

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI

AVRUPA BİRLİĞİ
İLETİŞİM POLİTİKALARI VE TÜRKİYE

MUHAMMET ERBAY

DOKTORA TEZİ

Danışman

Doç. Dr. MEHMET FİDAN

KONYA-2014

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı	Muhammet ERBAY
Numarası	064121011004
Ana Bilim / Bilim Dalı:	Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tezin Adı :	Avrupa Birliği İletişim Politikaları ve Türkiye

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.



Muhammet ERBAY
Öğrencinin imzası
(İmza)

Mezuniyet Dilekçe Formu

Öğrencinin

Adı Soyadı : Muhammet ERBAY

Numarası : 064121011004

Ana Bilim / Bilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler

Programı : Tezli Yüksek Lisans ☐

Doktora ☒

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Mehmet FİDAN

Tezin Adı : Avrupa Birliği İletişim Politikaları ve Türkiye

Kimliği belirtilen danışmanı bulunduğum öğrencim, tez savunma sınavına girerek başarılı olmuş ve istenen düzeltmeleri tamamlamıştır. Mezuniyet işlemlerinin yapılabilmesi için gereğini saygılarımla arz ederim.

Önemli Not:

Bu, belge, Jüri tarafından istenen değişikliklerin tamamlandığını kontrol etmek amacıyla
(Danışmanın önerisi doğrultusunda)
Yüksek Lisansta **danışman** hariç en az 1 Jüri Üyesi,
Doktorada ise danışman hariç en az 2 Jüri Üyesi tarafından imzalanmalıdır

Jüri Üyesi
Adı Soyadı
İmzası

Prof.Dr. Aytekin CAN

Jüri Üyesi
Adı Soyadı
İmzası

Doç.Dr. Tahsin KARABULUT

Jüri Üyesi
Adı Soyadı
İmzası

Yard.Doç.Dr. Evrim GÜLSÜNLER

Danışman
Adı Soyadı
İmzası

Doç.Dr. Mehmet FİDAN

Uygundur.

Ana Bilim Dalı Başkanı
Adı Soyadı İmzası

Prof.Dr. Başak SOLMAZ

Eki :

Mezuniyet için istenen belgeler

TEŞEKKÜR

Bütün çalışmalarında değerli bilgi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, gerekli araştırma ve geliştirme çabalarında yardımlarını esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Mehmet Fidan'a ve bölümümüzün değerli tüm öğretim elemanlarına, her türlü maddi manevi katkılarını esirgemeyen aileme ve öğrenci arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Öğrencinin

Adı Soyadı Muhammet ERBAY

Numarası 064121011004

Ana Bilim / Bilim Dalı

Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler

Programı

Tezli Yüksek Lisans

☐

Doktora

☒

Tez Danışmanı Doç. Dr. Mehmet FİDAN

Tezin Adı :

Avrupa Birliği İletişim Politikaları ve Türkiye

ÖZET

Küreselleşme tarih boyunca geçmişten günümüze gelen insanın var olmasıyla birlikte iletişime geçmesiyle sürekli gelişen bir kavramdır. Zamanla teknolojiye paralel olarak iletişim yolları da çeşitlilik kazanmış ve gittikçe önem kazanmıştır. İletişim’de günümüz de etkin rol medya tarafından üstlenilmiştir.

Gerek görsel-ışitsel medya gerekse yazılı medya küreselleşmenin tavan yaptığı yeni dünya düzeninde yön verici olarak hareket etmektedir. Ekonomik olarak büyümek için atılması gereken en önemli adımlardan birisi de kitlesel iletişim yöntemlerinin çok iyi kullanılması adımıdır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra İletişim Politikaları yönünden Avrupa Devletleri’nin, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya öncülüğündeki Uzak Doğu Devletlerinin gerisinde kalması Avrupa Devletleri’ni bir gerilemenin içerisine sokmuştur. Bu durumun farkında olan Avrupa Devletleri Birlik haline geldikten sonra hızlı adımlar atarak rakibi olduğu ülkeleri yakalamayı başarmıştır.

Bu çalışmada Avrupa Birliği’nin İletişim Politikalarını ve bu politikaları gerçekleştirirken attığı adımlar ve ayrıca Türkiye’nin uyum süreci çerçevesinde attığı adımlar incelenmiştir.

Anahtar : İletişim, Avrupa Birliği İletişim Politikaları, Avrupa Birliğinde Görsel-İşitsel medya, Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Türkiye’nin İletişim Politikaları

Öğrencinin

Adı Soyadı	Muhammet ERBAY
Numarası	064121011004
Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Halkla İlişkiler
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mehmet FİDAN

Tezin İngilizce Adı European Union Communication Policies and Turkey

SUMMARY

Globalisation has been a continuously growing concept as people started to communicate throughout the history. In parallel with technology, communication methods have gradually got vary and gained importance. The Media has the active role on communication nowadays.

Both audio-visual and printed media act as a director in the new world order where the globalisation has reached peak. Therefore one of the most crucial steps of economic growth is the effective use of the mass communication methods.

The fact that after the World War II, European States fell behind the Far East countries in terms of communication policies put them in a recession. Having realized the current situation, European States united and managed to achieve the success of rival countries rapidly.

In this study, Besides EU Communication Policies and its implementation process Turkey's progress in EU harmonization process has also been analyzed.

Key Words: Communication, EU Communication Policies, Audio-Visual Media in EU, Turkey's Communication Policies in EU Harmonization Process

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
Bilimsel Etik Sayfası	ii
Tez Kabul Formu	iii
Teşekkür.....	iv
Özet.....	v
Summary.....	vi
Kısaltmalar	xv
Tablolar Listesi	xv
Şekiller Listesi	xvi
Giriş.....	1
1.GENEL OLARAK İLETİŞİM	4
1.1.İletişim Kavramının Tanımı.....	4
1.2.İletişimin Özellikleri	8
1.3.İletişimin Türleri	14
1.3.1.Bireyler Açısından İletişim	15
1.3.2.Kurumlar Açısından İletişim	17
1.3.3.Kültürler ve Toplumlar Arası İletişim	20
1.4.Günümüzde İletişim Olgusu ve Önemi	25
1.5.İletişim Olgusunu Gündeme Getiren Nedenler	27
1.5.1.Küreselleşme.....	27
1.5.2.Bilgi Toplumu.....	29
1.5.3.Teknolojik Yenilikler.....	33

1.5.4.Yeni İletişim Araçları	35
1.5.4.1.Sosyal Medya	38
1.5.4.2.İnternet ve Bilişim Sistemleri	40
1.5.4.3.Mobil İletişim	43
1.5.4.4.Alternatif Medya.....	46
2. AVRUPA BİRLİĞİNİN OLUŞUMU VE YAPISI.....	49
2.1.Avrupa Birliği'nin Kuruluşu ve Genişleme Süreci	49
2.1.1.Avrupa Birliği'nin Kuruluş Aşamaları	49
2.1.2.Avrupa Birliği'nin Genişleme Süreci	51
2.1.3.Genişleme Sürecinde Türkiye Avrupa Birliği İlişkileri.....	59
2.1.4.Helsinki Zirvesi Öncesi İlişkiler	59
2.1.5.Helsinki Zirvesi Sürecinde İlişkiler	60
2.1.6.Helsinki Zirvesi Sonrası Yaşanan Gelişmeler	61
2.1.6.1.Katılım Ortaklığı Belgesi.....	61
2.1.6.2.2002 Kopenhag Zirvesi.....	62
2.1.6.3.2004 Brüksel Zirvesi.....	62
2.2.Avrupa Birliği'nin Derinleşme Süreci	64
2.3.Avrupa Birliği Ortak Politikaları	67
2.3.1.Ortak Ticaret Politikası.....	67
2.3.2.Ortak Tarım Politikası	68
2.3.3.Ortak Ulaşım Politikası.....	73
2.3.4.Ortak Çevre Politikası.....	73
2.3.5.Ortak Sosyal Yaşam Politikası	75
2.3.6.Ortak Eğitim, Öğretim ve Kültür Politikası.....	75

2.4.Avrupa Birliği Kurumsal Yapısı.....	79
2.4.1.Avrupa Parlamentosu.....	80
2.4.2.Avrupa Komisyonu.....	81
2.4.3.Avrupa Birliği Konseyi.....	82
2.4.4.Avrupa Birliği Zirvesi.....	84
2.4.5.Avrupa Birliği Adalet Divanı	84
2.4.6.Avrupa Sayıştayını.....	85
2.4.7.Ekonomik ve Sosyal Komite	86
2.4.8.Bölgeler Komitesi	87
2.4.9.Avrupa Yatırım Bankası	88
2.4.10.Avrupa Ombudsmanı.....	89

3.AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE İLETİŞİM POLİTİKALARI

DURUM ANALİZİ	91
3.1.Araştırmanın Metodolojisi	91
3.1.1.Araştırmanın Problemi.....	91
3.1.2.Araştırmanın Amaç ve Önemi	91
3.1.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklem	92
3.1.4.Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi	92
3.2.Bulgular ve Yorum	92
3.2.Avrupa Birliği ve İletişim Politikaları	93
3.2.1.Siyasi Bildiri	95
3.2.2.Kriz Zamanlarında İfade ve Haber Alma Özgürlüğü	95
3.2.3.Küreselleşme Sürecinde Kültürel Çeşitlilik ve Medya Çoğulculuğu	95

3.2.4.Bilgi Toplumunda İnsan Hakları ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi	101
3.3.İletişimin Küresel Yansımaları ve Bu yansımaların Avrupa Birliği'ne Etkileri	110
3.3.1. Avrupa Birliği'yi İletişim Politikaları Hazırlamaya İten Nedenler	114
3.3.2. Lizbon Stratejisi ve e-Avrupa	115
3.4.Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikaları	121
3.4.1.Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikalarının Geliştirilme Sebepleri	121
3.4.2.Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikalarının Yasal Düzenlemeleri	122
3.4.3. Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikasının Amaçları	128
3.4.4. Avrupa Birliği Ülkelerinde Görsel-İşitsel Sektörlerin Kontrolü	128
3.4.5.Avrupa Birliği Görsel İşitsel Politikasının Temel Belirleyicileri	129
3.4.5.1.Avrupa Birliği'nin Televizyon Programları Yayıncılığı ve Yapımcılığını Düzenleyen Direktifleri	130
3.4.5.1.1.Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi	132
3.4.5.1.2.Sınır Tanımayan Televizyon Sözleşmesi.....	141
3.5.İletişimi Denetleyen Kurumsal Yapılar	145
3.5.1.Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü	145
3.5.2.İşletmeler ve Endüstri Genel Müdürlüğü.....	147
3.6.E-avrupa Danışma Grubu ve Alt Çalışma Grupları.....	147
3.6.1.Alt Çalışma Grupları.....	147
3.7.Görsel İşitsel Yöntemlerin Etkileri	148
3.8.Avrupa Birliği'nde Telekomünikasyon Politikaları	149
3.9.Avrupa Birliği'nde Yerel Kimlikler ve Anadilde Yayıncılık İlkeleri.....	152
3.10.Avrupa Birliği'ne Üye Ülkelerde Yerel Medya Politikaları.....	154

3.10.1.İngiliz Medyasına Genel Bir Bakış.....	154
3.10.2.İtalyan Medyasına Genel Bir Bakış	155
3.10.3.Fransız Medyasına Genel Bir Bakış	156
3.10.4.İspanyol Medyasına Genel Bir Bakış	159
3.10.5.Macar Medyasına Genel Bir Bakış.....	161
3.11.Avrupa Birliği’ndeki Gelişmelere Paralel Olarak Türkiye’de Durum	163
3.11.1.Televizyon Yayıncılığı Alanındaki Düzenlemeler	164
3.11.2.Farklı Dil ve Lehçelerde Yayın Yapılmasına İzin Verilmesi	165
3.11.3.Akıllı İşaretlerin Kullanılması	167
3.11.4.İzleyici Temsilciliği Uygulamasının Başlatılması.....	169
3.11.5.Reklam Yayıncılığı Alanındaki Düzenlemeler.....	170
3.11.6.Yayıncılık Etik İlkelerinin Getirilmesi	173
3.11.7.Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik İlkelerinin Getirilmesi.....	174
3.11.8.Üyelik Müzakereleri Sonrasında Yapılan Düzenlemeler	176
3.11.9.Türkiye’de E-Devlet Süreci	179
3.11.10.Türkiye’de Telekomünikasyon Alanının Yeniden Yapılandırılması.....	180
4.SONUÇ	182
5.KAYNAKÇA.....	188
6.EKLER	202
7.ÖZGEÇMİŞ	203

Kısaltmalar

3G	: Üçüncü Kuşak
Amerika Birleşik Devletleri	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
AİHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
AİHS	: Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi
AKÇT	: Avrupa Kömür Çelik Topluluğu
Avrupa Birliği	: Avrupa Topluluğu
BİMAŞ	: Birleşik Medya Anonim Şirketi
CD	: Compact Disc
CDMC	: Medya ve Yeni İletişim Hizmetleri Yür. Kom.
CDMM	: Kitle İletişimi Yürütme Komitesinin
CNN	: Cable News Networks
COREPER	: Daimi Temsilciler Komitesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DVD	: Digital Versatile Disc
EBRD	: Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası
EURATOM	: Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu
FED	: Federal
GKRY	: Güney Kıbrıs Rum Yönetimi

IPTV	: İnternet Protokollü Televizyon
İLEF	: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
LAN	: Local Area Network
MAA	: The Mobile Marketing and Advertising Association
NATO	: Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı
OECD	:Ekonomik Kalkınma Ve İşbirliği Örgütü
OTP	: Ortak Ticaret Politikası
PC	: Personel Computer
PTT	: Posta Telefon ve Telgraf
RATEM	: Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
RTYK	: Radyo Televizyon Yüksek Kurulu
SKAAS	:Sayısal Kayıt, Arşiv ve Analiz Sistemi
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyonu

TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜSİAD	: Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği
TV	: Televizyon
TVYD	: Televizyon Yayıncıları Derneği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgüt
VOD	: Video-ondemand/ Çağırdığını izle
VTR	: Video Tape Recorder
WAN	: Wide Area Network
YBTB	: Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği

Tablolar Listesi

Tablo 1: Bilişim Sistemlerinin Tarih İçerisinde Değişen Roller.....42

Tablo 2: Televizyon Akıllı İşaretler Sistemi ve Anlamları.....168

Şekiller Listesi

Şekil 1: Shannon ve Weaver'in İletişim Modeli.....	10
Şekil 2. Bilgi Topluluğu Genel Müdürlüğü Organizasyon Şeması.....	146

GİRİŞ

İnsanlar var oluşlarıyla birlikte iletişime geçme gereği duymuşlardır. Bu istek insanoğlunun birbirleriyle olan ilişkilerinin bir düzene girmesine zemin hazırlamıştır. Duygu ve düşünceleri ifade etme gereksinimlerini çeşitli yollarla karşılayan insanoğlu bilimin ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak yeni yollar bulmuştur.

Yazının bulunmasıyla çağ atlayan iletişim türleri günümüz çağının bütün imkânlarını kullanarak çok farklı bir boyut kazanmıştır. Gazete, kitap, dergi gibi yazınsal iletişim yöntemlerine, televizyon radyo gibi görsel-ışitsel türler eşlik etmiştir. Günümüzde en çok kullanılan iletişim araçlarından olan internet birden bire hayatımıza girmiş ve bu sayede iletişim faaliyetleri tüm dünyada geniş kitlelere ulaşılabilir olmuştur.

İletişim araçlarının kullanılmaya başlanmasıyla yeni bir oluşum yani “medya” ortaya çıkmış ve bütün imkânlarını kullanarak dünyaya yön vermeye başlamıştır. Düşünce ve ifade özgürlüğünün en büyük dayanağı olarak “medya” ön plana çıkmaktadır. Siyasal, ekonomik ve kültürel etkileriyle kendine önemli bir konum bulan medya özgürlüklerin yegâne savunuculuğunu yapmaktadır.

Bulduğumuz yerden tüm dünyada olup bitenleri, konuşulanları, görüşülenleri bize aktaran medya bizleri bilgilendirme ve yönlendirme konusunda çok farklı ve etkin bir güç konumundadır. Bu gücünden dolayı küresel boyutta güçleri kendine çekerek tek başına “medya” olarak bir ekonomik güç yaratmıştır. Büyük medya şirketlerinin bütçelerinin birçok ülkenin bütçesinden fazla bütçeye sahip olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Dünya çapında bakılacak olursa büyük medya kuruluşlarının aynı anda gazete, dergi, televizyon, kitap, internet gibi iletişimin bütün türlerini kullandığını, ulaşılabilir son noktaya kadar ulaşmak düşüncesinin hakim olduğunu görebiliyoruz.

1970’li yıllardan itibaren dünyada iletişimde lider ülkelerin yaygın ağ altyapılarından dolayı Amerika Birleşik Devletleri ve teknolojik gelişmişliğinden dolayı Japonya olduğunu görüyoruz. Avrupa’nın görsel ve ışitsel medyayı seksenli yıllara kadar bu iki ülke gibi yaygın kullanamaması Avrupa’yı iletişim politikaları üzerinde çalışmalar yapmaya zorlamıştır. Avrupa Birliği’nin kuruluşuyla beraber

“Medya”nın gücünün artık iyice hissedilmesiyle yeni atılımlar yapan Avrupa yaptığı yeniliklerle bu ülkeleri yakalamayı amaçlamaktadır.

Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya arasında bilgi ekonomisine dönüşüm stratejilerinde görülen temel farklılıklar; Avrupa Birliği’nin yenilikçiliği, Amerika Birleşik Devletleri’nin yazılım tabanlı bilgi ve iletişim teknolojilerini ve Japonya’nın ise bu ikisi arasında ama yenilikçilik ve donanım dayalı bilgi ve iletişim teknolojilerini ön plana çıkartmasıdır.

Avrupa Birliğinde, Amerika Birleşik Devletleri ile olan aradaki farkın kapatılmasına yönelik 1990’ların sonundan itibaren çeşitli girişimler başlatılmıştır.

Avrupa Birliği’ne uyum süreci çerçevesinde Birliğin yaptığı bu yenilikler ülkemizde de görülmektedir. Bu yeniliklerden en belirginini e-Avrupa çalışmalarıdır. Avrupa Komisyonunca başlatılan ve Avrupa’yı herkes için gerçek bilgi toplumuna dönüştürmeyi hedefleyen e-Avrupa Girişimi, Avrupa’daki genç nüfusun sayısal çağa hazırlanması, ucuz internet erişimi, e-ticaretin hızlandırılması, araştırmacılar ve öğrenciler için hızlı internet, güvenli elektronik erişim için akıllı kartlar, yüksek teknoloji üreten/kullanan KOBİ’ler için risk sermayesi, özürllüler için e-Katılım, çevrimiçi sağlık hizmetleri, akıllı ulaşım, çevrimiçi devlet hizmetleri olarak belirlenmiştir.

