal alanları ve ekonomik düzeni tehdit ve ihlallerine karşı “kollamak ve korumak”tır.⁴⁰⁶

⁽⁴⁰¹⁾ Lütfi Duran, “Türkiye’ de Bağımsız İdari Otoriteler”, Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım Yayınları, 1998, s.24.

⁽⁴⁰²⁾ Duran, a.g.c. s.25.

⁽⁴⁰³⁾ They Jear Froncois, “Bağımsız İdari Otoritelerin Yargısal Denetimi”, çev: Mahmut Göçer, Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım Yayınları, 1998, s.163 .

⁽⁴⁰⁴⁾ They, a.g.k. s.163.

⁽⁴⁰⁵⁾ Turgut Tan, “Bağımsız idari otorite Olarak SPK”, s.4.

⁽⁴⁰⁶⁾ Helene Pauleit, “ Bağımsız İdari Otoritelerin Yaptırım Yetkisi”, çev: Mahmut Göçer, Bağımsız İdari Otoriteler, Alkım Yayınları,1998, s.6.

Bu otoritelere karşı duyulan büyük ilginin sebepleri çok karmaşık ve çeşitlidir. ABD bağımsız idari otorite olarak sayılabilecek bir organizmayı ilk yaratan ülkedir. Bugün, ABD’de çeşitli alanlarda elliden fazla bağımsız idari otorite bulunur.⁴⁰⁷ Bu otoriteler Anayasa tarafından öngörülmemiş, özel bir yasa ile kurulmuştur.⁴⁰⁸ Ancak, bağımsız idari otorite kavramı bu kuruluşların yer aldığı ülkelere göre değişmektedir. Aynı zamanda, bağımsız idari otorite kavramının yer aldığı alan içinde tek bir modelden söz edilememektedir.⁴⁰⁹

Daha öncede belirtildiği gibi, bağımsız idari otorite deyimi, Türkiye’de ne yasal ve yönetsel düzenlemelerde, ne yargı kararlarında, ne de öğretilerde kullanılmamıştır. Dolayısıyla, Kıta Avrupası ile aynı Anayasal temellerde bir idari rejim benimsense de, henüz bağımsız idari otorite bağlamında bir kurumsallaşma olmamıştır.⁴¹⁰

Ülkemizde de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu da dahil olmak üzere kurulların hiçbirinin, bağımsız idari otorite kıstasına uymadığı görülür. Bu kıstasların en başında ülkemizdeki bağımsız idari otorite olarak nitelendirilen kurulların, tüzel kişiliğe sahip olmaları gelmektedir.⁴¹¹ Bu durumu Türk kamu yönetimi yapısı içinde bir kere daha irdelemek gerekir ise, Türk hukuku açısından idari teşkilatlanmanın Anayasal temellerine bakmak gerekmektedir. Türk hukuku açısından idari teşkilatlanmanın temelleri Anayasa’da, merkezi idare ve yer bakımından yerinden yönetimler ile hizmet bakımından yerinden yönetim kuruluşları şeklindedir. İdaredeki çeşitlenme de, idarenin bütünlüğü ilkesiyle birleştirilmektedir. Anayasamızın 123.maddesinin ilk fıkrası, “idare, kuruluş ve görevleriyle bir bütündür” demekte, görevleriyle idare teşkilatındaki tüm birimlerin, idare

⁽⁴⁰⁷⁾ İbrahim Kaboğlu, *Değerlendirme, Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, Alkım Yayınları, s.193.

⁽⁴⁰⁸⁾ Kaboğlu, a.g.k, s.193.

⁽⁴⁰⁹⁾ E.Ethem Atay, *Fransız İdari Hukukunda Bağımsız İdari Otoriteler (BİO’lar): Rekabet Konseyi*, Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları, Mart 2000, s.51.

⁽⁴¹⁰⁾ İ. Kaboğlu, a.g.k, s.194

⁽⁴¹¹⁾ Atay, E.Ethem, a.g.k, s.94

işlevine giren faaliyetlerin bir parçası olması ve kamu yararını gerçekleştirmek amacına yönelik faaliyette bulunmasına vurgu yapmaktadır.⁴¹² Kuruluşuyla bir bütün olması da, idarenin kuruluşunun kaynağını ve kuvvetini tek Anayasa'dan alması anlamına gelmekte ve bu bütünlük ilkesi iki temel denetim sistemiyle gerçekleştirilmektedir. Bu denetim sistemleri de idare teşkilatında yer alan makam ve görevlilerin aşağıdan yukarıya doğru birbirine derece derece bağlanarak tepedeki yetkili ya da yetkililere bağlı olmayı ifade eden hiyerarşi ile merkezi idarenin, yerinden yönetim idarelerinin işlemlerini denetlemek ve bu kararları bozabilmek yetkisini ifade eden idari vesayet anlamına gelmektedir.⁴¹³ “Bunun dışında ortaya çıkacak olan bir örgütlenme modeli bu anlamda Anayasa’da belirtilmiş olan, Türkiye’nin idari teşkilatlanmasına ilişkin temel prensiplere aykırı düşecektir.”⁴¹⁴ Bunun için de yasa koyucu RTÜK ve benzeri kurumları tüzel kişiliğe sahip olarak tanımlamaktadır. Bu da bağımsız idari otorite kıstasına uymamaktadır. Ancak, kurulların, oluşumları açısından bir benzerlik taşıdığı da kabul edilmektedir. Dolayısıyla, kurulların, Türk kamu yönetimi yapısındaki yeri tam olarak belirlenememektedir. Bundan dolayı da Anayasa’da eğer bağımsız idari otorite olarak bu kurulların gelişmesi düşünülürse yasa koyucunun bir değişiklik yapması gerekmektedir.⁴¹⁵ Bu da birçok sorunun ve tartışmanın oluşacağını göstermektedir.

II.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Örgütlenmesi

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı yeni kanun 21 Mayıs 2002 günü Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 4756 sayılı kanunun 5.maddesine göre Radyo ve

⁽⁴¹²⁾ Turan Yıldırım, Türkiye’ nin İdari Teşkilatı, Alkım Yayınları, İstanbul, 1999, s.13

⁽⁴¹³⁾ Yıldırım, a.g.k, s.13-16

⁽⁴¹⁴⁾ Atay, a.g.k, s.94

⁽⁴¹⁵⁾ a.k, s.95

Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluşu şu şekilde açıklanmaktadır: "Radyo ve televizyon faaliyetlerinin düzenlemek amacıyla, özerk ve tarafsız bir kamu tüzelkişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur."⁴¹⁶ Radyo ve Televizyon Üst Kurul'u kurulmadan önce, yayıncılık alanında 1984'ten 1994 yılına değin TRT'nin yayın tekeli olmasına rağmen yayınların genel anlamda değerlendirilmesi ve yönlendirilmesi için Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu oluşturulmuştur. RTYK, 1982 Anayasa'sının 133.maddesine dayanılarak çıkarılan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası'nın 6.maddesi ile kurulmuştur. Ancak, yayıncılık alanında yaşanan gelişmeler ve değişimle birlikte yeni düzenlemelere gidilmesi gerektiği düşünülmüş, 1994 yılında RTÜK'ün göreve başlaması ile RTYK'nın işlevine son verilmiştir.

II.2.1.Üst Kurul Üyeleri

Üst Kurul'un seçimi ve görev süresi 4756 sayılı Kanun'un 6.maddesinde belirtilmiştir. Buna göre Üst Kurul, en az dört yıllık yüksek öğrenim 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;

a- Siyasi parti gruplarınca, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı oluşum formülüne göre belirlenecek kontenjan doğrultusunda gösterilecek ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu tarafından seçilecek beş,⁴¹⁷

⁴¹⁶) www.rtuk.org.tr 07/10/2002

⁴¹⁷) 3984 sayılı yasayı değiştiren 4756 sayılı yasanın 6.maddesinin (a) bendinden dolayı, Cumhurbaşkanı A.Necdet Sezer, Anayasaya aykırılık ve uygulanması durumunda giderilmesi olanaksız zararlar doğuracağı gerekçesiyle Anayasa Mahkemesine başvurmuş. bunun sonucunda, bu maddenin Anayasa Mahkemesinin 12/6/2002 tarih ve E.2002/97, K.2002/9 sayılı kararı ile yürürlüğü durdurulmuştur.

b- Yükseköğretim Kurumu Genel Kurulunun, Kurul üyesi olmayan elektrik-elektronik, iletişim, kültür- sanat ve basın-yayın dallarından göstereceği dört aday arasından Bakanlar Kurulu tarafından seçilecek iki,

c- En çok sarı basın kartı sahibi üyesi bulunan iki gazeteciler cemiyeti ile Basın Konseyinin ortaklaşa göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulu tarafından seçilecek bir,

d- Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği'nin kamu görevlileri arasından göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulu tarafından seçilecek bir,

Kişiden olmak üzere dokuz üyeden oluşur.

Üst Kurul'un üyelerinin seçimine ilişkin Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu kararı ile Bakanlar Kurulu kararı Resmi Gazete'de yayımlanır.

Üst Kurul üyelerinin görev süresi dört yıldır. Üyelerinin görev süresinin bitiminden iki ay önce kurum ve kuruluşlar veya partiler yeni seçimlerini yaparak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na veya Bakanlar Kurulu'na bildirir. Herhangi bir sebeple boşalma olması halinde o kişinin seçildiği usule göre kurum ve kuruluş veya partiler tarafından adaylar bir ay içinde teklif edilerek, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu tarafından veya Bakanlar Kurulu tarafından seçim işlemi yapılır. Bu şekilde seçilen kişi, yerine seçildiği kişinin görev süresini tamamlar. Üyenin altmış beş yaşını doldurması halinde üyeliği son bulur.⁴¹⁸

Ayrıca yasanın 7.maddesinde "Kurul Başkan ve Başkan Vekili" başlığı altında başkan ve yardımcısına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre; Üst Kurul üyeleri, seçim sonuçlarının Resmi Gazete'de yayımlandığı tarihten itibaren on beş gün içinde toplanarak kendi aralarından bir başkan ve bir başkan vekili seçer. Başkanlık süresi iki yıldır. İki yıl sonunda veya herhangi bir şekilde yenilenme sırasında başkan veya vekilinin

üyeliği sona ererse, üyeler on beş gün içinde toplanarak yeni başkan veya vekili için seçim yapar.

Üst Kurul, başkan tarafından, başkanın bulunmadığı hallerde, başkan vekili tarafından yönetilmekte ve temsil edilmektedir.

Başkan, Üst Kurul ile hizmet birimlerinin uyumlu, verimli, disiplinli ve düzenli bir biçimde çalışmasını ve Üst Kurul'un görevlerini yerine getirmesini sağlamakla görevlidir.

Başkan veya yokluğunda vekili, karara bağlanacak gündemi toplantıdan önce belirleyerek Üst Kurul üyelerine bildirir. Üst Kurul, gündemine hakimdir.

Üst Kurul üyelerinin, teminat ve mali hakları ise yasanın 10.maddesinde belirlenmiştir. Buna göre, Üst Kurul üyelerine görevleri süresince, 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu ile ek ve değişikliklerine göre en yüksek devlet memurunun almakta olduğu aylık (ek gösterge dahil), sosyal yardımlar ile zam ve tazminatlar ödenir.

Kamu görevlileri, seçtikleri görev süresince kurumlarından ücretsiz izinli sayılırlar. Ancak, bu görevde geçecek süre, mesleklerinde geçmiş ve mümtazen terfi etmiş sayılırlar.

Üst Kurul üyeliğine seçilenlerin, seçilmeden önce tabi oldukları sosyal güvenlik kuruluşları ile ilişkileri devam eder. Herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşu ile ilgisi olmayanlar, istekleri halinde Sosyal Sigortalar Kurumu ile ilişkilendirilir. Emekli olanların ise emekli aylıklarının ödenmesine devam olunur.

Bununla birlikte, Üst Kurul üyeleri, seçtikleri görev süresince, Kurul'daki görevlerinden ve seçilerek geldikleri görevlerinden alınamazlar.

Üst Kurul üyeleri Türk Ceza Kanunu uygulaması bakımından devlet memuru sayılırlar.

Diğer taraftan, Üst Kurul üyeleri, her yıl Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na mal bildiriminde bulunurlar.

II.2.2 Üst Kurul'un Görevleri ve Yetkileri

Üst Kurul'un görev ve yetkileri şu şekilde belirlenmiştir⁴¹⁹.

a- Önşartları yerine getirmiş müracaatçı kuruluşlara, tarafsızlık ve hakkaniyet ölçüleri dahilinde yayın izni ve lisans vermek, 16.maddeye uygun olarak ulusal, bölgesel ve yerel planlamalardaki kanal ve frekans bandlarının Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu eliyle kullanılan kanal ve frekans bandları dışında kalanların en az %50'sinin zaman paylaşımli ve bölgesel dengelere uygun biçimde kullanımını gözeterek kanal ve frekans bandları tahsis etmek,

b- Radyo ve televizyon kuruluşlarına, ulusal, bölgesel ve yerel yayınları için ulusal kanal ve frekans bandı planlamalarına uygun olarak tahsis edilen yayın alanlarını kapsayacak verici tesisleri kurma ve işletme iznini 5.4.1983 tarihli ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine uygun olarak vermek ve tesisin bu kanun hükümlerine ve tesis şartlarına uygunluğunu denetlemek,

c- Bu kanun hükümlerine uygun olarak radyo ve televizyon kuruluşlarının ulusal ve yerel yayınlarına imkan verecek, ulusal kanal ve frekans bandı planında öngörülen radyo ve televizyon vericileri ile sabit veya hareketli yayın yerleri arasında mevcut telekomünikasyon şebekesi yanında, uydu aracı ile bağlantı kurabilmeleri amacıyla ve öngörülen amaçlar için kullanılması kaydıyla uç linkleri kurabilmesi için 5.4.1983 tarihli ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine uygun şekilde telekomünikasyon tesisleri

⁽⁴¹⁹⁾ 3984 Sayılı Yasa ve onu değiştiren 4756 Sayılı Yasa'nın 7.maddesinde belirtilmektedir.

kurma ve işletme izni vermek ve tesislerin bu kanunda öngörülen izin esaslarına uygun olarak işletilmesini denetlemek,

d- Zaman paylaşımli program kanallarının tahsisinde bölgesel dengeleri gözeterek, kuruluşları ülkenin değişik bölgelerinde yayın yapmaya teşvik etmek,

e- Yurt içinden yayın yapacak kamu ve özel radyo- televizyon kuruluşlarının yayın izni ve lisans talebinde bulunabilmek için yerine getirmeleri gerekli önşartları ve standartları Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi İlkeleri göz önünde bulundurularak tespit etmek ve kamuoyuna duyurmak,

f- Kanal ve frekans bandı tahsisinde gerekli şartları ve tahsis hakkı alanların yayına geçme süresini ve radyo ve televizyon istasyonu kuranların ödeyecekleri yayın izni ve lisans ücretlerini ilgili yönetmeliklerle belirlemek,

g- Radyo ve televizyon yayınlarını izleme sistemleri kurarak, yayınların 4.maddeye ve bu alanda Türkiye'nin taraf olduğu milletlerarası antlaşmalara uygunluğu açılardan denetlenmesini yapmak,

h- Yayın kuruluşlarının, bu kanun hükümlerine aykırı yayın yapması ve tahsis şartlarına uymaması halinde, gerekli müeyyideleri uygulamaya karar vermek,

i- Yurt içinde, yayınların ulaşamadığı yerlerde, yerel imkanlarla radyo ve televizyon vericisi kurulmasına izin vermek,

j- Uydu aracılığı ile yurt içinden veya yurt içine yapılacak yayınların ulusal ve uluslararası ilke ve esaslara uygunluğunu gözetmek, bu amaçla diğer ülkelerdeki yetkili kuruluşlarla işbirliği yapmak,

k- Şifreli yayınlarla kablolu radyo ve televizyon tesis ve yayınları ile ilgili kuralları bu kanundaki ilkeler çerçevesinde ve Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi Genel

Müdürlüğü'nün kablolu radyo ve televizyon tesislerini atıl bırakmamayı gözeterek belirlemek,

l- Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyunda doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izleme ve gerekli yönlendirmelerde bulunmak amacıyla gerekli kamuoyu araştırmalarını yapmak ve yaptırmak,

m-Telsiz Genel Müdürlüğü'nün görevleri saklı kalmak kaydıyla, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili olan milletlerarası hukuk tüzelkişiliğine sahip kuruluşlar nezdinde devleti, Dışişleri Bakanlığı'nın görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, temsil etmek, radyo ve televizyon kuruluşlarının doğrudan üyesi buldukları hariç olmak üzere, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında faaliyet gösterip milletlerarası hukuk tüzelkişiliğine sahip olmayan uluslararası kuruluşlarda temsil görevini yerine getirmek ve bu bent gereğince belirlenen belgelere usulüne göre imza koymak,

n- Radyo ve televizyon konusunda ilgili kurum ve kuruluşlarda periyodik istişarelerde bulunarak, kamuoyu eğilimlerini değerlendirmek,

o- Bu kanun ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkelerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri ile ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak.

II.2.3.Üst Kurul'un Teşkilat Yapısı

Üst Kurul'un teşkilat yapısı 3984 sayılı yasada "Üst Kurul Personeli" başlığı altında düzenlenmişken, 15/05/2002 tarihli 4756 sayılı yasanın 15.maddesinde "Üst Kurulun Teşkilatı ve Personeli" başlığı altında değiştirilerek, düzenlenmiştir. Buna göre, Üst Kurul yardımcı hizmetlerinin yürütülmesinde Başkan'a yardımcı olmak amacıyla bir Genel Sekreter atanır. Genel Sekreter'in en az dört yıllık yükseköğretim mezunu, otuz

yaşını doldurmuş, devlet memuriyetinde veya ihtisas dalında on yıllık mesleki tecrübeye ve devlet memuriyeti için aranan koşullara sahip olması şarttır.

Ana hizmet birimleri, Üst Kurul Başkanı'na bağlı, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Savunma Sekreterliği, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığından meydana gelmektedir.

Yardımcı hizmet birimleri, Genel Sekretere bağlı, Personel Dairesi Başkanlığı, Eğitim Dairesi Başkanlığı, idari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı ve Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığıdır.

Daire başkanlıkları, yeteri kadar uzman bulundurmaktadır ve uzmanlık esasına göre çalışmaktadır. Bunun dışında alt birimler kurulamamaktadır.

Daire başkanları ile daha üst düzeydeki görevliler, Kurul Başkanı'nın önerisi ve Üst Kurul'un kararı ile atanmaktadır.

Üst Kurul personelinin özlük hakları, çalışma usul ve esasları ile personelle ilgili diğer hususlar Türkiye Radyo- Televizyon Kurumu personel rejimine tabidir.

Üst Kurul'un çalışma usul ve esasları ile teşkilatı ve atama usulleri, bu Kanuna uygun olarak Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenmektedir.

II.2.3.1.Ana Hizmet Birimleri

3984 sayılı yasada ve onun bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı yasada, Üst Kurul'un ana hizmet birimleri, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Savunma Sekreterliği, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı olarak düzenlenmiştir.

II.2.3.1.1. Hukuk Müşavirliği

Hukuk Müşavirliği'nin görevleri şunlardır:

- a) Üst Kurul Başkanı'nın talimatı üzerine, Üst Kurul ve teşkilatının görevlerine ilişkin hususlarla ilgili olarak hukuki görüş bildirmek,
- b) Üst Kurul'un görev alanına giren hususlarda mevzuatı derlemek ve değerlendirmek, mevzuat değişikliklerini takip ederek zamanında Üst Kurul Başkan ve Üyeleri ile ilgili hizmet birimlerini bilgilendirmek ve mevzuat değişikliği konularında önerilerde bulunmak, telif hakları ile ilgili gerekli çalışmaları yapmak,
- c) Üst Kurul'un görevlerini yapmasına yardımcı ve yararlı hukuki incelemelerde bulunarak, Üst Kurul'u bilgilendirmek, gerektiğinde komisyon çalışmalarına katılmak,
- d) Üst Kurul Başkanı ile Üyeleri'nin gerekli gördüğü konularda hukuki mütalaa bildirmek,
- e) Başkanlık Makamı'nın tensibi ile birimlerin görev alanlarıyla ilgili hukuki, mali, cezai sonuçlar doğuracak işlemler hakkında, ilgili birimin görüşü, mevcut bilgi ve belgeler ile birlikte intikal eden konularda hukuki görüş bildirmek,
- f) Üst Kurul'un görevleri ile ilgili hususlarda üçüncü şahıslar arasında vuku bulacak hukuki nitelikteki işlemlerle, gerektiğinde kanuni yollara başvurulmasına ilişkin işlemleri yürütmek ve Kurul aleyhine açılacak davalarda Üst Kurul ve teşkilatını temsil etmek,
- g) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.2 Teftiş Kurulu Başkanlığı

Teftiş Kurulu Başkanlığının görevleri şunlardır:

- a) Üst Kurul teşkilatının periyodik olağan teftişini, hazırlanan ve Üst Kurul Başkanı tarafından onaylanan programa göre yapmak,
- b) Periyodik ve olağan teftiş programı dışında, Üst Kurul Başkanı'nın emri üzerine veya teftiş sırasında müfettişler tarafından gösterilecek lüzumuna göre belli bir ünitenin bütün hizmet, işlem ve çalışmalarını veya belli konulardaki teftişini yapmak,
- c) Üst Kurul Başkanı tarafından incelenmesi veya soruşturulması istenen konular üzerinde inceleme ve soruşturma yapmak,
- d) Yıl içinde yapılan teftiş, soruşturma ve incelemelerin sonuçlarını ve alınması gereken tedbirlerle ilgili görüşlerini genel bir raporla Üst Kurul Başkanı'na bildirmek,
- e) Kendi özel yönetmeliğinde belirtilen görevler ile kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.3. Savunma Sekreterliği

Savunma Sekreterliği, özel kanununda ve diğer kanunlarda gösterilen görevleri yerine getirir.

II.2.3.1.4. İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı

İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

- a) İzleme sistemleri aracılığıyla radyo ve televizyon yayınlarını 3984 sayılı Kanun'un değişik 4.maddesinde öngörülen yayın ilkeleri ve 3984 sayılı Kanun'a göre çıkarılan yönetmelikler ile diğer ilgili mevzuata, bu alanda Türkiye'nin taraf olduğu

uluslararası antlaşmalara uygunluk açılarından izlemek, değerlendirmek ve sonuçlarını düzenli olarak Üst Kurul'a sunmak,

b) Yayın kuruluşlarının 3984 sayılı Kanun ve bu Kanun'u değiştiren 4756 sayılı Kanun hükümlerine aykırı yayın yapması halinde, kanuni müeyyidelerin uygulanması hususunu Üst Kurul'a teklif etmek,

c) Uydu aracılığı ile yurt içinden ve yurt içine yapılacak yayınların ulusal ve uluslararası ilke ve esaslara uygunluğunu gözetmek ve bu amaçla diğer ülkelerdeki yetkili kuruluşlarla işbirliği yapılması gerekli hususları tespit ederek Üst Kurul'a teklif etmek,

d) Seçim dönemlerinde siyasi partilerin yayınlarını, Yüksek Seçim Kurulu Kararları doğrultusunda izleyerek, değerlendirmek ve önerilerini Üst Kurul'a sunmak,

e) Alo RTÜK 178 Hattı vasıtasıyla dinleyici/izleyici şikayetlerini tespit etmek ve bu şikayetleri yayın ilkeleri açısından tetkik edip değerlendirerek sonuçlarını Üst Kurul'a sunmak,

f) 3984 sayılı Kanun ve değişiklikleri çerçevesinde Üst Kurul tarafından öngörülen yükümlülükleri ihlal ettiği, yayın ilke ve esaslarına aykırı yayın yaptığı tespit edilen özel radyo ve televizyon kuruluşlarının uyarılması, ihlalin ağırlığına göre yayın izninin geçici olarak durdurulması, yayın izninin iptali veya kanunda öngörülen diğer yaptırımların uygulanması hususlarında Üst Kurul'a teklifte bulunmak,

g) Adli mercilerin, diğer kurum ve kuruluşların ve kişilerin isteyeceği radyo ve televizyon yayınlarına ait programların kopyalarını yapmak,

h) İçişleri Bakanlığı ile Üst Kurul arasındaki işbirliği protokolünü Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığı ile birlikte koordine etmek,

i) İçişleri Bakanlığı ile yapılan protokol gereğince izleme birimlerince tespit edilen ve Üst Kurul'a gönderilen ses ve görüntü bandlarınının 3984 sayılı Kanun'un değişik

4.maddesindeki yayın ilkeleri yönünden değerlendirmesini yapmak ve gerekli önerileri Üst Kurul'a sunmak,

j) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.5. Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı

Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

a) Radyo, televizyon ve veri yayınlarında uyulması gereken mevzuat çerçevesinde yayın araştırmaları ve ölçme işlemlerini yapmak, yayın araştırmasına yönelik ölçümün gerçekleştirilmesini teminen gerekli bilgisayar sistemlerini planlamak,

b) Radyo, televizyon ve veri yayınları ile ilgili olarak kamuoyundan doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izlemek ve gerekli stratejileri tespit etmek amacıyla teknolojik sistemden yararlanarak, kamuoyundan gelecek şikayet, takdir ve öneriler ile kamuoyuna duyurulacak bilgilerin iletilmesini teminen gerekli sistemleri planlamak ve işletmek,

c) Radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki gelişmeleri izlemek, bu konuda araştırma yapmak veya yaptırmak, radyo ve televizyon konusunda ilgili kurum ve kuruluşlarla düzenli aralıklarla istişarelerde bulunarak, kamuoyu eğilimlerini değerlendirmek, sonuçlarını ve önerilerini Üst Kurul'a sunmak,

d) Bilgi iletişim telefonları yoluyla yapılacak anket ve kamuoyu yoklamalarının hazırlık aşamasından sonuçların ilanına kadar noter nezaretinde

gerçekleşmesinin sağlanması amacıyla Üst Kurul tarafından belirlenecek esasların uygunluğunu takip etmek,

e) Üst Kurul'un, radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili ihtiyaç duyacağı konularda araştırma yapmak, projelendirmek, gerektiğinde ihtisas komisyonları oluşturulmasını önererek, komisyon çalışmalarından elde edilen sonuçları Üst Kurul'a sunmak,

f) Radyo ve televizyonlar ile yayın sektörü ve ortamı ile ilgili her türlü bilgileri içeren veri tabanı oluşturmak, yazılı-görsel-işitsel belge ve dokümanı sistematik bir şekilde muhafaza edip arşivleyerek, Üst Kurul'un kullanımına sunmak, Kurul'un bilgi işlem hizmetlerini yürütmek, internet ortamındaki web sayfası yayımını ve güncelleşmesini sağlamak,

g) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.6. İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı

İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

a) Önşartları yerine getirmiş müracaatçı kuruluşlara lisans ve yayın izni verilmesine ilişkin işlemleri tekemmül ettirerek Üst Kurul'a teklif etmek,

b) Frekans planlarındaki kanal ve frekansların en az dörtte birini Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'na, Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Meteoroloji Radyosu ve Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Polis Radyosu'na ulusal, bölgesel ve yerel, radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekansların ve kanalların ücretsiz olarak tahsis edilmesini teminen gerekli düzenlemeyi yaparak Üst Kurul'a teklif etmek,

c) Kalan kanal ve frekansların talep edilmesi halinde en az % 50'sinin zaman paylaşımı ve bölgesel dengelere uygun biçimde kullanımını gözeterek kanal ve frekans bandlarının tahsis edilmesine ilişkin işlemleri ilgili yönetmelik hükümlerine uygun olarak tekemmül ettirerek Üst Kurul'a teklif etmek,

d) Özel radyo ve televizyon kuruluşlarının 3984 sayılı Kanun'un değişik 29.maddesi çerçevesinde kuruluşunun uygunluğunu incelemek, Radyo ve Televizyon verici tesislerinin 3984 sayılı Kanun ve değişikliklerinde öngörülen izin esaslarına uygun olarak işletilmediğinin tespiti durumunda ilgili kanun ve yönetmelikler gereği işlem yapılmasını teminen Üst Kurul'a teklifte bulunmak,

e) Yayın izninin verilmesi için gerekli şartlardan birini kaybeden veya şartların uygunluğunu hile ile elde ettiği anlaşılan özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yayın izninin iptalini, Lisans ve Yayın İzni henüz verilmemiş geçici statüde yayınlarına devam eden kuruluşların Üst Kurul tarafından belirlenen yükümlülükleri yerine getirmemeleri halinde kanun ve ilgili yönetmeliklerdeki hükümlerin uygulanmasını teminen Üst Kurul'a teklifte bulunmak,

f) Radyo ve televizyon kuruluşlarına, ulusal, bölgesel ve yerel yayınları için ulusal kanal ve frekans bandı plânlamalarına uygun olarak tahsis edilen yayın alanlarını kapsayacak verici tesislerin kuruluş ve işletme şartlarını, 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine uygunluğu bakımından inceleyerek kurma ve işletme izni verilmesini Üst Kurul'a teklif etmek,

g) Şifreli yayınlarla kablolu radyo ve televizyon tesis ve yayınları ile ilgili kuralları 3984 sayılı Kanun'da yer alan ilkeler çerçevesinde ve Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi Genel Müdürlüğü'nün kablolu radyo ve televizyon tesislerini atıl bırakmamayı gözeterek Üst Kurul'un onayına sunmak,

h) Kuruluşlara tahsis edilen kanal ve frekansları, ulusal ve uluslararası alanda tescili amacıyla, Telekomünikasyon Kurumu'na bildirmek,

i) Telekomünikasyon tesislerinin 3984 sayılı Kanun'da öngörülen izin esaslarına uygun olarak işletilmesini denetlemek ve Üst Kurul'a bu konuda bilgi sunmak,

j) Her türlü teknolojiyle ve her tür iletişim ortamında yapılacak yayın ve hizmetlerin usul ve esaslarını Hukuk Müşavirliği ile birlikte Haberleşme Yüksek Kurulu'nun belirleyeceği strateji çerçevesinde tespit edip Üst Kurul'a sunmak,

k) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.7. Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı

Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

a) Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında uluslararası mevzuata ilişkin konularda Hukuk Müşavirliği ile birlikte, teknik konularda ise ilgili daire başkanlıkları ile yurt dışında ve yurt içinde ilgili kurum ve kuruluşlarla olan ilişkileri yürütmek, periyodik ve gerekli istişarelerde bulunmak, sonuçlarını değerlendirmek ve önerilerini Üst Kurul'a sunmak,

b) Dışişleri Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği ve Telekomünikasyon Kurumu'nun görevleri saklı kalmak kaydıyla, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili uluslararası hukuk tüzelkişiliğine sahip kuruluşlar nezdinde Üst Kurul'u temsil etmek,

c) 3984 sayılı Kanun ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ile ek protokol ilkeleri ile taraf olduğumuz diğer uluslararası mevzuat hükümlerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri yürütmek, ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak,

- d) Yayıncılık alanında Avrupa Birliği mevzuat uyum çalışmalarını yapmak, ilgili ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar ile gerekli istişarelerde bulunmak ve bu alandaki çalışmaları yürütmek,
- e) Yurt içinden veya yurt içine her türlü iletişim ortamı aracılığıyla yapılan yayınların ulusal ve uluslararası mevzuata aykırılığının tespiti halinde diğer ülkelerdeki yetkili kuruluşlar nezdinde girişimde bulunmak,
- f) Üst Kurul bünyesinde hazırlanan her türlü yönetmelik ve tebliğlerin taraf olduğumuz uluslararası mevzuat hükümlerine uyumlu olmasını sağlamak,
- g) Uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde yapılacak çalışmalara ilişkin faaliyetleri ilgili dairelerle birlikte yürütmek,
- h) Yurt içinde düzenlenecek uluslararası toplantıların organizasyonunu yapmak ve konusuyla ilgili yurt dışında düzenlenecek her türlü konferans, seminer, fuar ve benzeri faaliyetleri takip etmek,
- i) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.1.8. Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı

Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (AR-GE)'nin görevleri şunlardır:

- a) Radyo ve televizyon yayıncılığının tüm sistemleriyle ilgili yeni teknoloji ve gelişmeleri araştırmak, raporlar hazırlamak ve bu raporlardan doğan değerlendirme ve önerilerini Üst Kurul'un görev ve faaliyetleri kapsamında detaylandırmak,
- b) Üst Kurul'un görev ve faaliyetleriyle, yayıncılık sektörünün sosyo-ekonomik ve teknolojik gelişimine ve desteklenmesine ilişkin önerilerde bulunmak,

- c) AR-GE faaliyetleri kapsamında, radyo ve televizyon konusunda ilgili kurum ve kuruluşlarla ilişkileri yürütmek,
- d) Üst Kurul faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak ve Üst Kurul'a önerilerde bulunmak,
- e) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.2. Yardımcı Hizmet Birimleri

Genel Sekreterliğe bağlı Yardımcı Hizmet Birimleri; Personel Dairesi Başkanlığı, Eğitim Dairesi Başkanlığı, İdari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı ve Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığı'dır.

Genel Sekreterliğin görevleri şunlardır:

- a) Üst Kurul ve teşkilatının insan gücü planlaması ve personel politikasıyla ilgili çalışmaları yapmak,
- b) Personelin işe alınması ve özlük hakları ile ilgili her türlü işlemlerini yapmak ve yürütmek,
- c) Aylık personel hareketlerini bir rapor (veya çizelge) halinde Başkanlık makamına sunmak,
- d) Yapılan harcamalara ait gider belgelerini Muhasebe –i Umumiye Kanunu ve diğer kanunlara göre tetkik ve kontrol ile tediyelerini yaptırmak,
- e) Her mali yılın sonunda kesin hesap cetvellerini düzenlemek, harcamaların denetimini sağlamak üzere gerekli işlemleri yapmak,
- f) Üst Kurul'a gelen evrakı kayda aldirmek ve ilgili birimlere dağıtılmasını sağlamak,

g) Her türlü ihtiyaç malzemesi ve eşyanın ikmali, satın alınması ve muhafazası ile ilgili işlemlerin yapılmasını sağlamak,

h) Taşıt ve diğer araçların elektrik, su, kalorifer, klima havalandırma ve diğer tesisatın işletme ve bakımını sağlamak ve hizmete hazır bulundurmak,

i) Kurum içi hizmetler başta olmak üzere, sunulan eğitim ve sosyal hizmetlerin en iyi ve örnek biçimde, düzenli, devamlı ve yeterli olmasını sağlamak,

j) Üst Kurul'da görevli personelin sağlık hizmetlerinin yürütülmesini, gereken kayıtların tutulmasını, iş ve işlemlerin takibini yakından kontrol etmek ve devamlılığını sağlamak,

k) Görevli personelin taşıma ve diğer hizmetlerini karşılamak,

l) Kendilerine bağlı birimleri yönetmek ve bunların işbirliği içinde çalışmalarını sağlamak,

m) Disiplin kuruluna başkanlık etmek,

n) Başkan'ın görevlendireceği hallerde, Teftiş Kurulu Başkanlığı dışındaki Üst Kurul birimleri arasında koordinasyonu sağlamak,

o) Kanunlar, Üst Kurul ve Başkanlık tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.2.1 Personel Dairesi Başkanlığı

Personel Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır :

a) Üst Kurul ve teşkilatının insan gücü planlaması ve personel politikasıyla ilgili çalışmaları yapmak,

b) Üst Kurul ve teşkilatının personel atama, nakil, özlük ve emeklilik işlemleriyle ilgili işleri yapmak,

- c) Üst Kurul teşkilatına ait kadroların dağıtım ve tahsis işlemlerini yapmak,
- d) TRT Kurumu personeline ilişkin ilgili Kurum Genel Müdürü tarafından teklif edilen kadro unvan ve sayıları, ücretleri, uygulanacak ek göstergeleri, sağlanacak sosyal yardımlarla ilgili hususları inceleyerek Üst Kurul'a sunmak,
- e) Üst Kurul teşkilatı personelinin özel kanunda yer alan hükümlere göre verecekleri mal bildirimini ile ilgili işlemleri yürütmek,
- f) Üst Kurul personelinin aylık, ücret, tazminat, fazla çalışma, sosyal yardımlar ve yolluklar ile benzeri istihkak işlerine ilişkin tahakkuk işlemlerini yapmak,
- g) Üst Kurul personeline ilişkin yıllık bütçesini hazırlayarak ilgili birime göndermek,
- h) Dairenin görev alanına giren konularda birimler arasında koordinasyonu sağlamak,
- i) Disiplin kurullarının gündemini hazırlamak,
- j) Sözleşmeli personelin sözleşmelerini hazırlamak, bu personelin bağlı oldukları sosyal güvenlik kuruluşları ile ilgili işlemleri yürütmek,
- k) Üst Kurul'a alınacak olan personelin seçme sınavları ile Üst Kurul içerisinde yapılacak olan yeterlilik sınavlarını, mevzuata uygun olarak ve ilgili birimlerle işbirliği yaparak yürütmek,
- l) Kanunlar, Üst Kurul, Başkanlık ve Genel Sekreter tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.2.2 Eğitim Dairesi Başkanlığı

Eğitim Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

- a) Üst Kurul personelinin eğitimine ilişkin uzun ve kısa vadeli eğitim planlarını hazırlamak, hazırlanan eğitim planlarını, plan esaslarına göre düzenlemek ve yürütmek,
- b) Eğitim planlarının hazırlanmasında gerektiğinde diğer hizmet birimleri ile işbirliği yaparak, bu hizmet birimlerinden gelecek olan önerileri değerlendirmek,
- c) Personelin hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimine yönelik kurs, seminer ve konferans düzenlemek, bunlara ilişkin çalışma programları hazırlamak ve bu çalışmalarını yürütmek,
- d) Üst Kurul personelinin eğitimini ve Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı ile birlikte, personelin bilgi ve görgüsünü artırmak amacıyla, Üst Kurul imkanları veya Üst Kurul dışından temin olunan imkanlarla yurt dışına gönderilmesini sağlamak,
- e) Üst Kurul personelinin dil eğitimi ile ilgili çalışmaları yapmak,
- f) Ulusal, bölgesel ve yerel televizyon ve radyo kuruluşlarının yönetici ve çalışanlarına yönelik olarak; seminer, sempozyum, panel ve konferanslar düzenlemek,
- g) Eğitim dallarına ve konularına göre ilgili birimlerle işbirliği yaparak, Üst Kurul dışından öğretim görevlilerini sağlamak, eğitim uzmanlarının ve öğretim görevlilerinin çalışmalarını planlamak,
- h) Seminer ve kurs sonrası deşifre, broşür ve kitap baskı işlerini yaptırmak,
- i) Üst Kurul'un kütüphane hizmetlerini yürütmek,
- j) Kanunlar, Üst Kurul, Başkanlık ve Genel Sekreter tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.2.3.2.3 İdari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı

- a) Üst Kurul'un yıllık gelir ve gider bütçe tahminlerini yapmak ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne sunulmak üzere Üst Kurul'a teklif etmek,

- b) Üst Kurul'un gelirlerini takip ve tahsil etmek,
- c) Üst Kurul'a ait her türlü giderin ödenmesini sağlamak,
- d) Üst Kurul'un gelir ve giderlerine ilişkin muhasebe işlemlerini yürütmek,
- e) Üst Kurul'a olan borçlarını 3984 sayılı Kanun'un 13.maddesinde belirtilen süreler içerisinde ödemeyen yayın kuruluşlarının yayın izni ve lisanslarının iptali için Üst Kurul'a teklifte bulunmak,
- f) Bütçe uygulama sonuçlarını kesin hesap şeklinde hazırlayarak Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne sunulmak üzere Üst Kurul'a teklif etmek,
- g) Üst Kurul'un nakit ve benzeri varlıklarının muhafazası için gerekli tedbirleri almak,
- h) Üst Kurul'un nakit ve benzeri varlıklarının idaresi için gerekli tedbirleri almak ve Üst Kurul'a teklifte bulunmak,
- i) Genel evrak ve arşiv hizmet ve faaliyetlerini düzenlemek ve yürütmek,
- j) Süreli evrakın zamanında işleme konulmasını sağlamak,
- k) Üst Kurul'a gelen yazı ve mesajlardan gerekenleri Üst Kurul Başkanı'na sunmak,
- l) Üst Kurul hizmetleri için gerekli teçhizat alımı, bakım ve onarımı ile idaresi hizmetlerini yürütmek,
- m) İhtiyaç duyulan taşınmaz kiralama veya satın alma işlemlerini yürütmek,
- n) Hizmet binalarının aydınlatma, ısıtma, asansör gibi teknik hizmetlerin temini, bakımı ve onarımını yapmak,
- o) Temizlik, taşıma, kırtasiye ve benzeri tüketim malları alımı hizmetlerini yapmak,

- p) Sosyal tesislerin kurulması ve yönetimi ile ilgili hizmetleri düzenlemek ve yürütmek,
- r) Üst Kurul personelinin ve ailelerinin sağlık hizmetlerinden yararlanmalarını sağlamak,
- s) Üst Kurul'a ait hizmet yerleriyle ilgili güvenlik tedbirlerini almak ve yürütmek, buralara giriş ve çıkışları düzenlemek,
- t) Üst Kurul ve teşkilatlarına ait ayniyat ile ilgili her türlü işlemi ikmal etmek,
- u) Kamu Binalarının Yangından Korunması Hakkındaki Yönetmelikte gösterilen görevleri yapmak,
- v) Kanunlar, Üst Kurul, Başkanlık ve Genel Sekreter tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

Saymanlık ve ayniyat saymanlığı işlemleri, Üst Kurul Saymanı ve Ayniyat Saymanı tarafından yerine getirilir.

II.2.3.2.4 Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığı

Teknik Hizmetler Dairesi Başkanlığı'nın görevleri şunlardır:

Sektörel gelişmeleri takip etmek suretiyle;

- a) Radyo ve televizyon yayınlarının dinlenebilmesi/izlenebilmesi için gerekli sistem ve teçhizatın temini, tesisi, bakım, onarım ve işletmesini yapmak, yaptırmak,
- b) Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili enterferans (ses ve/veya görüntünün bozulması) şikayetlerinin incelenmesi ve teknik denetimin yapılabilmesi için gereken sistem ve teçhizatın temini, tesisi, bakım ve onarımını yapmak,

c) Ulusal izlenme oranlarının tespiti amacıyla, ihtiyaç duyulan teçhizatın temin edilmesini sağlamak,

d) İlgili birimlerle gerekli koordinasyon sağlanarak, Üst Kurul'un uygun göreceği yerlerdeki yerel ve bölgesel yayınların, İçişleri Bakanlığı'nın görevlendireceği birimler tarafından, izlenmesi ve kayda alınması amacıyla, gerekli teknik donanımı ve ilgili personelin eğitimini sağlamak,

e) Üst Kurul'un teknik hizmetleri ile ilgili ülkemizde ve dünyadaki teknolojik gelişmeleri takip etmek ve bu yönde yapılması gereken çalışmaları yürütmek,

f) Radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili teknik standartları ve teknik dokümanları takip etmek ve tutmak,

g) Kapalı devre televizyon sistemleri, MMDS ve DBS sistemleri ile ilgili gelişmeleri takip etmek,

h) Kanunlar, Üst Kurul, Başkanlık ve Genel Sekreter tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

II.3. Üst Kurul'un Çalışma Düzeni

Radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasada Üst Kurul'un çalışma sistemi Üst Kurul Toplantı ve Yeter Sayısı, Kurulda Yasaklar ve Denetim, Üst Kurul'un Mali Kaynakları ve Bütçesi, Gelir ve Cezaların Tahsili, Hükümet İle İlişkiler, Müeyyideler başlıkları altında düzenlenmiştir.

II.3.1. Üst Kurul Toplantı ve Yeter Sayısı

4756 sayılı yasanın 11.maddesine göre; Üst Kurul, tam gün esasına göre çalışmaktadır. Haftada birden az olmamak üzere en az beş üye ile toplanır ve en az beş

üyenin aynı yönde oyuyla karar alınır. Ayrıca, geçerli mazereti olmaksızın üst üste üç kez toplantıya katılmayan Üst Kurul üyeleri çekilmiş sayılmaktadırlar.⁴²⁰

II.3.2. Kurul'da Yasaklar ve Denetim

4756 sayılı yasanın 9.maddesine göre, Üst Kurul üyeleri ile üçüncü derece dahil üçüncü dereceye kadar kan ve sıhri hısımları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, radyo ve televizyon hizmetleri alanında Üst Kurul'un görev ve yetki alanına giren konularda herhangi bir yüklenme işine girememektedirler. Ayrıca, Kurul üyeleri ve üçüncü derece dahil üçüncü dereceye kadar kan ve sıhri hısımları, özel radyo ve televizyon şirketlerinde ve bu şirketlerin doğrudan veya dolaylı ortaklık bağı bulunan şirketlerde ortak veya yönetici olamamaktadırlar.

Üst Kurul üyeleri, üyelikleri süresince resmi veya özel başkaca hiçbir görev alamazlar. Bunun yanı sıra, Üst Kurul üyeleri, özel veya kamu yayın kuruluşlarının görev ve yetki alanına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve bu konularda hiçbir menfaat sağlayamaz; ayrıca, siyasi partiye üye olamazlar. Fakat, amacı sosyal yardım ve eğitim işlerine yönelmiş derneklerle, vakıflardaki görevler ve kooperatif ortaklığı bu hükmün dışındadır.⁴²¹

Üst Kurul üyeleri, kendileri veya üçüncü derece dahil üçüncü dereceye kadar kan ve sıhri hısımlarıyla ilgili konularda müzakere ve oylamaya katılamazlar. Eğer, belirlenen esaslara aykırı davranan olursa, bu kişiler görevlerinden ayrılmış sayılacaklardır. Bu konu, Üst Kurul tarafından re'sen veya yapılacak müracaatın değerlendirilmesi

⁽⁴²⁰⁾ www.rtuk.org.tr, 07/10/2002

⁽⁴²¹⁾ www.rtuk.org.tr

sonunda karara bağlanmaktadır. Diğer taraftan, Üst Kurul da, Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu'na bağlıdır.⁴²²

II.3.3.Üst Kurul'un Mali Kaynakları ve Bütçe

Üst Kurul'un mali kaynakları ve bütçesi yasanın 12.maddesinde belirtilmiştir.

Buna göre gelirleri şu şekilde belirlenir.

a- Özel radyo ve televizyon kuruluşlarından alınacak TV kanal ve radyo frekansı yıllık tahsis bedelleri,

b- Özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden %5 oranında ayrılacak paylar,

c- Gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinin transfer tertibinde yer alacak ödenek,

d- Radyo ve televizyon kuruluşlarına 33.madde uyarınca verilecek idari para cezaları.

Özel radyo ve televizyon kuruluşlarından alınacak yayın izni ve lisans ücretleri hazineye gelir kaydedilir.

Üst Kurul, gerektiği takdirde her yıl için yapacağı işlerin programını hazırlayarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden verilmesi gereken ödenek tutarını Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na sunar.

Üst Kurul'un bütçesi ve kadro cetvelleri Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesi ile birlikte Türkiye Büyük Millet Meclisi Plan ve Bütçe Komisyonu'nda incelenir ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu'nda görüşülerek karara bağlanır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun yıllık bütçesinden harcanmayan miktar, yıl sonunda yurt içinde kültür ve tabiat varlıklarının, yurt dışında Türk kültür varlıklarının

(⁴²²) www.rtuk.org.tr, 07/10/2002

korunması ve ihyası amacıyla Kültür Bakanlığı adına bir kamu bankasında açılan hesaba aktarılır. Bu hesaptan yapılacak harcamalara ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle düzenlenir.

Radyo ve Televizyon  st Kurulu, 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu hükümlerine tabi değildir. Üst Kurul'un alım- satım, kiralama, taşıma ve sair tedarik işlerine ilişkin işlemleri bir yönetmelik ile düzenlenir.

Üst Kurul, radyo ve televizyonların reklam gelirlerinin, aracı kurumların hesaplarıyla birlikte denetlemesini Maliye Bakanlığı'ndan talep eder.

II.3.4. Gelir ve Cezaların Tahsili

3984 sayılı yasaya göre, "Reklam Gelirlerinin  denmesi" olan bu madde başlığı, 15/05/2002 tarihli ve 4756 sayılı Kanunla "Gelir ve Cezaların Tahsili" Şeklinde düzenlenmiştir. Buna göre; 12.maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen reklam gelirlerinden ayrılacak paylar, elde edildikleri ayı takip eden ayın en geç 20'sinde, (a) bendine göre  denecek TV kanal ve radyo frekansı yıllık kira bedeli her yılın Ocak ayının en geç 20'sinde, 33.maddede belirtilen idari para cezaları da cezaların tahakkukunu müteakip ilgili yayın kuruluşları tarafından ödenir.

 demede gecikilmesi halinde, ilgili yayın kuruluşu uyarılarak yedi gün içinde ödeme yapması istenir. Yapılacak ihtar ağmen ödeme yapılmaması halinde,  st Kurul tarafından ödeme yapılıncaya kadar yayınının durdurulmasına karar verilir. Yukarıdaki fıkrada belirtilen tarihlerden itibaren iki ay içinde ödeme yapılmazsa,  st Kurul tarafından yayın izninin ve lisansın iptaline karar verilir ve ödenmeyen kurum geliri icra yoluyla

tahsil olunur. Gecikilen ödemeler için 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun Hükümleri uygulanır.

II.3.5. Hükümet İle İlişkiler

Hükümetin Üst Kurul ile ilişkilerini Başbakan'ın yürüttüğü yasanın 14.maddesinde belirtilmektedir.⁴²³

II.3.6. Müeyyideler

Yasanın 33.maddesine göre, Üst Kurul, öngördüğü yükümlülükleri yerine getirmeyen, izin şartlarını ihlal eden, yayın ilkelerine ve bu kanunda belirtilen diğer esaslara aykırı yayın yapan özel radyo ve televizyon kuruluşlarını uyarır veya aynı yayın kuşağında açık şekilde özür dilemesini ister. Bu talebe uyulmaması veya aykırılığın tekrarı halinde ihlale konu olan programların yayını, bir ile on iki kez arasında durdurulur. Bu süre içinde programın yapımcısı ve varsa sunucusu hiçbir ad altında başka bir program yapamaz. Yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve reklamsız olarak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına Üst Kurul tarafından hazırlattırılacak eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları gençlerin fiziksel ve ahlaki gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı ve çevre eğitimi konularında programlar yayınlanır.

Aykırılığın tekrarı halinde;

a-Ulusal düzeyde yayın yapan kuruluşlara, ihlalin ağırlığına göre, yüzyirmibeş milyar liradan az olmamak kaydıyla ikiyüzelli milyar liraya kadar,

b-Yerel, bölgesel ve kablo ortamında yayın yapan kuruluşlara;

1.Kapsadığı yayın alanı itibariyle, bir milyondan fazla nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlalin ağırlığına göre, altmış milyar liradan az olmamak kaydıyla yüz milyar liraya kadar,

2.Kapsadığı yayın alanı itibariyle, beşyüz bin ile bir milyon arasında nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara ihlalin ağırlığına göre, otuz milyar liradan ağır olmamak kaydıyla altmış milyar liraya kadar,

3.Kapsadığı yayın alanı itibariyle, ikiyüzelli bin ila beşyüz bin arasında nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlalin ağırlığına göre, yirmi milyar liradan az olmamak kaydıyla kırk milyar liraya kadar,

4.Kapsadığı yayın alanı itibariyle, ikiyüzellibinden az nüfusa ulaşan il ve ilçelere yayın yapanlara, ihlalin ağırlığına göre, beş milyar liradan az olmamak kaydıyla on milyar liraya kadar,

c-Radyo yayınları için yukarıdaki miktarların yarısı kadar, idari para cezası uygulanır.

Bu maddedeki para cezaları, her yıl Maliye Bakanlığı tarafından ilan edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır.

İhlalin, ihlal tarihinden itibaren, takip eden bir yıl içinde tekrarı halinde bu idari para cezaları yüzde elli oranında artırılır. İhlalin, ihlal tarihinden itibaren takip eden bir yıl içinde üçüncü kez tekrarında ihlalin ağırlığına göre izin uygulaması bir yıla kadar geçici olarak durdurulur.

4.maddenin ikinci fıkrasının (a), (b), (c) bentlerindeki ilkelere aykırı yayın yapılması halinde uyarı yapılmaz ve yayın kuruluşunun yayını bir ay durdurulur. İhlalin tekrarı halinde yayın süresiz olarak durdurulur ve yayın lisans izni iptal edilir.

Yayın izninin verilmesi için gerekli şartlardan birini kaybeden veya şartların uygunluğunu hile ile elde eden kuruluşların yayın lisans izni iptal edilir.

Uyarı cezasını gerektiren haller dışındaki ihlallerde ilgili tarafın savunması alınır.

Cezaların uygulanış usulleri ile gerekçeli olarak kamuoyuna duyuruş şekli yönetmelikle belirlenir.

Ayrıca, yasa, 4756 sayılı kanunda belirtilen istisnalar dışında, Üst Kurul'dan izin almadan radyo ve televizyon yayını yapan ya da izni Üst Kurul tarafından geçici ya da sürekli iptal edilmesine rağmen yayında bulunan kişi veya kuruluşların sahip ve yöneticilerine fiilleri başka bir suç oluştursa bile fiilin ağırlığına göre altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ve yüz milyon Türk lirasından on milyar Türk lirasına kadar para cezası verileceği 34.maddede düzenlenmiştir.

Yayın bantlarını bir yıl süre ile muhafaza etmeyen ve bu süre içerisinde Cumhuriyet Savcılığı'na istenmesine rağmen sesli ve görüntülü olarak teslim etmeyen yayın kuruluşlarının sahip veya yöneticileri, biryıldan beş yıla kadar ağır hapis ve yüz milyon liradan bir milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Ayrıca bir aydan üç aya kadar yayınların durdurulmasına da karar verilir.