E-Avrupa gibi, e-Avrupa+ Eylem Planı da, aday ülkelerin ekonomilerinin yenilenmesini, modernizasyonunu, kurumsallıkları ve genel rekabet güçlerini geliştirmeyi amaçlamakta, bu yönde eylemler sunmaktadır. Bu eylemler, bilgi toplumunun temel yapı taşlarını oluşturma çalışmalarının hızlandırılması, herkes için uygun fiyatlı iletişim hizmetlerinin sağlanması, bilgi toplumu ile ilgili müktesebata uyumlandırılması ve uygulanması başlıklarında toplanmıştır.

Görsel ve işitsel iletişim kaynaklarının yönlendirici, yapıcı ve yıkıcı gücünün daha da belirgin hale gelmesi küresel boyutta tüm dünyada olduğu gibi Avrupa Birliği’nde de sürekli arayışlara neden olmaktadır. Yeni politikalar geliştirirken düşünce ve fikir özgürlüğünü korumayı ön planda tutan Birlik, gelişen teknolojiyle birlikte bilgi akışını kontrol altına almayı düşünmemekle beraber bir kurallar dizisi koymaktadır.

Avrupa Birliği kendi kurallarını, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi'nin 10 Mart 2010 tarih ve 2010/13/EU sayılı Görsel ve İşitsel Medya Hizmetlerinin (Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi) sağlanması hükmüne ilişkin ye devletlerdeki kanun, düzenleme veya idari eylem yoluyla oluşturulan belirli hükümlerin eşgdmleri hakkındaki yönerge ile bir birlik ve düzen sağlamayı amaçlamış ayrıca ye ülkelerin iletişimle ilgili ulusal kurumlarının da faaliyetlerini sürdürmelerini kararlaştırmıştır.

Avrupa Birliği iletişim politikaları Türkiye'nin üyelik müzakerelerinden dolayı Türkiye'yi de etkilemiş ve çeşitli yenilikler getirmiştir.

İletişim teknolojilerinin, teknolojinin hızına paralel olarak gelişmesi, iletişim politikalarının sürekli güncellenmesini gerektirmekte ve tüm dünyada olduğu gibi Avrupa Birliği'nde de sürekli konuyla ilgili çalışmalar yapılmaktadır.

1. GENEL OLARAK İLETİŞİM

1.1. İletişim Kavramının Tanımı

İnsanlar sürekli olarak çevreleriyle iletişime geçmiş, yaşadıklarını, tecrübelerini, duygularını ve düşüncelerini ifade edebilmek ve başkalarıyla paylaşabilmek amacıyla televizyon, gazete, radyo, internet, kitap ve dergiler gibi çeşitli ifade araçları geliştirmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte gelişmiş iletişim altyapılarını kullanan uydu araçlar sayesinde iletişim faaliyeti tüm dünyada küresel boyutta geniş kitleler tarafından erişilebilir olmuştur.

Toplumsal bir varlık olan insanın yaşamında ve çevre ile ilişkisinde iletişim olgusu hemen her dönemde önemli olmuştur. İnsan ilişkileri yanında ekonomik, toplumsal ve siyasal sistemin zaman içinde gelişmesi ve karmaşıklaşması da iletişimin bir süreç olarak ele alınması gereken çok boyutlu bir kavram olduğu gerçeğini de doğurmuştur. Buradan hareketle günümüzde iletişim çalışmaları psikoloji, sosyoloji yanında siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, ekonomi gibi birçok disiplin tarafından farklı yönleri ile incelenmektedir. İletişim konusunda sürdürülen çalışmaların içeriksel analizlerinin tümünü değerlendirmek mümkün olmasa da öne çıkan bazı iletişim tanımlarına yer vermekte fayda vardır.

İnsanı diğer varlıklardan ayıran önemli özellik, kişinin duygularını, düşüncelerini, isteklerini başkalarına iletebilme olanağıdır. İnsanın kendisini anlamave başkalarına anlatma eğilimi, insanın varoluşuyla başlamıştır. Yaşadığımız dünyada belki de en çok kullandığımız ve hayatın her alanında vazgeçilmez olan kavram, kişinin hayatla olan bağlantısının sekteye uğramaması için gerekli olan en önemli yöntem iletişimidir (Çağlayan, 2005:1). Yukarıdaki tanımdan da anlaşılacağı üzere iletişim olgusu öncelikle insanın kültürel ya da toplumsal bir varlık olmasının doğal bir sonucu olarak görülmüştür.

1972 yılında yapılan bir araştırmaya göre “iletişim” kavramının 126 değişik tanımı yapılmıştır (Mutlu, 2004: 98). 70’li yıllardan bugüne gerçekleşen gelişmeler ışığında bu tanımlamaları çoğaltmak elbette mümkündür. Bununla birlikte Türk Dil Kurumu iletişimi, “duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla

başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon” şeklinde tanımlanmıştır. Oskay ise iletişimi, çift yönlü bir eylem olarak sadece sözel bir süreç olmamakla birlikte insanın kültürlenme ve toplumsallaşma sürecinin bir parçası, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgu olarak betimlemiştir (Oskay, 2005:1). Kitle iletişim kavramı ise kurumsal bir yapıdan verilen mesajların aynı anda birbirinden bağımsız, toplumun farklı kesimlerine ait çok sayıdaki dağınık alıcılara kitlelere teknik araçlarla iletilmesiyle gerçekleşen tek yönlü bir iletişim biçimini karşılar (Gebner, 1967:80-92). Bu kavram 1940’lı yılların başında Harold Lasswell tarafından siyasal güç ve propaganda çalışmalarında, toplumun örgütlenmesini sağlayan koşulları belirlemek ve siyasal karar alma süreçlerinde organizasyonların ve iletişim teknolojilerinin rolünü vurgulamak için kurgulanmıştır (Mutlu, 2005:50). Bununla birlikte kitle iletişimi, kitle kültürünün oluşması, yayılması ve etkileşimini de ortaya koyar.

İletişim çalışmalarında geleneksel yaklaşım değerlendirmelerinde iletişim süreci insanın toplumsallığının bir yansımasıdır. Klasik yaklaşımlar aynı zamanda kavramın içeriği yanında kökeni ile de ilgilenmişlerdir. Buna göre Latince kökenli olan communis kelimesinden türetilen kavram günümüzde communication kelimesine karşılık gelir. Latince, commune, de communis, communicare kavramlarının içeriği insanın sosyalleşmesi ve toplumsallığı ile ilgili iken Türkçedeki iletişime tam olarak karşılık gelmemektedir (İnceoğlu, 2000:132). Burada önemli olan nokta ise, iletişim olgusunun kelime kökeninin sosyalleşme ile ilgili boyutudur. Genel tanımlarda da görüldüğü üzere iletişim öncelikle insanlar arası iletişim kapsamında değerlendirilmiştir.

Geleneksel yaklaşımların kelime kökenine de vurgu yapan yaklaşımları günümüzdeki iletişim olgusunu tam olarak ifade etmemektedir. Günümüzde iletişim olgusu, belli bir “duygu, düşünce ya da bilgilerin akla gelebilecek her yolla başkalarına aktarılması” şeklinde değerlendirilmektedir. Bireylerin sahip olduğu ya da edindiği duygu, düşünce ve ifadeler iletişim vasıtasıyla hedef kitleye aktarılmaktadır. Bu nedenle iletişim olgusu artık ikili bir ilişki ya da alışverişin ifadesi olarak ele alınır (Kocabaş vd., 2004:11). Ancak günümüzde iletişim olgusu

bu geleneksel tanımları aşmış durumdadır. Artık sadece insanlar ya da gruplar arası ilişkiler kapsamını aşan bunun yerine bilgi, bilgi toplumu gibi unsurları öne çıkaran bir içeriğe bürünmüştür.

Türkçede ve yabancı dillerde bu kavram, iki birim arasında karşılıklı olarak bilgi alışverişi anlamına gelen sözcüklerle anlatılmaktadır. İletişim, bir birimden çıkan bilginin, karşı birime ulaşması, onda bir etki uyandırması ve bunun ilk birime geri dönmesi sürecidir. Bu süreçte, bilginin bir birimden başka bir birime ya da birimlere aktarılması, iletilmesi, yollanması, ulaştırılması, karşılıklı olarak anlatım-izlenim (expression-impression), başka bir deyişle etkileşim (interaction) söz konusudur.

Etkileşim, bir birimden çıkan bilginin, başka bir birimi etkilemesi onda bir davranış değişikliğine yol açması, bu değişikliğin ilk birime geri dönüp onun da davranışını değiştirmesi durumudur. Başka bir deyişle, etkileşimde, iki iletişim birimi arasında bilgi, alışverişi sonucu oluşan davranış değişikliği söz konusudur. İletişim en genel anlamıyla, kaynak ile hedef arasındaki mesaj alışverişi olarak tanımlanabilmektedir (Köknel, 2005: 34). İletişim görüldüğü üzere sadece insanların ilişki kurmasını sağlayan bir araç değildir. Karşılıklı bilgi alışverişine dayandığı için bir etkileşimi de kapsar. Bu etkileşim ise zaman içinde insanların duygu ve düşüncelerine yön verir. Aynı şekilde insanların düşünceleri ya da tutumları da onların iletişim süreçlerini belirler.

İletişim, “Esasen iletişimin ortak bir tanımını bulmak son derece zordur. İşletme açısından göndericiden alıcıya; hem gönderici hem de alıcı tarafından anlaşılır biçimde kişiden bilginin aktarılması” sürecidir. Farklı bir tanıma göre ise, “Semboller aracılığı ile bir veya gruptan diğerine bilgi, fikir ve tutumların aktarılması”dır (Vural, 2010: 139). İletişim süreçlerinde semboller ve imgeler önemlidir. Bunun yanında bu sembollerin iletileceği bir muhatap da olmak zorundadır.

İletişimde temel sorun göndericinin iletmediği mesajdan ziyade, alıcı tarafından bunun nasıl algılandığıdır. Çünkü gönderici ve alıcı farklı kişilerdir. Aslında yaşamın kendisi gibi iletişimde bir tür süreci ifade eder. Duygu, düşünce ve bilginin yüzlerce

parçası iletişim olgusunun içinde olup, bireyler bunları kendilerine göre değerlendirmektedirler (Tutar ve Yılmaz, 2002: 5).

İletişim gerçek içeriği ile; enformasyonun, düşüncelerin ve davranışların paylaşılmasıdır. İlgili paylaşım durumunda önemli olan ise davranışların belli bir üretime yönelik olmasıdır. Bu nedenle insanlar içinde yaşadıkları çevrede yaşanan gelişmelere karşı belli anlamlar yükler ve sonradan da bu anlamlara göre hareket ederler (Yatkın ve Yatkın, 2010: 41). Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere iletişim olgusuna ilişkin araştırmaların geleneksel yaklaşımı yansıtmaları, bu kavramın anlamı, insan ilişkilerindeki yerini ve nasıl gerçekleştiğini açıklamaya çalışmıştır.

Geleneksel iletişim değerlendirmeleri ya da tanımları, insan doğası ve iletişimin onun bir yansıması olduğu konusuna daha fazla yönelmişlerdir. Daha sonraki incelemeler ise, artan toplumsal ilişkiler içinde iletişimin bilgi ve düşünceleri nasıl ve ne şekilde aktardığı konusuna yönelmişlerdir. Haberler, mimikler, düşünceler ve duyguların karşı tarafa aktarımı ve bunun insan ilişkilerindeki yeri iletişim çalışmaları içinde önemle durulan konular arasında yer almıştır (Straub, 2002: 134-135). Günümüzde ise iletişim olgusunun geleneksel yaklaşımları yanında sürecin çok boyutluluğuna bir vurgu söz konusudur.

Özellikle teknolojilerin iletişim süreçlerine etkisi ve sonrasında artan iletişim faaliyetleri iletişimin nedenleri yanında sonuç ve etkilerinin de değerlendirilmesine neden olmaktadır (Schein, 2010: 56). Bu nedenle iletişim süreçlerindeki bilgilendirme, bireyleri yönlendirme, etkileme, denetleme, eğitme, bütünleştirme ve ayırma gibi etkiler iletişim olgusunun tanımındaki içeriği zenginleştirmiştir (Mutlu, 2004: 154). İletişim kavramının günümüzdeki içeriği ise teknoloji ve diğer toplumsal değişimlerin etkisi ile şekillenen yeni ve çok boyutlu iletişim süreçlerini anlamaya ve insanlar üzerindeki gücünü değerlendirmeye yöneliktir.

İletişim olgusunun insanlar arası bir faaliyet olmaktan çıkıp daha çok toplumsal alanla ilgili olduğu değerlendirmeleri son yıllarda giderek önem kazanmıştır. Farklı bir anlatımla kaynak ve alıcı arasındaki bilgi alışverişi süreci incelemelerinin yerini toplumsal yaşam içindeki iletişimin yeri ve yeni görünümüne odaklanma söz konusu olmuştur. Buna göre toplumsal yaşam denetlenen ya da kontrol edilen bir

alan olarak değerlendirildiği takdirde, bu alanda çeşitli aktörler arasında yaşanan iletişim faaliyetlerinin incelenmesi önemlidir.

Habermas’a göre toplumsal gereksinimlerin giderilmesi için iletişim gereklidir. Ve iletişim olgusu bu ihtiyaçtan dolayı üretilir (Habermas, 2001: 101). Habermas ilgili değerlendirmesinde iletişimi, toplumsal ve ekonomik yönleri kapsamında ele almaktadır. Toplumsal yaşamın ekonomik ve siyasi ilişkileri de Habermas’ın tanımlarında iletişimi etkileyen ya da nasıl iletişim kurmamız gerektiğini gösteren bir ilişki biçimini de ifade eder. İletişim süreçlerini anlayarak onun muhtemel olumsuz etkilerini de gözler önüne serme amacı söz konusudur.

1.2. İletişimin zellikleri

İletişim süreci, önemli ve karmaşık bir olgudur. Birçok yönetim uzmanı örgütsel bir süreç olarak iletişimin önemini vurgulayarak, örgütsel iletişimi “rgtleri, bireyleri ve toplumları tesis etmede kullanılan yapıştırıcı olarak” görmektedirler. Ayrıca, rgt yönetimi farkına varmalıdır ki, örgüt yeleri örgütteki çalışmalar ve kendi işleri hakkında bilgilenmiş olmak isterler. Böylece rgtteki kişiler, kendilerinin ve diğerlerinin ne yaptıklarını, niçin yaptıklarını bilerek daha iyi bir performansla görevlerini yerine getireceklerdir (Yatkın ve Yatkın, 2010: 41). İletişim süreci, bilgi akımının gerçekleştirildiği ve davranışta değişiklik yaratan bir süreçtir. Başka bir anlatımla iletişim süreci, iletişim düzeninin yapısı içinde karşılıklı ilişkilerin kurulma biçimini anlatır.

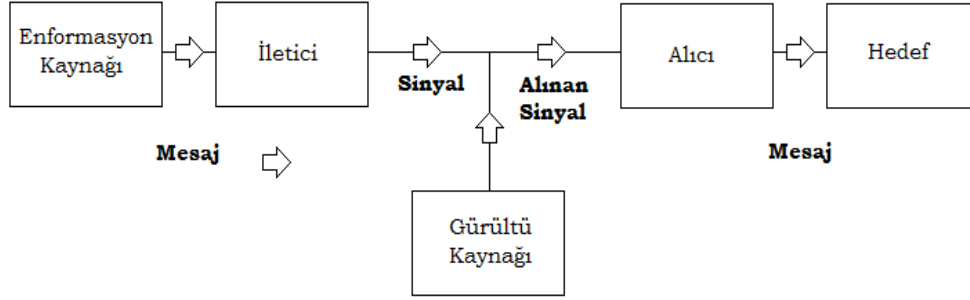
İletişimin temel hedefi insanlar arasında bir ortaklık, beraberlik meydana getirmektir. Mesaj alışverişiyle sağlanan bu ortaklık, kişilerin belirli bilgi, düşünce ve tutumlara sahip olması şeklinededir. İletişim bir olay, bir durum üzerindeki bilgilerle düşünce ve duyguların alışverişidir. Bilgi düşünce ve tutumların aktarılmasıyla belirli bir insan topluluğu arasındaki benzeşme ve birlikte hareketi sağlayan bir durum meydana getirecektir. Öyleyse iletişim haberlerin, bilgilerin ya da en genel tanımıyla kültürün insan toplulukları arasında dağıtımı olarak tanımlanabilir.

İletişimin değişik türleri vardır. Bunlar, “Yüz yüze” İletişim” ve “Yüz yüze” Olmayan İletişim” olarak veya “Bireyler Arası İletişim” ve “Kitle İletişimi” adı altında incelenebilmektedir. Konuşmalar, toplantılar, konferanslar yüz yüze iletişime örnektir. Burada iletiyi alanın aynı anda cevap vermesi mümkündür. Yüz yüze olmayan iletişimde aynı anda cevaplama olanağı yoktur. Posta, radyo, TV, yazılı basın ve sinema ile yapılan iletişimi de buna örnek verebiliriz. Çağımızın iletişim sistemi olan internet ise her iki iletişim sistemine girmektedir.

Diğer bir ayrım ise, bireyler arası ve kitleler arası iletişimdir. Yazılı basın, radyo, TV, sinema ile gerçekleştirilen iletişim kitle iletişimi, bunların dışında kalan diğer iletişim çeşitleri ise bireyler arası iletişimdir. Mesaj taşıyan sinyaller, gönderenden hedef kitleye kanal aracılığıyla iletilir. Geri bildirimi ya da yanıtı da alıcı durumundaki hedef-kşi ya da kitleden gönderene yine bir araç, bir kanal taşır. Mesajı taşıyan bu kanallar fiziksel (Ses hava vb. gibi), teknik (Telefon, telgraf) ya da toplumsal (Okul, TV, bunun gibi) araçlar olabilirler (Yüksel, 1996: 149).

Görüldüğü üzere, iletişim süreçleri artık yüz yüze ya da fiziksel ortak bir mekânda gerçekleştiren bir olgu değildir. İnternet, televizyon gibi unsurlar sayesinde artık insanlar kilometrelerce uzaktaki bir kişi ile iletişim halinde olabilirler.

Aşağıda yer alan şekil ise iletişim sürecinin kapsamı ve unsurları yanında onun nasıl işlediği hakkında da bilgi verir. Buna göre kaynak iletmek istediği mesajı alıcıya yönelik kodlar, çeşitli vasıtalarla iletilen mesaj ise alıcı tarafından algılanır, açılır ve yorumlanır. Mesajın anlaşılma ya da alınma durumu hakkındaki bilgi ise geri bildirim vasıtasıyla olur.



Şekil 1. Shannon ve Weaver'in İletişim Modeli (Çağlayan, 2005: 3).