Bunlara ek olarak 3984 sayılı kanunun 35.maddesinde "Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumunun Yükümlülüğü" başlığı altındaki düzenleme de mülga edilmiştir. Bu madde de Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun 3984 sayılı Kanun'da öngörülen ilke ve esaslara uygun yayın yapması gerektiği belirtilmiş, bunun olmaması halinde, Üst Kurul'un uyarıda bulunacağı, durdurmayı gerektirecek şekilde yayın yapması halinde, Üst Kurul'un bu doğrultuda vereceği kararlar üzerine Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu'nun görevden düşeceği belirtilmiştir.⁴²⁴ Ancak, bu da TRT'nin 'özerk ve tarafsız' olacağını belirten Anayasa'nın 133.maddesini etkisiz kılmıştır.⁴²⁵ 4756 sayılı Kanun'da ise bu maddenin kalktığı görülmektedir. Bu da RTÜK yetkililerince, TRT'nin yayın ilkelerine uygun yayın yapması ve tüm yayınların yayın kuruluşları arasında eşitliğin korunabilmesi açısından sakıncalı görülmektedir.⁴²⁶

II.4. 3984 Sayılı Yasada ve Onu Değiştiren 4756 Sayılı Yasada Radyo ve Televizyon Yayıncılığı İle İlgili Düzenlemeler

Yasada radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili düzenlemeler, Yayın ilkeleri, Kanal ve Frekans Bandı Tahsisi, Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşları başlıkları altında yapılmıştır.

II.4.1. Türkiye' de Yayın İlkeleri

Türkiye'de yayın ilkelerinin düzenlendiği, 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un bazı maddelerine hükümler eklenmiş, bazı maddelerine de değişiklik getirilmiştir. Bu da 15/05/2002 tarihli 4756 sayılı yasa ile gerçekleştirilmiştir. Yayın ilkelerinin düzenlendiği 4.maddede şu şekilde belirlemeler yapılmıştır.⁴²⁷

Radyo, televizyon ve veri yayınları, hukukun üstünlüğüne, Anayasa'nın genel ilkelerine, temel hak ve özgürlüklere, milli güvenliğe ve genel ahlaka uygun olarak kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde yapılır. Yayınların Türkçe yapılması esastır. Ancak, evrensel

⁽⁴²⁴⁾ Rıza- Müfide Şekerci, *Türk Medya Mevzuatı, Yasa Yayınları*, İstanbul, 1996

⁽⁴²⁵⁾ D.Beybin Kejanlıoğlu, "Türkiye' de Radyo Televizyon Yayıncılığı Alanının Düzenlenmesi Üzerine", *İletişim Gazi Üniv.İleti.Fak.Der.*, 99/1, Kış, s.250

⁽⁴²⁶⁾ RTÜK İletişim, "RTÜK'ün yasa Tasarısı Hakkındaki Görüşleri", *RTÜK İletişim Dergisi*, Mart-Nisan 2000, yıl:3,sayı:16. s.8

⁽⁴²⁷⁾ www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

kültür ve bilim eserlerinin oluşmasına katkısı olan yabancı dillerin öğretilmesi veya bu dillerde müzik veya haber iletilmesi amacıyla da yayın yapılabilir. Ayrıca, 03/08/2002 kabul tarihli ve 4771 sayılı Kanun'un 8.maddesinin (a) bendi uyarınca eklenen hükümde şu şekildedir. 'Ayrıca, Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Bu yayınlar, Cumhuriyet'in, Anayasa'da belirtilen temel niteliklerine, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne aykırı olamaz. Bu yayınların yapılmasına ve denetimine ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.'

Radyo, televizyon ve veri yayınlarında uyulması gereken yayın ilkeleri şunlardır:

a- Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin varlık ve bağımsızlığına, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılaplarına aykırı yayın yapılmaması.

b- Toplum şiddete, teröre, etnik ayrımcılığa sevk eden veya halk sınıf, ırk,dil, din, mezhep ve bölge farkı gözeterek kin ve düşmanlığa tahrik eden veya toplumda nefret duyguları oluşturan yayınlara imkan verilmemesi.

c- Yayıncılığın, gerek yayın organı, gerekse hisse sahipleri ve üçüncü derece dahil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhri hısımları veya bir başka gerçek veya tüzel kişinin haksız çıkarları doğrultusunda kullanılmaması.

d- İnsanların dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç; din, mezhep ve benzeri nedenlerle hiçbir şekilde kınanmaması ve aşağılanmaması.

e- Yayınların toplumun milli ve manevi değerlerine ve Türk aile yapısına aykırı olmaması.

f- Özel hayatın gizliliğine saygılı olunması, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında kişilerin özel hayatının yayın konusu yapılmaması, iken bu madde, “özel hayatın gizliliğine saygılı olunması” şeklinde değiştirilmiştir.

g- Türk milli eğitiminin genel amaçlarının, temel ilkelerinin ve milli kültürün geliştirilmesi.

h- Türkçe'nin, özellikleri ve kuralları bozulmadan konuşma dili olarak kullanılması, milli birlik ve bütünlüğün temel unsurlarından biri olarak çağdaş kültür, eğitim ve bilim dili halinde gelişmesinin sağlanması.

i- Kişilerin manevi şahsiyetlerine eleştiri sınırları ötesinde saldırıda bulunulmaması, cevap ve düzeltme haklarına saygılı olunması, soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberlerin soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanmaması, saklı kalması kaydıyla verilen bilgilerin kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanmaması.

j- Yayıncılığın haksız bir amaç ve çıkara alet edilmemesi ve haksız rekabete yol açılmaması, ilan ve reklam niteliğindeki yayınların bu niteliklerinin şüpheye yer bırakmayacak şekilde açıklanması, bir basın organının özel çabalarla yarattığı ürünün kendi ürünüymiş gibi sunulmaması, ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilmesi.

k- Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimsenin suçlu ilan edilmemesi veya suçluymuş gibi gösterilmemesi; kişileri suç işlemeye yönlendirecek veya korku salacak yayın yapılmaması.

l- Haberlerin yayınlanmasında tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerine bağlı olunması, özgürce kanaat oluşumunun engellenmemesi, haber kaynaklarının kamuoyunun yanıltılmasının amaçlandığı haller dışında gizliliğinin korunması.

m-Halkı aldatacak, yanıltacak veya haksız rekabete yol açacak reklam yayınlarına yer verilmemesi.

n- Siyasi partiler ve demokratik gruplar arasında fırsat eşitliği sağlanması, tek yönlü, taraf tutan yayın yapılmaması, seçim dönemlerinde belirlenen seçim yasaklarıyla ilgili ilkelere aykırı davranılmaması.

o- Yayınlarda, mevzuatın eser sahiplerine tanıdığı hakların ihlal edilmemesi.

p- Bilgi iletişim telefonları yoluyla yarışma ve benzeri yöntemlere başvurulmaması ve bunların sonucunda dinleyici ve seyircilere ikramiye verilmemesi veya ikramiye verilmesine aracılık edilmemesi, lotarya yapılmaması, bilgi iletişim telefonları yoluyla yapılacak anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçlarının ilanına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi.

q- Televizyonda bölünür ekran yoluyla ana program ile ilgili veya ilgisiz bilgiler veren konuları işleyen yayınların yapılması, çerçeveler veya alt yazı tekniği kullanılarak sürekli yayın yapılmaması, haberde konu ile ilgili olmayan görüntülerin verilmemesi, haberle benzerlik arz eden görüntülerin arşiv niteliğinin belirtilmesi.

r- Program hizmetlerinin bütün unsurlarının insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olması.

s- Yayınların müstehcen olmaması.

t- Kadına, güçsüzlere ve küçüklere karşı şiddetin ve ayrımcılığın teşvik edilmemesi.

u- Yayınların karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa ve şiddet eğilimlerini körükleyici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması, şeklinde iken; “Yayınların şiddet kullanımını özendirici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması” şeklinde değiştirilmiştir.

v- Suç örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerinin yansıtılmaması.

w-Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden programların, bunların seyredilebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmaması.

II.4.2.Kanal ve Frekans Bandı Tahsisi; Yayınların Düzenlenmesi ve Reklamlar

4756 sayılı yasanın 16.maddesine göre, 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nun diğer hükümleri saklı kalmak kaydıyla, kamu ve tüm özel radyo ve televizyon kuruluşlarına kanal ve frekans bandı tahsisi ile yayın izni ve lisansı vermek ve bu tahsisi ve izni iptal etmek yetkisi, sadece Üst Kurul'a aittir.⁴²⁸

Ulusal kanal ve frekans bandı planlamasındaki kanal ve frekans bandlarının dörtte biri Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'na tahsis edilir, kanal sayısı üçten, frekans bandı sayısı dörtten az olamaz. Bu kanalların birinden Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetleri yansıtılmakta, hangi faaliyetlerin ne ölçüde yayınlanacağına Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı karar vermektedir.

Geriye kalan ulusal, bölgesel ve yerel kanal ve frekans bandlarının yarısı tam gün üzerinden, diğer yarısı ise istek halinde zaman paylaşımli ve gerekirse dönüşümlü olarak tahsis edilmekte ve tahsis süresi beş yılı aşmamaktadır.⁴²⁹

Yayınlarn düzenlemesinin temel hedefi olan radyo ve televizyonların yükümlülüğü de Üst Kurul'un ulusal yayın izni verdiği tarihten itibaren geçerli olmaktadır. Üst Kurul'un ulusal yayın izni verdiği kuruluşlar, izin tarihinden itibaren en geç ikinci yıl

⁽⁴²⁸⁾ www.ituk.org.tr. 07/10/2002

⁽⁴²⁹⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 17. maddesinde açıklanır.

sonunda Türkiye alanının %70'ine yayınlarını ulaştırmak ve haftada asgari seksen saat yayın yapmak mecburiyetindedirler.⁴³⁰

Reklam konusu ise yasada biçimleri ve sunuluşları, yerleştirilmesi belirli ürünlerin reklamlarının yapılması gibi başlıklar altında düzenlenmiştir. Reklam tanımı yasada şu şekilde yapılmıştır.⁴³¹ “Reklam, bir ürün veya hizmetin alım, satım veya kiralanmasını geliştirmek, bir amaç veya düşünceyi yaymak veya reklamcının istediği başka etkileri oluşturmak amacıyla, ücret veya benzer bir karşılık ile iletim zamanında reklamcıya tahsis edilen kamuya yönelik duyurulardır.”⁴³² Buna göre bütün reklamlar adil ve dürüst olacak, yanıltıcı ve tüketicinin çıkarlarına zarar verecek nitelikte olmayacak, çocuklara yönelik veya içinde çocukların kullanıldığı reklamlarda, onların yararlarına zarar verecek unsurlar bulunmayacak, çocukların özel duyguları göz önünde tutulacaktır.

Ayrıca, reklamcı da programların içeriğine herhangi bir müdahalede bulunamamaktadır.

Diğer taraftan, reklamlar, günlük yayın süresinin %15'ini aşmamak kaydıyla %20'ye çıkarılabilmektedir. Bir saatlik yayın içerisinde spot reklamlara ayrılan süre %20'yi geçmemelidir.

Bunun yanı sıra, ürünlerin alımını, satımını, kiralanmasını veya hizmetleri halka doğrudan sunan türdeki reklamların yayını günde bir saati geçmemelidir.⁴³³

Reklamlar program hizmetinin diğer unsurlarından açıkça ve kolaylıkla ayırt edilebilecek biçimde düzenlenecek, bilinçaltı ile algılanan reklamlara izin verilmeyecektir.

⁽⁴³⁰⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 18. maddesinde açıklanır.

⁽⁴³¹⁾ www.rtuk.org.tr

⁽⁴³²⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 3. maddesinde açıklanır.

⁽⁴³³⁾ www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

Haber veya güncel programları düzenli olarak sunan kişilerin görüntü ve seslerine reklamlarda yer verilmeyecektir.⁴³⁴

Ayrıca, reklamlar, program arasına yerleştirilmekte, programın bütünlüğü, değeri ve hak sahiplerinin hakları zedelenmeyecek biçimde bir program içine de yerleştirilebilmektedir.

Birbirinden bağımsız bölümleri olan programlarda veya spor programları ile benzer yapıda aralar içeren olay ve gösteri programlarında reklamlar, sadece bölüm veya devre aralarına yerleştirilebilir. Bu reklamlar arasında en az yirmi dakika süre bulunmalıdır.

Diğer taraftan konulu filmlerin veya televizyon filmlerinin (diziler, eğlence programları ve belgeseller hariç) süreleri kırkbeş dakikadan fazla olması halinde, her kırkbeş dakikalık süre sonunda bir kez olmak üzere reklam için kesinti yapılabilir. Film kırk beş dakikadan sonraki zamanda her yirmi dakika aralıkla reklam yerleştirilebilir.

Ayrıca, hiçbir dini tören yayınına reklam alınamaz, haber bültenleri, güncel programlar, çocuk programları otuz dakikadan kısa oldukları takdirde reklamlarla kesilemezler ve her türlü yayında gizli reklam yapılması yasaktır.⁴³⁵

Ayrıca, alkol ve tütün ürünleri reklamlarına izin verilemez. Reçete ile satışına izin verilen ilaç ve tedavilerin reklamı yapılamaz. Diğer ilaç ve tedavilerin reklamları dürüst, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak ve ferden zarardan korunması gereklerine uygun olacaktır.⁴³⁶

Eğer, bir program veya dizinin tamamı veya bir kısmı mali destek görüyor ise bu durum programın başında veya sonunda uygun ibarelerle belirtilecektir. Destekleyen

⁽⁴³⁴⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 20. maddesinde açıklanır.

⁽⁴³⁵⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 21. maddesinde belirtilmektedir. www.rtuk.org.tr

⁽⁴³⁶⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 22. maddesinde belirtilmektedir.

tarafların, programın içeriğine ve yayınlanış biçimine, yayıncının sorumluluğunu ve bağımsızlığını etkileyecek hiçbir müdahalede bulunamayacaklardır.

Desteklenen programlarda, destek verene veya üçüncü bir kişiye ait mal hizmetlere atıfta bulunulması ve bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilmeyecektir.

Programlar, yirmi ikinci maddede yasaklanmış olan mal ve hizmetlerin üretimi veya satışıyla ilgilenen özel veya tüzel kişilerce desteklenemez. Ayrıca, haber ve güncel programlarda mali desteğe izin verilemez.⁴³⁷

Diğer taraftan, Üst Kurul'un ortaklaşa çalıştığı bir kurum olan Telekomünikasyon Kurumu'na ilişkin düzenlemelerde yapılmıştır. Bu düzenleme 15/05/2002 tarihli ve 4756 sayılı Kanunla, daha önce "Telsiz Genel Müdürlüğü'nün Yükümlülüğü" başlığı altındayken, "Telekomünikasyon Kurumu'nun Yükümlülüğü" şeklinde değiştirilmiştir. Bu yasanın 24.maddesine göre; Türkiye'de ulusal, bölgesel ve yerel çapta TV kanal ve radyo frekans planları ile radyo ve televizyon yayınlarına esas olan frekans bantları ile ilgili çalışmalar yapma yetkisi, 2813 sayılı Telsiz Kanunu uyarınca Telekomünikasyon Kurumu'na aittir.

Telekomünikasyon Kurumu, 2813 sayılı Telsiz Kanunu'na uygun olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi Genel Müdürlüğü ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yaparak hazırlayacağı ulusal, bölgesel ve yerel çapta ki planları Haberleşme Yüksek Kurulu'nun onayına sunar.

Haberleşme Yüksek Kurulu, hazırlanan planı aynen onaylayabileceği gibi lüzum gördüğü değişikliklerin yapılmasını talep edebilir. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'na ait radyo ve televizyonlar ile Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü bünyesinde

yayın yapan Meteoroloji Radyosu, Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Polis Radyosu'na ulusal, bölgesel ve yerel, radyo ve televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekanslar ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilir. Kalan televizyon kanal ve radyo frekansları, belli bir plan dahilinde özel kuruluşlara kullandırılmak üzere Üst Kurul tarafından ihaleye çıkarılır. Televizyon kanal ve radyo frekanslarının ne kadarının hangi takvime göre ihaleye çıkarılacağına ilişkin plan Haberleşme Yüksek Kurulu tarafından saptanarak bu çerçevede ihaleye çıkarılmak üzere Üst Kurul'a bildirilir.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'na tahsis edilen TV kanallarından biri olan TRT 3'ten TBMM TV aracılığıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetleri, bir diğer kanaldan da açık öğretim yayınları yansıtılır. Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetlerinin hangi ölçüde yansıtılacağına Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı, açık öğretim yayınları için ise eğitim programlarını hazırlamakla yükümlü kurumlar Türkiye Radyo Televizyon Kurumu ile birlikte karar verir. Yayın ile ilgili diğer konular Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı ile Türkiye Radyo Televizyon Kurumu arasında bir protokolle belirlenir. Ayrıca, açık öğretim ve TBMM TV yayınlarından ücret alınmaz.

Bu bağlamda, Telekomünikasyon Kurumu, Üst Kurul'un bildireceği ve bu Kanun hükümlerine uygun olarak TV kanal ve radyo frekansı tahsis edilip, kablosuz radyo ve televizyon yayın izni ve lisansı verilen kuruluşlara TV kanal ve radyo frekans tahsislerini uygular, ulusal ve uluslararası alanda tescil ettirir.

Ayrıca, ulusal ve uluslararası hava ve deniz seyrüsefer sistemlerine radyo ve televizyon sistemlerinden zararlı enterferanslar gelmesi halinde, Telekomünikasyon Kurumu can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürmemek amacıyla enterferansa sebep olan

(¹³⁷) 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 23.maddesinde belirtilmektedir.

vericileri geçici olarak kapatarak mühürler ve sorumlular hakkında Türk Ceza Kanunu'nun 391.maddesi hükmü uygulanır. Yapılan işler aynı zamanda Üst Kurul'a bildirilir.

Haberleşme Yüksek Kurulu, 2813 sayılı Telsiz Kanunu gereğince Üst Kurul, Türk Telekomünikasyon Anonim şirketi Genel Müdürlüğü, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu ve Telekomünikasyon Kurumu arasındaki koordinasyonun yanı sıra konuyla ilgili olarak Üst Kurul'a verilmiş görevlerin takibini de yürütür.⁴³⁸

Yayınların men edilmesi durumu ise yasanın 25.maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, Yargı kararları saklı kalmak kaydıyla yayınlar önceden denetlenemez ve durdurulamaz. Ancak, milli güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hallerde yahut kamu düzeninin ciddi şekilde bozulması kuvvetle ihtimal dahilinde ise Başbakan veya görevlendireceği bakan yayını durdurabilir.

Diğer taraftan, radyo ve televizyon kuruluşları, Cumhurbaşkanı'nın veya hükümetin, milli güvenliğin, kamu düzeninin, genel sağlığın ve genel ahlakın gerekleriyle ilgili bildirimlerini yayınlamakla yükümlüdür.

Yukarıda fıkralar uyarınca alınacak icrai, idari kararlar aleyhine açılacak iptal davaları doğrudan doğruya Danıştay'da açılır. Danıştay bu davalara öncelikle bakar ve öncelikle karara bağlar. Yürütmeyi durdurma talepleri hakkında 48 saat içerisinde karar verir.⁴³⁹

Bunların dışında yayınların düzenlenmesinde yer alan bir başka başlık da 'Yeniden İletim' dir. Yeniden iletim yasanın tanımlar kısmında şu şekilde ifade edilir⁴⁴⁰: "Yetkili yayın kuruluşu tarafından kullanılan teknik araç ne olursa olsun, halkın izlemesi amacıyla yayınlanan radyo ve televizyon program hizmetlerinin değişiklik yapılmamaksızın bütününün veya bir bölümünün alınmasını ve aynı anda veya daha sonra

⁽⁴³⁸⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 24.maddesinde belirtilmektedir.

⁽⁴³⁹⁾ www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

iletilmesidir.”⁴⁴¹ Yasanın 26.maddesine göre, “Bu kanununa aykırı olmamak kaydıyla, süreklilik arz etmeyen yayınların iletim ve yeniden iletimi serbesttir. İletim ve yeniden iletimin usul ve esasları Üst Kurul tarafından düzenlenen yönetmelikle belirlenir. Yeniden iletimi yapılan yayınlarla ilgili olarak Üst Kurul’a bilgi verilir”, şeklinde iken, 4771 sayılı kanunun 8. maddesinin (c) bendi uyarınca, “Bu kanuna aykırı olmamak kaydıyla, yayınların yeniden iletimi serbesttir. Yeniden iletime ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.” şeklinde bir ek madde getirilmiştir.

Ayrıca, iletim ve yeniden iletim yoluyla yapılan yayınlar hakkında, 25. ve 33. madde hükümlerinin saklı olduğu belirtilmiştir.

Diğer taraftan seçim dönemlerindeki yayınlar yasanın 27.maddesine göre, Seçim Kuruluna verilen yetkiler çerçevesinde Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenmektedir. Üst Kurul, seçim dönemlerindeki yayınlarını Yüksek Seçim Kurulu’nun kararları doğrultusunda denetlemektedir.

Gerçek ve tüzel kişilerin kişilik haklarına saldırı teşkil eden yayınlar ile gerçeğe aykırı olduğu iddia edilen yayınlara karşı cevap ve düzeltme hakkı tanınması konusunda yasanın 28.maddesi ilgililerin yargı yoluna başvurabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, yayın kuruluşları yaptıkları her yayının bandını bir yıl muhafazaya etmek zorundadırlar. İlgili dava açmaya esas olmak üzere, yazılı olarak Üst Kurul’a başvurarak yayın bandından ücretini ödeyerek bir kopya istenebilir.

Bu çerçevede, yargıya yapılan başvuru üzerine yargı gerekli incelemeyi yapar. Başvuru yerinde görülürse düzeltme ve cevap, saldırı teşkil eden veya gerçeğe aykırı yayının yapıldığı aynı saatte, aynı program içinde yayınlanır. Yayın süresi ve şeklini halin icabına ve delillere göre hakim takdir eder.

⁽⁴⁴⁰⁾ 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasanın 3.maddesinde belirtilmektedir.

⁽⁴⁴¹⁾ www.rtuk.org.tr

Bununla birlikte, kişilerin yargıya başvurmaları, yayından itibaren 10 gün içinde yapılır. Mahkeme 3 gün içinde karar verir. Verilen karara karşı tebliğden itibaren 3 gün içinde bir üst mahkemeye itiraz edilebilir. Üst Mahkeme 3 gün içinde karar verir. Mahkeme tarafından verilen karar kesindir.

Mahkeme kararı ilgili kuruluşa tebliğ edildiğinin ertesi günü yayın yapılır. Yayını yapmayan veya karara uygun şekilde yapmayan veya geciktiren kuruluşun yayınlarından sorumlu en üst yöneticisi ile kuruluşun sahibi olan anonim şirketin yönetim kurulu başkanına otuz milyar liradan doksan milyar liraya kadar ağır para cezası verilir. Ayrıca, kuruluşa Üst Kurul tarafından eylemin ağırlığına göre üç aya kadar gelir getirici yayın yapma yasağı verilebilir. İkinci kez tekrarı halinde yayın izni iptal edilir ve en yüksek para cezasına hüküm olunur. Bu cezalar ertelenemez. Hangi yayınların gelir getirici yayınlar olduğu Üst Kurul tarafından belirlenmektedir.

Yetkili ve görevli mahkeme ulusal yayınlar yapan kuruluşlar için Ankara Sulh Ceza Mahkemesi, bölgesel ve yerel yayın yapan kuruluşlar için başvuru sahibinin ikametgahı Sulh Ceza Mahkemesi'dir.

Gerçek ve tüzel kişilerin ayrıca genel hükümlere göre ilgili yayın kuruluşuna karşı tazminat davası açma hakkı saklıdır. Yayın kuruluşu ile birlikte şirketin yönetim kurulu başkanı da müştereken ve müteselsilen sorumludur. Zarar doğurucu fiilin işlenmesinden sonra yayın kuruluşunun devredilmesi; başka bir kuruluşla birleşmesi veya sahibi olan şirketin herhangi bir surette değişmesi halinde yayın kuruluşunu devralan, birleşen ve her ne suretle olursa olsun yayın kuruluşunun sahibi ve hissedarı olan şirket ve şirketin yönetim kurulu başkanı da bu fiil nedeniyle hükmedilen tazminattan yayın kuruluşu ile birlikte müştereken müteselsilen sorumludur. Tazminat talebinin haklı görülmesi halinde *'tazminat miktarı, on milyar liradan az olmamak üzere'* fiilin ağırlık

derecesine göre belirlenir. On milyar liralık alt sınır her yıl Maliye Bakanlığı tarafından ilan edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır. Bu maddeye göre açılacak manevi tazminat davalarında hakim *'tensip kararı ile birlikte bilirkişiyi de tayin eder'* ve davayı en geç altı ay içinde karara bağlar.⁴⁴²

Ayrıca, bu maddeye göre açılan davalarda tazminata hükmedilmesi halinde, bankalarca uygulanan en yüksek işletme kredisi faizi üzerinden temerrüt faizine de hükmedilir.

II.4.3.Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşları

Radyo ve televizyon yayın izni verilen veya verilecek anonim şirketlerin hisse oranları ve şirket yapısıyla ilgili uyulması gereken hususlar 4756 sayılı Kanun'un 29.maddesinde şu şekilde verilmiştir:⁴⁴³

a- Siyasi partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler ile bunlar tarafından kurulan ve bunları ortak oldukları şirketler, iş ortakları, birlikler iye üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finans kurum ve kuruluşlarına radyo ve televizyon yayın izni verilmez; bu kuruluşlar radyo ve televizyon yayın izni almış şirketlere ortak olamazlar.

b- Bu kanuna göre radyo ve televizyon yayın izni, Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre sadece radyo ve televizyon yayıncılığı, haberleşme, eğitim, kültür ve

⁽⁴⁴²⁾ Cumhurbaşkanı A.Necdet Sezer. 4756 sayılı Yasanın bazı maddelerinin Anayasa aykırılığı ve uygulanmaları durumunda kaldırılması olanaksız zararlar doğuracağı gerekçesi ile iptali ve yürürlüklerinin istemiyle Anayasa Mahkemesi'ne dava açtı. Bunun sonucunda 4756 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Yasanın" 12.maddesi ile değiştirilen 3984 sayılı Yasanın 28.maddesinin sekizinci fıkrasının, dördüncü ve altıncı tümçesindeki ibareler, Anayasa Mahkemesinin 12/06/2002 tarih ve E.2002/97,K.2002/9 sayılı kararı ile yürürlükleri durdurulmuştur.

⁽⁴⁴³⁾ www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

sanat amacıyla kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo ve bir televizyon işletmesi kurabilir.

c- Özel radyo ve yayın kuruluşlarının hisseleri nama yazılı olmak zorundadır.

Bu şirketlerde herhangi bir kişi lehine intifa senedi ihdas edilemez.

d- Üst Kurul tarafından düzenlenecek yönetmeliğe uygun olarak her yıl yapılacak yıllık ortalama izlenme oranı ölçümlerine göre yıllık ortalama izlenme ve dinlenme oranı %20'yi geçen bir televizyon veya radyo kuruluşunda bir gerçek veya tüzelkişinin veya bir sermaye grubunun sermaye payı %50'yi geçemez. Gerçek kişinin hisselerinin hesaplanmasında üçüncü derece dahil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhri hissiyetlere ait hisseler de aynı kişiye aitmiş gibi hesaplanır.⁴⁴⁴

e- Bir gerçek veya tüzelkişi veya bir sermaye grubu %50'den fazla hissesine sahip olduğu bir televizyon veya radyonun yıllık ortalama izlenme veya dinlenme payı %20'yi geçerse Üst Kurul tarafından yapılan bildirimden itibaren doksan gün içinde, ortağı bulunduğu televizyon veya radyodaki hisselerinin bir bölümünü halka arz ederek veya bir kısım hisselerini satarak, sermaye payını %50'nin altına indirir. Yıllık izlenme veya dinlenme oranının aşımı birden fazla televizyon ve radyodaki hisselerin toplamı nedeniyle meydana gelmişse, bu oranı %50'nin altına indirecek biçimde yeterli sayıda şirketi satar. Bu yükümlülüğün ihlali durumunda kuruluşun yayın izni iptal edilir.⁴⁴⁵

f- Ulusal izlenme oranları, Üst Kurul tarafından her takvim yılı için tespit edilir ve o yılı izleyen Ocak ayı içinde açıklanır.

⁽⁴⁴⁴⁾ Cumhurbaşkanı A.Necdet Sezer'in başvurusu ile, 4756 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Yasanın" 13.maddesiyle değiştirilen 3984 sayılı yasanın 29.maddenin (d) bendi, Anayasa Mahkemesinin 12/06/2002 tarih ve E.2002/97, K.2002/9 sayılı kararı ile yürürlüğü durdurulmuştur.

⁽⁴⁴⁵⁾ 4756 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Yasanın", 13.maddesiyle değiştirilen 3984 sayılı yasanın 29. maddenin (e) bendi, Anayasa Mahkemesinin 12/06/2002 tarih ve E.2002/97,K.2002/9 kararı ile yürürlüğü durdurulmuştur

g- Özel radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının hisse senetlerinin halka arzında 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'na göre Sermaye Piyasası Kurulu'ndan izin almadan önce Üst Kurul'un onayının alınması şarttır.

h- Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda yabancı sermayenin payı ödenmiş sermayenin % 25'ini geçemez.

i- Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda ortak olan gerçek veya tüzel kişi bir başka radyo ve televizyon kuruluşuna ortak olamaz.

j- Yerli ve yabancı hissedarlar hiçbir şekilde imtiyazlı hisse senedine sahip olamazlar.

k- Radyo ve televizyon yayını izni verilen bir anonim şirketin hisse devirleri, devir tarihinden itibaren bir ay içinde, ortakların ad ve soyadları ile şirketin devri sonucunda oluşan ortaklık yapısı ve oy payları hakkındaki bilgilerle Üst Kurul'a bildirilir. Bu şirketlerin bir başka şirkete devri, bir başka şirketin devralınması, bir başka şirketle birleşme işlemlerinden önce, Üst Kurul'dan gerekli bilgi ve belgelerle izin alınması zorunludur. Bu işlemler sonucunda şirket yapısında bu Kanun hükümlerinde öngörülen hususlara aykırılık olduğu takdirde Üst Kurul'un vereceği süre zarfında bu aykırılık giderilmek zorundadır. Aksi halde yayın izni iptal edilir.

l- Radyo ve televizyon yayın izni verilen veya verilecek anonim şirketlerde bulunması gereken diğer asgari idari, mali ve teknik şartlarla yayın alanı, yayın saat ve süreleri ile ilgili esaslar her yıl Üst Kurul tarafından tespit olunur. Şirketler yapılarını verilen süre içinde tespit olunan şartlara uydurmak zorundadır. Aksi halde yayın izni iptal edilir.

m-Radyo ve televizyon yayın kuruluşları, yayın izninin verilmesinden sonra da esas sözleşmelerinde bu kanundaki esaslara aykırı hükümler koyamazlar; iştiğal konularına, radyo ve televizyon yayıncılığı ile bağdaşmayan faaliyetleri dahil edemezler.

n- Yurt dışından Türkiye'ye yönelik yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarına kanal, frekans ve kablo kapasitesi tahsis edilemez. Bunlara Türkiye'de vergi mükellefi olanlar tarafından verilen reklam ve ilan bedelleri vergi matrahlarından düşülemez. Ancak, uydu platformu ve kablo sisteminden iletilen ve yurt dışından yapılan yabancı kaynaklı yayınların Türkçe seslendirilmelerine, birkaç dilden aynı anda yayın yapılmasına ve Türkçe reklam girişine olanak tanınır. Türkçe reklam girişi yapılan yayınlar için Üst Kurul'un ilgili reklam yönetmeliği uygulanır.

Özel radyo ve televizyon kuruluşlarının uyması gerekli asgari, idari, mali ve teknik şartları ile yayın alanı, yayın saat ve süreleriyle ilgili esaslar yasanın 30.maddesinde belirtildiği gibi Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından tespit edilir.

Yasanın 31.maddesi şu şekilde bir düzenleme getirmiştir: radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında belli oran ve saatlerde eğitim, kültür, Türk halk ve Türk sanat müziği programlarına yer vermek zorundadırlar. Bu programların tür ve oranlarıyla ilgili esaslar Üst Kurul tarafından tespit edilir. Tematik kanallar, bu zorunluluktan muaf tutulur. Tematik yayın yapmak isteyen kuruluşlar, başvuru sırasında bu hususu belirtir. Bu kanallar, Üst Kurul'un izni olmadan yayın türünü değiştiremez. Tematik kanallarla ilgili usul ve esaslar Üst Kurul tarafından belirlenir.

Her türlü teknoloji ile ve her tür iletişim ortamında yapılacak yayın ve hizmetlerin usul ve esasları, Haberleşme Yüksek Kurulu'nun belirleyeceği strateji çerçevesinde Üst Kurul tarafından tespit edilip, Haberleşme Yüksek Kurulu'nun onayına sunulur. Bu yayın ve hizmetlerin mevzuata uygunluğu Üst Kurul tarafından denetlenir.

Seçim dönemlerinde yayınların nasıl olması gerektiğine ilişkin düzenleme 32.madde de şu şekilde düzenlenmiştir: Seçim dönemlerindeki yayınlara ilişkin usul ve esaslar kanunlu Yüksek Seçim Kurulu'na verilen yetkiler çerçevesinde Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenir.

Üst Kurul, radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının seçim dönemlerindeki yayınlarını Yüksek Seçim Kurulu'nun kararları doğrultusunda izler, denetler ve değerlendirir.

Seçimlerde oy verme gününden önceki yedinci günden itibaren her türlü haber, röportaj gibi programlar veya reklamlar yoluyla kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla siyasi bir partinin veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek yayınlarda bulunulmasına izin verilemez. Bu yasaklara uymayanlar yayın ilkelerini ihlal etmiş sayılırlar.

298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun 149/A maddesinde düzenlenen hükümler, Yüksek Seçim Kurulu kararlarını müteakip Üst Kurul tarafından yerine getirilir.⁴⁴⁶

III. BÖLÜM: GENEL DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, çalışma konumuz olan Radyo- Televizyon Üst Kurulu ile ilgili elde edilen sonuçlar, eleştiriler ve sorunlar ile öneriler başlıkları adı altında toplanmıştır.

III.1. RTÜK' e İlişkin Eleştiriler ve Sorunlar

RTÜK'e ilişkin eleştiriler, bu çalışmada, yasal düzenlemede, yayıncılık alanında ve örgütsel nitelikte değerlendirilmiştir.

III.1.1.Yasal Düzenlemede RTÜK: Eleştiriler ve Sorunlar

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ve bazı hükümleri eklenerek, bazıları da değiştirilerek kabul edilen 4756 sayılı Kanun genel olarak Avrupa Konseyi Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi (ASTS) ile ortak hükümler taşımaktadır.⁴⁴⁷ Ancak, ASTS'den yasaya yapılan aktarımlarda birçok yanlış yapılmıştır. Bu yanlışlar, yasanın aceleye gelmiş olması ile bağdaştırılıp, çeviri ya da birtakım göz yummalarla da açıklanabilir. Bu sorunları şu şekilde belirlemek mümkündür:

1- Yasada sınırlar dahilindeki yayınlar ile sınırötesi yayınlar arasında, hatta radyo ile televizyon arasında bir ayırım yapılmamıştır. Bu da oldukça büyük bir sorun teşkil etmektedir.⁴⁴⁸ Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'ndeki 'yayıncı' tanımı birkaç küçük ifade değişikliği ile yasaya aktarılmıştır. "Kamu tarafından izlenmesi için televizyon programı hizmetleri tertip eden ve ileten veya değişiklik yapılmadan ve tam olarak bir üçüncü tarafa iletilmesini sağlayan özel veya tüzelkişi..", şeklinde yayıncı tanımı yapılmıştır. Ancak, sözleşmenin televizyon sözleşmesi olmasından dolayı, yayıncı tanımı da televizyon yayıncısı ile sınırlı tutulmuştur. Ancak, 3984 sayılı kanunun hem radyo hem

⁴⁴⁶) www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

⁴⁴⁷) D.Beybin Kejanlıoğlu, Gülseren Adaklı ve Sevilay Çelenk, "Yayıncılıkta Düzenleyici Kurullar", Medya Politikaları, Derleyenler:D.Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Kitapevi, 1. Baskı, 2001, s.113

de televizyonu içermesinden dolayı 28.5.1995 tarihli bir yönetmelikle radyo hizmetleri ‘yayıncı’ tanımı içine alınmıştır.⁴⁴⁹ Yasanın, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi ile çelişen maddelerinden birisi de yeniden iletim ile ilgilidir. ASTS, 4.maddesi yeniden iletim özgürlüğünün işleyişini düzenlerken, 3984 sayılı kanunun 26.maddesi yeniden iletim yasağı getirmektedir.⁴⁵⁰ Bu madde başlığı ‘Yeniden iletim Yasağı’ iken, 15/05/2002 tarihli ve 4756 sayılı kanunla ‘Yeniden İletimi’ haline getirilmiştir. Yani, ASTS izlenmeye çalışılırken, ASTS ile çelişen hükümler konulmuştur. ASTS’nin göz önünde bulundurduğu sinema sektörü, bu yasada dikkate alınmamıştır. Yasanın tanımlar kısmında (3. Madde/ v) telif hakkı sahibi, ‘yazar, besteci, düzenlemeci gibi düşünsel alanda eser yaratan gerçek kişiyi’ şeklinde ifade edilerek, sinema sektörüne ilişkin bir belirleme yapılmamıştır.

2-Televizyon yayınları için geçerli gibi görünen yerli-yabancı yapım oranları ile belli oranlarda eğitim, kültür, Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği yayını zorunluluğu, radyo yayınlarını da kapsar. Diğer taraftan 31.madde, bütün radyo ve televizyon kanallarını “genel ilgi”ye seslenen kanallar olarak kılmış, uzmanlaşmış kanallara izin vermemiştir. Dolayısıyla “tematik” televizyon kanalları dikkate alınmamıştır. Ancak, bugün Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı Kanun’a baktığımızda, tanımlar kısmında “tematik kanal” şeklinde bir tanımlama yapılmış, 31.maddede “tematik yayın yapmak isteyen kuruluşlar, başvuru sırasında bu hususu belirtir..” şeklinde bir düzenleme gerçekleştirilmiştir.

3-3984 sayılı yasada ve onu değiştiren 4756 sayılı yasada, reklamların yanıltıcı olmaması yolunda düzenleme getirilirken, yasanın tanımlar kısmında “yanıltıcı” veya

⁽⁴⁴⁸⁾ Kejanlı, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.113

⁽⁴⁴⁹⁾ a.k.121

⁽⁴⁵⁰⁾ Esra Ercan, “Rtük ve diğerleri”, www.medvakronik.com, 07.10.2002,s 1/8

“aldatıcı reklamlar” in ne olduğuna ilişkin bir tanımlama yapılmamıştır. Yasada, sadece reklam tanımı yapılmıştır.

4-3984 sayılı yasada ve onu değiştiren 4756 sayılı yasada, reklamlarla ilgili maddeler ASTS’den aktarılmış olmasına rağmen, sözleşmedeki bütünlüğün ve bölümlendirmenin gözetilmediği görülür.⁴⁵¹

Sözleşmedeki altı madde dört maddeye indirgenmiştir ve ayrı fıkralar halinde düzenlenmesi gereken bazı hükümler birleştirilerek yanlış anlamalara neden olacak hale getirilmiştir. Örneğin, 20.madde de reklamların diğer programlardan ayrı olduğunun açıkça fark edilecek biçimde sunulması fıkrasına virgülle eklenen “bilinçaltı ile algılanan reklamlara izin verilmeyecektir.”cümlesi, engellenmesi gerekenin yalnızca bilinçaltına yönelik reklamların gibi anlaşılmasına yol açabilecek nitelikte bir anlam kayması yaratmaktadır.⁴⁵²

Ayrıca, reklamların yerleştirilmesi ile ilgili 21.maddenin 3. fıkrası da sorundur. Ancak, 3.fıkra daha büyük bir sorun teşkil etmektedir.⁴⁵³ Üçüncü fıkra, ‘konulu filmler ile televizyon filmleri’ kırkbeş dakikadan uzun sürerse, hem ‘her kırk beş dakikalık süre sonunda bir kez’ hem de ‘kırkbeş dakikadan sonraki her yirmi dakika aralıkla’ reklam yerleştirilebileceğini yazar. Bu ifade ile aynı konuda iki hüküm getirilir. Bu fıkranın ASTS’deki hali ise şu şekildedir. ‘Konulu filmlerin veya televizyon filmlerinin (diziler, belgeseller ve hafif eğlence programları hariç) süreleri kırk beş dakikadan fazla olması halinde her kırk beş dakikalık bölüm için bir kez olmak üzere, bir reklam kesintisi yapılabilir. İki veya daha fazla kırkbeş dakikalık bölümden en az 20 dakikadan uzun süreli bölüm için bir ek reklam kesintisine daha izin verilebilir.’ şeklindedir. Bu durum şu örnekle açıklanabilir: 90 dakikalık bir film için iki reklam kesintisi, 110 dakikalık bir film için ise üç reklam kesintisi anlamına gelirken, bugün yönetmeliğe uygun kanalların konulu uzun filmlerin ilk kırkbeş dakikasından sonra 20 dakika arayla reklam girmekte, sonuçta

⁴⁵¹) Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.121

⁴⁵²) D.Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve Avrupa ülkelerinde..... , s.20

90 dakikalık bir filmde üç reklam kesintisi yapılmaktadır.⁴⁵⁴ Bu durum da RTÜK'ü Avrupa Standartlarını ihlal eden kuralları koyan, kural koyucu durumuna düşürmektedir.⁴⁵⁵

5-Diğer taraftan, “altyazı, logo ve çerçeveler kullanılarak yayınlanacak reklamlar” hakkında kural getirilmesi, alan ve süre sınırları konulması, televizyon kanallarının yasa ihlallerini (fili durumu) haklılaştırmak üzere düzenlendiğini akla getirmektedir.⁴⁵⁶ Yani, bu madde , aynı maddenin başında yer alan, reklamların en çok programların aralarında blok olarak yerleştirilebileceği esasını çiğnemektedir.⁴⁵⁷ Daha sonra bu kural daha da gelişkinleştirilerek, bu tür ‘küçük ilan’ ların sesle ayırt edilebilir olması hükme bağlanmıştır.⁴⁵⁸

6-Sorunlu olarak değerlendirilen bir başka nokta da 3984 sayılı Yasa’ya göre RTÜK’ün yapısıdır. ‘Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, basın, yayın,iletişim, teknoloji, kültür, din, eğitim, hukuk alanlarında birikimi olanlardan ve yüksek öğrenim görmüş devlet memuru olma niteliğine sahip; beşi iktidar partisi veya partileri, dördü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından TBMM tarafından seçilen 9 üyeden oluşur.’ tanımı ile RTÜK’ün siyasi bir denetim mekanizması olduğu sonucuna varılır.⁴⁵⁹ Sendikaların, demokratik kitle örgütlerinin, yargı organları ve üniversitelerin RTÜK’te temsil edilmemesi eleştirilerin odak noktasıdır.⁴⁶⁰ Bu tanımın yer aldığı yasa çıktıktan, yaklaşık bir ay sonra, Radyo Televizyon Üst Kurulu üyelikleri için yapılan seçimde SHP dışarıda bırakılarak, üyeler ANAP ve DYP tarafından paylaşılmıştır.⁴⁶¹ Bu da çoğulcu

⁽⁴⁵³⁾ Adaklı, Kejanlıoğlu, Çelenk, a.g.k,s.121

⁽⁴⁵⁴⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk,a.g.k, s.122

⁽⁴⁵⁵⁾ a.k, s.121

⁽⁴⁵⁶⁾ a.k, s.122

⁽⁴⁵⁷⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve Avrupa Ülkelerinde....., s.21

⁽⁴⁵⁸⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k,s.121

⁽⁴⁵⁹⁾ Ercan, www.medyakronik.com, 1/8

⁽⁴⁶⁰⁾ Çiler Dursun, Korkmaz Alemdar, “Medya Dünyası”, Medya Gücü ve Demokratik Kurumları, Hazırlayan: Korkmaz Alemdar, Afa Yayınları, İstanbul, 1999,s.127

⁽⁴⁶¹⁾ Bülent Çaplı, Can Dünder, “80’ den 2000’lere televizyon”, Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları, C: 15, 1996, İstanbul, s.1385

yapıya ilişkin bir takım sorunlar akla getirmektedir. Bugün ise 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında değişiklik yapılmasına dair 4756 sayılı yasa 7 Haziran 2001 günü TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilmiş, Cumhurbaşkanı A. Necdet Sezer'in onayına sunulmuştur. Fakat, Cumhurbaşkanı Sezer, 18 Haziran 2001 günü, bazı maddelerin Anayasa'ya aykırılığını ileri sürerek, yeniden görüşülmek üzere yasayı TBMM'ne göndermiştir. Ancak, yasa hiçbir değişikliğe uğramadan TBMM Genel Kurulu'na sevk edilmiş, 15 Mayıs 2002 günü TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilmiştir. Cumhurbaşkanı Sezer tarafından da onaylandıktan sonra 21 Mayıs 2002 günü 4756 sayılı yasa Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Ancak, Cumhurbaşkanı A.N. Sezer, yasanın bazı maddelerinin Anayasa'ya aykırılığı ve uygulamaları durumunda giderilmesi olanaksız zararlar doğuracağı gerekçesiyle, iptali ve yürürlüklerinin durdurulması istemi ile Anayasa Mahkemesi'ne dava açmıştır. Sonuçta da bu yasanın 6.maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde bulunan "Siyasi parti gruplarınca, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı oluşum formülüne göre belirlenecek kontenjan doğrultusunda gösterilecek ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlık Divanı oluşum formülüne göre belirlenecek beş" ifadesinin yürürlüğü durdurulmuştur.⁴⁶²

7-Bir başka eleştiri ise, yayın ilkelerinin ve yayıncının sorumluluklarının gereksiz yere ayrıntılandırılmasına ve yoruma açık olan hükümlere yöneliktir.⁴⁶³ Örneğin; "Yayınlara toplumun milli ve manevi değerlerine ve Türk aile yapısına aykırı olmaması" "İnsanların dil, ırk, cinsiyet, renk, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri nedenlerle hiçbir şekilde kınanmaması ve aşağılanmaması" "Türkiye Cumhuriyeti'nin varlık ve bağımsızlığına, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne" şeklinde olan ifadeler yoruma açıktır ve sınırlarının nasıl çizileceği konusunda kesin bir şey

(⁴⁶²) Abdurrahman Canpolat, "3984' den 4756' ya... Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapıldı", RTÜK İletişim Dergisi, Mayıs- Haziran 20002, Ankara, s.18

söylemek zordur.⁴⁶⁴ Bu hükümlerin, kapatma cezalarına dayanak oluşturması da, kapatma cezalarının RTÜK üyelerinin öznel yargılarına bırakıldığı anlamına gelir. Diğer taraftan, muğlak gibi görünen yayın ilkeleri, resmi bakış açısından hiç de anlaşılmaz değildir. Genel olarak, yayın ilkeleri incelendiğinde resmi ideolojiden sapılmadığı görülür. Bu ideoloji desteklediği sürece de yayın kuruluşlarının demokratik ve çoğulcu bir toplumun/sistemin gerekleri doğrultusunda yayın yapıp yapmamaları önemli değildir, en azından, bu durumda, yayın kuruluşları büyük problemler yaşamamaktadır. Yayın ilkelerinin birçoğu devleti/ toplumu korumayı hedefleyen ilkelere aittir. Ancak, bu ilkeleri yaratan anlayışın garip paradoksu, bir taraftan 1980’li yıllardan itibaren kayıtsız şartsız kabul edilen neo- liberal politikalarla, özel girişimciliğin yüceltildiği ve özelleştirmenin tek kurtuluş reçetesi olarak sunulduğu bir anlayış, diğer taraftan da, özel radyo ve televizyonların devleti yıkabilecek bir potansiyeli içlerinde barındırdıkları ve bu nedenle de katı ve tavizsiz biçimde denetlenmesi gerektiği fikridir.⁴⁶⁵ RTÜK tarafından, devleti ve toplumu korumaya yönelik yayın ilkelerine gösterilen önem, bireyi korumayı hedefleyen ilkelere ve demokratik toplumsal yaşamı hedefleyen düzenlemelere gösterilmemektedir. RTÜK zaman zaman “kişi ya da kuruluşları küçük düşürücü, aşağılayıcı, iftira niteliği taşıyan” yayınları nedeni ile bazı yayın kuruluşlarını cezalandırmış, uyarı ve kapatma cezaları, genelde siyasilere, büyük ekonomik kuruluşlara yönelik yayınlar nedeni ile verilmiştir. Yani, ülkemize turist olarak gelen Rus kadınlarına “nataşa” ifadesinin kullanılması aşağılayıcı sayılmamıştır.⁴⁶⁶ Sonuçta, bu kategorideki yayın ilkeleri de zayıf ve korumasız insanlardan çok, güçlüleri korumaya yöneliktir.⁴⁶⁷ Ayrıca, bir yayın kuruluşunun haksız rekabete yol açıcı yayın

⁽⁴⁶³⁾ Kejanhoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.123

⁽⁴⁶⁴⁾ Ercan, www.medyakronik.com, 1/8

⁽⁴⁶⁵⁾ Süleyman İrvan, “Radyo ve Televizyon Yasası ve Yayın İlkeleri”, İletişim, Gazi Üniv., İlet. Fak. Der., 99/1 Kış, s.263-264

⁽⁴⁶⁶⁾ İrvan, a.g.m., s.265

⁽⁴⁶⁷⁾ a.k, s.265

yapıp yapmadığı, demokratik gruplar ve siyasi partiler arasında fırsat eşitliğinin gözetilip gözetilmediği, yerli yapımların ne kadar zorunlu olduğu, lotarya ve promosyonun yasak olduğu halde pratikte uygulanıp uygulanmadığı sorgulanabilecek konular arasındadır.⁴⁶⁸

8-Kamuoyunda RTÜK sansürcü bir kurul olarak değerlendirilip, “kapatsın mı” “kapatmasın mı” soruları ile tartışılmıştır. Bu da tartışılması gereken konunun göz ardı edilmesine yol açmıştır. RTÜK tarafından verilen kararların, yargı kararları niteliğinde olduğu kabul edilir. Hukuk devletlerinde ise, kuruluşların yargı organları tarafından kapatıldığı bilinmektedir. Yani idari müeyyide uygulaması Anayasa’ya aykırılık teşkil etmektedir.⁴⁶⁹

9-3984 sayılı yasa kimlerin radyo ve televizyon sahibi olamayacağını belirler. Buna göre siyasa partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler ile bu idareler tarafından kurulan veya bu idarelerin ortak olduğu şirketler, iş ortakları, birlikler ve üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finansal kurum ve kuruluşları özel radyo televizyon kuruluşu kuramaz ve bunlara ortak olamazlar.⁴⁷⁰ Bu durum yayıncılık alanının, özellikle televizyon yayıncılığının yüksek maliyet getirmesinden dolayı, büyük sermaye girişimcilerine açık bir alan olmasını sağlar. Yani Türk televizyon yayıncılığı dünyası, başka holding, şirket sahibi olan kişi ve kurumlar ile basın sektörünün güçlü kuruluşlarına terkedilmiş durumdadır.⁴⁷¹

10-Medya sektöründe sıkça tartışılan konulardan biri de tekelleşme ile ilgilidir. 3984 sayılı yasanın 29.maddesi, bir şirketin ancak bir radyo ve televizyonu olabilir, radyo ve televizyon kuruluşlarındaki yabancı sermaye payı yüzde yirmiye geçemez, gazete sahibi olan gerçek ve tüzel kişiler televizyon ve radyolarda yüzde yirmiden fazla hisse sahibi

⁴⁶⁸ a.k, s.265- 266

⁴⁶⁹ Ercan, a.g.m, s.2/8

⁴⁷⁰ a.k, s.2/8

⁴⁷¹ Çiler, Alemdar, a.g.m., s.128

olamaz dese de, Türkiye’de medya sektöründe mülkiyet sahipliğinin genel bir görünümüne bakıldığında, tekelleşmenin sürdüğü gözlenmektedir.⁴⁷² 1993 Martı’nda bir haberde, Show Tv Genel Yayın Koordinatörü Nuri Çolakoğlu, tekelleşmeye yönelik alınacak önlemlerin yasa üzerinde kalacağını belirtmiştir. Bu ifadesini açıklayan konuşma da şu şekildedir: ‘bir kişi farklı şirketler kurarak, başka yollar geliştirerek, bu hükümleri rahatça çiğneyebilir. Önemli olan özel televizyonların özgürce yayın yapıp yapamayacaklarıdır.’⁴⁷³ Bir başka örnek ise şudur: WAN (Dünya Gazeteler Birliği) Yönetim Kurulu Başkanı Jame Sirotsky’nın da katıldığı, Dünya Gazeteler Birliği Yönetim Kurulu üyelerine Doğan Holding bir yemek vermiştir. Bu yemekte Milliyet ve Hürriyet genel yayın yönetmenleri olan Derya Sazak ve Ertuğrul Özkök de birer konuşma yapmıştır.⁴⁷⁴ Özkök, konuşmasında grubunun tanıtımını yaparken, Doğan Holding’in başlıca ilgi alanının medya olduğunu belirtmiş, ayrıca finansman, sanayi ve hizmet sektöründe de faaliyet gösterdiklerini söylemiştir. Daha ilginç ise Özkök, grup olarak 11 günlük gazete, 50’ye yakın süreli yayın, üç tv kanalına sahip olarak piyasa paylarının yüzde altmış olduğunu ve en büyük dağıtım ağına sahip olduklarını vurgulamıştır.⁴⁷⁵ Bu bilgilerin sonunda Macaristan Gazeteciler ve Yazarlar Derneği temsilcisi ‘Türkiye’de medya tekeli olup olmadığı yönünde’ bir soru yöneltmiştir.⁴⁷⁶ Verilen cevap ise “bütün gündemi biz kontrol etmiyoruz. Konsantrasyon, yoğunlaşma iddiaları kabul edilemez.” şeklinde sınırlandırılmaya çalışılmışsa da düşündürücü bir gerçeğe vurgu yapılmıştır.⁴⁷⁷ Diğer taraftan 3984 sayılı yasanın bazı hükümlerini değiştiren, 4756 sayılı yasanın 29.maddesinin (d) ve (e) bentleri hisse oranlarına ilişkin yeni düzenlemeleri getirirken % 20’lik oranın % 50’ye çıktığı