İletişim, kaynak (source) ile alıcı (receiver) arasında kanal (channel) yoluyla gerçekleşen bir süreçtir. İletişim süreci için gerekli olan bu üç temel öge, aynı zamanda en basit ve yalın iletişim modeli olarak kabul edilmektedir. Kaynak, aktarmak, iletmek istediği bilgiyi, ileti yapmak için önce belirli ilkelere, kurallara göre düzenlemekte “çıktı” durumuna getirmektedir. Kodlamak (code, encode) adını alan bu işlem sırasında kaynak ve alıcıda ortak olarak bulunan işaret, şifre ve semboller kullanılmaktadır (Çağlayan, 2005: 3). İletişim sürecinde yer alan unsurlar, aslında bu sürecin ana unsurlarıdır. Bunlardan herhangi birinin olmaması iletişimin varlığını ya da en iyi ihtimalle etkinliğini riske atar. Çünkü iletişimin gerçekleşmesi belli bir kaynağın varlığı, hedef alınan bir alıcı, iletilen bir mesaj gibi unsurlara bağlıdır.

İletiyi oluşturacak işaret ve simge olanakları genişlemiş olan insan, duruma göre bunlardan birini seçerek iletisini düğümler, yani kodlamaktadır. Kaynak, iletisini alıcıya aktarabilmek amacıyla türlü davranış biçimlerinden yararlanmaktadır. Ayrıca kaynaktan çıkan iletinin, kanalı geçerek alıcıya ulaşması için bir desteğe, taşıyıcıya (support) gereksinimi bulunmaktadır. Özetle, ileti, taşıyıcı ve bilgi olarak iki ayrı bölümden oluşmakta, kaynaktan gelen ve kanalı geçen ileti, alıcı için “girdi” olarak kabul edilmektedir.

Alıcı tarafından “girdi”si yapılan iletinin içerdiği bilgiyi oluşturan işaret ya da simgelerin çözülüp anlaşılması işlemine düğüm çözmek (kod açmak) (decode) adı

verilmektedir (Cihangir, 2004: 1). Bu unsurların kimi zaman biri kimi zamanda birkaçı ya da tümü iletişim için gereklidir. Bunlardan hiçbirisi olmazsa yine iletişim süreci kaynak açısından başlayabilir, ancak iletişimin kalitesi ya da bir sürece dönüşmesi mümkün olmayabilir.

Kod açma, iletiyi anlamlandırmak için kodu çözümlemedir. Kodlama sürecinde, sembolik anlatımlar yani sözcük, resim ve göstergeler, alıcıların tecrübeleriyle ilişkilendirilerek aktarımı gerçekleştirmektedir. Bu işlemlerin gerçekleşebilmesi için de kaynak ile alıcının aynı, ortak işaretleri, simgeleri bilmeleri, kullanmaları ve bunlara aynı, ortak anlamları vermeleri gerekmektedir (Köknel, 2005: 41).

i. Kaynak (Gönderici)

İletişimi başlatan taraftır. Bir ya da birden fazla kişi ile iletişim kurmak için mesajı ileten kişidir. Kişiler arası iletişim bu nedenle, gönderici ve alıcı olmak üzere en az iki kişiyi gerektirmektedir. Gönderici yani kaynak olan taraf ise mesajı kodlayarak karşı tarafa iletir yani mesajın çıkış noktasıdır (Tutar ve Yılmaz, 2002: 23). İletişim sürecinde kaynak olmazsa olmazlardandır. Kaynak iletişimi başlatır, ondan çıkan iletiler karşı tarafa gider ve anlamlandırılır.

Bunun yanında iletişim sürecin kaynak veya gönderici olan tarafta bulunması gereken bazı özellikler şu şekilde sıralayabiliriz (Yatkın ve Yatkın, 2010: 44-46)

- **Güvenilirlik:** İletişimin etkinliği için kaynağın güvenilir olması önemlidir. Çünkü alıcının ikna edilmesi ve iletişimin sürmesi için bu gereklidir. Hedef kitlenin kaynağa güven duyması etkili iletişim süreci için önemlidir.
- **Sosyo-Demografik Özellikler:** Yaş, cinsiyet, din, ekonomik seviye gibi unsurlar kimi zaman iletişim sürecinde belirleyici olabilmektedir. Toplumsal yaşam içinde bireyler, sosyo-demografik özelliklere göre bir kişi ya da grupla iletişime geçerler ya da süreci başlatmazlar.

Örneğin, çok yaşlı bir kişinin, 20'li yaşlarda farklı bir kişi ile iletişimi sınırlı olabilirken, kendi yaş grubu ile daha verimli ilişkiler kurabilir.

- **Kaynağın Fiziki Görünümü:** Bu ölçüt kişinin fiziki görüntüsü ile ilgilidir. Kimi zaman giyim şekli, kimi zaman kendine duyulan güven gibi etkenler belirleyicidir. Düzgün bir fiziki görüntü hedef kitle ya da alıcı için önemli olabilir.
- **Empati Yeteneği:** Mesajın etkinliği üzerinde belirleyicilerden biridir. Duygu sezisi şeklinde de yorumlanan bu kavram, insanların gerçekliği ya da karşılaştığı durumu nasıl yorumladığını ifade eder. Bu nedenle, etkili ve sürekli bir iletişim için kaynağın mesajı nasıl bir anlam içinde ilettiği önemlidir. Bunun için de empati yeteneği gereklidir.
- **İleti (mesaj) :** Alıcıya gönderilen veri iletileri şeklinde ifade edilen ileti ya da kanal, yazılı ya da yazılı olmayan biçimlerde kodlanmış olan sembollerdir. Bu semboller kimi zaman sözlü-sözsüz kimi zaman jest-mimik şeklinde olabilir (Tutar ve Yılmaz, 2002: 25). Mesajlar arasında her alıcıya ne denli fazla duyu organı ile ulaşırsa o ölçüde başarılı olabilir. Ayrıca, orijinal mesaj ile algılanan mesaj arasında oluşan farkın mesafesi ne kadar az ise yine o derece başarılı bir iletişim kurulur (Mısırlı, 2010: 3). İleti konusunda önemli bir husus iletinin ilgili unsura gönderilmesi ve iletinin anlamlılığı konusudur. İletinin, hedef tarafından doğru algılanmaması ya da hiç fark edilmemesi iletişimin gerçekleşmeme durumunu yaratır. Benzer şekilde iletinin etkinliğini belirleyen unsurlardan biri de kanaldır.

ii. Kanal: Bir bakıma mesajın alıcıya ulaştırılma biçimidir. Belli bir yöntem kullanılarak, kaynak ile alıcı arasındaki iletiyi taşıyan fiziksel ortamlardır. Kanal ise mesajı bozulmadan ilgili sürece alıcıya iletebilecek özellikte olmalıdır (Mısırlı, 2010: 4). İletişim sürecinde kanal, kaynak ve alıcı arasında bir bakıma köprü niteliğindedir. Kimi zaman bir mekan, bazen bir araç olarak iletişimin gerçekleşmesine yardımcı olur.

iii. Araç: Mesajı aktarılabilir verilere dönüştüren fiziksel ve teknik araçlardır. Örneğin konuşma esnasında kullanılan ses telleri, telefon, kitap, vücut dili, dergi birer fiziksel araçtır (Zıllıoğlu 2007:8). Bunun yanında günümüzde internet ve

kullanımı, cep telefonları, çağrı cihazları gibi yeni unsurlar da teknik imkanlarla gelişen iletişim süreci araçları içinde yer alır.

iv. Hedef-Alıcı: Kaynaktan gelen mesajları alıp yorumlar ve buna sözlü-sözsüz tepki veren kişidir. Alıcı ister bir isterse onlarca ve hatta yüzlerce kişi olsun, ilgili mesaj muhatabı olan kişi kadar farklı biçimde yorumlanabilir (Mısırlı, 2010:4-5). Mesajın ya da iletişim sürecinin muhatabı ve alıcısı olan kişi ya da kurumdur. Hedef olmazsa iletişimin karşılıklılık ilkesi gerçekleşmez ve iletişimin etkinliğinden söz edilemez.

v. Geribildirim: En genel ifadesi ise, geribildirim, iletişim sürecinin son aşaması olup, kaynağı ilgili mesajdan alıcının ne anladığı ve nasıl yorumladığını öğrenmesidir (Yatkin ve Yatkin, 2010: 48). Geribildirim süreçleri aslında iletişimi besler ve onun devam etme durumuna karar verir. Bu nedenle, kaynak tarafından iletilen bilgilerin hedefe ulaşma durumu geribildirim ile ilgilidir.

Literatürde “feedback” olarak kullanılan ve Türkçeye “geri besleme” ya da “geri bildirim” olarak yansıyan bu kavram, sürecin son aşamasıdır. Buna göre, iletişim sürecinde alıcının mesajı fark edip yorumlamasından sonra yeni bir mesajı kodlaması önemlidir. Bu iletinin asıl nedeni ise mesajın alıcı tarafından algılandığı, doğru şekilde yorumlandığını ifade etmesi için gereklidir. Bunun yanında, geri bildirim karşı tarafa olumlu, olumsuz ya da tepkisizlik şeklinde geri dönebilir (Mısırlı, 2010: 5-6). Geri besleme bir anlamda hedef tarafından gönderilen mesajların nasıl ve hangi biçimde algılandığını gösterir. Aynı şekilde kaynağın beklentileri ya da hedeflerine ne kadar ulaştığını da ifade eder.

Görüldüğü üzere iletişim sürecinde yer alan ana unsurlar onun şekilsel niteliğine vurgu yaptığı gibi benzer şekilde niteliğini de etkiler. İletişim sürecinde kaynak ve alıcı arasındaki bilgi alışverişi hemen her zaman belli bir amaca yöneliktir. Elbette ki bu amacın gerçekleştirilmesine yönelik olarak da farklı yöntem ve araçlar söz konusudur.

Ayrıca, birey kendini anlatmak istemekte ve diğerlerinin kendisini, onun istediği gibi anlamalarını amaçlamaktadır. Dolayısıyla tüm gönderimlerini ‘diğerleri beni, benim istediğim gibi anlasın’ mantığı ve amacıyla düzenlemektedir. İnsan bazı şeyleri söylemeyi seçtiği için değil, onları belli bir biçimde, söylemeyi seçtiği için belli bir biçimde söylediği bildirisinin de bir amacı ve belirli bir hedefi bulunmaktadır (Günay, 2001: 106). İşte bu nedenle bireyler arasında gelişen ve sonuçlanan iletişim süreçleri belli bir amacı ifade ettiği gibi aynı zamanda karmaşık bir süreci de ifade eder.

İletişim süreçleri aslında bir dil vasıtasıyla iletişimi, öğrenmeyi, kurallarına uyarak bir oyun oynamayı öğrenmeye benzetmekte ve başarılı iletişimin, kelimelerin kullanımını yöneten dil kurallarını öğrenmeye bağlı olduğunu belirtilmektedir. Her şeyin, insanların işaretleri kullanma tarzı konusundaki anlayış dayandığının altını önemle çizmektedir (Johnson, 1993: 8). Bu nedenle sembollerin iletişim süreçlerindeki önemi büyüktür. İnsanlar gerek beden dilleri gerekse kelimelere yükledikleri anlamlar ile iletişime yön verir. İletişimin söz konusu niteliği onun aynı zamanda kültürel bir olgu olduğunu da gösterir.

İletişimin birincil amacı anlaşılma olduğuna göre, herhangi bir sözcük dinleyende konuşanın zihnindekiyle aynı düşünceyi uyandırmalıdır. Bir diğer ifadeyle “iletişimin anlamı, karşımızdakinden aldığımız tepkidir.” (Alder, 2004, 183). İletişimin nasıl gerçekleştiği ve hangi amaca yönelik olduğu gibi konuların değerlendirilmesi yanında hangi nedenlerle ortaya çıktığı yani iletişim çeşitlerinin değerlendirilmesi gereklidir.

1.3. İletişimin Türleri

İletişim türleri bireysel, toplumsal, kurumsal ve siyasal açıdan ele alınmıştır. Böylece yaşamın farklı alanlarında görülebilen birçok iletişim sürecine örnek oluşturabilecek bir değerlendirmeye başvurulmuştur.

1.3.1. Bireyler Açısından İletişim

Tüm iletişimler etkileşimsel temelde gerçekleşmekte bunun için öncelikle diğer kişinin eyleminin algılanması, bu eyleme nasıl tepkide bulunulacağına karar verilmesi, eyleme geçilmesi sürecinin temel unsurlarını ifade etmektedir. Kaynak, alıcıya yani gönderilen bilginin paylaşıldığı kişi ya da kişilere ulaştırmak istediği mesajları (sözcük, sembol, resim vb.) sembolik biçime dönüştürmekte ve bir kanal yoluyla alıcıya iletmektedir. Kullanılan kanal yüz yüze ilişkiye da kitle iletişim araçları olabilmektedir.

Alıcının mesajı algıladıktan sonra verdiği tepkiyse geribildirim olarak tanımlanmaktadır. Kaynak, geribildirim yoluyla mesajının anlaşılıp anlaşılmadığı ve iletişimin amacına ulaşma düzeyini belirleme şansına sahiptir. Süreçte kaynak ve alıcının ihtiyaç, kişilik ve ilgileri iletişim eyleminin niteliğini ortaya koymaktadır. Benzer ihtiyaç, kişilik ve ilgiler ortak bir deneyim alanı oluşturmakta ve süreç bu biçimde anlamlı kılınabilmektedir.

“Kişilerarası iletişim, genellikle başka bir birey tarafından algılanabilen, sözel olan ya da olmayan davranışlar şeklinde tanımlanır. Başka bir deyişle iletişim sadece sözcük alışverişi değildir; sözcüklerin ötesinde her davranış bir mesaj içerir. Her iletişimde, insanlar birbirlerine bir takım anlamlar yükledikleri semboller gönderirler. Bu semboller sözel olabilir (bütün sözler semboldür) ya da olmayabilir (yüz ifadeleri ve el hareketleri semboldür).

İnsanların dünyası çoğu kez bir anlam dünyası olarak tanımlanmaktadır. Öyle ki, insan etrafında olup biten her şeye, bir söze, bir çizgiye, bir işarete, bir yüz ifadesine, bir oturuş biçimine, bir ayakta duruş tarzına vb. bir anlam yükler. Anlam farklılaşması ise iletişimsizliğin nedenlerinden birisi olmaktadır.

Kişilerarası iletişim zaman içinde kümülatif etkiye sahip olan bir süreçtir. Bu süreçte kaynaktan alıcıya gönderilen mesaj süreci başlatmakta bu yönüyle lineer bir yapı gösteren gönderim süreci kaynak ya da alıcının rollerini eşzamanlı biçimli değişimiyle sirküler bir görünüme de bürünebilmektedir. İki kişi arasındaki etkileşim geçmişte temeli atılan ilişki üzerinde gelişmektedir. Bu doğrultuda oluşan diyalogu ilişkisel tarihin anlamlı kıldığı söylenebilmektedir.

Kişilerarası iletişimde gönderilen mesajın alıcıda bıraktığı izlenimin silinmesi oldukça güçtür. Bu anlamda mesaj oluşturmada oldukça dikkatli biçimde davranılarak oluşabilecek olumsuz sonuç ve izlenimlerden olabildiğince uzak durulmaya çalışılması yerinde olacaktır.

Etkili bir kişilerarası iletişim süreçteki kişi ya da grupların paylaştığı sembol sistemlerindeki benzerlikle ilgilidir. Bu noktada ilişkide bulunan kişilerin kullandığı sinyaller ve anlamlarının gözlenmesi ve aynı nitelikteki gözleme de açık olunması gerekmektedir. Çok yakın olunmayan kişilere sözsüz sinyaller gönderirken bu durumun sözel ifadelerle açıklanması daha sonra kurulabilecek ilişkilerde sinyallerin alıcı tarafından daha kolay açıklanmasını sağlayabilecektir.

Birçok kişi, diğerlerinin duygularını doğru biçimde tanımlama, çatışmaları uygun biçimde çözme ve karşıdakiyle ortak bir düzlemde buluşma gibi yeteneklerden yoksundur. Bu tip kişiler çeşitli ilişkisel bağlamlarda dezavantajlı konumdadır. Olumlu ilişkilerin kurulması ve devamı için etkili ilişkisel becerilere sahip olunması başkalarının tepkilerinin doğru biçimde anlaşılacak uygun yanıtın verilmesini olanaklı kılacaktır. Kişilerarası beceriler genel olarak dört temel alanda incelenmiştir (Johnson, 1993: 16):

- Diğer kişiyi tanıma ve ona güvenme,
- Belirsiz olmayan ve doğru bir dille iletişim kurma,
- Diğerini kabul etme ve destekleme,
- Çatışmaları ve ilişkisel sorunları yapıcı biçimde çözme.

Kişinin gizli yanını diğerlerine mümkün olduğunca fazla açması taraflar arasında güven duygusunu oluşturacak önemli bir faktördür. Bu noktada, kişinin kendisini tanıması diğerleriyle kurduğu iletişimin niteliğini anlayabilmesinde gereklidir. İlgili düşünceden hareketle, kişinin kendisini diğerlerine açtığında olumlu tutumla karşılaşması durumunda güven ortamının oluşabileceğini, tersi durumda ise kişinin kendisini kapayıp güven duygusunun ortadan kalkacağı görülmektedir.

İletişimin etkinliği, gönderilen mesajların doğru biçimde yapılandırılmış ve anlam belirsizliği yaratmayacak nitelikte oluşuyla doğru orantılıdır. Bu paralelde

karşıdaki kişinin anlayabileceği nitelikte doğru olarak oluşturulmuş mesajlarla etkili bir iletişim kurulabileceği savunulmaktadır.

Etkileşimde bulunan kişinin varlığının ve fikirlerinin kabulü ilişkiyi geliştirmekte sözel ve davranışsal boyuttaki onaylamalar iletişime daha etkin biçimde katılımı olanaklı kılarak güven duygusunu yaratmaya katkıda bulunabilmektedir. Birbirinden farklı kişilik ve bakış açıları çatışmaları ortaya koyan faktörlerdendir. Farklılıkların olduğu yerde çatışmaların da olması kaçınılmazdır. Etkili çatışma yönetim teknikleriyle çatışmalardan yapıcı biçimde yararlanılabilmesi olanaklıdır. Bu biçimde çatışmalar ilişki yok edici niteliklerinden farklı biçimde kullanılıp taraflar arasında varılan uzlaşıyla ortak paydada buluşabilme yeteneğinin kazanımı sağlanmaktadır.

1.3.2. Kurumlar Açısından İletişim

Ekonomik yaşamın önemli aktörlerinden olan işletmelerin örgütsel yapısı bünyesinde sürdürülen iletişim faaliyetleri de kurumsal iletişim olarak değerlendirilmektedir. Sosyal bir yaşam alanı olan örgütlerin içinde çalışanların birbirleri ile iletişim faaliyetleri ve bunun örgütsel süreçlere etkisi özellikle işletme literatürünün ilgi duyduğu alanlardandır.

Örgütsel iletişim, örgütün işleyişini sağlamak ve hedeflerine ulaştırma kamacıyla, gerek örgütü oluşturan çeşitli bölüm ve ögeler, gerekse örgüt ile ilgili çevre arasında girilen devamlı bir bilgi ve düşünce alışverişine veya bölümler arasında gerekli ilişkilerin kurulmasına olanak tanıyan toplumsal bir süreçtir. Kısaca örgütsel iletişimi, örgütlerde bilginin bir bireyden diğerine taşınması olarak tanımlamak mümkündür (Demir, 2003:136). Örgütsel iletişim, günlük yaşamda insanların geliştirdikleri iletişime göre daha sınırlı ve kurallara bağlıdır. Burada önemli olan örgüt içinde ya da dışında ilgili kişilerle kurulan ve örgütün amaçlarına hizmet eden iletişim şekilleridir.

Örgütlerin belli bir iletişim sürecine gereksinim duydukları bir gerçektir. Bunun en önemli nedenlerinden biri de örgütün insan unsurunun, onun amaçları ve politikaları çerçevesinde faaliyet göstermek zorunluluğudur. Bu durum ise iletişimi

örgütler için gerekli kılar. Çalışanlar arası, çalışanlar ile yönetim arası ilişkilerin düzenlenmesi ise örgütsel iletişim içinde yer alır. Ortak bir amaca yönelik olarak bir araya gelen topluluk ve kurumlar için iletişim her zaman önemli olmuştur.

Günümüzde ise kurumsal iletişim, birden fazla insanın aynı ortak bir amaç çevresinde toplanmasını sağlayan ve bir arada çalışıp etkin bir faaliyet sürdürmeleri için aralarında olması gereken işbirliğidir. Çevre ile uyumu sağlamada önemli rolü olan biçimsel ve biçimsel olmayan yapı alanlarındaki anlamlar yüklü insan etkinliğinin paylaşılmasıdır (Vural ve Akıncı, 2010:140). Vural'ın ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, her örgütün kendi kültürü ekseninde şekillenen bir iletişim şekli vardır. Bu nedenle kurumsal iletişim, örgütlerin kendi niteliklerine göre şekillenir ve farklı amaçlara hizmet eder. Ancak en temel amaç örgütün varlığı ve çıkarlarıdır.

Örgütsel iletişim, örgüt ile dış dünya arasında, hızla değişen çevre ve rekabet koşullarına karşı uyum sağlaması açısından, örgüt içinde de endüstriyel ilişkilerin iyileştirilmesi, işçi-işveren-sendika ilişkilerinin düzenlenmesi konusunda önemli görülmektedir (Halis, 2000:219). Ancak örgütsel iletişimi önemli ve gerekli kılan unsur ise onun belli bir amaç ve sistemli politikalar ekseninde ele alınması zorunluluğudur. Örgütlerin kendi hedef ve politikaları kapsamında ele alınan ve düzenlenen iletişim faaliyetleri (biçimsel ve biçimsel olmayan) örgütsel iletişimin ayırt edici özelliğidir.

Bunun yanında, örgütsel iletişim, örgüt ile örgütün çevresi arasında vuku bulan bir iletişim ve etkileşim ortamıdır. Sürecin tarafları, örgüt yönetimi ile örgütsel çevreyi oluşturan tüm dinamiklerdir. Bu anlamıyla örgütsel iletişim, örgüt yönetimlerinin örgüt ile ilgili iletileri iletişim kanallarını kullanarak örgütün iç ve dış çevresine iletmeleri olarak tanımlanabilmektedir (Gürüz ve Gürel, 2006:348). Bilindiği üzere örgütler sadece kendi iç bünyelerinde süren iletişim süreçleri ile ilgilenmezler. Müşteriler, tedarikçiler gibi dış çevre unsurları ile de sürdürülen bir iletişim süreci söz konusudur. Bu nedenle pazarlama, halkla ilişkiler faaliyetleri kurumun iletişim stratejilerine yön verirler.

Örgütsel iletişim, yönetim faaliyetlerinin yürütülmesinde, karar verme ve yönetme ihtiyacı için doğru bilgiye duyulan ihtiyacı karşılanmasını sağlar. İletişim

örgütlerde, iş etkinliğinin artırılması ve örgütsel kaynakların harekete geçirilmesi için gereklidir (Halis, 2000: 220). Örgütlerde yönetsel ve organizasyonel faaliyetlerinin yerine getirilmesi örgütsel iletişim sayesinde olur.

Örgütsel iletişim, örgüt bağlarının ve örgüt içinde gelişen kültürün oluşmasında ana etken olarak göze çarpmaktadır. İleti akışı yerine anlamların ortak kılınması bağlamında örgütsel iletişim süreci örgüt kültürü ve örgüt bağları kavramları ile açıklanmaktadır. Örgüt kültürü ve örgüt bağları, içinde bulunduğu toplumun kültüründen etkilenmekle birlikte, genellikle çalışanlar ve özellikle üst yönetim tarafından oluşturulmakta ve insan ilişkileri ya da iletişim aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Kültür daha çok örgütün sahip olduğu değerleri, iklim ise daha dar bir çerçevede bireylerin davranış ve tutumlarını göstermektedir. Değerlerin tutum ve davranışlara yön verme özelliği, örgütsel kültür ve iklim arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktadır (Şimşek, 2011:59). Örgütsel iklim, kurumların fiziksel olarak algılanamayan unsurlarını da kapsadığı için, örgütsel iletişim süreçlerinde kültür konusu ile sıkı sıkıya bağlıdır. Ayrıca, kültür ve örgütsel iklimi yansıtan düşünce, davranış, tutum, inanç, yargı ve değerler ile yakından ilgilidir.

Örgütsel iletişim olgusunun kavramsal içeriği ve tanımlarında hem diğer iletişim türlerine benzer hem de farklılıklar içeren özellikleri vardır. Buna göre örgütsel iletişim, örgüt içindeki bireylerin günlük ilişkilerinden daha fazlasını ifade eder. Örgütsel iletişimi tanımlama konusunda ise aşağıdaki dört olgu, onun kendi karakterini ifade eder (Kaya, 2003:13).

- Enformasyon transferi olarak
- İşlemsel süreç açısından iletişim
- Stratejik kontrol bakımından iletişim
- Yaratıcılık ve kısıtları dengeleme açısından iletişim

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere, örgütsel iletişim bir süreç olarak bünyesinde farklı unsurları muhafaza eder. Ancak bu farklı unsurlar birbirinden ayrı değildir. Hepsini anlamlı bir bütünü oluşturarak kurumsal iletişime katkı sağlar.

Bir örgütün çatısı altında bir araya gelen insanların güç birliği yaparak, örgüt amaçları yönünde etkili bir biçimde çalışabilmeleri için, aralarında olması gereken iş birliğini sağlamaya dönük olarak, biçimsel ve biçimsel olmayan yapılardaki anlam yükü taşıyan her türlü insan etkinliğinin paylaşılması gerekmektedir. Örgütlerin amaçlarını sistemli ve verimli olarak gerçekleştirebilmesi için, planlama, örgütleme, yürütme, kontrol fonksiyonlarına ilişkin kavram, ilke, kuram, model ve tekniklerin sistemli ve bilinçli bir şekilde uygulanmasıyla ilgili faaliyetlerin tümünden sorumlu olan örgüt yönetimi, bu faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için etkili iletişim kurmak zorundadır (Demir, 2003:136).

Görüldüğü üzere örgütsel iletişim, her kurumun kendi amaç ve kültürüne göre şekillenen bir iletişim türüdür. Elbette işletmelere göre farklılık gösterse de, örgütlerin temel unsuru insan olduğu için genel insan davranışı ve düşüncelerinin bir yansımasıdır. Aynı zamanda ülkenin ya da toplumun kültürel değerleri ile sıkı sıkıya bağlıdır.

1.3.3. Kùltürler ve Toplumlar Arası İletişim

Kùltür tanımı yapılması oldukça güç bir kavramdır. Tarih boyunca kùltürle ilgili birçok kavram karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden kùltür kavramı için net bir tanım yapmak zordur. Kùltürün ne olduğuna ilişkin aydınlatıcı bilgiler ve açıklamalar aşağıda bazı örneklerle belirtilmiştir.

Kùltür şeklinde ifade edilen içerik, günlük dilde farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Kavram farklı toplumları ve farklı yaşam tarzlarını birbirinden ayırmak üzere kullanılagelmiştir (Doğın, 2007: 9). Kùltür gerek genel gerekse özel anlamda, bir davranış ve düşünce tarzını ifade eder. Aynı zamanda, ilgili toplumun ekonomik, siyasal ve manevi unsurlarından ve geçmişinden etkilenecek bir yaşam tarzı haline dönüşmüştür.

Kùltür kavramının Latincedeki kökeni “colere” veya “cultura” kavramlarından gelmektedir. Klasik Latince “ekip biçmek”, “bakmak” ya da “yetişmek” anlamlarını taşıdığı ileri sür÷lmüştür. Günümüze kadar kùltürle ilgili farklı şekillerde tanımlar yapılamakla birlikte, Kroeber ve Kluckhohn, buldukları yüz altmış kùltür

tanımını, betimsel, tarihsel, normatif, stratejik, psikolojik, yapısal, genetik özellikli tanımlar ve eksik tanımlar olarak yedi ayrı kategoride tanımlamışlardır (Şimşek, 2001: 27).

Bunun yanında, Cultura sözcüğü on yedinci yüzyıla kadar ekin anlamında kullanılmıştır. Bu aslında bir tesadüf değildir, çünkü kültür olarak tanımlanan içeriğinde ekin ya da ürün kökeninden gelmesi bir yaşam biçimine işaret eder. O da tarımsal ekonomi. Zaman içinde tarım toplumlarından sanayi toplumlarına geçiş sonrasında günümüzdeki anlamıyla ve ilk kez Voltaire ile birlikte kullanılmıştır. Voltaire’e göre, “İnsan zekasının oluşumu, gelişimi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi..” anlamında kullanılmıştır.

G. Klemm ise, “uygarlık ve kültürel evrim” karşılığı olarak kullanmıştır (Doğan, 2007: 11). Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, kültür konusu insanlık tarihi kadar eski olsa da sistematik bir incelemeye tabi tutulması, 18. yüzyıldan itibaren yani aydınlanma döneminden itibaren başlatılabilir.

Kültürün en eski ve genel kabul görmüş tanımlarından birisi E.B. Taylor tarafından yapılmış olanıdır. Taylor’a göre kültür; “bilgiyi, inancı, sanatı ve ahlakı, örf ve adetleri, ferdin bağlı olduğu bir toplumun üyesi olması sebebiyle kazandığı alışkanlıkları ve bütün maharetleri içine alan karmaşık bir bütündür”. Bugün oldukça eskimiş olmasına rağmen kültür tanımları içinde en iyisi sayılan Taylor’un kültür tanımı daha detaylı incelendiğinde kültür teorisinin ana tezini ele aldığı görülür. Bu tanım aynı zamanda kültür ile uygarlığın aynı şey olduğu görüşünü yansıtmaktadır. Durum İngilizce ve Fransızca mümkün olmakla birlikte, Almancadaki sembol ve değerleri anlatan “kültür” ve bir toplumun örgütlenmesi ile ilgili olan “zivilization” ayrımı ile ters düşecektir. (Marshall, 2009: 442)

Taylor’un tanımında da anlaşılacağı üzere kültür kavramı yaşama ilişkin hemen her unsuru kapsamaktadır. Ancak bilgi, sanat, ahlak, örf gibi kültür içindeki olgular, bir tür yığın şeklinde değil, her biri içinde yaşadığı grup ya da toplumun kimliğini yani kültürünü belirleyen unsurlardır. Yani tek tek değil, hepsi birlikte anlamlıdır ve bu şekli ile kültürü meydana getirir. Türk Dil Kurumu’na göre (2012), Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları

yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal bilimlerde kültür olgusu, insan toplumunda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen hemen her şeyi anlatmaktadır. Bu bağlamda kültür, insan toplumunun sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan genel bir terimi ifade etmektedir (Marshall, 2009: 442). Kültür, insanın, insan tarafından tesis edilmiş ve yaratılmış olan çevresini ifade eder. Maddi ve manevi olmak üzere iki yönü vardır. Aynı zamanda medeniyet olarak da adlandırılabilir maddi kültür, üretim teknikleri, üretim ve ulaştırma ağı gibi gözle görülür maddi unsurlardan ibaret ve kendi eserimiz olan çevre şartlarıdır.

Manevi kültür ise; bir milleti millet yapan ve onun öz şahsiyetini belirleyen moral unsurlardan (Yani örfler, adetler, kolektif davranışlar ve kolektif tutumlardan) meydana gelen kültür bölümüdür (Bilgiseven, 1995: 15). Kültür tanımları incelendiğinde öne çıkan nokta bir tür ortaklığa sahip olmak şeklindedir. Örneğin bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi unsurlar onun kültürünü yansıtır. Ancak toplum içindeki bireyler, bu değerlere ortaklaşa sahip çıkıp benimsedikleri için kültür olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplum içinde yer alan bütün unsurlar kültürün bir parçasıdır. Kültürü kültür yapan ana etkenler toplum tarafından ortaklaşa olarak belirlenmektedir.

Toplu yaşayan her canlı türünün kültürü yoktur. Örneğin hayvanların toplu yaşaması ve benzeri davranışlar sergilemesi kültür anlamına gelmemektedir. Bazı becerileri öğrenmiş olmak bu konuda yeterli değildir. Bu konuda bazı davranış şekilleri ya da değerlerin anlamlı bir bütün olarak özellikle dil ve yazı ile anlamlı bir bütün hale gelmesi önemlidir. Bu nedenle, insan, toplum ve kültür varlıkları birbirinden bağımsız değildir (Güvenç, 2002: 18). Toplumsal yapı içinde yer alan maddi ve manevi unsurların anlamlı bütünü kültürü oluşturur. Bunun içinde ise bir tür yığın değil, tüm değerlerin bir araya gelerek oluşturduğu bir yapı akla gelmelidir.

Farklı kültürlerin karşılıklı iletişim ve etkileşim süreçleri neticesinde, kendi kültürel unsurlarının diğerlerine aktarım süreci kültürleşme olarak tanımlanmaktadır.

Bir tür alışverişi ifade eden bu kavram, kültürler arası etkileşim sürecidir (Güvenç, 2002: 18) “Kültürleşme kavramı kültürel antropoloji disiplininin psikoloji kaynaklı olarak ortaya çıkmıştır. Kültürleşme; farklı kültürlerle sahip bireylerden oluşan grupların, birinci elden bağlantıya geçmeleri sonucunda orijinal kültürlerinin birinde ya da her ikisinde oluşan değişiklikler kapsamında ortaya çıkar.” (Gülner ve Balci, 2006: 452). Farklı bir tanıma göre ise, kültürlerin birbirlerini etkileyerek değiştirmesidir.

Çeşitli unsurları ya da değerler yığınına kültür yapan bazı özellikler söz konusudur. İnançlar, yazılı ve sözlü birikim, normlar, değerler, sembollerin anlamlı bir bütün oluşturması kültürü oluşturur. Bu bağlamda, iki ya da daha fazla kültürü birbirinden etkilenmesi sonucu, kültür kavramının içinde bulunan unsurların aktarımı ve değişimi söz konusudur. Ancak burada önemli olan nokta kültürleşme sürecinin karşılıklı olmasıdır.

Kültürleşme sürecinde elbette ki, bir taraf diğerinden daha fazla etkilenebilir. Örneğin, bir ülkedeki azınlıkların, hâkim ya da çoğunluğu oluşturan kültürlerden daha fazla etkilenmesi doğaldır. Ancak belirtildiği gibi bu aktarım asla tek taraflı değildir. Hatta ulus devletlerin ya da daha detay bir örnekle faşist ülkelerin asimilasyon politikalarında bile, aktarım, tüm zorlamalara rağmen, tek taraflı olmamıştır (Bilgiseven, 1995:112-113). Görüldüğü üzere kültürleşme, yani iletişim süreçleri üzerinde bir şekilde etkili olan unsurlar karşılıklı bir etkileşim sayesinde gelişerek, kimi zaman toplumların iradesi kimi zaman da iradesi dışında gerçekleşir.

Kültürleşme konusunda, tanımlar genelde iki farklı kültürün etkileşimi konusuna yani dışarıdan bir etkiye önem verirken; bazı kültürleşme tanımları içsel etkileşime de yer vermektedir. Ülke ya da belli bir coğrafyadaki kültürel unsurlar, tek parça ya da homojen değildir (Gülner ve Balci, 2006:453). Her kültürün içinde alt ve karşıt kültürler söz konusudur. Bu bağlamda, kültürleşme süreci kimi zaman, ülke içindeki alt ve karşıt kültürlerin de etkileşimini kapsar. Eğer iki farklı kültürün karşılaşması ya da birbirine yakın yaşamalarından dolayı bir etkileşim varsa dışsal kültürleşme söz konusudur. Bunun yanında, eğer kültürün içindeki ya da önceki nesillerden kaynaklanan bir aktarım söz konusu ise içsel bir kültürleşme söz konusudur.

Tüm bu değerlendirmeler ise, kültür olgusunun toplumlar arası iletişimde ne denli önemli bir rol oynadığını vurgular. Toplumlararası iletişim konusunda bu nedenle kimi zaman kültürler arası iletişim olgusu dile getirilir. Çünkü günümüzde bireyler ya da gruplar arası iletişim süreçlerinden daha kapsamlı ve karmaşık bir iletişim süreci toplumlar arasında geçerlidir. İletişimin bireysel yönü dışında toplumsal bir yönü olduğu konusuna önceki değerlendirmelerde yer verildiği için kısaca toplumlararası iletişimin değerlendirilmesinde fayda vardır.

İletişimin toplumsal boyutu kapsamında, toplumsal yaşam içinde kişileri ya da toplulukları etkileyen birçok unsur söz konusudur. Kültür ve kültürel değerlerin öğrenilmesi, aktarılması süreci iletişim süreçleri ile mümkün olabilir. Toplum içindeki aktörler yanında, toplumlar arasında da belli bir iletişim söz konusudur (Cronkhite, 1978: 27). Toplumlar ekonomik, siyasal ve kültürel etkileşimler vasıtasıyla karşılıklı bir iletişim halindedirler. Aynı zamanda ülke içinde olduğu gibi ülkeler arasındaki zorunlu ya da serbest göçler de toplumlar arası iletişimin gelişmesine katkı sağlar.

Ancak günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler özellikle internet gibi zaman ve mekan arasındaki mesafeyi kısaltan araçlar, toplumlar arası iletişim süreçlerinin artmasına neden olmuştur. Geçmişte aynı coğrafyada olan ülkeler arasındaki daha yoğun iletişim süreçleri günümüz dünyasında binlerce kilometre uzaklıktaki ülkeleri birbirine yaklaştırmıştır (Hartley, 1993: 32).