⁽⁴⁷²⁾ a.k, s.127

⁽⁴⁷³⁾ Kejanlıoğlu, “Türkiye’ de Radyo Televizyon.....”, s.250

⁽⁴⁷⁴⁾ Kürşat Bumin, Medyakronik, İletişim Yayınları, 1998, İstanbul, s.158

⁽⁴⁷⁵⁾ Bumin, a.g.k, s.159

⁽⁴⁷⁶⁾ a.k, s.159

⁽⁴⁷⁷⁾ a.k, s.159

gözlenmektedir. Nitekim, bu maddelerin Anayasa Mahkemesi'nin 12/06/2002 tarih ve E.2002 /97, K.2002/9 sayılı kararı ile yürürlüğü durdurulmuştur. 3984 sayılı kanunun bazı maddelerini değiştiren 4756 sayılı kanunun getirdiği maddelerden biri de 29.maddedeki özel radyo ve televizyonların kuruluş ve hisse oranlarına ilişkin maddedir. Ancak bu maddenin (d) ve (e) bentlerinin, Anayasa Mahkemesi'nin 12/06/2002 tarih ve E.2002/ 97, K.2002/9 sayılı kararı ile yürürlüğü durdurulmuştur. Bu maddelerin de içinde bulunduğu yasa tasarısı 1997 yılının Aralık ayından itibaren gündeme gelmiştir. Bu tasarı ile özel radyo ve televizyonlarda tekelleşmenin önüne geçileceği iddia edilmiştir.⁴⁷⁸ Bu tasarı ile medya mülkiyetini belirlemede "hisse oranı"na dayanan sermaye ölçütü biçiminden "izleyici oranı" ölçütüne dayanan bir sisteme geçilmesi yönünde düzenlemeler yapılmıştır. Ancak, RTÜK uzmanları, bu ölçütün en az bir yıl gerektiren teknik altyapı çalışmasına ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Gerçekçi bir değerlendirme ile de bu sürenin 2 veya 3 yıl olacağı ifade edilmiştir.⁴⁷⁹ Ayrıca, tasarıda izlenme oranına geçişte altyapının hazırlanabilmesi için bir geçiş döneminin öngörülmemesi, yasaya rağmen, bu alanda bir kuralsızlık ve boşluk dönemine yol açılacağını düşündürmüştür.⁴⁸⁰ Hazırlanmış olan tasarıda yürürlüğü durdurulan maddede (29.mad/(d) bendi) her yıl yapılacak yıllık ortalama izlenme oranı ölçümlerine göre yıllık ortalama izlenme ve dinlenme oranı % 20'yi geçen bir televizyon veya radyo kuruluşunda bir gerçek veya tüzel kişinin veya bir sermaye grubunun sermaye payı % 50'yi geçemez, demektir. Böylece, sermaye payının %49'una sahip olabilmenin de yolu açılmıştır.⁴⁸¹ Ancak buradaki önemli nokta, AGB'nin verilerine göre, Türkiye'de yayın yapan hiçbir yayın kuruluşunun % 10 ortalama izleyici oranını tutturamamış olmasıdır. 1997 yılında hazırlanan yasa tasarısında akrabalara ilişkin

⁽⁴⁷⁸⁾ Zerrin Ertan Keskin, "Medyada Şeffaflık Tartışmaları ve Unutulan RTÜK Yasa Tasarısı", İletişim, Gazi Üniv.İlet.Fak.Der., 99/1 kış, s.257-258

⁽⁴⁷⁹⁾ Keskin, a.g.m, s.258

⁽⁴⁸⁰⁾ a.k, s.258

sınırlamalarda kaldırılmış, böylece herhangi bir kişi veya kuruluş isterse bir yayın organının % 100 hissesine sahip olabilir hale getirilmiştir. Yani, tekelleşmeyi önleyeceği iddia edilen bu tasarının, aslında tekelleşmenin önünü alabildiğine açtığı gözlenmektedir. Ancak, tekelleşmeyi özendirceği ve arttıracığı açık olan bu yasa tasarısı 21 Ekim 1998 günü Meclis Genel Kurulu'nda oylanmış ve tasarının maddelerine geçilmesi 170'e karşı 218 oyla reddedilmiştir.⁴⁸² Bugün ise, reddedilmiş olan bu yasa tasarısının küçük bir değişikliğe uğrayarak onaylandığı görülmektedir. Bu da sermaye sahipleri ile iktidar sahipleri arasında uzlaşmanın tamamlandığını, ancak, bazı maddelerin (29. Madde d/e bendleri gibi) yürürlüğünün durdurulması ile bu anlaşmanın tesadüf sonucu da olsa kesintiye uğradığını göstermektedir.

11-RTÜK'ün Mart 1995'te Radyo ve Televizyon Yayını İzni ve Lisans Yönetmeliği yayınlarak frekans tahsisi isteyen kanalların başvuru koşullarını ve sahip olması gereken teknik standartları belirlemiştir. Ancak, bu standartların kapsamlı ve ayrıntılı bir şekilde düzenlenmesi, bu koşullara, sadece büyük sermaye sahiplerinin tam anlamıyla uyabileceğini göstermektedir. Ayrıca parayı en fazla verenin yayın hakkına sahip olması, aynı zamanda, kültürel bir yayın aracı olan televizyonun, tamamen ticari bir bakış açısı ile ele alınması anlamına gelmekte ve bu uygulama yayıncılık alanının büyük sermayenin tekeline vereceğinin işareti olmaktadır.⁴⁸³

12-21 Mayıs 2002 günü Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 4756 sayılı yasa, tasarı halinde iken RTÜK yetkilileri tarafından değerlendirilmiştir.⁴⁸⁴ RTÜK yetkilileri, yasada "veri yayını, ulusal yayın, bölgesel yayın, yerel yayın, ek yayın hizmetleri, program hizmeti" tanımlarının getirildiğini, bu tanımların yönetmelikle

⁽⁴⁸¹⁾ a.k, s.259

⁽⁴⁸²⁾ a.k, s.261

⁽⁴⁸³⁾ Çaplı, Dündar, a.g.m, s.1385

⁽⁴⁸⁴⁾ RTÜK İletişim, "RÜK Yasası", s.8

düzenlenebilecekken, kanunda yer almasının teknolojik gelişmeler ve ileride doğabilecek ihtiyaçlar dikkate alındığında sakınca teşkil ettiğini belirtmişlerdir.⁴⁸⁵ Ayrıca, yasada yapılan yayıncı tanımının, yeni teknolojileri kapsamadığı da ifade edilmiştir. Yine, yasadaki yayın ilkeleri bölümünde Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin değişen hükümlerine uygun düzenlemenin yapılmadığı da söylenmiştir.⁴⁸⁶

13-4756 sayılı yasa ile birlikte, 3984 sayılı yasanın 8.maddesinin ulusal ve bölgesel frekans planları yapılmasına ilişkin (a) bendi yürürlükten kaldırılmıştır, yani, Üst Kurul'un frekans planları yapma yetkisi alınmıştır. Bu durumda Kurul yetkililerince eleştirilmektedir. Bunun nedeni olarak da Üst Kurul'un 3984 sayılı Kanun'un verdiği görev çerçevesinde analog radyo ve televizyon frekans planlarını tamamlaması, kamuoyuna ve ilgili mercilere arz edilmesi, diğer taraftan teknolojik gelişmelere paralel olarak sayısal televizyon frekans planının bitirilmiş ve ilgililere gönderilmiş olması gösterilmektedir. Yani bu aşamaya gelen planlama çalışmalarının Üst Kurul'dan alınmasının, 3984 sayılı Kanun'un bütünlüğüne, yeknesaklığına ve uygulanabilirliğine olumsuz etki yapacağı düşünülmüştür.⁴⁸⁷ Dolayısıyla frekans planlaması görevinin Türk Telekomünikasyon Kurumu'na verilmesine olumlu bakılmamaktadır. Ayrıca, Kurul yetkilileri, Haberleşme Yüksek Kurulu'na bırakılan görev takibinin de, Üst Kurul'un özerk yapısına aykırılık teşkil ettiğini belirtmişlerdir.⁴⁸⁸

14- 4756 sayılı yasaya göre RTÜK'ün Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu tarafından denetlenmesi de RTÜK yetkililerince kaygı ile karşılanmaktadır. Üst Kurul'un, Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu'nun denetimine tabii olması, idari ve mali

⁽⁴⁸⁵⁾ a.k,s.8

⁽⁴⁸⁶⁾ RTÜK İletişim, "RTÜK Yasa...", s.8

⁽⁴⁸⁷⁾ a.k, s.8

⁽⁴⁸⁸⁾ a.k, s.8

özerkliğinin fiilen ortadan kalkması anlamına gelmektedir.⁴⁸⁹ Nitekim, Cumhurbaşkanı Sezer de, tasarının onaylanmaması hakkında hazırladığı gerekçeli metinde denetim görev ve yetkisinin Sayıştay'a verilmesi hususuna değinmiştir. Bu yetkinin, Sayıştay'a verilmesinin RTÜK'ün tarafsız yapısına daha uygun düşeceğini belirtmiştir.⁴⁹⁰ RTÜK yetkilileri de denetleme görevinin ya Sayıştay'a ya da TBMM Hesapları İnceleme Komisyonu gibi bir oluşuma verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.⁴⁹¹ Denetlemenin vesayet altındaki bir kuruluş tarafından yapılmasına karşıdırlar.⁴⁹² Ayrıca RTÜK yetkilileri, Üst Kurul'un sadece mali özerklik bakımından değil, idari özerklik bakımından da Avrupa'daki aynı hizmeti yürüten kuruluşlara göre daha zayıf ve savunmasız hale geleceğini belirtmişlerdir.⁴⁹³ Sonuçta, RTÜK yetkililerinin kuvvetle vurguladıkları 'özerklik' konusunun zarara uğrayacağı görülmektedir.

15-Üst Kurul yetkilileri, yeni yasada teşkilat yapısının değişmesini de eleştirmektedir. Üst Kurul, teşkilat birimlerinin kanun ile tek tek sayılmasının çalışma serbestisine ve verimine sınırlama getirdiğini düşünmektedir. RTÜK yetkilileri, bazı birimler dışındaki birimlerin yönetmelikle düzenlenmesini daha uygun bulmaktadırlar.⁴⁹⁴

16-4756 sayılı yasada düzenlenen 'yeniden iletim' tanımının ise, sayısal yayınları iletecek olan multipleks işletmecisi kuruluşlar için sorun olacağı düşünülür. Bu tanımla birlikte kuruluşların yayın iletmelerinin engelleneceği belirtilmiştir.⁴⁹⁵

17-TRT yayınlarının, Üst Kurul denetiminden çıkarılması da, tüm yayın kuruluşları arasında eşitliğin korunabilmesi, TRT'nin yayın ilkelerine uygun yayın yapması açısından sakıncalı görülmüştür.⁴⁹⁶

⁽⁴⁸⁹⁾ a.k, s.8

⁽⁴⁹⁰⁾ Cengiz Özdiker, "Türkiye' de Medyanın Düzenlenmesi ve Denetlenmesi Bakımından Gelişmeler", RTÜK İletişim Dergisi, sayı:24, yıl:4, s.37

⁽⁴⁹¹⁾ Cengiz Özdiker, "RTÜK' ün Özerkliği", RTÜK İletişim, yıl:3, sayı:18,Ankara, s.30

⁽⁴⁹²⁾ RTÜK İletişim,"RTÜK Yasas....", s.6

⁽⁴⁹³⁾ a.k, s.8

⁽⁴⁹⁴⁾ a.k, s.8

RTÜK yetkililerinin yaptıkları bu eleştirilere karşın, yürürlüğü durdurulan 29.maddenin (d) ve (e) bendi ile yine yürürlüğü durdurulan 6.maddenin (a) bendine ve 4.maddeye ilişkin görüş bildirmemeleri dikkat çekici bir noktadır.

Radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen 3984 sayılı yasayı değiştiren 4756 sayılı yasanın ön hazırlık çalışmaları birbuçuk yıl önce, iktidarda bulunan üç partinin temsilcilerinin katılımıyla yapılmıştır. Hükümet tarafından TBMM'ye gönderilen RTÜK kanunundaki değişiklik tasarısı, Anayasa komisyonunda diğer kanun teklif ve tasarılarının görüşülme süresinden çok daha hızlı biçimde, tartışılmaksızın geçirilmiş ve TBMM Genel Kurulu'na gelmiştir.⁴⁹⁷ 7 Haziran 2001 tarihinde Genel Kurul'da da kabul edilen tasarı, Cumhurbaşkanı Sezer tarafından onaylanmamış, bir kez daha görüşülmesi için geri gönderilmiştir. 18 Haziran 2001 tarihinde Cumhurbaşkanı A.Necdet Sezer gerekçeli kararında şu ifadeyi kullanmıştır: “tekelleşerek sorumluluk bilincinden uzaklaşacak bir medya, her sorumsuz güç gibi er geç amacından sapabilir ve toplum yaşamını, ulusal egemenliği tehlikeye sokan bir güç durumuna gelebilir.”⁴⁹⁸ Bunlara ek olarak yasa tasarısının geri gönderilmesini haklı çıkaran nedenlerin başında şunların geldiği belirtilmiştir: Tasarının tekelleşmeyi önlemenin aksine, bizzat tekelleşmenin önünü açması, RTÜK'ün özerkliğini ortadan kaldırması, medya sahiplerinin kamu ihalelerine girebilmesinin ve borsada işlem yapabilmesinin önündeki engelleri kaldırması, yerel ve bölgesel medyaya getirilen cezaların çok ağır olması ve ülkece benimsenen ‘Ulusal Programa’ aykırı olarak, basın özgürlüğünü kısıtlayıcı hükümlere yer vermesi.⁴⁹⁹ Ayrıca, yasa tasarısında AB'ye uyum çalışmalarının gözetilmediği de belirtilmiştir.

⁽⁴⁹⁵⁾ a.k, s.8

⁽⁴⁹⁶⁾ RTÜK İletişim, “RTÜK Yasa...”, s.8

⁽⁴⁹⁷⁾ Özdiker, “Türkiye’ de Medyanın Düz...”, s.37

⁽⁴⁹⁸⁾ a.k, s.37

⁽⁴⁹⁹⁾ Erdal Dağtaş, “Yayıncılıkta Kamu Hizmeti Modeli ve Toplumsal Sorumluluk Anlayışı- II”, RTÜK İletişim Dergisi, sayı:20, yıl:5, Kasım- Aralık 2001, s.23

Bu konuya ilişkin olarak Yalçın Doğan'ın Cumhuriyet Gazetesi'nde yayınlanan köşe yazısı ilgi çekicidir.⁵⁰⁰ Doğan, yeni RTÜK yasası ile siyasetçilerin birer figüran olarak kalacağını, halk egemenliğinin, medeni yargının da “lafta” kalacağını belirtmiş, bu yasa ile her şeyin tekelleşen medya ipoteğinin altına gireceğini ifade etmiştir. Yani, Doğan, tekelleşmenin yasal kılıfa büründüğünü, bunun altında yatanın ne olduğunu, medya- iktidar ilişkilerine vurgu yaparak irdelemiştir.

Bunun üzerine Cumhurbaşkanı Sezer tarafından geri gönderilen yasa, üzerinde hiçbir değişiklik yapılmadan, 4756 sayılı kanun olarak TBMM Genel Kurulu'na tekrar sevk edilmiştir. 15 Mayıs 2002 günü TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilen 4756 sayılı yasa, Cumhurbaşkanı A.Sezer tarafından da onaylandıktan sonra, 21 Mayıs 2002 günü Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Daha sonra ise Cumhurbaşkanı Sezer, bazı maddelerin iptali ve yürürlüklerinin durdurulması için Anayasa Mahkemesi'ne dava açmıştır. Sonuçta 4756 sayılı Yasada bazı maddelerin yürürlüğü durdurulmuştur. Bu maddeler şunlardır: 6.maddenin (a) bendi, 28.maddenin sekizinci fıkrasının, dördüncü tümcesinde yer alan “..tazminat miktarı on milyar liradan az olmamak üzere” ibaresi ile altıncı tümcesinde yer alan “...tensip kararı ile birlikte bilirkişiyi de tayin eder ve..” ibaresi, 29.maddenin (d) ve (e) bentleridir.

Yeni yasa ile birlikte siyasal ve iktisadi güçlerin bir uzlaşmaya vardıkları görülmektedir. Ancak, bu uzlaşmada, kamu yararından çok sermayenin yararının gözetildiği açıktır.

⁽⁵⁰⁰⁾ Yalçın Doğan, “RTÜK: Demokrasiye Son Tuzak”, 22 Mayıs 2001, Cumhuriyet Gazetesi, s.9

III.1.2.Yayıncılık Alanında RTÜK: Eleştiriler ve Sorunlar

RTÜK, yayıncılık alanında, kural koyma örnekleri, cezai müdahalelerine ilişkin örnekleri ile örgütsel nitelikte gerçekleştirilen frekans tahsisi örneği ile incelenmiştir.

III.1.2.1. Kural Koyma Müdahalelerine İlişkin

RTÜK, sahip olduğu görev ve yetkilerle güçlü bir kuruldur. RTÜK bu görevlerinin yerine getirilmesi ve yetkilerinin kullanılması için çeşitli yönetmelikler çıkarmış, duyuru ve tebliğler yayınlamıştır.⁵⁰¹ 3984 sayılı yasanın 8.maddesinin (p) bendinde RTÜK'e tanınan yetki çerçevesinde çıkarılan yönetmelikler incelenmiştir.⁵⁰² Buna göre RTÜK'ün çıkardığı yönetmeliklerde bir sıralama sorununa dikkat çekilmiştir. Bu sıralama, RTÜK'ün önceliklerini değerlendirmek olarak düşünülebilir.⁵⁰³ 20.11.1994 tarihinde RTÜK ilk olarak üç yönetmelik çıkarmıştır. Bunlardan birincisi, Üst Kurul'un çalışma esas ve usulleri, ikincisi, teşkilatın çalışma usul ve esasları, üçüncüsü de reklam yayın ilkeleri ve usulleri ile reklam paylarının ödenmesine ilişkin yönetmeliklerdir.⁵⁰⁴ Birinci ve ikinci yönetmelikler kurulun çalışabilmesi açısından öncelik ve önem arz etmektedir. Üçüncü yönetmeliğin, yayın izni, ihale ve tahsis işlemlerini konu alan yönetmelik ya da yayın esas ve usulleri hakkındaki yönetmelik olması gerekmektedir. Ancak, bu yönetmeliklerden önce, reklamlarla ilgili yönetmeliğin çıkarılması, bu kanunun uygulanması amacı düşünüldüğünde birçok sorgulamayı beraberinde getirmektedir. Kurulun harcamalarının, 1994 TBMM bütçesinden karşılanacağı yasanın 4.maddesinde

⁽⁵⁰¹⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı,Çelenk, a.g.k, s.117

⁽⁵⁰²⁾ a.k, s.117

⁽⁵⁰³⁾ a.k s.117

⁽⁵⁰⁴⁾ a.k, s.117

hükme bağlanmıştır. Buna rağmen, RTÜK yetkilileri, mali kaynak peşine düşmüş, yayıncılık alanındaki fiili durumu kabullenerek, öncelikle reklamlarla ilgili yönetmelik çıkarmıştır.⁵⁰⁵

Yine yönetmeliklerin tarih sırası incelendiğinde sorun arz eden bir başka konu, yaratıcı insana ve onur haklarına, yani, telif hakkına öncelik tanınmaması, yeterince önem verilmemesidir.⁵⁰⁶ Bu yönetmeliklere ilişkin sorun, sadece sıralama, ya da yasanın veya yönetmeliğin işlemesi/işlememesi değil, bizzat yönetmelik hükümlerinin sorunlu olmasıdır.⁵⁰⁷ Bu sorunlara dair örnekler ise (ASTS) Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nden aktarılmaya çalışılan maddeler ile hatırlanabilir. 3984 sayılı yasanın 3.maddesindeki 'yayıncı' ve 'telif-hakkı sahibi' tanımları, tek tek ilgili diğer maddelerle beraber ele alındığında sorunlar ortaya çıkmaktadır.⁵⁰⁸ Aslında bu tanımın yalnızca televizyon hizmetlerini kapsamaması, yasanın programlar ve reklamlar konusundaki hükümleri açısından uygun ve yerindedir. Çünkü bu hükümlerde televizyon sözleşmesinden alınmıştır, dolayısıyla hükümlerin radyoya uygulanabilmeleri zordur. "Yayın ilkeleri" arasında sayılan yerli-yabancı yapım oranları için konulmuş ve aşamalı biçimde gerçekleştirilecek olan % 50 barajına baktığımızda (mad 4/p) "yayıncı" tanımı gereği bu hükmün televizyon yayınları için geçerli olduğunu düşünebiliriz. Ama RTÜK'ün hazırladığı 28.5.1995'de Resmi Gazete'de yayımlanan "Radyo ve Televizyon Yayınları Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik"de radyo hizmetleri de "yayıncı" tanımı içine alınmış ve yerli yabancı yapım oranları radyo yayınları için de geçerli kılınmıştır. Bu durum da, radyo yayınları için sorun oluşturmaktadır. Çünkü, bu hüküm bağlamında,

⁽⁵⁰⁵⁾ a.k, s.118

⁽⁵⁰⁶⁾ a.k, s.120

⁽⁵⁰⁷⁾ a.k, s.120

⁽⁵⁰⁸⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve , s.20

radıyodan Türkçe sunulan yabancı müzik programının yerli program mı, yabancı program mı sayılacağı sorulacaktır.⁵⁰⁹

Bu bölümde, reklamlara ilişkin düzenlemeler, muğlak ve gereksiz ayrıntılı hale getirilmiş yayın ilkeleri, tanımlar kısmına ilişkin sorunlar irdelenebilecek niteliktedir.

III.1.2.2. Cezai Müdahalelerine İlişkin Örnekler

3984 sayılı Yasa'nın altıncı bölümündeki 33. 34. ve 35.maddelerde müeyyideler ele alınmıştır. 3984 sayılı Yasa'nın bazı hükümlerini değiştiren, bazılarını da kaldıran 4756 sayılı Yasa'ya göre altıncı bölümde de birtakım değişiklikler olmuştur. Öncelikle altıncı bölümdeki 33. ve 34.maddeler yine müeyyideleri içerirken, 35.madde mülga edilmiştir.⁵¹⁰ Böylece RTÜK'ün, TRT'yi uyarma, yayını durdurma, dolayısıyla denetleme yetkisi ortadan kaldırılmıştır. 33.madde başlığı 'Uyarı, Durdurma, İptal' iken, 15/05/2002 tarihli ve 4756 sayılı kanunla metin 'Uyarı, Para Cezası, Durdurma ve İptal' şeklinde değiştirilmiştir.

"RTÜK, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı'nda istihdam edilmiş uzmanlar aracılığıyla yerel ve ulusal düzeyde bütün yayın içeriklerini hiç sektirmeden denetleyerek çok sayıda kuruluşa çeşitli gerekçelerle uyarı ve geçici olarak yayın durdurma (kapatma) cezaları vermektedir"⁵¹¹ RTÜK, hem ulusal yayın kuruluşları tarafından yapılan yayınları izlerken, hem de çok sayıda bölgesel ve yerel televizyon kanalı tarafından yapılan yayınların kaset kayıtlarını inceleyerek izleme faaliyetlerini sürdürür. Ancak, bu görevini

⁽⁵⁰⁹⁾ a.k, s.20

⁽⁵¹⁰⁾ 3984 sayılı yasayı değiştiren 4756 sayılı yasada; Madde 35- (Mülga: 15/05/2002- 4756/18md.) şeklindedir.

⁽⁵¹¹⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.124

yaparken, merkez birimlerinden takip edemediği yayınları, coğrafi olarak uzak bölgelerde, il ve ilçe emniyet teşkilatları ile işbirliğine giderek izler.⁵¹²

Ayrıca, İçişleri Bakanlığı ile RTÜK arasında Ağustos 1998'de bir protokol imzalanmıştır. Buna göre, RTÜK merkez teşkilatı tarafından, izlenemeyen yerel ve bölgesel radyo ve televizyon yayınları, RTÜK bölge teşkilatları kuruluncaya kadar Valilikler tarafından İl Emniyet Müdürlükleri'nde kurulan izleme birimlerince izlenmekte ve yasaya aykırı yayınlar RTÜK'e rapor edilmektedir.⁵¹³

Sonuçta, RTÜK tarafından, ulusal ve kablolu televizyonlar ile ulusal radyolar ve Ankara'daki yerel radyoların yayınları, Ankara merkezde sürekli izlenmekte ve denetlenmektedir. İstanbul, İzmir, Adana ve Diyarbakır Bölge Müdürlükleri'nde, bölgesel ve yerel televizyon ve radyoların izlenmesi sürdürülmekte, bunların dışında kalan yerel televizyonlar ile radyo yayınları da Radyo ve Televizyon Üst Kurul ile İçişleri Bakanlığı arasında 1998 yılında imzalanan protokol çerçevesinde oluşturulan yerel yayın izleme birimleri kanalı ile takip edilmektedir.⁵¹⁴

Bunların dışında, RTÜK, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, yayın izleme faaliyetini izleyiciden gelecek tepkiler doğrultusunda yönlendirebilmek, radyo ve televizyon yayınlarından şikayetçi olan vatandaşların başvurabilecekleri, dileklerini ve beklentilerini iletebilecekleri bir hizmetin oluşturulmasını sağlayabilmek, amacıyla Ocak 1998 yılında "178 Alo RTÜK" hattını kurmuştur. Alo RTÜK 178 şikayet hattına ulaşan telefon şikayetleri, Üst Kurul'un elektronik posta adresine ulaşan şikayetler ve yazılı başvurular doğrultusunda, yayıncı kuruluşlardan şikayete konu olan yayınların bantları, Kurul tarafından istemekte ve değerlendirilmektedir.

⁽⁵¹²⁾ a.k, s.124

⁽⁵¹³⁾ a.k, s.125

⁽⁵¹⁴⁾ Cihangir Gener, "Yayın Durdurmalar; Yerel Yayıncılık ve Yerel Yayıncıların Karşılaştıkları Sorunlar", RTÜK İletişim Dergisi, sayı:22, yıl:4, Mart- Nisan 2001, s.30

Alo RTÜK 178 hattını, 1 Ocak 2000- 31 Aralık 2000 döneminde, radyolar için 1.0606, televizyonlar için ise 21.817, vatandaş aramıştır. Bu başvurularda yer alan şikayet dağılımı ise radyolar için 2.607, televizyonlar için 30.255 şeklindedir. Kurulun 2000 yılı değerlendirmesinde, 21.817 kişiden, 997 adet ‘kanal inceleme’ talebi, 361 adet ‘kanal kapatılsın’ talebi, 1.490 adet ‘program kaldırılınsın’, 416 adet ‘RTÜK olumsuz’, 174 adet ‘RTÜK olumlu’, 86 adet ‘kanal beğeni’, 91 adet ‘RTÜK talep’, 716 adet ise ‘program beğenisi’ mesajları geldiği belirlenmiştir.⁵¹⁵

Radyo ve televizyonlar için yapılan başvuruların konu başlıklarına bakıldığında, en çok şikayet, 2.368 adet ile ‘cinsellik/ erotizm’ ile ilgili olmuştur. Konu başlıklarından ikincisi 2.266 adet ile ‘ahlaka aykırı hareket ve davranış’ ve 2.087 adeti de ‘reklamın niteliği’ ne ilişkindir.⁵¹⁶ Şikayet edilen diğer konular, programlardaki şiddet unsuru, çocukların programlardan fiziksel ve psikolojik etkilenmeleri, kişilik hakları ve milli-manevi değerlere hakaret ile ilgilidir. Haberlere ilişkin şikayetler ise ‘haber programlarında magazine aşırı yer verilmesi’, ‘abartılı haber’, ‘haberlerde şiddete yer verilmesi’ ve haberin magazinelleşmesi ile ilgilidir. Reklamlara ilişkin gelen şikayetlerin, 2.087 adedi reklamın niteliğine, 1.568 adeti de reklamın niceliğine yönelik olmuştur.⁵¹⁷ Konu başlığı itibariyle en çok şikayet 1998 yılında “cinsellik/erotizm” konusunda, 1999 yılında 5.524 adet ile “genel ahlaka aykırılık” konusunda, 2000 yılında da 2.368 adet ile yine “cinsellik/erotizm” konusunda olmuştur.⁵¹⁸

RTÜK’ün, izleme ve değerlendirme dairesi tarafından aktarılan verilere göre, 2000 yılı içerisinde Alo RTÜK 178 hattını arayan en fazla erkek seyirciler olmuştur. En şikayetçi il İstanbul olmuş ve program türüne göre yapılan sıralamada da reklamlar ilk

⁽⁵¹⁵⁾ Vedat Kent, “Alo RTÜK 178 Hattına Gelen Şikayetlerin 2000 Yılı Değerlendirmesi”, RTÜK İletişim Dergisi, yıl:4, sayı:23, Mayıs- Haziran 2001, s.37

⁽⁵¹⁶⁾ Kent, a.g.m, s.37

⁽⁵¹⁷⁾ a.k, s.40

sırada yer almıştır. Şikayetçi olunan konu sıralamasında reklamları, haberler ve haber programları izlemiştir. Reklamlara yönelik eleştirilerde de öne çıkan noktalar % 40 oranıyla çok fazla reklam yayınlanması, % 19 oranla cinsel içerikli öğelere yer verilmesi, % 13 oranla da geleneklere uygun anlatım yapılmaması ve görüntülerde bu konulara dikkat edilmesi ile ilgilidir.⁵¹⁹ RTÜK tarafından yayınlanan RTÜK İletişim Dergisi'nde, Kurul'un yaptığı kamuoyu araştırmaları ve araştırmanın sonuçları, Kurul'un kanallara verdiği cezalar, yaptırım uyguladığı programlar, Kurul'a gelen şikayetler yayınlanmaktadır. Fakat, Alo RTÜK 178 hattına gelen şikayetler ile RTÜK'ün yaptırım kararlarının dergide yayınlanması, Kurul'un yaptırım kararlarının haklılığını ispatlamak amacını taşıdığını düşündürmektedir.⁵²⁰ Bu bilgiler, yayıncılık alanındaki çelişkili durumu tekrar ortaya çıkarmaktadır. Bu çelişki de yayın kuruluşlarının "halk bunu istiyor" savunmalarına rağmen, en çok şikayet alan programların da, en çok izlenen programlar olması durumu ile açıklanabilir.

1994 yılından 20 Eylül 2000 tarihine kadar RTÜK tarafından uygulanan müeyyideler genel olarak, terör, şiddet, genel ahlak, kişi hakları gibi konularda olmuştur. Bu müeyyidelerin istatistiği ise şu şekildedir: RTÜK tarafından gerçekleştirilen toplam uyarı sayısı 710, toplam 'geçici bir süre yayın durdurma' sayısı 458 şeklindedir. Bunlardan ulusal televizyonlara 171 adet uyarı, 172 adet yayın durdurma; ulusal radyolara 40 adet uyarı, 46 adet yayın durdurma; bölgesel televizyonlara 13 adet uyarı, 8 adet yayın durdurma, bölgesel radyolara 38 adet uyarı, 21 adet yayın durdurma; yerel televizyonlara

⁽⁵¹⁸⁾ a.k, s.42

⁽⁵¹⁹⁾ Zinnet Bayraktar, "TV' den En Çok Erkek İzleyiciler Şikayetçi", RTÜK İletişim Dergisi, sayı:21, yıl:4, Ocak- Şubat 2001, s.26

⁽⁵²⁰⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.126

219 adet uyarı, 108 adet yayın durdurma, yerel radyolara 219 adet uyarı, 103 adet yayın durdurma cezaları verilmiştir.⁵²¹

Bunların dışında ‘yeniden iletim yasağı’ ile ilgili yaptırım örnekleri dikkat çekicidir.⁵²² Yeniden iletim yasağı ihlaliyle ilgili yaptırımların çokluğu, söz konusu maddenin sık sık ihlal ediliyor olmasından dolayı değil, çok sayıda yerel televizyon kanalı ile anlaşmaya varılarak, yerel televizyonlardan eşzamanlı olarak yapılan yeniden iletimden kaynaklanmaktadır.⁵²³ Bundan dolayı İngiltere’den BBC’nin Türkçe haberlerinin bir aracı kuruluş vasıtasıyla muhtelif radyo kuruluşlarında yayınlanma girişimleri de atıl kalmıştır.⁵²⁴

RTÜK tarafından ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarına verilen ‘uyarı’ ve ‘geçici süreyle yayın durdurma’ kararları (uygulanan müeyyideler) İdari Mahkemeler’in görev alanına girer. RTÜK’ün kurulduğu 1994 yılından 17.07.2000 tarihine kadar ulusal televizyonlar için verilen, toplam 318 uyarı ve kapatma kararından 199’u dava konusu olmuş, açılan davaların % 68’i RTÜK lehinde sonuçlanmıştır. Ayrıca, ulusal televizyon kanalları dışındaki, tv ve radyolar için verilen toplam 154 uyarı ve kapatma kararının tümü yargıya intikal etmiş ve % 77’si lehde sonuçlanmıştır. RTÜK tarafından verilen 200 uyarının yalnızca 81’i (% 40), 472 adet uyarı ve kapatma kararının 353’ü (% 75) dava konusu olmuş ve bunlardan % 71’i RTÜK lehinde sonuçlanmış, açılan davaların % 18’ i aleyhte sonuçlanmış; % 11’i de devam etmektedir.⁵²⁵

⁽⁵²¹⁾ Özdiğer, “RTÜK’ ün Ö...”, s.30-31

⁽⁵²²⁾ 15/05/2002- 4756 sayılı kanundan önce madde 26’nın düzenlenişi göz önünde bulundurulmaktadır. Bu tarihten ve kanundan sonra madde 26 ‘yeniden iletim’ başlığı altında yeniden düzenlenmiştir.

⁽⁵²³⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k, s.127

⁽⁵²⁴⁾ Gener, a.g.m, s.32

⁽⁵²⁵⁾ Özdiğer, “RTÜK’ ün Öz...”, s.32

Ayrıca, RTÜK müeyyidelerinden, kapatma kararı olarak bilinen ‘geçici süreyle yayın durdurma’ yaptırımının uygulamaya geçirilmesinde RTÜK’ün geciktiği düşünülür. RTÜK yetkilileri, bu kanaatin oluşumunu, bağımsız mahkemelerdeki ‘dava süreci’ne bağlamaktadırlar.⁵²⁶

Genel olarak bakıldığında, 3984 sayılı yasanın 4.maddesindeki yayın ilkelerinin yarıya yakını devleti ve toplumu korumayı amaçlamıştır. Bunlardan, beş tanesi (f,j,m,n,o) kişiyi, çocukları ve gençleri korumaya yöneliktir. Ancak, bu yayın ilkelerinden sadece dördü (e,k,l,s) demokratik bir toplumsal hayata gönderme yapmaktadır.⁵²⁷ Bugün 3984 sayılı yasada bir takım değişiklikler yapan ve bazı hükümlerini geçersiz kılan 4756 sayılı yasada da çok fazla fark olmadığı görülmektedir. RTÜK’ün de daha çok yayın ilkelerine aykırılıkla ilgili yayın ihlallerine ceza verdiği gözlenir. Buna karşın reklamlar konusunda kayıtsız kaldığı görülmektedir.⁵²⁸ Oysa ki Alo RTÜK 178 şikayet hattına gelen konu başlıklarından birinin reklamlar olduğu kendi dokümanlarında bulunmaktadır. RTÜK, bir video- klipteki gizli reklam karşısında -hem de reklamı yasaklanan bir ürünün reklamı(bira)- sesiz kalmıştır. Klabin sorunlu kısmı kesilerek yayına sokulmuş ve bunun dışında bir tartışma olmamıştır.⁵²⁹ Bununla birlikte reklamlara ilişkin çarpıcı başka bir örnekte reklamı yasaklanan bir ürün markasının (Parliament) uzun süre bir televizyon kanalından “Sinema Klubü” altında filmler sunmuş olmasıdır. Bu duruma ilişkin de herhangi bir uygulama görülmemiştir. Ayrıca RTÜK’ün, yayıncılık yasanın 21.maddesinde yer alan “reklamlar program arasına yerleştirilebilir..” ifadesine karşın, hiçbir uluslararası kurala uymayan ve fiilen uygulanan logolu, altyazılı reklamlara ilişkin düzenleme getirmesi, ekran karartan, “sansürcü” kurul tartışmalarının gölgesinde kalan

⁵²⁶ a.k, s.32

⁵²⁷ Kejanlıoğlu, Türkiye’de ve.... , s.22

⁵²⁸ a.k, s.22

⁵²⁹ a.k, s.26

sorunlardandır.⁵³⁰ RTÜK'ün reklam kuralları ihlalleri karşısındaki kayıtsız davranışının nedeni tahsis ihalelerinin yapılamamış olması ile ilişkilidir. RTÜK, tahsis ihalelerinin yapılamamasından dolayı yüksek oranda paradan mahrum kalmış ve ana gelir kaynağı reklamları oluşturmuştur.⁵³¹ Bu durum, frekansları işgal eden yayın kuruluşları için bulunmaz bir fırsattır, siyasal maliyetinden dolayı da, RTÜK için en uygun uygulamadır.⁵³² Her ne kadar, RTÜK, yayınlarında bulunan açıklamalarında frekans tahsisi işlemlerinin derhal yapılması gerektiğini söylese ve bundan doğan kamu zararlarını belirtse de bu konuya ilişkin bir çalışma gözlenmemektedir.

RTÜK'ün yayın durdurma ya da kanal kapatma cezalarına ilişkin örnekler oldukça bol ve çeşitli gözükmemektedir. Bu örneklerden 13 Ocak 2000 tarihli 21.05'te yayınlanan 32.Gün programına ilişkin ilginç bir tespit yapılmıştır. Bu programda geçen bir diyalogun ve sarf edilen sözün sonunda yasanın 4/a bendine dayanılarak CNN Türk logosu ile yayın yapan EKO TV televizyon yayıncılığın yayınları bir gün süre ile durdurulmuştur. Aslında söz konusu diyalogun içinde yaptırıma neden olan sözün kullanımı reytingi yüksek bir tartışma zemini oluşturmak çabası ve programı zenginleştirmekten duyulan kaygı ile sarf edilmiştir.⁵³³ RTÜK'ün 4/a bendine dayanarak uyguladığı bir müeyyide ise Denizli'de faaliyette bulunan yerel Mihr Tv ve bölgesel Mihr Radyo ile İstanbul'da faaliyette bulunan bölgesel Radyo Nur kuruluşlarına ilişkindir. İskender Ali Evrenesoğlu (Mihr)'nin kurduğu ve Evrenesoğlu'nun peygamber olarak ilan eden tarikatın ideolojik propagandasına yönelik yayın yapan bu kuruluşlardan Mihr Tv'nin yayınları toplam 1.275 gün, Mihr Radyo'nun yayınları 1.125 gün, Radyo Nur'un yayınları da 811 gün süre ile durdurulmuştur. Bu yayın kuruluşlarına verilen kapatma cezalarına rağmen farklı

⁽⁵³⁰⁾ Keçanlioğlu, Türkiye'de ve..., s.26

⁽⁵³¹⁾ a.k, s.26 Yayıncılık yasasında ki son düzenleme ile yayın kuruluşlarına para cezası eklenmiş ve kurulun gelir kaynağı yeniden düzenlenmiştir.

⁽⁵³²⁾ a.k, s.26

uydulardan, farklı frekanslardan yayın yapmaya çalışması, Üst Kurul'u aldatmaya yönelik davranış olarak tespit edilmiştir. Bunun sonucunda da, RTÜK elindeki tüm verileri inceleyerek şu kararı vermiştir:

Radyo Nur, Mihr Radyo ve Mihr Tv kuruluşlarının Laik cumhuriyetin temel ilkelerine aykırı yayıncılık anlayışını sürdürmekte ki ısrarları, uzun süreli müteaddit cezalarla kapalı olmaları gereken tarihlerde izinsiz- illegal yayın yapmaları, Üst Kurulca tesis edilen geçici rejim içerisinde yayın haklarının devamının yarattığı ciddi tehlike sebebi ile, yayın izni uygulamasının anlamını yitirdiği, kamu hizmeti anlayışının tamamen terk edildiği, tanınan, 'yayın izni uygulaması hakkının' suistimal edildiği ve bu hakkı korumanın olanaksız olduğu anlaşıldığından, uyarı ve defalarca kapama müeyyidelerinin yasalara uygun yayın yapma yönünde kuruluşlara gerekli tembihi sağlayamadığı da nazara alınarak, yeniden verilecek uzun süreli yayın durdurma caydırıcı olmayacağından, 27.02.2002 tarihli toplantıda, İstanbul'da Radyo Nur adıyla yayın yapan Nur Rd ve Tv yayıncılığı A.Ş. unvanlı kuruluş ile Denizli'de Mihr Radyo adıyla ve Mihr Tv logosu ile yayın yapan Mihr Rd Tv yayıncılık. San. Tic. A.Ş unvanlı kuruluşun mevcut yayın izni uygulamalarının iptaline karar verilmiştir.⁵³⁴

Bu da RTÜK'ün etkili yaptırımlarına örnek teşkil etmektedir. Sonuçta, RTÜK'ün gerek oluşumunda, gerek faaliyetlerinde ve gerekse de uygulamalarında (uygulayabildikleri ve uygulayamadıkları ile birlikte) içinde bulunulan siyasal kültürün ve zeminin etkisi göz ardı edilmemelidir.

RTÜK'ün aldığı karar örnekleri incelenmeye devam edildiğinde 1998 yılında 3984 sayılı yasanın 4.maddesinin (d), (j), (m) fıkralarının ihlali nedeni ile kararların alınmış olduğu görülür. 11.2.1998'de daha önceki uyarıları da göz önünde bulundurulan Interstar logosu ile yayın yapan Star Tv Hizmetlerine RTÜK tarafından yasanın 4.maddesi (m) bendine dayanılarak 2 gün geçici olarak yayın durdurma cezası verilmiştir. Bu cezanın nedeni de Olay Hattı programındaki hipnozla orgazm sahnesidir.⁵³⁵ Kurul tarafından gerçekleştirilen bu yaptırım biçimi onaylanmasa da, bu tür bir kararın başka bir ülkedeki

⁽⁵³³⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k., s.129-130

⁽⁵³⁴⁾ RTÜK İletişim, Haberler RTÜK Kararları, RTÜK İletişim Dergisi, Ocak- Şubat 2002, s.30

⁽⁵³⁵⁾ Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve..., s.24

düzenleyici kurul tarafından verilmeyeceğini söylemek zordur.⁵³⁶ Yine ATV logosu ile yayın yapan Satel Sabah TV PROD: AS'de "Mum Kokulu Kadınlar" adlı sinema filminin yayınından dolayı, daha önceki uyarları da göz önünde bulundurularak (4/d) 1 günlük kapatma cezası almıştır. Bu cezanın nedeni ise filmin konusunun 3984 sayılı yasanın 4/d bendinde belirlenen 'Genel ahlak, toplum huzuru ve Türk aile yapısına' aykırı yayın yapılmayacağına dair hükmüdür. Dolayısı ile yayıncılık yasasındaki belirsiz, muğlak ifadeler, uygulamada kişisel yargıların oluşmasına neden olmaktadır. Diğer taraftan, RTÜK'ün, yayın ilkelerinin gereksiz ayrıntılandırılması ve belirsizliğinden dolayı her gün bin kanalı kapatabileceği de yadsınamazdır.

Bu örnekler de göz önünde bulundurularak, en çok eleştirilen ve kamuoyunda da -ulusal kanalların yardımlarıyla- RTÜK'e ilişkin bilinen en kesin bilgi radyo ve televizyon yayınlarının durdurulması, yani kanalların kapatılmasıdır. Bunun sonucunda da RTÜK için kullanılan 'sansürcü' sıfatlandırması oluşmuştur. RTÜK yetkilileri ise 'sansürcü' sıfatlandırmasını kabul etmemekte, Üst Kurul'un herhangi bir şekilde ön denetim yapmadığını, yayın öncesinde yayın kuruluşlarının uyarılmadığını ya da incelenmediğini belirtmektedirler.⁵³⁷ Sansür kelimesinin sözlük anlamı değerlendirildiğinde -"Her türlü yayının (özellikle basın organlarının) sinema ve tiyatro eserlerinin hükümetçe önceden denetlenmesi işi; yayım ve gösterilmelerinin izne bağlı olması"⁵³⁸- bu sıfatlandırmanın doğru olmadığı söylenebilir. Yani, RTÜK, yasal düzenlemelerin gerektirdiği hükümlerle yayın sonrasında kararlar vermektedir. Ancak, bu durum, RTÜK'ün yaptırım şeklini haklı göstermemektedir. Avrupa'da radyo ve

⁵³⁶ a.k, s.25

⁵³⁷ Özdiker, "Türkiye' de Medyan.....", s.33

⁵³⁸ Meydan Louresse, Büyük Lugat ve Sözlük, "Sansür", C.17, s.302

televizyonların kapatılması gibi bir yaptırımın olmayışı, yayın kuruluşlarının frekans tahsis çalışmalarını bitirmiş, ruhsat ve lisanslarını almış olmaları ile açıklanır.⁵³⁹

II.1.2.3. Örgütsel Nitelikte Bir Müdahale: Frekans Tahsisi Örneği

RTÜK'ün en önemli görev ve yetki alanlarından biri de, frekans kirlenmesini önlemek için yaptığı radyo ve televizyonların frekans tahsis işlemidir. Bu görev 3984 sayılı yasada ve 3984 sayılı yasanın bazı hükümlerini değiştirerek kabul edilen 4756 sayılı yasada da düzenlenmiştir. Bu yetki, 4756 sayılı yasanın 8.maddesi (b) bendinde Üst Kurul'un görev ve yetkilerinde belirtilmiştir. Yasanın 16.maddesi ve 17.maddesi de kanal ve frekans bandı tahsis yetkisi (16.md), kanal ve frekans bandı tahsisi (17.md) başlıkları altında düzenlenmiştir. Ayrıca 3984 sayılı Yasa'nın geçici 5.maddesi 'Üst Kurul, oluşumunu takip eden en geç dört ay içinde, öncelikle ihtiyaç duyduğu kanal ve frekans bantları planlamasını yaptırır' şeklinde, 6.maddesi de 'Üst Kurul kendi oluşumu ile yayın izni ve lisans vermeye başlayacağı tarihe kadar geçecek süre zarfındaki radyo ve televizyon yayınları rejimini ayrıca ve öncelikle düzenler. Bu süre zarfında kullanılmakta olan kanal ve frekanslar, kullananlar için herhangi bir süratle müktesep hak teşkil etmezler. Ancak, Üst Kurul yayın izni verip kendilerine kanal ve frekans bandı tahsis edilen Radyo ve Televizyonlara; yayına geçmeleri için kendilerine verilen süre sonuna kadar 29.maddenin son fıkrasının son cümlesi tatbik edilmez' şeklinde düzenlenmiştir.⁵⁴⁰

Ancak, 4756 sayılı yasanın 8.maddesinin (a) bendi mülga edilerek, frekans planlama görevi Üst Kurul'dan alınmıştır. 4756 sayılı Yasa'nın 24.maddesinde belirtildiği gibi frekans planları işi Telekomünikasyon Kurumu'na verilmiştir. Bu durum 4756 sayılı yasanın geçici 3.maddesinde de şu şekilde belirtilmiştir: 3984 sayılı Kanun'a göre Üst

⁽⁵³⁹⁾ RTÜK İletişim Dergisi, "RTÜK Üyesi Fatih Karaca:....", s.10

⁽⁵⁴⁰⁾ Şekerci, a.g.k. s.

Kurul tarafından yaptırılan ulusal radyo ve televizyon frekans planları, bir hafta içinde Telekomünikasyon Kurumu'na devredilir. Telekomünikasyon Kurumu, ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yaparak planları inceler, gerekirse değiştirir ve dört ay içinde Haberleşme Yüksek Kurulu'na sunar. Haberleşme Yüksek Kurulu işi en geç altı ay içinde sonuca bağlar ve evrakı RTÜK' e ulaştırır.⁵⁴¹ Bu düzenlemelerle RTÜK tarafından gerçekleştirilen frekans planlaması görevi Telekomünikasyon Kurumu'na devredilmiştir.

Bundan önce ise RTÜK, Bilkent Üniversitesi ile başlayan ortak çalışmalarını sonucunda Radyo ve Televizyon Ulusal Frekans Planları'nı 1995 yılında tamamlamıştır.

Bu plana göre Türkiye genelinde televizyon kuruluşlarının ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapabilecekleri toplam 21.652 yayın kanalı mevcuttur ve bu kanalların $\frac{1}{4}$ ' ünün (5.413) TRT' ye tahsis edilmesi öngörülmektedir. Yayınlanan planda resmi ve özel tüm yayıncı kuruluşların;

- ancak planda gösterilen koordinatlarda, belirtilen güçte ve frekansta yayın yapabilecekleri,
- kullanacakları yayın cihazlarının uluslararası standartlara uygun olması,
- kanunda ve planda belirtilen hususlara uygun olmayan özel yayıncı kuruluşlara lisans ve yayın izni verilmeyeceği,

• kullanılan radyo ve televizyon frekansları için bir bedel ödemeleri gerektiği öngörülmüştür.

Bu plana göre ilk olarak 29-30 Eylül 1997 tarihlerinde Ankara' da 10 ilin (Ankara, İzmir, Diyarbakır, Kayseri, Samsun, Eskişehir, Konya, Muğla, Tekirdağ ve Trabzon) yerel televizyon yayını yapmak üzere başvuran kuruluşlar için ihale açılmış ve frekans dağıtımı yapılmıştır.⁵⁴²

İhaleyi kazanan kuruluşların, lisans aldıkları tarihten itibaren en çok iki yıl içinde lisanslarında belirten emisyon noktalarından yayına geçmeleri ve yayın izni almaları

⁽⁵⁴¹⁾ www.rtuk.org.tr. 07/10/2002

⁽⁵⁴²⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.m, s.131

zorunlu kılınmıştır. Daha sonra devam edilen ihalelerle 29 il merkezi ile 17 ilçe merkezine yönelik ihalelerle toplam 110 televizyon kuruluşu sıralamaya girmiştir. Kanunun öngördüğü şartlara uygun olarak, 1186 radyo ve 261 televizyon kuruluşu lisans başvurusunda bulunmuştur. Bunların dışındaki radyo ve televizyonlar yayından men edilmiştir. Yayından men edilen radyo sayısı 814, televizyon sayısı 239'dur. Yani 3984 sayılı Kanun'dan önce yayın yapan yaklaşık 2000 radyo ve 500 televizyon kuruluşu bir ilk elemenden geçmiştir.⁵⁴³

Ancak, frekans tahsisinin yapılması aşamasında, frekans ihalelerini kazananların genellikle İslami çevrelere ait kuruluşlar olması, kanunun Milli Güvenlik gündemine taşınmasına neden olmuştur. Tılıç'ın 1990'larda siyasal İslam'ın güç kazanmasına paralel olarak, İslamcı medya patlamasının yaşanmasına ilişkin ifadesi, bu dönemi ve öncesini hazırlayan siyasal zemini ve kültürü açıklar niteliktedir. Tılıç, 1990'ların ortalarında, ülkede yayın yapan 200 İslamcı radyo ve 40 İslamcı televizyonun olduğuna işaret eder.⁵⁴⁴ Ayrıca, Tılıç, 21.4.1994 tarihli Cumhuriyet Gazetesi'nde yayınlanan bir İçişleri raporunda "radyo patlamasından ideolojik gruplar"ın yararlandığını ileri sürmüştür. Raporda, 96 radyonun ve 17 tane televizyon kanalının ideolojik amaçla kullanıldığı belirtilmiş, bu radyolardan 45'inin "şeriatçı", 31'inin de "aşırı solcu" olarak tanımlandığı belirtilmiştir.⁵⁴⁵ Bu siyasi zemin frekans tahsis işlemlerinin yapılmasında da sorun yaratmıştır. Sonuçta da hükümet Anayasal yetkisini kullanarak ihalelerin ertelenmesini RTÜK'ten talep etmiştir. Bunun üzerine -muhtemelen kurumun özerk yapısına ters düştüğü için- RTÜK başkanı Orhan Oğuz görevinden istifa etmiş ve yerine

(⁵⁴³) Yusuf Turan, "Dünden Bugüne Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve RTÜK", RTÜK İletişim Dergisi, sayı:22, yıl:4, Mart- Nisan 2001, Ankara, s.25

(⁵⁴⁴) Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, İletişim Yayıncıları, 1998, İstanbul, s.89- 90

(⁵⁴⁵) Tılıç, a.g.k., s.89

İbrahim Agah Çubukçu gelmiştir.⁵⁴⁶ Frekans ihalelerini kazanan firmalar dava açsalar da mahkeme tarafından reddedilmiştir. Dolayısıyla, gerçekleştirilmeye çalışılan frekans ihaleleri denemesi, ülkemizin içinde bulunduğu siyasal yapı itibariyle başarısızlığa uğramıştır.