Günümüz iletişim çağında iletişim; gerek bireysel anlamda kişilerin kendilerini tanımaları, değerlendirmeleri, geliştirmeleri gerekse toplumsal anlamda toplumu yönlendirmek, tepki göstermek, ikna etmek, güdülemek, bireysel ve toplumsal amaçları desteklemek, eğitmek ve farklı topluluklara ulaşabilmek gibi önemli rolleri üstlenmek olarak değerlendirilmelidir (Gürüz, 2005: 3). Bu bakımdan iletişim olgusu, bireyden başlayarak, uluslararası topluma kadar uzanan çok geniş bir yol çizmektedir.

Toplumsal iletişim, toplumdaki bireyleri etkileyen, kültürel ve toplumsal değerlerin öğrenilmesi ve sürdürülmesi yolunda etkileşimler yaratan ve çevreyi denetleyen bir fonksiyona sahiptir. Bir toplumun yapı taşı olan bireyler, ortaklaşa

toplumsal kurumların üyeleri olarak yaşayabilmelerini olanaklı kılacak karşılıklı beklenti çerçevelerini üretmek üzere birbirleriyle etkileşime girmek durumundadırlar (Mutlu, 2004: 151). Toplumsal iletişimin bir boyutu da siyasaldır. Toplumsal amaçların ve farklı çıkarların bir yansıması olarak şekillenen siyasal alan, önemli bir iletişim ortamı yaratır. Bu alanda, farklı siyasal çıkarlar karşılıklı iletişim kurarak, ortak bir noktada uzlaşmaya çalışırlar. Bu nedenle siyasal iletişim konusunun değerlendirilmesi gereklidir.

1.4. Günümüzde İletişim Olgusu ve Önemi

Yeni teknolojik gelişmeler iletişim koşullarını değiştirerek, onların yerine dolaylı ya da uzaktan iletişimi geçirmiştir. Bu gelişmelerle günümüzde dünyanın bir ucundan diğerine anında haberleşmek mümkün hale gelmiştir. Teknik bakış açısından imkanlı hale gelen bu iletişim, iletişimi tarihsel ve kültürel boyutlarından soyutlamaktadır. Günümüz dünya genelinde yaşanmakta olan değişim ve bütünleşme süreci doğrultusunda toplumlar, artık ekonomik, politik ve kültürel boyutta iç içe geçirilmekte ve böylece bir dünya toplumu meydana getirilmeye çalışılmaktadır.

Çok yönlü bir olgu ve disiplinler arası bir yaklaşım olan iletişim, toplumsal ilişkiler ve buna bağlı olarak toplumsal yapıyı ve nihayetinde toplumsal değişmeyi etkilemektedir. Değişimin hızının gittikçe arttığı, teknolojik gelişmeler ile sosyal ilişkilerin zayıfladığı, bireyin yalnızlaştığı ve yabancılaştığı çağımızda, iletişim olgusu gittikçe önem kazanmakta ve toplumsal değişmeye yön veren önemli etkenlerden biri haline gelmektedir. Bu bağlamda, çağdaş düzende ortaya çıkan karmaşık ilişkiler ağı mesaj alışverişi ile birbirine bağlanmakta ve dolayısıyla iletişim, toplumların, siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel faaliyetlerinin can damarı olarak kabul görmektedir.

Özellikle 1980'lerden bu yana bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki yenilikler ekonomik ve sosyal yaşamda köklü değişikliklere yol açmış, bu teknolojilere dayalı ürün ve hizmetler günümüzde yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir.

Bilgisayar alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak iletişim teknolojisinde de sürekli bir gelişim yaşanmaktadır. İletişim sistemleri elektronik mesajların oluşturulması, gönderilmesi ve alınmasında kullanılan sistemlerdir ve iletişim sisteminde veri sinyaller şeklinde hareket etmekte, gönderilmekte ve alınmaktadır (Schulteis ve Sumner, 1995:236). Bu noktada iletişim alanındaki en önemli gelişmelerden biri veri iletiminde analog teknolojiye dijital teknolojiye geçiş yaşanmıştır. Dijital iletişim sistemleri; bilgisayar destekli iletişim denetim aygıtları ve iletişim araçlarının kullanımını önemli ölçüde arttırmıştır. Bu iş büyük miktarda bilgi hareketini son derece hızlı ve hatasız bir biçimde gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır.

İletişim alanında bugün ulaşılan ilerlemeye, iletişim tekniklerindeki gelişmelerin ürünü olan araçların önemli payı olmuştur. Bu araçlar arasında telefon ve telgraflarda kullanılan twisted pair kabloları, fiber-optikler, uydu kanalları ve radyo dalgaları örnek olarak sayılmaktadır. 1960'lı yıllarda, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin birbirine yaklaşması, bilgisayarlara uzaktan erişimi sağlayan ağların oluşturulmasına olanak sağladı. Bu yapıda yer alan çok sayıda terminal, merkezde bulunan bir ana bilgisayara bağlanmaktadır. Bilgisayarların birbirine bağlanmasından oluşan ağlar ile veriler otomatik olarak transfer edilebilmektedir. Ancak farklı özelliklere sahip bilgisayarlarda bu transferler sırasında uyumsuzluklar ortaya çıkmaktadır.

Söz konusu uyumsuzluklar yerel ağlar (Local Area Network-LAN) ve paket anahtarlama (Packet Switching) yapılarının geliştirilmesi ile giderilmiştir (Saxby, 1990:290). İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ulaştırma, meteoroloji, jeoloji ve tıp başta olmak üzere birçok alandaki yenilik ve gelişmelere önemli katkılar sağlamıştır. Günümüz bilgi çağıdır ve bilgi ancak iletişim imkanları ölçüsünde dağıtılabilir. İletişimin dünyayı şekillendiren ve değiştiren gerçek bir olgu haline geldiği göz ardı edilemeyecek kadar net bir gerçektir.

1.5. İletişim Olgusunu Gündeme Getiren Nedenler

Günümüzde iletişim kavramı ve süreci farklı şekillerde ele alınmaktadır. İletişimin değişen içeriği ve niteliği özellikle son yıllarda yaşanan bazı dönüşümlerle ilgilidir. Bu değişim sürecinin ana hatlarının değerlendirilmesi ise önemlidir.

1.5.1. Küreselleşme

İletişim faaliyetlerinin önem kazanması ya da yeni içeriğinin belki de en önemli boyutu küreselleşmenin sağladığı olanaklardır. Aslında birçok araştırma küreselleşme olgusunu tanımlarken iletişim faaliyetlerinin tüm dünyada teknoloji sayesinde artış göstermesine vurgu yapmaktadır.

Günümüzde hemen her değerlendirme küreselleşme sürecinin ekonomik, siyasal ve toplumsal etkilerinden söz etmektedir. Küresel ekonomi temelde üretimin küreselleşmesi, ülkeler arası ticari ya da ekonomik ilişkilerde sınırların önemsizleşmesi gibi süreçleri içermektedir. Toplumsal olarak iletişim ve teknolojik olanaklar sayesinde kültürlerin birbirini tanıması, zaman ve mesafenin geçmiş dönemlere göre önemini yitirmesi şeklinde kendisini göstermektedir.

Zengingönül (Zengingönül, 2004: 12)'e göre küreselleşme konusundaki tanımların ortak özelliği 'ortak bir tanım üzerinde anlaşmaya varamamalarıdır. Bu çalışmada küreselleşme bağlamında kullanılan ortak kavramlar göz önünde bulundurularak bir tanıma gidilmeye çalışılacaktır. Küreselleşme, pek çok araştırmacı tarafından ekonomik bir kavram olarak görülmektedir. Örneğin Aktan ve Şen (Aktan ve Şen, 1999: 2) küreselleşmeyi; ticaret, finansal akımlar, teknoloji değişimi ile bilgi ve işgücünün mobilitesi yoluyla dünya ekonomilerinin birbiriyle entegrasyonu olarak tanımlamaktadır.

Küreselleşme, aslında yerel-evrensel alanda her iki tarafı da etkileyen bir olgudur. Yani yerelden evrensele; aynı zamanda da evrenselden yerele bir süreci ifade eder. Bu nedenle, küreselleşme dinamik ve değişken bir süreci ifade eder (Bayar, 2008: 25). Görüldüğü üzere küreselleşme tanımsal yönü yanında etkileri ile de ifade edilmektedir. Bu nedenle, küreselleşme tanımları kavramın içeriği yanında etkileri ve kapsamını da ifade eder durumdadır.

Küreselleşme bir bakıma hem dünyanın küçülmesini simgeleyen, hem de bir bütün olarak onu saran bir süreçtir (Özkan, 2006: 4). Küreselleşmenin etkisinin fazlasıyla hissettirdiği alanlardan biri de ekonomiktir. Bu alandaki değişimler ise toplumsal alanda özellikle kültürel boyutlarıyla ilgilidir. Küresel dünyada iletişim teknolojilerindeki değişimlerle bilgi ve bilgi yönetimi sistemleri daha da önem kazanmıştır (Bravo, 2010: 3). Küreselleşmeyi ekonomik temelden tanımlayanların ortak noktası ‘Dünya ekonomilerinin birbirleriyle bütünleşmesi ve ekonomik yaşamın hemen hemen dünya çapında belirlenmesi’ konusudur (Aktaş 2007: 13).

Görüldüğü gibi, küreselleşme olgusu ve yarattığı ortamın iletişim sistemleri ve politikalarında önemli olduğu söylenebilir. Küreselleşmenin özellikle teknolojik boyutu sayesinde saniyeler içinde para transferlerinin yapılabildiği, dünyada yaşanan herhangi bir olayın dakikalar içinde tüm dünya ile paylaşıldığı, üretim olanaklarının sınır tanımadan sürdüğü bir ortam söz konusudur.

Siyasal, sosyo-kültürel, teknolojik boyutlara da dikkat çeken bir tanıma göre ise küreselleşme, tarihin akışı içinde ortaya çıkan bir olgu (realite) olduğu kadar; uluslararası ticaretin yaygınlaşması, emek ve sermaye hareketlerinin artması, ülkeler arasındaki ideolojik kutuplaşmaların sona ermesi, teknolojideki hızlı değişim sonucunda ülkelerin gerek ekonomik, gerekse siyasal ve sosyo-kültürel açıdan birbirine yaklaşmasıdır (Aktan ve Şen 1999: 3). İnsanlar ya da devletlerarası ilişkilerin saniyelerle anıldığı bir ortam ister istemez iletişimi önemli kılmıştır. Bu nedenle küreselleşmeye uyum sağlamak isteyen devletler ya da Avrupa Birliği gibi kurumlar kendi politikalarını küresel düzene göre uyumlaştırmaya çalışmaktadırlar.

Küreselleşme üzerinde en fazla çalışan isimlerden olan Giddens’e göre küreselleşme dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu haliyle de küreselleşme, “sadece “orada”, bireyden uzak yerlerde olan şeylerle ilgili değildir, aynı zamanda o, “burada” fenomeni olup, dünyadaki bütün insanların yaşamlarının mahrem ve kişisel yönlerini etkilemekte ve bütün toplumları dönüştürmektedir” (Aktaran: Kızılcılık, 2003: 89).

Tüm bu gelişmeler ise ister istemez iletişim faaliyetlerini arttırmış ve yoğunlaştırmışlardır. Bunun yanında küreselleşme süreci, sadece iletişim olanaklarını

teknolojik olanaklarla geliştirmemiştir Aynı zamanda iletişim bir olgu olarak gündeme yerleştirmiştir. Çünkü dünya üzerinde yaşanan ekonomik, siyasal, toplumsal küreselleşme eğilimleri ister istemez iletişimi gündeme taşımıştır.

1.5.2. Bilgi Toplumu

Bilgi tarih boyunca güç olarak anlamlandırılmış ve yaşamın temelinde, uygarlıkların gelişiminde etkili bir kavram olarak görölmüştür. Bilginin günümüzdeki içeriği ise, “yorumlanmış veri” şeklinde ifade edilmektedir. Başka bir ifade ile “enformasyon parçaları arasında kurulan ilişkidir” (Bayram, 2010: 24-32). Bu bağlamda bilgi kavramı aslında işlenmiş ya da iletişim süreçleri ile anlamlı hale gelmiş bir olguyu ifade eder.

Dünyada yaşanan gelişmeler bağlamında hem ülke ekonomileri hem de bölgesel güçler son dönemlerde bilgi temelli ekonomilere doğru yönelmişlerdir. Bu bağlamda, bilgiyi kullanan işletmelerin temel unsurlarından biri bilgi olmuştur. Örneğin, geleneksel nitelikteki ekonomik yapılarda toprak, işgücü ve sermaye ana üretim faktörleri şeklinde ele alınırken, günümüz bilgi ekonomisinde bilgi yeni bir üretim faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır (Kalkan ve Keskin 2005: 174). Ekonomik ilişkilerde ve buluşlarda bilginin merkeze oturması, onun ister istemez üretim biçimlerinin yanında yer almasına neden olmuştur.

Bilgi yönetimi her türlü kurumun etkin şekilde işletilmesiyle ilgili bilginin elde edilmesi, düzenlenmesi, denetimi, yayımı ve kullanımına yönetim ilkelerinin uygulanma” sürecidir (Tonta 2004: 3). Günümüz dünyasında yaşanan gelişmeler ekonominin unsurlarının bilgi yönetimine yönelmesine neden olmuştur. Yukarıdaki bölümde ifade edilen, bilgi yönetiminin önemi bu gelişmelerin ana nedenidir. Bilgi önem kazandıkça ülkelerde sanayi üretimi gibi geleneksel gelişme ve kalkınma yöntemlerinden bilgi süreçlerine ve ekonomisine yönelmektedir.

Günümüzde bilgi kavramı ile enformasyon kavramları arasındaki ayrıma da dikkat çekilmektedir. Bu iki kavram arasındaki ilişki şu şekilde ifade edilir (Çapar, 2005: 181):

- Bilginin temeli veri ve enformasyondan oluşmaktadır.

- Bilgi, enformasyonun rasyonel bir şekilde akıl süzgecinden geçmesi, yorumlanması ve kullanılması sonucu oluşur.
- Bilgi, karar verme, planlama, karşılaştırma, değerlendirme, analiz, tahmin, tanı vb. gibi yaşamın her alanına dayanak oluşturacak eylemlerin ve uygulamaların temelini oluşturur.

R.L Nolan tarafından geliştirilen aşamalar teorisi bilişim teknolojilerinin zaman içerisinde kullanılma eğilimlerini göstermektedir. Buna göre 1960'lı yıllardan geleceğe uzanan dönemde bilişim teknolojilerinin üç ayrı evresi olmuştur. Sırasıyla, “Veri işleme dönemi”, “Mikro dönem” ve “Ağ dönemi”. Veri işleme dönemi, ana bilgisayarları destekleyen endüstri ürünlerince şekillenmiştir, Mikro dönem ise bilişim teknolojilerinin sahne aldığı bir dönem olarak da ifade edilebilir. Bu dönemde bilişim teknolojilerinin çalışanlarca kullanımı amaçlanmıştır.

Ağ dönemi de bilgisayar ağlarına olan ihtiyacın bir ifadesidir. Bu dönemde işlerin ağ şeklinde örgütlenmesi zaruret halini almıştır. Böylece örgütler arası çeşitli ağ yapıları oluşmuştur. Geniş Alan Ağları olarak bilinen Wide Area Network (WAN) ve Bölgesel Alan Ağları diye bilinen Local Area Network (LAN) oldukça yaygınlık kazanmıştır. Bu teknolojik gelişime dayalı ayırım aynı zamanda sanayi ekonomisi, geçiş ekonomisi ve bilgi ekonomisi olmak üzere üç ayrı ekonomik evreyi de ifade etmektedir. 1975–1980 dönemi “Yaratıcı yapısal değişme dönemi” ve 1995'ten 2010'lu yıllara uzanan dönem de "Dönüşümsel işletme dönemi" olarak değerlendirilmektedir (Tekin ve diğerleri 2000: 113-114).

Çok geniş kapsamlı bir terim olan teknoloji tarih boyunca çok farklı aşamalardan geçerek günümüze ulaşmıştır. Teknolojinin gelişimi konusunda temel olarak iki yaklaşım ön plana çıkmıştır. Bunlardan ilki teknoloji itme yaklaşımıdır ve bu görüşe göre bilimsel gelişmelerin sürekliliğine bağlı olarak teknolojinin artacağını savunmaktadır. İkinci yaklaşım ise pazarın çekme yaklaşımı olarak isimlendirilmekte ve teknolojinin müşteri ihtiyaç ve beklentilerine göre geliştiğini savunmaktadır (Karadal ve Türk 2008: 60).

Bilgi toplumu teknolojik yenilikler kapsamında gündeme geldiği ölçüde, birçok ülke tarafından uyum sağlanması gereken bir konu olarak görülmüştür.

Çünkü bilgi toplumu olarak tanımlanan bir ekonomik ya da toplumsal yapıya sahip olmak günümüzdeki değişim süreçleri içinde yer almak anlamına gelecektir. Bu nedenle günümüzde hemen her kurum bilgi toplumunun tüm unsurlarını ilgili yaklaşımlar kapsamında değerlendirmektedir.

1950'lerden sonra bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojileri birleştirilmiş ve bilgisayarları hem birbiri arasında hem de terminallere bağlayan bilgisayar-iletişim ağları yaratılmıştır. Bu ağlar teknolojik gelişmeler için geniş uygulama alanı bularak hem telekomünikasyon hem de bilgisayar için kapasiteyi, erişimi ve uyumluluğu artırmıştır. 1971'de Intel tarafından ilk mikroişlemcinin üretilmesi ve birkaç yıl içerisinde bilgisayar mikroişlemcisi ile piyasaya sürülmesi Bilgi Çağı'nın da başlangıcı olarak görülmektedir.

Bilgi Çağı'yla birlikte ortaya çıkan sistemler zaman ilerledikçe toplumun her kesiminde kullanılmaya başlanmıştır. Bireysel kullanımdan kurumsal kullanıma kadar hayatın birçok alanında kendine yer bulmuştur. Bu sistemlerin bu kadar yaygın kullanılmasında en önemli etkenlerden birisi de, kullanılan sistemlerin ulaşılabilirliğinin kolay ve hesaplı olmasıdır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ulaştırma, meteoroloji, jeoloji ve tıp başta olmak üzere birçok alandaki yenilik ve gelişmelere önemli katkılar sağlamıştır. Günümüz bilgi çağıdır ve bilgi ancak iletişim imkânları ölçüsünde dağıtılabılır. İletişimin dünyayı şekillendiren ve değiştiren gerçek bir olgu haline geldiği göz ardı edilemeyecek kadar net bir gerçektir.

Bilgi yönetiminin sağladığı ekonomik gelir, istihdam olanakları ve rekabet avantajları her geçen gün bu alana olan ilgiyi arttırmaktadır. Bu nedenler işletmeler, ülkeler ve bireyler bilgi yönetiminin bazı ana ilkelerini benimsemeye başlamışlardır. Günümüzde bilgi kavramı ile enformasyon kavramları arasındaki ayrıma da dikkat çekilmektedir. Bu iki kavram arasındaki ilişki şu şekilde ifade edilebilir (Çakar ve Yıldız, 2010, s:56).

- Bilginin temeli veri ve enformasyondan oluşmaktadır.
- Bilgi, enformasyonun rasyonel bir şekilde akıl süzgecinden geçmesi, yorumlanması ve kullanılması sonucu oluşur.

- Bilgi, karar verme, planlama, karşılaştırma, değerlendirme, analiz, tahmin, tanı vb. gibi yaşamın her alanına dayanak oluşturacak eylemlerin ve uygulamaların temelini oluşturur.

Günümüzde bilgi Toplumu'nu diğer toplumlardan ayıran bir takım temel özellikleri şu şekilde özetlenmiştir (Vurgun, 2008: 103-104):

- Enformasyon/bilgi temelli ekonomiye ve topluma yöneliş,
- Endüstri toplumunun simgesi olan makine teknolojisinin yerini, enformasyon toplumunda, iletişim/enformasyon teknolojilerinin ve networklerin alması,
- Küresel rekabet ve hızlı değişim,
- Ölçek ekonomisinden zaman merkezli ekonomiye yöneliş,
- Esneklik ve çeviklik,
- Bürokratik yapılarla ilgili engellerin kurtulması,
- Her alanda merkeziyetçilikten kurtulma,
- Farklılaşma,
- Cyberspaceler ve networkler,
- Bilgi süreçleri ve bilgi işçileri,
- Yaşam boyu eğitim süreçleri,
- Bireysel konumların güçlenmesi,
- Katılımcı demokrasinin yerleştirilmesi

Bilgi yönetimi örgütlerin değişen koşullara uyum sağlamasını ve rakiplerine kıyasla rekabet güçlerini artırmasını da içerir. Bu çerçevede bilgi yönetiminin temel ilkeleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Çakar ve Yıldız, 2010:74):

- Rekabet gücünün artırılmasına yönelik çabalar.
- Karar alma süreçlerini etkin hale getirmek ve zaman tasarrufu sağlamak.
- Müşterilere yönelik sorumlulukların geliştirilmesi

- Çalışanların bilgiyi geliştirmesini sağlayarak bilgiyi paylaşımlarını teşvik etmek
- Bilginin değerini arttırmak için çalışanlar arasındaki iletişimi ve yardımlaşmayı güçlendirmek.

Bilgi toplumunun yapısı kendinden önceki sanayi toplumundan önemli farklılıklar içermektedir. Bu yeni dönemin temel özelliği teknolojiye dayalı olmasıdır. Bilgi sistemleri ve teknolojileri sayesinde ilerleyen bilgi toplumunun günümüzdeki ulaştığı seviye iletişim teknolojilerinin de gelişmesinde önemlidir (Vurgun, 2008: 103). Bilgi teknolojileri günümüzde insanlar kadar devletler ve hatta uluslararası örgütler için de önemlidir. Bu nedenle, Avrupa Birliği gibi kurumlarda ortak politikalarını geliştirirken bilgi toplumunu esas almaktadır. Örneğin Avrupa Birliği eğitim politikası, sanayi politikası, teknoloji politikası gibi unsurlara ait stratejiler bilgi ve bilişim teknolojileri esas alınarak şekillenmiştir.

1.5.3. Teknolojik Yenilikler

Küreselleşmeye neden olan en büyük faktör teknolojinin hızla gelişmesidir. Gelişen teknoloji toplumlar arası iletişimi ve ulaşımı güçlendirerek küreselleşme olgusunu hızlandırmıştır.

Özellikle 1980’li yıllardan sonra enformasyon teknolojilerinin yaygınlık kazanması, dünyada mesafe kavramının eski anlamını ortadan kaldırmış ve küreselleşme bağlamında belki de ilk etkisini finans piyasalarında hissettirmekle birlikte, bu etki günümüzde çok daha geniş bir alana yayılmıştır (Aktaş, 2007: 26). Yani teknolojik değişiklikler küreselleşmeyi oluşturan diğer olayları da etkileyen (En azından denizaşırı keşifleri ve iletişimi getiren) küreselleşmenin doğal yapı taşlarından bir tanesi olduğudur.

Küreselleşmenin nedenlerini irdeleyen bazı araştırmacılar, küreselleşmenin asıl nedenini uluslararası ticaretin artışı, serbest piyasa ve neoliberal politikalar değil, iletişim ve bilişim teknolojilerinde kaydedilen büyük ilerlemeler yani teknolojik değişimin hız ve hacminde yaşanan artış olduğunu öne sürmekte. Bazıları da küreselleşmenin kaynağını, tek kutuplu dünya düzeninin kurulmaya başlanmasının

yanında teknoloji ve bilişimdeki devrimler olarak görmektedirler (Atasoy, 2005: 165). İletişim teknolojileri de benzer şekilde dünyadaki gelişmelerin hızla takip edilmesine neden olmuştur. Teknoloji sayesinde telekomünikasyon ve internet teknolojilerinin gelişimi farklı gelişmelerin anlar itibariyle tüm dünyada yankı bulmasına neden olmuştur.

Teknolojik gelişmeler sayesinde ulaşım, enformasyon, mikro-elektronik ve iletişim alanındaki ilerlemeler dünyayı küçülterek ülkeleri hızla birbirine yaklaştırmıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu ulaşım ve iletişim maliyetleri aşırı derecede düşmüş ve ülkeleri, insanları ve piyasaları birbirinden ayıran zaman ve mekan gibi doğal engeller büyük ölçüde ortadan kalkmıştır (Aktan ve Şen 1999: 5). Teknolojik yeniliklerin iletişimi ön plana çıkarmasının en önemli nedenlerinden biri bilgisayar, telefon gibi teknolojik unsurların geliştirilmesi ile ilgilidir. Aynı zamanda teknolojik yenilikler ulaşım olanaklarının gelişmesi ve buna bağlı ulaşım araçlarının çeşitlenmesi ve ucuzlaması gibi gelişmelere de neden olmuştur. Örneğin ulaşım teknolojileri hızlı tren gibi yeni araçların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Aynı şekilde ulaşım ağlarının ülkeler arasında belli bir ağ oluşturması da iç ve dış insan hareketliliğini geliştirmiştir.

Dünyanın bir ucunda bulunan Amerika Birleşik Devletleri Merkez Bankası (Federal Reserve System – FED)’in yaptığı genel açıklamalar özellikle gelişmekte olan ülkelerde anında bir etkileşime dönüşmektedir. Milyonlarca Dolar/Euro saniyelerle ölçülebilen bir zaman diliminde kıtalar arasında dolaşmaktadır. Bazı eleştirmenlere göre Sovyetler Birliği’nin çöküşüne önemli bir neden olarak ‘teknolojik yarışta’ geri kalması gösterilmektedir (Berber 2007:435).

Pek çok yazara göre, bugünkü küreselleşme çağı ise telekomünikasyon faaliyetlerindeki düşüşe ve yaygınlaşmaya dayanmaktadır ve “bu yeni teknolojiler sayesinde ülkeler birçok ürününü dünya piyasasına çıkarabilmekte, küresel şirketler üretim, araştırma ve pazarlama faaliyetlerini çeşitli ülkelere yayabilmekte, bilgisayarlar ve tele-konferanslar yardımı ile sanki hepsi tek bir yerdeymiş gibi hareket edebilmektedirler” (Atasoy, 2005:156).

Günümüzde iletişim süreçlerinin önem kazanmasında etkili olan bir faktör de teknolojik yeniliklerdir. Bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde veritabanlarının genişlemesi, pazarlamanın temel ihtiyaçlarından olan hedef kitleleri bireysel ölçüde tanımayı da beraberinde getirmiştir. Böylece pazarlama iletişiminin gerekliliği de daha çok anlaşılmaya başlanmıştır.

Teknolojik yeniliklerle beraber tüketicilerin algılama boyutlarında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. İletişim araçları ile yer ve zaman unsurlarını ortadan kaldırıp insanları ve toplumları yakınlaştırırken mesaj üreticilerinin ulaşmak istedikleri hedef kitlelere ulaşabilme ve onları etkileyebilme kabiliyetlerini bir o kadar kısıtlamaktadır. Çağın tüketicilerine ulaşabilmek ve onlardan istenilen davranışsal tepkileri almak için; yine teknolojinin olanakları ile şekillenen tüketici temelli iletişim planları yapmak için, gerekli olan, her müşteriye ait özel bilgilerin işlendiği veritabanları oluşturulabilmektedir.

1.5.4. Yeni İletişim Araçları

Günümüzde küreselleşmeye ilişkin inceleme ya da tespitlerde sürecin ekonomik, siyasal, toplumsal ve teknolojik boyutlarına vurgu yapılmaktadır. Bu konularda ortak olunan konu ise, günümüzdeki gelişmelerin temelinde teknolojik yeniliklerin etkisinin fazla olmasıdır. Bir bakıma bugün tartışılan olgular, aslında teknolojinin sağladığı imkanlar sayesinde mümkün olmaktadır.

Örneğin, 1990'lı yılların başında insanlar Irak savaşını izlerlerken, sadece naklen bir savaşı izlemediler, dünyada birçok şeyin değişeceği bir döneme ilişkin ilk görüntüleri de izlediler. Benzer şekilde, 2001 yılında dünyanın süper gücü olarak kabul edilen bir ülkenin en ünlü binalarına yapılan uçak saldırıları, yine televizyon ve internette naklen milyarlarca insan tarafından izlenmiştir.

İkiz kulelere saldıran teröristlerin ise, uçak kullanmayı internetten öğrenmeleri yine konunun önemli bir boyutudur. 1990'lı yılların başında Irak savaşını, CNN'den izleyen dünya ise, 2003 yılındaki Irak savaşını, El Cezire gibi Ortadoğu kökenli kanallardan izlemeye başlamıştır. Benzer şekilde, savaş gerek sosyal medya gerekse

diğer iletişim kanallarından dünyaya aktarılmıştır. Bu da bireylerin haber alma olanaklarının artmasına neden olmuştur.

Medya, özellikle gelişen iletişim teknolojileri (Bilgisayar, internet vb.) sayesinde son dönemlerde ekonomik, siyasal, kültürel yaşamda etkilidir. Hatta dördüncü kuvvet olarak tanımlanan medyanın özellikle etkileri konusu son dönemin güncel tartışma ve inceleme konuları arasında yer almaktadır.

Günümüz dünyasında, gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm toplumlardaki bireyler gündelik yaşamlarında farklı amaçlarla da olsa kitle iletişim araçlarını kullanmakta, kitle iletişim araçlarının etkisine maruz kalmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artmaktadır. Toplumsal yaşamda ortaya çıkan ihtiyaçlara bağlı olarak gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik, medyanın kullanım biçimini, bireysel alışkanlıkları ve bunlara bağlı pek çok şeyi değiştirmektedir.

Günümüz koşullarında bireyler bir anlamda kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılan bilgi bombardımanı altındadırlar (McQuail ve Windahl, 2006: 96). Bu gücün görünürdeki kitle iletişim olan temel işlevinin dışında ticari, politik ve sanatsal alanlarda da faaliyetleri vardır. Medyatik iletişimde gazete, dergi, basılı yayınlar, radyo, televizyon gibi görsel ve işitsel araçlar kitlesel özellikleriyle ön plana çıkmaktadırlar. Kısa sürede geniş kitlelere ulaşımı sağlayan televizyon en etkili iletişim aracıdır. Medyatik iletişimin ideolojik ve kültürel boyutta güdüleme özelliği vardır.

İşlev sözcüğü medyanın ne yapması gerektiği, gerçekte ne yaptığı ve amaçlarının ne olarak görüldüğü konularını kapsar. Çağdaş ve demokratik toplumlarda medyanın sosyal dengelerde yasama, yürütme ve yargı güçleri arasında dördüncü güç ya da sac ayağı konumunda tanımlanması bu işlevlerin en büyük ifadesidir.

Gerek teknolojik olanaklar gerekse medya ya da kitle iletişim olanaklarının artan gücü ise dünya ekonomi politikasında birçok şeyin değişmeye başladığının işaretidir. Gramscici gibi düşünürlerin üzerinde önemle durduğu, hegemonya ve hegemon ideolojinin kitlelere aktarımında artık farklılıklar söz konusudur. En

azından, dünyanın kendileri gibi düşünmesini sağlamak isteyen güçler eskisi kadar rahat değildir.Çünkü artık, hemen her şeyin bir alternatifi farklı teknolojik olanaklar sayesinde kitlelerle buluşmaktadır. Dünyanın herhangi bir bölgesinde, polisin bireylere karşı uyguladığı şiddetin cep telefonları ile kaydedilip tüm dünya ile saniyeler içinde paylaşıldığı bir ortam resmi söylem içerikli açıklama ve yayınları tatmin ediciliği azalmaktadır.

Binark'a göre de yeni medyanın, geleneksel medyadan ayırt edici özelliği etkileşimliliğinin yanı sıra multimedya biçimine sahip olmasıdır. Multimedya kavramı, verileri gerçek zamanla ilişkilendiren ve bunların eş zamanlı kullanımına olanak veren iletişim sistemleridir (Binark, 2007: 21).

Yeni medya Rogers'ın ortaya attığı yeniliklerin yayılımı modeli kapsamında ele alındığında teknolojik gelişim bazlı olarak değerlendirme yapılırsa, yeni medya uygulamalarının ve yeni iletişim teknolojilerinin ortaya koyduğu yeniliklerin yayılması arasında doğrudan bağ geliştiği görülmektedir. “Yeniliğin benimsenmesi süreci, bilgi, ikna etme, karar, uygulama ve sağlamlaştırma evrelerinden oluşmaktadır.” (Tekinalp ve Uzun, 2006: 98-99). Rogers modelde yeniliklerin yayılımı için beş aşamadan bahsetmektedir. Bunlar;

- Yeniliğin varlığının farkında olma,
- Yeniliğe ilişkin olumlu ya da olumsuz fikir geliştirme,
- Yeniliği kabul ya da reddetmeye yönelik karar geliştirme,
- Yeniliğin kullanılması,
- Yeniliği onaylama.

Rogers 1973 yılında Shoemaker ile birlikte ortaya koyduğu yeniliklerin yayılımı modelini 1986'da yeni iletişim teknolojilerine uygulamış ve bir takım farklı özelliklere de dikkat çekmiştir (Aktaran: McQuail ve Windahl, 2006: 96-100).

- Bunlardan birincisi etkileşimci iletişim teknolojisini benimseyen eleştirel kitleye ulaşma sorunu olarak tanımlanabilir. Bunun ötesinde yeni uyarılama yapan kişilerin kazançlarının hızla arttığı bir eşik noktasını temsil eder. Genel olarak, yüksek oranlarda bir yeniliğin normal olmasına yardımcı olur.

- İkincisi, yeni kitle iletişim araçları kendi başlarına sonuç değil, araç teknolojileri olduğudur. Uyarılma ve uygulama belirli gereksinimlere uygun düşecek yeniden yaratmaya dayanmaktadır.
- Üçüncü olarak böylesi bir uyarılma sürekli uygulama ve kullanmaya göre daha az önemlidir. Bu durum aynı zamanda farklı yenilik biçimlerinin farklı tür ve dizilerde yenilik süreçleri içerebileceğini hatırlatmaktadır (McQuail ve Windahl, 2006: 96-100).

Modelin ortaya koyduğu farklı aşamalar yeni medya bağlamında ele alındığında 1970’lerde hızla gelişmeye başlayan teknoloji kısa süre içerisinde ortaya çıkan yeni uygulamalarla toplumsal boyutta farkındalık yaratmaya başlamıştır. Örnelemek gerekirse internet, mobil telefonlar, CD, DVD gibi uygulamalarla gelişen ve yaygınlaşan yeniliğe karşı toplumsal boyutta olumlu fikir geliştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Peşi sıra gelen kabul ve kullanım aşamalarını ise en belirgin şekilde mobil telefonlar ve internet üzerinden yaşadığımız bir gerçektir.

Bu durum tüm eleştirilere rağmen, teknolojik olanakların yeni bir kamuoyu yaratmaya başladığının göstergesidir. Küresel kamuoyu olarak da tanımlanan bu olgu özellikle alternatif iletişim kanallarının temel hedefidir.

1.5.4.1. Sosyal Medya

Sosyal medya; zaman ve mekân sınırlaması olmadan (Mobil tabanlı) paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir. Sosyal medya platformlarının temelinde “iletişim” ve “paylaşım” yatar (Hatipoğlu, 2009: 72). Kullanıcı, edilgen bir izleyici olmaktan çıkıp, içeriği yönetmeye başladığı andan itibaren, seçim özgürlüğüne sahip olduğunu düşünmeye başlar. Fakat “unutulmaması gereken bir gerçek vardır; o da ortam şartlarının aslında kaynak tarafından belirleniyor ve düzenleniyor olmasıdır.” (Hatipoğlu, 2009: 72). Tüm bu uygulamalar ışığında ilk bakışta bireyler ya da gruplar hatta küçük gruplar arasında gerçekleşen günlük diyaloglar gibi görünse de, aksine paylaşılan bilgi ve içerikle sosyal medya ortamları günden güne artan kişi sayısı ile hızlı bir yayılım gerçekleştirmiştir.

Yeni medya, geleneksel medya kavramı ile kastedilen televizyon, gazete, radyo gibi araçlarla karşılaştırıldığında kitlesellikten uzaktır ve Akar'ın da ifade ettiği üzere “Değişkendir, bireyselleştirilmiş bağlanabilirlik sağlar, bağımsız ve kontrolü dağıtan bir ortamdır.” Dolayısıyla, özgürlükler diğer araçlara kıyasla özgürlüktür, kendi içerisinde ise ancak ortam kurucunun sağladığı ile sınırlanmaktadır; özgürlükler ve etkileşim tamamen kaynağın yani, sözde etkileşimli ortamın kullanıcıya izin verdiği, dahil ettiği sınırlar içerisinde oluşmaktadır (Çakar ve Akar, 2009: 6).

Yeni medya olarak tanımlanan aslında, iletişim araçları sayesinde gelişen ve daha önceleri sayı ve nitelikleri daha sınırlı olan unsurlara yenilerinin eklenmesidir. Özellikle bu yeni sürecin temel iletişim biçimlerini değiştirmesi de yeni medya düzeninde dikkati çeken bir durumdur.

Sosyal medya; yeni iş biçimlerini, sosyal yapıları ve teknoloji sunumlarını teşvik etmek için insanlar, içerik ve veri arasındaki verimli etkileşimi kolaylaştıran teknoloji ve uygulamalar düzenidir. Aynı zamanda Web 2.0 anlamında da zaman zaman kullanıldığı görülmektedir. Özellikle 2004 yılından itibaren gündelik yaşamda daha fazla yere sahip olan sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri, bireylerin kendilerine ait kullanıcı hesapları açarak, interaktif bir katılım ile sosyal medyanın unsuru olmalarıdır (İyiler, 2009: 11).