Yani, Kurul, frekans tahsislerini 1997 yılında yapmaya çalışmış, ancak yayıncı kuruluşlardan “ulusal güvenlik belgesi” alınması gerekçesi ile, Başbakanlık tarafından ihaleler iptal ettirilmiştir. Sonuçta, bugüne kadar yayıncı kuruluşlara ‘yayıncılık lisansı’ verilememiştir. Bu durum, özel kanalların, kamu malı olan frekansları hiçbir kurala bağlı olmaksızın kullanması anlamına gelmektedir. Ayrıca, bu işlemin yapılmaması devlet bütçesine önemli büyüklükte bir kaynağın girmesini geciktirmekte –RTÜK başkanı, beklenen gelirin 50 trilyon olduğunu söyler.- ve kamu zararı doğurmaktadır. Buna karşın yayıncı kuruluşların fiili olarak yayıncılık faaliyetlerinde bir aksama olmamış, aksine gelirleri artmıştır.⁵⁴⁷ Bu durum eleştirilse de, aynı uygulama halen devam etmektedir.

Bugün, frekans ihalelerinin yapılacağına dair bir belirti gözlenmemektedir. Bu da frekans ihalelerinin gerçekleşmesinin, siyasal yapı açısından uygun, dolayısıyla da belirsiz bir tarihe ertelendiğini göstermektedir.

III.2.Öneriler

Literatür taramasına dayanan bu çalışma sonucunda yayıncılık alanına, yayıncılık yasasına ve RTÜK’e ilişkin birtakım belirlemeler yapılmış ve bu bölümde uygulanabilecek önerilerde bulunulmuştur.

1-Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında yer alan kişiler, uzun zamandır farklı platformlarda ticari yayın şirketlerinin kamu yayıncılığı konusundaki duyarlılıklarını

⁽⁵⁴⁶⁾ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk, a.g.k., s.131

⁽⁵⁴⁷⁾ Özdiker, “Türkiye’ de Medyanın Düzen....”, s.34

tartışmıştır. Ayrıca, kamu yayıncılığının ölçütünün ne olduğu üzerinde uzun tartışmalar gerçekleştirilmişlerdir. Ancak, kamu yayıncılarının ve özel yayıncıların katılımıyla gerçekleştirilen bu toplantılardan herhangi bir sonuç alınmamıştır. Bu alandaki sorunları belirlemek ve kendi içinde özdenetim sistemi gerçekleştirmek için kamu yayıncılarının ve özel yayıncılarının temsilcilerinden oluşan bir kurul yapılmalıdır. Bu kurul belirli aralıklarla toplantılar yapmalı, radyo-televizyon yayıncılığını halkın katılımını da sağlayacak bir sistemle denetlemelidir. Kurul tarafından gerçekleştirilen toplantı ile ilgili bilgiler, radyo ve televizyonlardan yayınlanmalıdır. Kurul RTÜK ile bağlantılı olmalıdır.

2-Yayıncılık alanında düzenleyici ve denetleyici bir mekanizmanın olması gerektiği vurgulanmıştı. Bugün 3984 sayılı ve onu değiştiren 4756 sayılı radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen yasa ve bu yasadaki doğan RTÜK bu mekanizmayı gerçekleştirmek için oluşturulmuştur. Fakat, bu yasadaki başlamak üzere bir takım değişiklikler yapılması gerekmektedir.

3-Öncelikle yasa koyucunun, yasayı kamu yararı bilinci içinde hazırlaması gerekmektedir. Yani, yasa koyucu, yasayı, sermaye yararından ya da baskısından uzak bir yapıda oluşturmalıdır.

4-Bugün, yayıncılık yasasına ilişkin bir çok problem bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi RTÜK'ün yapısına ilişkindir. 3984 sayılı yasaya göre kurul üyeleri, siyasi partiler tarafından aday gösterilmektedir. Bunun yerine Yıldırım'ın da ifade ettiği gibi⁵⁴⁸ konunun uzmanları tarafından aday gösterilmelidir. (4756 sayılı yasaya göre (b), (c), (d) bentleri böyle düzenlenmiştir.) Gösterilen adaylar arasından da Cumhurbaşkanı tarafından seçim gerçekleştirilebilir. Ya da TBMM üyelerinin, seçim yaparken partizan amaçlarla davranmak yerine kamu yararına uygun aday seçmeleri gerekmektedir. (4756 sayılı Yasa'nın (b), (c), (d) bentlerine göre Bakanlar Kurulu tarafından seçilir.)

5-Yasada yayın ilkeleri Kejanlıoğlu'nun da vurguladığı gibi⁵⁴⁹ çok ayrıntılandırılmamalı, ASTS'ye uygun bir şekilde düzenlenmelidir. Ayrıca, yayın ilkelerinin yayın kuruluşları tarafından anlaşılması ve benimsenmesi için RTÜK tarafından bir haberleşme sistemi (hattı) kurulmalıdır.⁵⁵⁰

6-Yasada sinema sektörüne yönelik düzenlemeler yapılmamıştır. Bu alana yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.⁵⁵¹

7-Reklamlara ilişkin düzenlemeler, ASTS ölçütlerine uygun olarak yapılmalıdır.⁵⁵² Yasada aldatıcı reklama yönelik ilişkin düzenlemeler getirilmiştir. Ancak, 'aldatıcı reklam' tanımı yapılmamıştır. "Aldatıcı reklam" in tanımı yapılmalıdır. Ayrıca, RTÜK, reklam kurallarını ihlal eden yayınlara karşı, en az diğer programlar kadar duyarlı olmalıdır.⁵⁵³

8-Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yetkililerinin yayıncılara, teknik ve programcı elemanlarının eğitimi konusunda yol göstermeleri gerekmektedir.⁵⁵⁴ Özellikle yerel yayıncı temsilcileriyle toplantılar yaparak, yerel yayıncıların eğitimi ve sorunları ile ilgili değerlendirmeler yapılmalıdır.

9-Yasada RTÜK'ün Yüksek Seçim Kurulu tarafından denetleneceği belirtilmiştir. Bu da RTÜK'ün özerk yapısına zarar vermektedir. Bunun için Kurul, Sayıştay tarafından denetlenmelidir.

10-Ekran karartma cezaları yerine, yayın kuruluşunun bir günlük hasılatı (brüt reklam gelirlerinin) ceza olarak alınabilir, ihlalin tekrarı halinde para cezaları arttırılarak kamuya ödenmesi sağlanabilir. Ayrıca, para cezası, yayıncı kuruluşların RTÜK'e

⁵⁴⁸) Yıldırım, a.g.k, s.234

⁵⁴⁹) Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve ..., s.21

⁵⁵⁰) RTÜK İletişim, "Radyo ve TV Yöneticileri Sorunlarını Tartıştı", RTÜK İletişim Dergisi, Kasım-Aralık 1998, yıl:2, sayı:8, s.6

⁵⁵¹) Kejanlıoğlu, Türkiye'de ve ..., s.21

⁵⁵²) a.k, s.21

⁵⁵³) a.k, s.22

bildirecekleri reklam payının gerçek değerinin tespitini de sağlayacaktır.⁵⁵⁵ Para cezasının yayın kuruluşunun gelirlerine paralel olarak uygulanması, para cezasının tespitini kolaylaştıracak, aynı zamanda, düzenlemelerin tekrarını da ortadan kaldıracaktır.⁵⁵⁶ Para cezası yoluyla sağlanacak finansal kaynaklarda; trafik kazaları, orman yangınları, sigara, alkol, uyuşturucu gibi kamusal reklamlara ve sağlam bir bütçe ile hazırlanan eğitim ve kültür prodüksiyonlarına harcanacaktır.⁵⁵⁷ Yayını durdurulan programların yerine de, aynı yayın kuşağında ve reklamsız olarak; Türk dilinin doğru ve güzel kullanımı, eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlaki gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele gibi konularda hazırlanmış programlar yayınlanacaktır. Aynı zamanda, bu yayın kuşağında, resmi ve genel katılımlı kamusal duyurular ve reklamlarda yer alacaklardır.⁵⁵⁸ Para cezasını öneren RTÜK yetkilileri, yayın durdurma cezalarının caydırıcı olmadığını; yayıncıların daha sonraki günlerde reklam sürelerini artırarak yayınlarını yaptıkları ve herhangi bir maddi kayba uğramadıklarını söylerler.⁵⁵⁹ 4756 sayılı Yasa ile müeyyideler arasına para cezası da getirilmiştir. Yasanın 33. Maddesinde belirlenen para cezası her yıl, Maliye Bakanlığı tarafından ilan edilen yeniden değerlendirme oranında arttırılacaktır. Ayrıca, 4756 sayılı Yasa'nın 33.maddesi "yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve reklamsız olarak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına Üst Kurul tarafından hazırlattırılacak eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları gençlerin fiziksel ve ahlaki gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı ve çevre eğitimi konularında programlar yayınlanır."

(⁵⁵⁴) RTÜK İletişim Dergisi, "Radyo ve TV..", s.6

(⁵⁵⁵) Cengiz Özdiker, "Türkiye'de Reklam Harcamaları ve RTÜK Gelirleri", RTÜK İletişim Dergisi, Mayıs- Haziran 2000, yıl:3, sayı:17, s.17.

(⁵⁵⁶) Özdiker, "RTÜK'ün Öz...", s.17

(⁵⁵⁷) Özdiker, "Türkiye'de Reklam Harcam..", s.17.

(⁵⁵⁸) Özdiker, "RTÜK'ün Özer..", s.31.

(⁵⁵⁹) Gener, a.g.m, s.29

hükmünü getirmiştir. Bu da, RTÜK yetkililerinin önerdikleri bazı uygulamaların dikkate alındığını göstermektedir.

11-Diğer taraftan yayınları durdurulan radyo kanalları, televizyon kanalları gibi, kapatılma nedenlerini belirten bir yazı yazamamaktadır. Bu durum da, radyo izleyicileri tarafından istasyonların aranmasına neden olmaktadır. Bu sorunun çözümü için de yayını durdurulan radyo vericilerinin açık kalabilmesini sağlamak amacıyla 1khz'lik ton veya radyonun niçin kapatıldığını belirten bir "LOOP" bandının yayınlanması gerekmektedir.⁵⁶⁰

12-Ayrıca, yasal alanda yerel yayıncılığı güçlendirici birtakım düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Yerel yayıncılığa teknik destek verilmesi, yayın ilkeleri ve teknolojik değişimle ilgili bilgilerin aktarılması ve yerel yayıncıların bu konulara ilişkin duyarlılıklarının artırılması noktasında belirlemeler yapılmalıdır.

13-Diğer taraftan, medya sektöründe sıkça dile getirilen izlenme oranı (reyting) ölçümleri, doğrudan RTÜK tarafından gerçekleştirilmesi yerine RTÜK'e bağlı kurulacak geniş katılımlı bir Alt Kurul tarafından (esas ve usullerin belirlenmesi) yürütülmeli, uygulanmalı ve denetlenmelidir.⁵⁶¹ Türkiye'de izlenme oranları sadece AGB tarafından gerçekleştirilmektedir. AGB sistemi ise, reklam alışkanlıkları, reklamın seyredilmesi üzerine yapılan bir ölçütü oluşturmaktadır. Bu sistemde sadece reklamcılar ve reklam verenler arasında kullanılan yanlış bir değerlendirme biçimidir.⁵⁶²

14-RTÜK yetkilileri, RTÜK'ün kendini tanıtmaya ihtiyacı olduğunu öne sürmektedir. Bunun için RTÜK yetkililerinin, kendi PR firmasını ve reklam ajansını kurmak istedikleri görülmektedir.⁵⁶³ Ulusal kanallar, RTÜK'ün uygulamalarına, planlarına

⁽⁵⁶⁰⁾ RTÜK İletişim Dergisi, "Radyo ve TV Yönet...", s.6

⁽⁵⁶¹⁾ Özdiğer, "Türkiye'de Reklam Ha..", s.18

⁽⁵⁶²⁾ RTÜK İletişim Dergisi, "RTÜK Üyesi Fatih K..", s.9

⁽⁵⁶³⁾ RTÜK İletişim Dergisi, a.k, s.9

ilişkin bilgileri ana haber bülteninde veya belirlenecek bir saat dilimi içerisinde kamuoyuna aktarmalıdır.

15-İngiltere’de, 1998 yılında kamu televizyonu BBC’nin, Yayın Standartları Komisyonu’nun (BSC) ve düzenleyici kurulun (ITC) temsilcilerinin katıldığı bir çalışma düzenlenmiştir. Bu çalışmada, çocuklara yönelik medya eğitimi verilmesi üzerinde karara varmışlardır. Bu karar BSC’nin 1998-1999 yıllık değerlendirme raporunda dile getirilmiştir. Bilinçli izleyicilerin yetiştirilmesinde, ilkokulların ders programına haftada en az bir saatlik konulacak medya dersinin etkili olacağı düşünülmüştür. Yardımcı’nın da belirttiği gibi⁵⁶⁴ Türkiye’de de bu konunun üzerinde durulmalı ve benzer bir çalışma gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, özel yayıncılar da kendi örgütleri içinde çocuk ve gençlik programları müdürlüğü şeklinde bir yapılanma oluşturmalıdır. Böylece, çocuklar için gerçekleştirilen yayın kuşakları, sadece çizgi film ile sınırlı kalmayacaktır. Çocuklara ve gençlere yönelik programların maliyeti, yayıncıların oluşturacakları ortak bir kurul başkanlığında, reklamlardan elde edilen gelirlerin belirli bir miktarının alınmasıyla oluşturulabilir. Ayrıca, böyle bir oluşum olması halinde RTÜK’ün gelirlerinden bir kısmı da bu alanda harcanmak için kullanılabilir.

16-Yayıncılık alanına ve RTÜK’e ilişkin yapılacak çalışmalar ve araştırmalar RTÜK’ün düzenleme görevine, işlevine yönelik de olmalıdır. Böylece, RTÜK sadece denetleyici kimliği ile değil, yayıncılık alanında beklenen düzenlemeleri yerine getirmesi gereken bir mekanizma olarak da değerlendirilecektir.

⁵⁶⁴) Nuran Yardımcı, “dersimiz: Medya”, RTÜK İletişim Dergisi, sayı:12, yıl:2, Temmuz- Ağustos 1999, S.24-26

SONUÇ

Radyo- televizyon yayınları ile ilgili ilk Anayasal düzenlemeler 1960 Anayasası'nda görülmektedir. Radyo- televizyon yayıncılığı üzerindeki devlet tekeli 1990'ların başına kadar devam etmiştir. Devlet tekeli, 1990'ların başına kadar devam etse de, özel televizyonla ilgili çalışmalar 1980'li yılların başlarında görülmüştür. 1990'lı yılların başında Magic Box adlı kuruluşun Star 1 adıyla, Türkiye dışından uydula gerçekleştirdiği yayınlar izlenmeye başlanmış ancak, bu konuda yasal düzenlemeler yapılması için herhangi bir girişimde bulunulmamıştır. İzleyen yıllarda yayıncılık alanında büyük bir patlama olmuş ve çok sayıda (yerel ve ulusal) televizyon ve radyo kanalı kurulmuştur. Liberal politikaların yoğunlaştığı bu dönemde, radyo- televizyon alanındaki rekabetin yarattığı yayıncılık anlayışı sorgulanmaya başlanmıştır. Bu noktadaki tartışmalar ise "medyada etik", "kamu yararı" gibi konular etrafında yoğunlaşmıştır. Öyle ki ticari yayın içindeki yayın kuruluşları birbirinin benzeri olan, popüler zevke hitap eden, "en yüzeysel", "en gıcıklayıcıya" yönelik olan programlara yönelmişlerdir.

Yayıncılık alanındaki bu kargaşa devam ederken, 8.7.1993 tarihinde TBMM'nin 3913 sayılı kararıyla 1982 Anayasası'nın 133.maddesi değiştirilerek, bu fiili durumun Anayasal olarak meşruluğu da kabul edilmiştir.

13 Nisan 1994'te radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınlarını düzenleyen 3984 sayılı Kanun kabul edilmiştir. Bu kanunla beraber radyo ve televizyon alanını düzenlemesi düşünülen RTÜK oluşturulmuştur.

RTÜK, 1980'li yıllardan sonra radyo- televizyon alanının yaşadığı dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda RTÜK, liberal politikaların Türk kamu

yönetimindeki izdüşümlerinden birisi olmuştur. Çünkü, radyo- televizyon alanının yaşadığı dönüşüm, liberal politikaların yarattığı bir süreç içinde gelişmiştir.

RTÜK, parlamentonun iradesi ile oluşturulmuş olsa da, küresel planlamanın sonucu oluşan bir ürün durumundadır. Bu ürünün hazırlayıcıları IMF, Dünya Bankası ve AB gibi uluslararası veya uluslar üstü örgütlerdir. Ürünün belgeleri de ikraz antlaşmaları, niyet mektupları ve ilerleme raporlarıdır. Yani, RTÜK, ulusal iradeye dayalı bir yapılanma sonucu ortaya çıkmamış ve halkın denetiminden uzaktır. Dolayısıyla, RTÜK, yayıncılık alanını düzenleyici niteliğinden çok, küreselleşme süreci ile birlikte yaşanan dönüşümün bir sac ayağı konumundadır.

RTÜK'ün Türk kamu yönetimi örgütü içindeki statüsü, görevlerinde göz ardı ettiği uygulamalar, 3984 sayılı yasa ve onu değiştiren 4756 sayılı yasada yaşanan birtakım sorunlar göz önünde bulundurulduğunda bu kurulun "oldu- bitti"ye gelen araçlar olduğu görülmüştür.

Öyle ki yayıncılık alanını düzenleyen yasanın sürekli değişikliğe uğraması yasanın ve bu yasadan doğan RTÜK'ün kendinden beklenen görevi yerine getirememesi bu sonucu doğrulayan bulgulardır. Ayrıca, yasada yer alan yayın ilkelerinin gereksiz, muğlak ifadelerle bezenmiş olması, yasanın, ASTS'ye uyumlu olması düşünülürken, buna aykırı düzenlemeler yapılması; yasa ile "kamu yararı"nı ve "kamunun bilme hakkı"nı engelleyebilecek olan medya tekelinin ortadan kaldırılması gerekirken, medyada tekelleşmenin oluşmasına yol açacak düzenlemelerin yapılması belirlenen tespiti güçlendirmektedir.

Bunun yanı sıra, RTÜK'ün de içinde bulunduğu yapılar "bağımsız idari otoriteler" veya "düzenleyici kurullar/ kurumlar" şeklinde adlandırılmaktadır. Bu yapıların işlevlerine, Türk kamu yönetimi yapısı içindeki konumlandırılışlarına, kapsamlarına

yönelik sorunlardan önce adlandırılışında bir takım sorunların yaşandığı görülmüştür. Yani, RTÜK'ü ve SPK, RK,BDDK gibi yapıları içeren ortak bir kavram belirlenememiştir. RTÜK'ün, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının uyması gerekli asgari, yönetsel, mali ve teknik şartları belirlemesi; yayın saatini, süresini ve yayınlanacak programların tür ve oranlarını tespit etmesi, radyo ve televizyonların yayınlarını izlemesi gibi görevleri göz önünde bulundurulduğunda önemli ve kapsamlı bir donanıma sahip olduğu bilinmektedir.

Ancak, RTÜK, yayınları izleme ve yayınları durdurma görevine gösterdiği duyarlılığı diğer görevlerine göster(e)memekte, bu da Kurul'u "sansürcü" nitelendirmesinden kurtaramamaktadır. Yani, RTÜK, düzenleyici görevinden çok denetleyici görevi ile ön plana çıkmaktadır. Yasanın, RTÜK'e verdiği yaptırım yetkisi, kamuoyunun RTÜK için "sansürcü" sıfatını kullanmasına yol açmıştır. Oysa ki RTÜK "sansürcü" bir kurul değil, denetleyici niteliği ile ön plana çıkan bir yapıdır.

Bununla birlikte, RTÜK, reklamların konumlandırılışına, program arasında yayınlanan reklamların süresine ilişkin herhangi bir müdahalede bulunmamış, frekans ihalelerinin tamamlanamamış olması karşısında sessiz kalmıştır. Bu da yayıncılık alanında gerçekleştirilmesi gereken en önemli görevlerin atlandığı anlamına gelmektedir.

RTÜK'ün kurucu yasada özerk ve tarafsız olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, RTÜK yetkilileri de, Kurul'un "bağımsız" olduğu üzerinde ısrarla durmaktadırlar. Fakat bu nitelik bazı dönemlerde dikkate alınmamış ve bir takım müdahaleler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, RTÜK'ün bağımsız olması gereken kesimlerin etki alanlarına sokulması da tarafsızlık nitelendirmesini çürütmektedir. RTÜK'ün ve benzeri kurumların/kurulların bağlı oldukları denetimin bulanıklığı, kullandıkları yetkilerin ve yürütme organı karşısındaki özerklikleri konumlandırılmalarını zorlaştırmış ve tartışmaların yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Diğer taraftan RTÜK şeklindeki yapılanmalar sadece ülkemize özgü değildir. Benzer yapılar Amerika’da FCC, Fransa’da CSA ve İngiltere’de ITC şeklinde görülmektedir. Bu yapıların statüleri, görevleri ve uygulamaları ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Kurulların yapılarındaki değişimin temel nedeni de farklı ekonomik ve siyasal zeminde örgütlenmiş olmalarından kaynaklanmaktadır. İngiltere’de yayıncılık alanında ardışık politikalar izlenmiştir. İlk önce yayıncılık alanına ilişkin düzenlemeler yapılmış, ardından fiili durum ortaya çıkmıştır. Amerika düzenleyici kurulların ilk örneklerini bünyesinde barındırır. Amerika’da kamu yayıncılığında önce özel yayıncılık başlamıştır. Dolayısıyla, FCC de düzenleyici kurul olarak yönetim sistemi içindeki yerini, diğer ülkelere oranla erken yıllarda almıştır.

Fransa’da ve Türkiye’de özel yayıncılık fiili bir durum olarak ortaya çıkmış, yasal düzenlemeler daha sonra yapılmıştır. Ayrıca, yayıncılık alanında yaşanan bu kural dışı dönemdeki yapılanmaya partizan eğilim eklendiğinde Akdeniz ülkeleri için ortak bir model oluşturulabileceği söylenebilir.

Ayrıca, küreselleşme süreci ile birlikte, yönetim anlayışındaki değişimin, İngiltere’de, Amerika’da ve Fransa’da, Türkiye’de yaşandığı kadar hissedilmemesi ülkelerin farklı ekonomik, sosyal ve siyasal zemine sahip olması ile bağdaştırılabilir. Türkiye’de RTÜK ve RTÜK benzeri yapılar yeni yönetim anlayışının aktörleri olmuştur.

Bu bağlamda, ülkemizde yayıncılık alanını düzenleyen yasa ve RTÜK’ün yapısı göz önüne alındığında, yayıncılık alanında yurttaşların haber alma özgürlüğünün yerini; yayıncıların, siyasetçilere, reklamcılara ve program sponsorlarına izleyici sağlama özgürlüğü almıştır. Yani yayıncılık alanını “kamu hizmeti” gerçekleştirmekten çok başkalarının görüşlerini aktaran bir araç haline gelmiştir. “Başkaları” ise kimi zaman siyasetçiler, kimi zaman reklamcılar, kimi zamanda halkla ilişkiler örgütleri olmuştur.

Bunların yanı sıra, yayıncılık alanında düzenleyici ve denetleyici bir yapının varlığı gereklidir. Ancak, bu yapı ulusal iradeye dayanmalı ve halkın denetiminde olmalıdır. Ayrıca, böyle bir oluşum liberal politikaların gerektirdiği bir araç olmaktan çok, yayıncılık alanında kamu yararını gözetecek kimlikte bir yapı olmalıdır.

Kısaca, 1970'lerde başlayan, 1980'lerde hız kazanan küreselleşme süreci ile birlikte dünyada yaşanan dönüşüm, her alanı olduğu gibi yayıncılık alanını da etkilemiştir. Birçok ülkede yaşanan değişim, ülkemizde de farklı bir boyutta yaşanmıştır.

1980'lerin sonunda ülkemizde özel yayıncılık fiili olarak ortaya çıkmıştır. Yayıncılık alanında bazı kargaşalar yaşanmış ve bunun karşısında birtakım yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden biri de 1994 yılında kurulan RTÜK olmuştur.

RTÜK, yayıncılık alanında düzenleyici niteliğinden çok, denetleyici niteliğiyle ön plana çıkmış ve kamuoyunda "sansürcü" nitelendirmesi ile tanınmıştır. Yayıncılık alanına bakıldığında ise, düzenlenmesi gereken işlevlerin yerine getirilmediği görülmektedir. Bu işlevlerin yerine getirilmemesi, 3984 sayılı (ve onu değiştiren 4756) yasanın düzenlenmesine dayandığı gibi, RTÜK'ün duyarsızlığından da kaynaklanmaktadır.

Yayıncılık yasasının birçok değişime uğraması ve hala bir takım eksikliklerin ve yanlışlıkların bulunması, RTÜK'ün gerçek işlevinin ne olduğunu düşündürmektedir.

Ayrıca, yasa koyucunun getirdiği bazı düzenlemelerin, Anayasa Mahkemesi tarafından yürürlüğüne durdurulması, yasa koyucunun da kamu yararı bilincinden uzak kaldığını göstermektedir. Bu bağlamda, yayıncılık alanının seyri, yasa koyucunun tutumundan başlamak üzere, yasanın tutarlılığına ve RTÜK'ün duyarlılığına bağlı olarak değişmiştir.

Diğer taraftan, RTÜK'ün Türk kamu yönetimi yapısındaki konumu tartışılan bir konudur. Amerika'da, İngiltere'de ve Fransa'da bu tür bir sorunun bulunmaması farklı siyasal ve ekonomik zemine sahip olunmasıyla açıklanabilir. Bu açıdan, Türkiye'de RTÜK ve benzeri yapılar, küreselleşme ile birlikte sermayenin akışında kullanılan, IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar tarafından gelişmekte olan ülkelere 'destek şartı' olarak dayatılan ekonomik-politik araçlardır. Dolayısıyla, RTÜK'ün ve dünyadaki RTÜK benzeri diğer yapıların yer aldıkları coğrafyaya göre farklı kimliğe sahip oldukları görülmüştür. Yani, Türkiye'de RTÜK ve benzeri yapılar, küreselleşme sürecinin yeni yönetim anlayışındaki araçlarındandır.