Yani bir internet sayfasında çıkan haberleri okumaktan daha fazla bir şeydir, sosyal medya. İnsanlar kendilerini belli bir hesap oluşturarak, sosyal medya alanlarında yerlerini alırlar. Çeşitli arkadaşlar edinerek, konuşma, içerik paylaşımı gibi iletişim faaliyetlerinde bulunurlar. Bunun yanında ilgili sitedeki çeşitli oyun ya da aktivitelerde yer alarak iletişimin farklı bir yönünü yerine getirirler. Bu iletişim, sanal iletişimdir. İnsanlar, hiç görmedikleri ve belki de fiziki olarak hiç karşılaşamayacakları insanlarla interaktif bir iletişim içinde sanal dünyadaki paylaşımı yerine getirirler (İyiler, 2009: 11). Bu iletişim sürecinde herhangi zaman ve mekan sınırlaması söz konusu değildir.

Sosyal ağlar, bloglar, mikro bloglar, anlık mesajlaşma programları, sohbet siteleri, forumlar gibi insanların birbiriyle içerik ve bilgi paylaşmasını sağlayan

internet siteleri ve uygulamalar sayesinde internet kullanıcıları aradıkları ve ilgilendikleri içeriklere ulaşma fırsatı bulabilmektedirler.

Scott (Scott, 2008: 64); sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan çoğu araştırmanın bizi doğru sonuçlara götürmediğini söylemekte ve iddiasını şu şekilde açıklamaktadır; ThirdAge/JWT Boont'un açıkladığı verilere göre 40 yaş üstü kişiler, yoğun internet kullanımları oranına sahip olmalarına rağmen, çoğunlukla sosyal ağlar veya blogları kullanmadıklarını belirtmektedirler. Scott bu perspektiften bakıldığında kurum ve kuruluşlar için sosyal medyada yapılan pazarlama ve iletişim çalışmalarının değersiz ve tehlikeli bir hal aldığını, çünkü kullanıcıların sosyal medya uygulamalarını kullanmadıklarını beyan ettiklerini söylemektedir.

Sosyal medya öncesi dönemde medya birkaç büyük medya grubunun tekelinde olan ve tek yönlü bir iletişim aracı olarak hayatımızda yer almaktaydı. Bir medya tüketicisi olarak sadece bize sunulan çeşitli ama sınırlı seçeneklerden sadece bir veya bir kaçını seçebiliyor ve bizim için bu büyük gruplar tarafından seçilmiş, hazırlanmış üzerinde herhangi bir kontrolümüzün bulunmadığı içerikleri tüketebiliyorlardı.

1.5.4.2. İnternet ve Bilişim Sistemleri

İnternet deyim yerinde ise ekonomik, siyasal ve toplumsal sistem açısından bir devrim yaratmıştır. Özellikle iletişim literatürü ya da incelemeleri internet ve bilişim sistemleri üzerine odaklanmaya başlamıştır. Çünkü internet sayesinde binlerce kilometre uzaklıkta olan insanlar doğrudan ve anında iletişime geçebilmiş aynı zamanda günlük yaşamda hemen her faaliyet saniyelerle ifade edilir olmuştur. Bu nedenle günümüzde iletişim faaliyetlerini belirleyen en önemli unsurlardan biri de bilişim teknolojileridir.

Ayrıca bilgi teknolojisindeki gelişmeler sonucu ortaya çıkan internet ve ilintili teknolojiler ve yazılımlar, ekonomik alanda gün geçtikçe önemi artmakta ve iş yapma usullerini, mevcut yapı ve işlevleri radikal bir biçimde değiştirmektedir. İnternet teknolojisinin bugünkü geldiği noktada, elektronik bir broşür olmaktan öte işlemlerin tamamen elektronik ortamda yapılabileceği, yer farkı olmaksızın denetlenebileceği bir iş yapma aracı haline gelmiştir.

Bilginin toplanması, işlenmesi, değerlendirilmesi, dağıtımı ve kullanımı ile ilgili faaliyetlerin tümü bilişim olarak adlandırılmaktadır. Daha kapsamlı bir değerlendirme ile bilişim teknolojisini verilerin kaydı, depolanması, işlenmesi sürecinden geçirerek bilginin üretilmesi, üretilen bu bilgilere erişilmesi, depolanması ve nakledilmesi gibi işlemlerin etkili ve verimli bir biçimde yapılmasına olanak sağlayan teknolojileri tanımlayan kavram olarak ele almıştır (Alter, 1996: 11; Mutsaers vd., 1998: 115).

Bilişim teknolojisi günümüzde toplum yaşamının hemen hemen tüm kesimlerinde varlığını hissettirmektedir. Temeli bilgisayara dayanan bu süreç, bir politik devrimden çok bir teknolojik akım olarak değerlendirilmektedir; çünkü bilgisayarların toplum ve endüstrideki eğitim açığının kapatılmasında olduğu gibi, bilim ve teknolojinin gelişmesi yönünden de önemli düzeyde katkı sağlamaktadır (Nair, 2001: 334).

İletişim ve ulaşımdaki hızlı değişimler ve gelişmeler, firmaların tüm faaliyetlerini etkilediği gibi, dağıtım sistemini de etkilemektedir. Bu etkilenme ekonomik alanlarda olduğu gibi diğer faaliyetlerinde de etkisini göstermektedir. Bundan dolayı bireyler, işletmeler ve devletler kendilerini değişen koşullar ve gelişmeler doğrultusunda yeniden yapılandırmak zorundadırlar.

Bilişim teknolojileri ilk olarak 60'lı yıllarda endüstri devrimi ile elde edilen alışkanlıkları ve iş yürütme süreçlerini köklü bir biçimde değiştirmiştir. Bu süreç sonrasında kullanılan bilgi toplumu kavramı, yeni teknolojilerin yol açtığı ekonomik ve sosyal değişimler anlamına da gelmektedir (Kök, 2006: 124). Özellikle günümüzde bilgi teknolojilerinin dağıtım sisteminde yer alması ve bilgi yönetiminde pazarlama etkinliğinden yararlanılması gerekir. Dağıtım sisteminde bilgi teknolojilerinin kullanımı ve bilgi yönetimi uygulamalarının, pazarlama ve dolayısıyla firma etkinliğini de arttıracığı göz önüne alınmalıdır.

Veri İşleme: 1950'ler ve 1960'lar Elektronik Veri İşleme Sistemleri Ticari işlemlerin izlenmesi, kayıtların muhafaza edilmesi, geleneksel muhasebe uygulamaları
Yönetmel Raporlama: 1960'lar ve 1970'ler Yönetim Bilişim Sistemleri Karar almayı destekleyecek, önceden belirlenmiş bilgiler için hazırlanan yönetmel raporlar.
Karar Destek: 1970'ler ve 1980'ler Karar Destek Sistemleri Yönetimsel karar alma işlemin desteklenmesi için karşılıklı etkileşim sağlayan sistemler.
Stratejik ve Nihai Kullanıcı Desteği: 1980'ler ve 1990'lar Nihai Kullanıcı Bilgisayar Sistemleri Nihai kullanıcıların verimliliğini artırmak için doğrudan bilgisayar desteği Üst Yönetim Bilişim sistemleri Üst yönetim için kritik bilgilerin sağlanması Uzman Sistemler Nihai kullanıcı için, bilgi temelli uzmanlık desteğinin sağlanması Stratejik Bilişim Sistemleri Rekabet avantajı sağlamak için stratejik ürün ve hizmetlerinin sunumu

Tablo 1: Bilişim Sistemlerinin Tarih İçerisinde Değişen Roller (Akolaş, 2004: 32).

Erkan bilişim teknolojilerinin sağladığı gelişimleri şu şekilde açıklamıştır:

“Bilişim teknolojileri, kitle üretimi yerine esnek uzmanlaşmayı, dikey örgütlenmiş büyük örgütler yerine birbiri ile irtibatlı alt gruplar şeklinde yatay örgütlenmeye (şebeke tipi örgütler) zihinsel ve bedeni gücün birbirinden ayrılmasına dayanan net bir işbölümü ve yakından denetim yerine düşünme ve eylemi birleştiren esnek firma anlayışını, klasik emir-komuta ilişkisi yerine ekip çalışması ve çalışanların katılım mekanizmalarının işletildiği yeni demokratik yapılanmalara kayışı getirmiştir. Kısaca, tekelci, teknokratik ve bürokratik işleyiş yeni örgüt ortamı ve güç dinamiğinde yönetmel desantralizasyona ağırlık kazanmıştır (Erkan, 1998: 127).”

Bilgi teknolojileri süreç esnekliğini de arttırabilmektedir. Üretim süreçlerinde bilişim teknolojileri iki şekilde esnekliği artırabilir. İlk olarak bilişim teknolojisi ürün spifikasyonlarının içeriğini ve şeklini sistemli bir hale getirmede kullanılarak değışikliklerin yönetimini kolaylaştırmaktadır. İkincisi ise bilgisayar desteği ile oluşturulan ürün çeşitlendirmelerine bağlı üretim süreçlerinin kontrolüne olanak sağlamaktadır.

Nitekim esnek üretim süreçleri üzerine yapılan araştırmalar, bilişim sistemlerinin ürün tasarım süresinin kısaltılması ve ürün hattı değışikliklerini kolaylaştırması için üretim sürecine dahil edildiğini ve bu sayede hız ve çeşitlilik sağlandığını göstermektedir (Zhang ve Lado, 2001: 151). Yeni iletişim ortamlarına olanak sağlayan unsurlardan bir diğeri de mobil iletişimdir. Özellikle cep telefonlarının gelişmesi ile günlük yaşama giren mobil teknoloji artık sadece insanların birbiri ile konuşmasını sağlayan bir araç değildir.

1.5.4.3. Mobil İletişim

Dünyada yaşanan ekonomik gelişmeler ve buna bağlı olarak sağlanan refah artışı dolaylı olarak telefon hatlarına daha fazla yatırımı sağlamış böylece dünya üzerinde telefon hatlarının yaygınlaşmasına ve sistemin ucuzlamasına olanak tanımıştır. Dolayısıyla bu gelişmeler tüm dünyanın telefon ağları ile sarılması anlamına gelmiştir (Telefon sisteminin dünya çapında bir milyar hatlık bir alana yayıldığı görölmektedir). Telefon sisteminin ucuzlaması ve buna bağlı olarak yaygınlaşması, dijital faaliyetlerin aracı olarak telefonun yoğun olarak kullanılmasını sağlamıştır. Telefon teknolojisi, dijital faaliyetlerin gelişmesine (Hacminin artmasına ve yaygınlaşmasına) katkıda bulunan önemli araçlardan biri olarak görölmektedir. İşletmeler, ürünlerinin pazarlanmasında son yıllarda telefon sistemine de yer vermişlerdir.

Özellikle TV Pazarlama (TV Marketing) olarak da bilinen bu yöntemle işletmeler ürünlerinin tanıtımını televizyon kanalı ile yapmakta ve telefon sistemi ile satış yapmaktadır, internet teknolojisine bir basamak oluşturan telefon, internet teknolojisinin yaygınlaşmadığı işletmelerde internetin alternatifi olarak mobil ticaret

aracı olarak tercih edilmektedir. Özellikle son dönemlerde yaygınlaşan yeni bir sistem, Arama Merkezi (call center) uygulaması (telefon danışma hattı olarak da bilinmektedir) mobil ticarete ivme kazandıran önemli bir gelişmedir.

Bu yöntemle sınırsız hizmet ve kolay erişim avantajları müşteriye sunulmakta ve anında çözümler getirilerek müşteri memnuniyeti arttırılmaya çalışılmaktadır. “Bu yöntemin amacı, hangi sektörde olursa olsun, o işlerin telefonla yapılmasını sağlamak, 24 saat ulaşılabilirlik sağlayarak bir yandan da maliyetten kazanç sağlamaktır.” Call center uygulamaları ile internet altyapısına sahip olmayan ya da interneti kullanmak istemeyen tüketici grubuna, telefon sistemi ile mobil ticaret imkanı sunulmaktadır. Mobil kavramının Türkçe karşılığı hareketli, taşınabilir (Türk Dil Kurumu¹).

Mobil pazarlama, sadece firmalar ya da belirli servisler tarafından cep telefonuna gönderilen bilgilendirme mesajları olarak düşünülür. Bu tanım belli bir noktada doğru iken unutulmaması gereken mobil pazarlamanın çok ilerleyip düşünülen tanımını geride bıraktığıdır.

Gerçekte mobil pazarlamanın anlamı, tüketicisiyle ürünlerini buluşturduğu, tanıtımını ve kampanyalarını duyurduğu mobil platform olarak düşünülebilir. MAA (The Mobile Marketing and Advertising Association) tanımına göre mobil pazarlama, mobil cihaz aracılığı ile her hangi bir ağ üzerinden interaktif biçimde kullanıcılarla iletişime geçildiği uygulamaların bütünüdür. Bu bağlamda mobil iletişimi öne çıkaran unsurlar şunlardır (Karaca ve Gülmez, 2010: 12):

- **Mobil Olma:** Mobil İletişimin Aynı Anda Her Yerde Hazır Bulunma Durumu

- **Bağlanırlık (Connectivity):** Her zaman bağlı olabilme özelliği

- **Lokalizasyon (Localization):** İçerik odaklı bilgiyi elde edebilme yetisi

- **Kişiselleştirme (Personalization):** Kişiye özel bilgiyi elde edebilme yetisi

Hareketli içerik, İngilizce mobile content karşılığında kullanılarak, hareketli kelimesinin anlamı genişletilebilir; ancak tam mobile karşılanmaz. Gezgin içerikte

¹ <http://tdkterim.gov.tr/bts/> (21.05.2013)

aynı sonucu verir. Bu durumda her ne kadar gezgin kelimesi daha sıcak dursa da-mobil içerik kavramının tam anlaşılabilmesi için mobil' in korunması gerekir. Türkçe'de de mobil artık jilet, selpak ya da internet gibi jenerik, yani kendi türünü tanımlayan kavram durumundadır. Dizüstü bilgisayar mobil iletişim donanımı mıdır? Ondan erişilenler mobil içerik değilse, bilgisayardan kablosuz internete erişmek midir? PC, dizüstü bilgisayar mobil iletişim donanımı sıralamasında gerçek mobil özellikli araç en sondadır.

Burada mobil ya da hareketli olma seviyelerinden bahsetmeliyiz. Teknolojiler açısından mobil olmak, o esnada hareketli olmayı, göçebe olmak ise hareketin çok kısıtlı olduğu ve/veya tamamlandığı andaki durumu kasteder. Buna göre göçebe bir donanımın, örneğin dizüstü bilgisayarın, her zaman mobil olması gerekmez. Ancak bir mobil donanım göçebedir. Buna göre sırasıyla teknolojik hareketlilik adımları, hareketsizden daha hareketliye doğru şöyledir: sabit, göçebe, taşınabilir, basit mobil, tam mobil. Örneğin hücreli teknolojilerde ilk iki adımda hücreler arası geçiş (handoff) yaşanmazken, sonraki adımlarda yaşanır (Küçükünsal, 2006: 31).

Mobil ağ operatörleri devletten lisans alıp altyapı sahibi olarak mobil iletişim hizmeti sunar. Türkiye'de Avea, Turkcell ve Vodafone mobil ağ operatörüdür. Mobil iletişimin başlayıp kullanımın yaygınlaşması, mobil ağ operatörlerinin kullanıcıları bilinçlendirmesi ve ürün ve hizmet satmasıyla olasıdır. NTT DoCoMo dışındaki sabit hat operatörleri, başarılı biçimde mobil iletişim alanında çalışmamıştır. Mobil içerik ve yayıncılıkta mobil operatörlerin konumu sadece taşıyıcılık olarak görülür. Operatörler bunu benimsemez.

Kimi zaman tekel mantığı ile mobil iletişim ekosisteminde donanım, yazılım ve içerik pazarını yönlendirirler. Sadece ses ve veri taşıyıcısı olmayı, sadece bir kanal veya sektördeki tanımıyla 'dumb pipe' olmayı kabul etmezler. Benzer durumlar içerikte de görülse de, operatörlerin, örneğin mobil pazarlamada tekelci bir mantığa sahip olduğu, büyük hacimli işler dışındaki uygulamalara izin vermediği, katma değer olarak üretilen unsurun geri dönüşünün de sadece operatöre yarar sağladığı ve zincirin diğer üyelerine yarar sağlamadığı uzmanlarca ifade edilir (Erden 2007: 95).

Özellikle internet ve 3G teknolojileri ile birlikte, insanların hemen her yerde dış çevre ile iletişim içinde olmasını sağlayan gelişmeler söz konusudur. Cep telefonundan TV izleme, dünyanın farklı bir bölgesine para transfer etme, sosyal medya vasıtasıyla günlük faaliyetlerini diğer kişilerle paylaşma gibi teknoloji odaklı yeni bir dünya söz konusudur.

Mobil iletişim yoğun kullanılsa da, mobil içerik tüketimi ekonomik değişkenlere çok bağlıdır (Mobil ortamda diğer içeriklerden çok ses ve SMS tüketilir. Bu alanda içerik tüketimini kolaylaştırıp teşvik edebilecek alternatif yöntemler ve iş modelleri de vardır (Köroğlu, 2011; 31). Görüldüğü üzere günümüzde mobil teknolojileri kullanan milyarlarca insan vardır. Bu iletişim ortamı sadece belli insanları ya da toplumsal grupları kapsamaz. Aynı zamanda küresel dünyada uzaklıkları ortadan kaldırarak, insanlar arasındaki iletişimi hız ve etkileşim boyutuna taşır. Kitle iletişim araçları, iletişimi ileri bir seviyeye taşırken, medya ilişkileri ve düzeni de değişmektedir. Bunlardan biri de alternatif medyadır.

1.5.4.4. Alternatif Medya

Günümüzde medyanın gücü ve etkileri artık tartışmasız kabul görmektedir. Zaten konu hakkındaki incelemelerde, mevcut düzen içinde yaşanan gelişmelerle ilgilidir. Özellikle teknolojik gelişmeler sonrasında zaman kavramının dakikalar hatta saniyelere indirildiği bir ortamda, sadece ulusal değil uluslararası kitle iletişim araçlarının küresel kamuoyu üzerindeki etkinliğinin boyutları tartışılmaktadır.

Bu bağlamda son yıllarda medya düzeni içinde incelenen konulardan biri de ana akım yani hâkim durumda olan medya düzeninin işleyişi ve kuralları dışında hareket eden medya kurum ya da oluşumlarıdır. Bu oluşumların genel ismi ise alternatif medya olarak tanımlanır. Alternatif medya;

- Toplumun geneline aynı zamanda toplumsal temsili daha az olan topluluklara da hizmet eden;
- Ana akım medyaya karşı alternatif bir söylem ve içerik geliştiren;
- Sivil toplumla organik bir bağ içinde olan

Medya ortamının ticarileşmesi, medya mülkiyetinin az sayıda kişinin elinde toplanması, ekonomik ve sosyal olarak baskı altındaki toplum kesimlerinin kamusal alanda temsilini zorlaştırmıştır. Küreselleşen medya ortamında temsil edilemeyen toplum kesimleri, kendi seslerini duyurabilmek için kendi medyalarını yaratmaya başlamışlardır. Ana akım medyaya karşı örgütlenme yapıları ve içerikleriyle alternatif bir medya oluşturmaya başlamışlardır (Özkan, 2010: 61).