Tüm bunlara rağmen, yayıncılık alanında düzenleyici ve denetleyici bir mekanizmanın bulunması gerekmektedir. Bu mekanizma ulusal iradeye dayanmalı ve sağlıklı bir yasadan doğmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akalın, Özlem, (1998), "Avrupa'da Düzenleyici Kurullar", *RTÜK İletişim Dergisi*, Kasım-Aralık, sayı:8, yıl:2, s.15-18.
- Akar,Rıdvan, (1996), "Basında Herkese Dönemi", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, c:11, İstanbul, s.140-141.
- Alemdar, Korkmaz, (1999), "Medya ve Etik", *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, (Haz: Korkmaz Alemdar), Afa Yayınları, İstanbul, , s.253-257.
- Atabek,Ümit, (1999), "Üst Kurul' un Yapamadıklarına Eleştiri", *İletişim, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 99/1, Kış,s.255-256.
- Ataman, Osman, Ünsal, Artun, ve Öngören, Gürsel, (1995), "Radyo: Kulaklarınızı Dört Açın", *Salı Toplantıları, El, dil,göz, kulak: İletişim işim*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, s.69-110.
- Atay, Ender, Ethem, (2000), *Fransız İdari Hukukunda Bağımsız İdari Otoriteler (BİO'lar):Rekabet Konseyi*, Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara.
- Avcıoğlu, Müjde, ve Bayraktar, Zinnet, (2001), "Haber Yaratma(!)", *RTÜK İletişim*, Kasım- Aralık, sayı:26, yıl:5, s.15-16.
- Avcıoğlu, Müjde, (2002), "RTÜK Maddelerinin bazı maddelerinde son değişiklikler", *RTÜK İletişim*, Temmuz-Ağustos, s.6.
- Avşar, Zakir, (2000), "Reklamların Tüketici Politikası Yönünden Değerlendirilmesi Denetimi ve Türkiye", *RTÜK İletişim*, Mayıs-Haziran, sayı:17, yıl:3, s.9-15.

- Ay, Canan, Gülgün, Aylin, (1999), "Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında Etken Bir Araç Olarak; İş Tatmini", *Kamu Yönetimi Kalite 1. Ulusal Kongresi*, cilt.1, TODAİE no.289, Ankara, s.249-264.
- Balcı, Muharrem, Sönmez, Gülden, (2001), *Temel Belgelerde İnsan Hakları*, Danışman Yayınları, İstanbul.
- Barokas, K. Safiye, (1994), *Reklam ve Kadın*, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Bayraktar, Zinnet, (1999), "178 Alo RTÜK Deprem Yayınları İle İlgili Şikayetler", *RTÜK İletişim*, Eylül- Ekim, sayı:13, yıl:2, s.45.
- Bayraktar, Zinnet, (2000), "178 Alo RTÜK' ten Kötü Haber" *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:20, yıl:4, s.33-34.
- Bayraktar,Zinnet, (2001), "TV' den En Çok Erkek İzleyiciler Şikayetçi", *RTÜK İletişim*, Ocak- Şubat, sayı:21, yıl:4, s.25-26.
- Belge, Murat, (1996), "Yeni İnsan, Yeni Kültür", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, c:13, İstanbul,s.826-830.
- Bernard, Micheal, (1998), "Bilişim ve Özgürlükler Ulusal Komisyonu", çev: Mahmut Göçer, *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.81-88.
- Bilget, Şebnem, (1997), "Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ve Uygulamalar", *RTÜK iletişim*, Ağustos- Eylül, sayı:1, yıl:1,s.16-17.
- Bilget, Şebnem, (1997-1998), "ABD' de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve FCC", *RTÜK İletişim*, Kasım- Ocak, sayı:3, yıl:1, s.6-7.
- Bourdieu, Pierre, (1997), *Televizyonu Anlamak*, (çev: Turhan Ilgaz), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Bozkuş, Aydın, (1997), "RTÜK Teşkilat Yapısı", *RTÜK İletişim*, Ağustos- Eylül, sayı:1, yıl:1, s.8.
- Bumin, Kürşat, (1998), *Medyakronik*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bülbül, Rıdvan., (1997), *Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yayıncılığı*, Dönüşüm Ofset, Konya.
- Cankaya, Özden, (1996), "Türk Radyoculuğunun Gelişimi", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, Cilt:14, İstanbul, s:1079-1086.
- Canpolat, Abdurrahman, (2002), "3984'den 4756'ya... Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapıldı.", *RTÜK İletişim Dergisi*, Mayıs- Haziran, s.18-29.
- Cereci, Sedat, (2001), "Gündem Oluşturmada Medyanın Rolü", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt:3, sayı:3, s.18-25.
- Cevizci, Ahmet, (2000), *Felsefe Sözlüğü*, Paradigma Yayınları, Eylül, İstanbul, s.496, s.43-344.
- Coşar, Zülal, (1998), "Yayın Kuruluşlarına 1997 Yılında Uygulanan Yaptırımlar", *RTÜK İletişim*, Şubat-Mart, sayı:4, yıl:1, s.15.
- Coşkun, Sabri, (1998), "Türkiye' de Bağımsız İdari Kuruluşlar Üzerinde Yargısal Denetim", *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.170- 192.
- Çalgüner, İzzet, (1997), "Kişi Hakları ve Özel Hayatın Gizliliği", *RTÜK İletişim*, Ekim-Kasım, sayı:2, yıl:1, s.10-11.
- Çaplı, Bülent, (1995), *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitapevi, Ankara.
- Çaplı, Bülent., ve Dündar, Can., (1996)., "80'den 2000'lere televizyon", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, c:15, İstanbul, s.1376-1386.

- Çaplı, Bülent, (2002), *Medya ve Etik*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çaylak, Nihat, (1999), “Küresel İletişim ve Kültürel Çeşitliliğin Korunması Sorunu”, *RTÜK İletişim*, Temmuz-Ağustos, sayı:12, yıl:2, s:28- 31.
- Çaylak, Nihat, (1999), “Seçim Kampanyalarının Yayınlanmasına İlişkin Yeni İlkeler”, *RTÜK İletişim*, Eylül-Ekim, sayı:13, yıl:2, s.23-25.
- Çiftçi, Ahmet, (1999), “Radyo ve TV Yayınlarında Sorumluluk”, *RTÜK İletişim*, Mayıs-Haziran, sayı:11,s.14-17.
- Çiftçi, Ahmet, (2001), “Basında Oto- Kontrol”, *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:26, yıl:5, s.4-7.
- Dağtaş, Erdal, (2001), “Yayıncılıkta Kamu Hizmeti Modeli ve Toplumsal Sorumluluk Anlayışı-II”, *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:26, yıl:5, s.19-23.
- Demir, Vedat, (1998), *Türkiye’ de Medya ve Özdenetimi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Deniz, Günel, (1997), “3984 Sayılı Kanununun 28. Maddesi İle İlgili Bazı Düşünceler ve Açıklamalar” *RTÜK İletişim*, Ekim- Kasım, sayı:2, yıl:1, s.9.
- Doğan, Yalçın, (2001), “RTÜK: Demokrasiye Son Tuzak”, *Cumhuriyet Gazetesi*, 22 Mayıs, s.9.
- Dumlu, Muhteşem, (1998), “Toplumsal Uzlaşma ve RTÜK”, *RTÜK İletişim*, Ekim- Kasım, sayı:2, yıl:1, s.9.
- Duran, Lütfi, (1998), “Türkiye’ de Bağımsız İdari Otoriteler”, *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.24-30.
- Dursun, Çiler, ve Alemdar, Korkmaz, (1999), “Medya Dünyası”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, (Hazırlayan: Korkmaz Alemdar), Afa Yayınları, İstanbul, s.125-138.

- Dünder, Can, Çolakoğlu, Nuri, ve Oskay, Ünsay, (1995), “Televizyon: Her Odada Bir Büyük Birader”, *Salı Toplantıları, El,dil, göz, kulak: iletişim işim*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, s.27-68.
- Eco, Umberto, (1992), *Foucault Sarkacı*, (Çeviren: Şadan Karadeniz), Can Yayınları, İstanbul.
- Eco, Umberto, (1997), *Somon Balığı ile Yolculuk*, (Çev:İlknur Özdemir), Can Yayınları, İstanbul.
- Eğilmez, Sevgin, (1997), “İngiltere’de Çocukların ve Gençlerin Korunmasına İlişkin Önlemler”, *RTÜK İletişim*, Ekim-Kasım, yıl:1, sayı:2, s.7.
- Engin, Aydın, (1999), “Medya Ahlakı, gazetecinin kendi ahlakından ibarettir.”, *Birikim*, Ocak, 117, ss:26-29.
- Erentürk, İrfan, (1997), “Basın Ahlakı Üzerine”, *RTÜK İletişim*, Ağustos- Eylül, sayı:1, yıl:1,s.18.
- Ergun, Turgay, Bozkurt, Ömer, (1998), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, TODAİE Yayınları No:283, Ankara, s.128.
- Ergüden, Akın, (1998), “İletişim Bilim Nedir?”, *RTÜK İletişim*, Temmuz- Ağustos, sayı:6, yıl:1, s.9-11.
- Ergül, Hakan, (2000), *Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Eryılmaz, Tuğrul, (1999), “Gazeteci Kendine de Sormalı”, *Birikim*, Ocak, 117, s.21-25.
- Eyüboğlu, Ercan, (1999), “İletişim, Siyaset, İktidar, Medya”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*,(Haz: Korkmaz Alemdar), Afa Yayınları, İstanbul, ss:43-55.
- Fichter, Joseph, (1996), *Sosyoloji Nedir?*, (Çev: Nilgün Çelebi), Attila Kitapevi, Ankara.

- Gener, Cihangir, (2001), "Yayın Durdurmalar; Yerel Yayıncılık ve Yerel Yayıncıların Karşılaştıkları Sorunlar" *RTÜK İletişim*, Mart-Nisan, sayı:22, yıl:4, s.29-32.
- Gözübüyük, Şeref, (1999), *İdare Hukuku*, Turhan Kitapevi, Ankara.
- Gül, Ayşen, Akkar, (2000), "Fransız Kamu Hizmeti Televizyon Yayınlarının Dünü ve Bugünü" *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı:10,s.587- 604.
- Gürün, Tanseli, (1997), "CSA Uygulamaları", *RTÜK İletişim*, Ekim-Kasım, sayı:2, yıl:1,s.13.
- Halloran, D.,James, (1983), "Kitle İletişimi: Şiddetin Belirtisi mi Yoksa Nedeni mi?", (Çev. Ruşen Keleş), *İletişim ve Toplum Sorunları*, Olgaç Matbaası, ss:62-84.
- Holding at Line at the FCC*, (2003), *The Legal Intelligencer*, APR 04, Vol.228. Issue 65.
- Interpretation Prohibits Cancellation of FCC Licenses for Non- Payment*, (2003), *The Legal Intelligencer*, APR 04, Vol. 228. Issue 65.
- İrvan, Süleyman, (1999), "Radyo Televizyon Yasası ve Yayın İlkeleri", *İletişim, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 99/ 1, Kış, s.262-267.
- Jeanneney, Jean- Noel, (1998), *Medya Tarihi*, (Çev. Esra Atuk), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Kaboğlu, Ö.İbrahim, (1998), "Çağdaş Anayasalarda Özgürlükleri Korumaya Yönelik Bağımsız idari Otoriteler", *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.69-80.
- Kaboğlu, Ö. İbrahim, (1998), "Değerlendirme", *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.193-200.
- Kaptan, Ali, (2002), *1927' den Günümüze Anılarla Radyo Televizyon*, Maltepe Üniversitesi Yayınları No:14, Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Yayınları No:1, İstanbul.

- Karakaşoğlu, Cengiz, (1998), "RTÜK' ün Yeni ve Çağdaş Hizmeti 178 Alo RTÜK", *RTÜK İletişim*, Şubat-Mart, sayı:4, yıl:1, s.17.
- Karakaşoğlu, Cengiz, (1998), "İzleyicinin Sesi 178 Alo RTÜK", *RTÜK İletişim*, Temmuz-Ağustos, sayı:6, yıl:1, s.11.
- Karakaşoğlu, Cengiz, (1998), "178 Alo RTÜK Servisine Telefon Yağıyor", *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:8, yıl:2,s.28.
- Karakaşoğlu, Cengiz, (2000), "RTÜK İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanı Yusuf Turan: RTÜK bir prestij kurumudur.", *RTÜK İletişim*, Mart-Nisan, sayı:16, yıl:3, s.16-17.
- Karakaşoğlu, Cengiz, (2000), "178 Alo RTÜK Hattına Telefon Yağıyor", *RTÜK İletişim*, Mart- Nisan, sayı:16, yıl:3, s.36-37.
- Kaya, A. Raşit, (1985), *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, Ankara.
- Kaya, A. Raşit, (1999), "Medya, Toplum, Siyaset", *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, (Haz:Korkmaz Alemdar), Afa Yayınları, İstanbul, ss:23-32.
- Kaymas, Serhat, (2001), "Basın Yayın Özgürlüğü ve Sınırları 11 Eylül Sonrasına İlişkin Bir Değerlendirme", *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı.26, yıl.5, s.8-11.
- Kaypakoğlu, Serdar, (1999),"Küreselleşme ve Medya", *Birikim*, Ocak, 117, ss:88-91.
- Keane, John, (1999), *Medya ve Demokrasi*, (Çev: Haluk Şahin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Kent, Vedat, (1999), "178 Alo RTÜK Hattı Şikayetleri ve İçerikleri", *RTÜK İletişim*, Temmuz-Ağustos, sayı:12, yıl:2, s.10-15.
- Kent, Vedat, (2000), "Ahlaksız Yayınlar 5524 Başvuruyla Şikayet Rekoru Kırdı.", *RTÜK İletişim*, Mayıs- Haziran, sayı:17, yıl:3,s. 36-41.
- Kent, Vedat, (2001), "Alo RTÜK 178 Hattına Gelen Şikayetlerin 2000 yılı Değerlendirmeleri", *RTÜK İletişim*, Mayıs-Haziran, sayı:23, yıl:4, s.37-42.

- Keskin, Zerrin Ertan, (1999), "Medyada Şeffaflık Tartışmaları ve Unutulan RTÜK Yasa Tasarısı", *İletişim Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 99/ 1, Kış,s.256-261.
- Kejanlıoğlu, D.Beybin, Adaklı, Gülseren, ve Çelenk, Sevilay, (2001), "Yayıncılıkta Düzenleyici Kurullar", *Medya Politikaları*, (Derleyenler: D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı), İmge Kitabevi, s.93-144.
- Kejanlıoğlu, D.Beybin, (1999), "Türkiye' de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Alanının Düzenlenmesi Üzerine", *İletişim Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 99/1, Kış, s.243-252.
- Kejanlıoğlu, D.Beybin, (1998), "1980'lerden 90'lara Türkiye'de radyo- televizyon yayıncılığı", *Birikim*, Haziran, 110, ss.40-45.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin, (1998), *Türkiye' de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Sosyal Boyutlarıyla Türkiye' de Radyo Televizyon Yayıncılığı*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo- Televizyon- Sinema Anabilim Dalı. (Doktora Tezi), Ankara.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin, (2000), *Türkiye' de ve Avrupa Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Düzenlenmesi: Düzenleyici Kurulların Karşılaştırılmalı Bir Analizi ve Karar Örnekleri*, Türkiye Gazeteciler Sendikası İçin Rapor, Ankara.
- Koloğlu, Orhan, (1996), "Liberal ekonomi düzeninde basın rejimi", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, C:11, İstanbul, s.135-144.
- Kuru, Bekir, (1999), "Medya ve Sağlık", *Birikim*, Ocak, 117, s.92-95.
- Lazar, Judith, (1999), "Kitle İletişimi", (Çev:İlker Bıçakçı), *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı:9,s.283-291.

- Marshall, Gordon, (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev: Osman Akınhay- Derya Kömürcü),
Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s.336-337,s.211,s.484-486.
- Meydan Louresse Büyük Lugat ve Sözlük, "Sansür", C:17, s:302.
- Meydan Louresse Büyük Lugat ve Sözlük, "Kitle", C:11, s.332.
- Morange, Jean, (1998), "Görsel İşitsel Üst Kurul", (Çev:Atilla Nalbant), *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.103-108.
- Morange, Jean, (1998), "Fransa'da Bağımsız İdari Otoriteler", (Çev:Cevdet Atay),
Bağımsız İdari Otoriteler,Alkım Yayınları,s.18-23.
- Mutlu,Erol, (1991), *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yayınları, Ankara.
- Mutlu Erol, (1998), *İletişim Sözlüğü*, Ark Yayınları, Ankara.
- Mutlu, Erol, Tuncel, Hakan, (1996), "İletişim", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları,c:13, İstanbul, s. 712-718.
- Nacaroğlu, Derya, (1999), "178 Alo RTÜK Deprem Yayınları İle İlgili Şikayetler Üzerine Bir Değerlendirme", *RTÜK İletişim*, Kasım- Aralık, sayı:14, yıl:2, s.40-42.
- Nalbant, Atilla, (1998), "Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Görsel İşitsel İletişim Özgürlüğü", *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.109-128.
- Oktay, Ahmet, (1996), "80' lerde Türkiye'de kültürel değişim,", *Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, c:13, İstanbul, s.822-825.
- Orhon, Nezih, (2001), "Kurgusal Haberciliğin Doğuşu Günümüz Televizyon Haberciliği Ne Anlama Geliyor?", *RTÜK İletişim*, Kasım- Aralık, sayı:26, yıl:5, s.13-14.
- Öksüz, Süheyla, (1997), "FRANSA CONSEIL SUPERIEUR DE I' AUDIOVISUEL Görsel İşitsel Yüksek Konsey: CSA", *RTÜK İletişim*, Ağustos- Eylül, sayı:1, yıl:1, s.19- 20.

- Özçağlayan, Mehmet, (1998), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Özdiker, Cengiz, (1999), "Vatandaş- RTÜK Hattı 178 Alo RTÜK Değerlendirmeleri", *RTÜK İletişim*, Ocak- Şubat, sayı:9, yıl:2, s.21-27.
- Özdiker, Cengiz, (1999), "Türkiye Televizyon Yayınları Kamuoyu Araştırması(1)", *RTÜK İletişim*, Mart- Nisan, sayı:10, yıl:2, s.26-30.
- Özdiker, Cengiz, (1999), "Türkiye Televizyon yayınları Kamuoyu Araştırması(II)", *RTÜK İletişim*, Mayıs-Haziran, sayı:11, yıl:2,s.22-23.
- Özdiker, Cengiz, (1999), "Türkiye Televizyon Yayınları Kamuoyu Araştırması(III)", *RTÜK İletişim*, Temmuz- Ağustos, sayı:12, yıl:2, s.16-23.
- Özdiker, Cengiz, (1999), "Türkiye Televizyon Yayınları Kamuoyu Araştırması(IV)", *RTÜK İletişim*, Eylül- Ekim, sayı:13, yıl:2, s.30-38.
- Özdiker, Cengiz, (2000), "Türkiye'de Reklam Harcamaları ve RTÜK Gelirleri", *RTÜK İletişim*, Mayıs- Haziran, sayı:17, yıl:3, s.16-19.
- Özdiker, Cengiz, (2000), "RTÜK' ün Özerkliği", *RTÜK İletişim*, Temmuz- Ağustos, sayı:18, yıl:3, s.27-32.
- Özdiker, Cengiz, (2001), "Türkiye' de Medyanın Düzenlenmesi ve Denetlenmesi Bakımından Gelişmeler", *RTÜK İletişim*, Temmuz-Ağustos, sayı:24, yıl:4, s.31-37.
- Pauliat, Helene, (1998), "Bağımsız İdari Otoritelerin Yaptırım Yetkisi", (çev:Mahmut Göçer), *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkim Yayınları, s.135-145.
- Robins, Kevin, (1999), "Korku ve Bilgi", (çev: Nurçay Türkoğlu), *Birikim*, Ocak,117, s.110-113.

“RTÜK ve Benzeri Düzenleyici Kurullar”, (1999), *RTÜK İletişim*, Mart-Nisan, sayı:10, yıl:2, s.14-17.

“*Radyo ve Televizyon Kuruluşu ve Yayınları Hakkında Kanun, Yönetmelik ve Tebliğler*”, (1995), Atatürk Üniv., Erzincan Hukuk Fak. Yayınları,Erzincan.

RTÜK-Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, “3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmelikler ve Tebliğler”, (1996), Ankara.

“RTÜK Kararları”, (2001), *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:24, yıl:5, s.24-25.

RTÜK İletişim Dergisi, “RTÜK Üyesi Fatih Karaca: ‘Görsel Medya Sınıfta Kalmıştır’”, (1999), Mayıs- Haziran, sayı:11, yıl:2, s.6-12.

“RTÜK ve Benzeri Düzenleyici Kurullar II”, (1999), *RTÜK İletişim*, Mayıs- Haziran, sayı:11, yıl:2, s.18-21.

RTÜK İletişim Dergisi, “RTÜK Yasası Değişiyor”, (2000), Mart- Nisan, sayı:16, yıl:3, s.6-9.

RTÜK İletişim Dergisi, “Medyanın Ortaçağı”, (2000), Eylül- Ekim, sayı:19, yıl:3, s.6-7.

Sarıdoğan, Candan, (1999), “Televizyon ve Aile”, *RTÜK İletişim*, Eylül- Ekim, sayı:13, yıl:2, s.20-22.

Rutherford, Paul, (1996), *Yeni İkonalar: Televizyonda Reklam Sanatı*, (Çev: Mustafa K. Gerçekler), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Sarıdoğan, Candan, Ulucak,Emir, ve Ertan, Bayhan, (2000), “Alo RTÜK 178 Telefon Hattına Gelen Radyo ve Televizyonlara İlişkin Bilgilerin Değerlendirilmesi (11 Ocak 1999-31 Ocak 1999)”, *RTÜK İletişim*, Ocak-Şubat, sayı:15, yıl:3, s.17-19.

Seçkin, Gülcan, (1999), “18 Nisan Seçim Sürecinde YSK RTÜK Uygulamaları”, *RTÜK İletişim*, Eylül- Ekim, sayı:13, yıl:2, s.26-29.

- Sezen, Seriye, (2003), *Türk Kamu Yönetiminde Kurullar: Geleneksel Yapılanmadan Kopuş*, TODAİE Yayınları, Yayın No: 316, Ankara.
- Şekerci, Rıza., Şekerci, Müfide, (1996), *Türk Medya Mevzuatı*, Yasa Yayınları, İstanbul.
- Şevük, Yaşar, (1997), "Görsel İşitsel Yayıncılığımızın Yasal Yapısı", *RTÜK İletişim*, Ekim-Kasım, sayı:2, yıl:1, s.18-19.
- Sönmez, Burak, (1999), "I. Dünya Düzenleyici Kurullar Zirvesi", *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:12, yıl:2, s.3-4.
- Tan, Turgut, (2000), "Bağımsız İdari Otoriteler", -*Rekabet Kurumu Perşembe Konferanslar*, Ocak.
- Tan, Turgut, (2002), "Bağımsız İdari Otoriteler veya Düzenleyici Kurullar", *Amme İdaresi Dergisi*, Haziran, cilt:35, sayı:2, s.11-37.
- Tan, Turgut, (2002), *Bağımsız İdari Otoriteler*, Mersin Üniversitesi Bahar Konferansları Notu, Mart, Kampüs, Mersin.
- Tekmen, S. Sıtkı, (1997), "RTYK' den RTÜK' Medya ve Denetim", *RTÜK İletişim*, Ağustos- Eylül, yıl:1, sayı:1, s.5-7.
- Thery, Jean, François, (1998), "Bağımsız İdari Otoritelerin Yargısal Denetimi", (Çev: Mahmut Göçer), *Bağımsız İdari Otoriteler*, Alkım Yayınları, s.154-163.
- Tılıç, L. Doğan, (1999), "Milliyetçilik ve yeni sahiplik yapısı kısılacında Türk medyası: Bazı ahlaki sorunlar.", *Birikim*, Ocak, 117, ss:33-43.
- Tılıç L.Doğan, (1998), *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Toroslu, Nevzat, (1999), "Medya ve Hukuk: Basın Özgürlüğü ve Sınırları", *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, (Haz: Korkmaz Alemdar), Afa Yayınları, İstanbul, s.56-84.

- Turan, Yusuf, (1999), "İletişim Özgürlüğü ve Yayıncının Sorumluluğu", *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:14, yıl:2,s.9-10.
- Turan, Yusuf, (2001), "Dünden Bugüne Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve RTÜK", *RTÜK İletişim*, Mart-Nisan, sayı:22, yıl:4,s.25-28.
- Uluyurt, Abdullah, (1998), "Yayımcıların İzleme Uyumları ve Yaptırımların Kullanımı", *RTÜK İletişim*, Şubat- Mart, sayı:4, yıl:1, s.13-14.
- Ülkülü, Pınar, (1997), "Avrupa Konseyi'nin Medya Alanındaki Çalışmaları", *RTÜK İletişim*, Ağustos- Eylül, sayı:1, yıl:1,s.29-30.
- Ülkülü, Pınar, (1997- 1998), "EPRA", *RTÜK İletişim*, Aralık-Ocak, sayı:3, yıl:1, s.3.
- Ülkülü, Pınar, (1997- 1998), "Sınırsız Düzenlemek", *RTÜK İletişim*, Aralık- Ocak, sayı:3, yıl:1, s.26-27.
- Ülkülü, Pınar, (1999), " Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu", *RTÜK İletişim*, Mart-Nisan, sayı:10, yıl:2, s.7.
- Ünlüer, Oğuz, (2000), "İzleyici Ne İstiyor?", *RTÜK İletişim*, Mart- Nisan, sayı:16, yıl:3, s.22-25.
- Vural, Ali, Murat, (1998), "Medya ve Kamu Yararı İlkesi", *RTÜK İletişim*, Kasım- Aralık, sayı:8, yıl:1, s.22-23.
- Vural, Sacide, (1994), *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*, Özışık Matbaacılık, Ankara.
- Vural, Sacide, (1992), "Değişme ve İletişim", *Amme İdaresi Dergisi*, Aralık, cilt:25, sayı:4,s.139- 146.
- Yardımcı, Nuran, (1999), "dersimiz:Medya", *RTÜK İletişim*, Temmuz- Ağustos, sayı:12, yıl:2, s.24-26.
- Yardımcı,Nuran,Ülkülü, Pınar, ve Sönmez, Bora, (2000), "Yarının Medya Politikaları", *RTÜK İletişim*, Mayıs- Haziran, sayı:17, yıl:3,s.20-25.

Yengin, Hülya, (1994), *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınları: 129, İstanbul.

Yıldırım, Ali, (1998), “Radyo ve TV Yayıncılığının Bugünü ve Yarını”, *RTÜK İletişim*, Kasım-Aralık, sayı:14, yıl:2.

Yıldırım, Turan, (1999), *Türkiye 'nin İdari Teşkilatı*, Alkım Yayınları, İstanbul.

Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, (1996), “Reklamda Özdenetim”, İletişim Yayınları, c:14, İstanbul, s. 1096-1097.

Wiredu, Kwesi, (1983), “İnsan İletişimi Kavramına Felsefi Bir Bakış”, (Çev:Ioanna Kuçuradi), *İletişim ve Toplum Sorunları*, Olgaç Matbaası, s.1-10.

www.rtuk.org.tr. 07/2002

www.tubitak.gov.tr/btpd/btpd/pltforn/enfor/regrap/bol5.html. 07/10/2002

www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler27.htm. 07/10/2002