1980'li yıllardan sonra küreselleşme dalgasıyla beraber yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkardığı kolektif hareket kültürü alternatif medyanın içeriğini ve örgütlenişini etkilemiştir. Alternatif medya hakim kamusal alan karşısında temsil edilemeyenlerin temsil edilebildiği karşıt bir kamusal alan oluşturmuştur. Aslında alternatif medya toplumda yaygın inançlarla ilgili olan bir kavramdır. Bir iletişim aracı ya da medya kurumu, toplumda hakim olan ya da yaygın şekilde kabul görmesi istenen olgulara karşı duruyorsa alternatiflikten söz edilebilir. Farklı şeyler söylemek, bir şeye karşı olmak ya da belli bir medya tekeline mensup olmamak alternatif medya olarak tanımlanmak için yeterli değildir.

Topluma yeni içerikler sunan, daha eşit, sosyal ve kültürel değişim konusunda toplumu bilgilendiren bir medya ortamıdır. Alternatif medyanın bir diğer amacı da herhangi bir haber ya da içeriğin sunumunda bazı kaygılar ya da çıkarlar neticesinde sürecin kazanan ve kaybedenlerini düşünmemesidir. Alternatif medya ile ilgili çalışmaların büyük bir kısmı alternatif medyanın ana akımdan farkı üzerine odaklanır. Alternatif medya genellikle ana akım medya tarafından temsil edilmeyen muhaliflere temsil sağlaması ve sosyal, siyasal reformun taraftarlığı ile tanımlanmıştır. Alternatif medyayla ilgili kuramsal çalışmalar için milat noktası olarak John Downing'ın 1984 tarihli *Radical Media* (Radikal Medya) çalışması alınmaktadır (Ceyhan, 2008: 70).

Downing, bu çalışmasında radikal medyayı karşı enformasyon kurumları olarak ve gelişimsel gücün aktörleri olarak göstermiştir. Downing 'Radikal Medya'nın 1984 tarihli baskısında alternatif medyayı yayıncılık ve basılı ürünlerle sınırlar. Downing'e göre radikal medyayı alternatif kılan sosyal ve politik değişim için sahip olduğu potansiyeldir. Downing'in bakışının temel ilgisi radikal medyanın birlikte hareket ve politik bilinç kazandırma potansiyeline ilişkindir. Downing her ne kadar 1984 tarihli

alışmasında radikal medyayı, basılı ve yayıncılık ürünleriyle kısıtlasa da kitabının 2001 tarihli gözden geçirilmiş baskısında radikal medya formlarını genişletmiştir.

18. ve 19 yy. işçi şarkıları, grafitiler, sokak tiyatroları, posterler alternatif medya ürünleri olarak nitelenir. Downing’e göre alternatif medya yalnızca ne söylediğiyle değil nasıl organize olduğuyla da farklılaşmaktadır. Dolayısıyla alternatif medya (Ceyhan, 2008: 71):

- Radikal medya katılımcılarını sosyal hayatın çoklu gerçekliğini vurgulama yönünde teşvik etmelidir
- Partizan olabilir ama asla bir partiye ya da elit bir azınlığa ait olmamalıdır
- Sosyalliği ve yaratıcılığıyla kurumlar üzerinde olmalıdır
- Prefigüratif olmalıdır (Geleceğe yönelik bir tasarımın daha ötesinde sosyalist prensiplerin hayatın içinde uygulanabilmesidir)”

2. AVRUPA BİRLİĞİNİN OLUŞUMU VE YAPISI

Birbiri ardına yaşanan iki dünya savaşı sonrası büyük ekonomik, sosyal ve siyasal çöküntüler yaşayan Kıta Avrupa'sında, böylesi bir yıkımı ve savaşı bir daha yaşamak istemeyen Avrupa Devletleri, tarihten gelen ortak kültürü temel alan ekonomik bir bütünleşme fikrinde uzlaşmış ve ilerleyen süreçte Avrupa Birliği adı altında toplanmışlardır.

Tüm dünyada iletişimin küresel bir ihtiyaç olması ve iletişimin gittikçe önem kazanmasına Avrupa Birliği de kayıtsız kalamamıştır.

2.1 Avrupa Birliği'nin Kuruluşu ve Genişleme Süreci

İkinci Dünya savaşı sonrası tarihsel belirleyiciliğini kaybeden Avrupa, savaşın yıkıcı etkilerinden kurtulabilmek ve kendisine karşı tehdit olarak algıladığı eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği tehlikesini giderilmesinin yanı sıra; ekonomik bütünleşmenin getireceği yararlardan faydalanabilmek amacıyla bir birlik kurma yönünde çalışmalara başlamıştır. Bu kısımda genel hatları ile Avrupa Birliği'nin kuruluş ve gelişim sürecine değinilecektir.

2.1.1. Avrupa Birliği'nin Kuruluş Aşamaları

İkinci Dünya Savaşı sonrasında soğuk savaş sürecine girilmesi ile birlikte uluslararası ortamda iki kutuplu bir yapı ortaya çıkmış ve Avrupa ideolojik olarak ikiye bölünmüştür. Güçlü bir batı ittifakının kurulması ancak ekonomik ve siyasi olarak da güçlü olan Avrupa Birliği ile gerçekleşeceğinden hareketle Amerika Birleşik Devletleri de Avrupa'nın yeniden yapılandırılma sürecine büyük önem vermiştir. Bu nedenle Batı Avrupa yöneticileri ile Batı Avrupa elitleri arasında daha geniş bir Avrupa bütünleşmesinin geliştirilmesine yönelik bir Avrupa projesi oluşturulmaya çalışılmıştır.

“Avrupa Birliği, ekonomik ve siyasal hedefleri olan bir bölgesel bütünleşme projesidir. Ekonomik bütünleşme biçimlerini kabaca Serbest Ticaret Alanı, Gümrük

Birliği, Ortak Pazar, Parasal Birlik ve Ekonomik Birlik olarak beş kategoride toplamak mümkündür. Bunlardan ilki olan serbest ticaret alanı ile ye ülkeler arasında mal ve hizmet dolaşımının önündeki gümrük engelleri kaldırılmıştır.

Gümrük birliğinde serbest ticaret alanına ilaveten üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifeleri uygulanır, ortak pazarda mal ve hizmetlerin yanı sıra işgücünün dolaşımı da serbest hale getirilir; parasal birlikte ortak pazara ilaveten ortak bir para birimi kullanılır; en sonuncusunda ise tüm ekonomik politikalar ortaklaştırılır. Avrupa Birliği halen sayılan tüm aşamaları geçerek tam bir ekonomik birlik sağlamış, son yıllarda uluslararası ilişkilerde yaşanan gelişmelere paralel olarak da siyasal bütünleşme yönünde ciddi gelişmeler kaydedilmiştir. Tüm bu açılardan baktığımızda Avrupa Birliği, tarihsel olarak en başarılı bütünleşme rneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Avrupa bütünleşme sürecinde ilk adımlar Birinci Dünya Savaşı sonrası gündeme gelmiş, ancak İkinci Dünya Savaşı yıllarında savaşın yıkıcılığının da etkisiyle Avrupa Federasyonu kurulması düşüncesi yaygın şekilde taraftar bulmaya başlamıştır. Savaşın ardından Spinelli'nin de çabalarıyla Birleşik Avrupa idealini savunan örgütler tarafından toplantılar düzenlenmeye ve bu toplantılarda geleceğin Avrupa'sının hangi temelde olacağı tartışılmaya başlanmıştır.

7 Mayıs 1948'de çeşitli Batı Avrupa ülkelerinden gelen 750 delegenin katılımı ile bir Avrupa Kongresi toplanmış ve kongrede kurulan "Avrupa Hareketi" (Mouvement Europeen) adlı örgüt sayesinde bütünleşme çizgisindeki eğilimler g kazanmaya başlamıştır. Bu kongreyi takiben 5 Mayıs 1949'da Avrupa Konseyi isimli yeni bir siyasi örgüt kurulmuştur.

Genel bir değerlendirme yaptığımızda AET Antlaşması uluslararası antlaşma değerildir, ancak tarafların bazı haklarını uluslar üstü bir kuruma devrettiği ilk uluslar üstü anlaşma kabul edilmektedir (Treaty Establishing the European Economic Community, 2012). Altı imzacı ülke enerji, tarım ve ulaşım alanında ortak Pazar kurulmasını hedeflemişlerdir. Antlaşmada ekonomik, parasal birlik, ortak ticaret politikası, ortak sanayi, evre, eğitim politikaları ve dış ilişkiler alanında bir strateji benimsememiş ve bunu ngrmemişlerdir (Dedeoğlu, 2003: 49).

Avrupa Birliği'nin kurucu devletleri olan Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, Lüksemburg, İtalya 1957 Roma Antlaşmasında ideallerini paylaşan Avrupa'nın öbür halklarına da örgüte katılma çağrısı yapmıştır (Uçarol, 2000: 678). Bu başarılı gelişmeler yanı sıra bu dönemde 1952'de Avrupa Savunma Topluluğu ve 1953 Avrupa Politik Birliği girişimlerinin başarısızlıkla sonuçlanması üzerine, ekonomik bir bütünleşme olmaksızın siyasal anlamda bir birliğin olamayacağı anlaşılmış ve Avrupalı ülkeler ekonomik bütünleşme yönünde ilerlemeye başlamıştır.

Yaşanan gelişmelerin ardından 1 Temmuz 1967'de Füzyon Antlaşması ile Avrupa Topluluğu'nun kurduğu AKÇT, AET ve EURATOM'un organları birleştirilerek bu tarihten itibaren birlik Avrupa Toplulukları (Avrupa Birliği) olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Füzyon Antlaşması'yla üç topluluğu'nun yürütme ve karar organları, Avrupa Toplulukları Komisyonu ve Konseyi adı altında birleştirilmiştir. Aynı zamanda üç topluluğu'nun bütçeleri de birleştirilmiştir (Bilici, 2004: 33–34).

2.1.2. Avrupa Birliği'nin Genişleme Süreci

Avrupa Birliği uluslar üstü uluslararası bir örgüttür. Ancak Avrupa Birliği'nin kuruluş amacı Avrupalı ülkelerin birliğini sağlamak, hatta mümkün olursa 'Avrupa Birleşik Devletleri'ne veya Avrupa Cumhuriyeti'ne dönüşmesini sağlamaktır. Bu tarihi görevden dolayı Avrupa Birliği, kuruluş tarihinden bu yana yapısal değişime uğramakta ve etkinliğini arttırmaktadır. Avrupa Birliği'nin en önemli belgesi 1957'de altı ülke (Almanya, Fransa, İtalya, Belçika, Hollanda, Lüksemburg) tarafından imza edilen Roma Antlaşması'dır. Roma Antlaşması, üye ülkeler ve daha sonra üye olacak ülkelerin ekonomik entegrasyonunun üzerine inşa edilmiştir. Bu nedenle de adını da Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) olarak belirlemişlerdir. Ancak zaman içerisinde Avrupalılar asıl amaçları olan Avrupa Birliği'ni oluşturma düşüncelerini gerçekleştirmek için hem Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu yapısal olarak değiştirmişler hem de Avrupalı ülkeleri üye yaparak amaçlarına ulaşmaya çalışmışlardır.

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nda ilk önemli yapısal değişiklik Avrupa'da kurulan üç örgüt (Avrupa Ekonomik Topluluğu, Avrupa Kömür Çelik Topluluğu,

Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu) için tek bir Konsey ve tek bir komisyon kurulması kararı ile yapılmıştır. Taraf altı ülke 8 Nisan 1965’de, Brüksel’de Füzyon olarak adlandırılan bu antlaşmayı imzalamışlardır. Füzyon Antlaşması, altı ülkenin parlamentolarında onanmasıyla, 1 Temmuz 1967’de yürürlüğe girmiştir. İkinci önemli yapısal değişikli Tek Avrupa Senedi ile yapılmıştır. Tek Avrupa Senedi’nin hem daha kapsamlı hem de sonuçları bakımından daha önemli olduğunu belirtmek gerekir. 1970’li ve 1980’li yıllardaki petrol şokları ve ekonomik krizler, işsizlik gibi ekonomik koşullarda Avrupa Toplulukları Komisyonu olumsuz ekonomik ve sosyal koşulları düzeltmek için birtakım tedbirler içeren ‘Beyaz Kitap’ diye adlandırılan bazı çözüm önerileri öne sürmüştür. Roma Antlaşması’nın 236. maddesine dayanarak Topluluk Antlaşması’nda bazı değişikliklerin yapılması tavsiye edilmiştir. 17 Şubat 1986 tarihinde Lüksemburg Zirvesi’nde Avrupa Birliği için anlaşma taslağı Tek Senet adı altında kabul edilmiştir. Tek Senet tanımının yapılmasının nedeni de Roma Antlaşması’nda yapılan değişiklik ile üye ülkeler arasında dış ticaret politikasının birlikte saptanıp uygulanması gibi iki değişik konunun tek metinde işlenmesindendir. Lüksemburg Zirvesi’nde kabul edilen Tek Senet yaklaşık iki hafta sonra 28 Şubat 1986’da La Haye’de üye ülkeler tarafından imzalanmış, 1 Temmuz 1987’de yürürlüğe girmiştir.

Tek Avrupa Senedi, Roma Antlaşması’nda önemli değişiklikler yapmıştır. Roma Antlaşması’nda öngörülen ancak sıkıntılar yaşanan tek pazarın oluşmasının önündeki engeller kaldırılmıştır. Ortak Pazar amacı yeniden tamamlanmış, eksiklikler giderilmiştir. En zor ve engelleyici faktör olan oy birliği ile karar alma yöntemi kaldırılmış, yerine oy çokluğu ilkesi benimsenmiştir. Avrupa Parlamentosu’nun yetkileri artırılmıştır. Avrupalılar hedef büyütürken örgütlerini sadece ekonomik bir topluluk olarak değil aynı zamanda politik, sosyal, çevre, teknolojik araştırmada da daha etkin bir işbirliği gibi yeni hedefler belirlemişlerdir. Dolayısıyla Avrupa Ekonomi Topluluğu olan örgütün adını daha genel olan Avrupa Topluluğu olarak değiştirmişlerdir. 1980’li yıllarda Tek Senet kadar önemli olmasa da Avrupa bütünleşmesine önemli katkı sağlayan bir diğer değişiklik de Schengen Antlaşması’dır. 14 Haziran 1985’de İtalya hariç diğer kurucu beş ülke Almanya, Fransa, Belçika, Lüksemburg ve Hollanda aralarında sınır kontrollerinin

kaldırılmasına yönelik Schengen Antlaşması'nı 14 Haziran 1985'de imzalamışlardır. İtalya daha sonra Schengen Antlaşması'nı imzalamıştır.

1957 Roma Antlaşması'nda sonra en büyük değişikliğin yapıldığı antlaşma 7 Şubat 1992 tarihinde imzalanan Maastricht Antlaşması'dır. Zira Doğu Bloğu'nun yıkılması ve Soğuk Savaş'ın sona ermesinden dolayı Avrupalı ülkeler Doğu Avrupalı, bağımsızlığına yeni kavuşmuş ülkeler için de bir şeyler yapmak ve Avrupa Topluluğu'nda birtakım yenilikler yapmak zorunluluğunu hissetmişlerdir. Avrupa'nın bütünleşmesi için gerekli alt yapıyı oluşturmak ve üyeler arası işbirliğini daha da geliştirmek amaçlanmıştır. Kurumsal ve işlevsel olarak daha ileri ve daha fonksiyonel hale getirmek için Avrupa Topluluğu'na yeni boyutlar katmışlardır. Bu nedenle de Avrupa Topluluğu olan adını değiştirerek topluluktan birliğe geçişi işaret etmek istemişlerdir. Maastricht Antlaşması'ndan sonra topluluğun adı Avrupa Birliği olmuştur. Maastricht Antlaşması'nda Avrupa'da bütünleşmeyi sağlayacak değişiklikler ana başlıklarıyla şöyledir:

- Ortak dış politika ve ortak güvenlik politikası,
- Avrupa vatandaşlığı,
- Adalet ve içişlerinde işbirliği,
- Birliğin kurumlarında yeni yapılanma,
- Sosyal politikalarda işbirliği ve uyum,
- Ekonomik ve parasal birlik,
- Sosyal Avrupa'nın gerçekleştirilmesi,
- Enerji, çevre, tüketici hakları, sağlık, sanayi, vb. sektörlerde işbirliğinin geliştirilmesi.
- İkame ilkesi.

Maastricht kararlarına aynı zamanda üç sütun veya üç ayak politikası da denmektedir. Bunun nedeni de üç ana dalda yapılan yenilikler ve alınan önemli kararların olmasıdır. Avrupa Birliği üyesi ülkeler hem Maastricht kararlarının uygulamaya geçirilmesi hem Soğuk Savaş sonrası ortaya çıkan yeni durumların

değerlendirilmesi hem de tek para birimine geçiş ve Avrupa Birliği'nin genişletilmesiyle ilgili konuların görüşülmesiyle ilgili konuların görüşülmesi ve karara bağlanması için hükümetler arası konferans süreci başlatmışlardır.

Mart 1996'da İtalya'nın Torino kentinde başlayan hükümetler arası konferans süreci 6-7 Haziran 1997'de Amsterdam Zirvesi'yle tamamlanmıştır. Avrupa Birliği üyesi ülkeler Avrupa Birliği'nin kapılarını yeni ülkelere açma ve tek para birimine 1 Ocak 1999 tarihinde geçme kararını almışlardır. Maastricht Antlaşması'nda alınan kararların uygulanmasının ve yeni birtakım kararların alınmasının kaçınılmaz olduğunun görülmesi ile Avrupa Birliği zirvesi bu konuları görüşmek için 16-17 Haziran 1997'de Amsterdam'da toplanmıştır. Amsterdam Zirvesi, Maastricht kararlarının teyid edilmesi ve uygulamalardaki aksaklıkların giderilmesinin yanında yeni önemli birtakım kararların alındığı zirve olmuştur. Bunları şöyle özetlemek mümkündür:

- Avrupa Birliği vatandaşlığının tesisi,
- Özgürlüklerin geliştirilmesi,
- Güvenlik ve adaletin işleyişi ve yaygınlaşması,
- Birliğin kurumlarının düzenlenmesi,
- Daha sıkı işbirliği,
- Etkili ve ortak bir dış politika,

- Antlaşmaların düzenlenmesi ve basitleştirilmesi gibi konulara ilave olarak bazı yapısal değişikliklere gidilmiştir. Örneğin Avrupa Parlamentosu'nun yetkileri artırılmıştır. Uluslararası antlaşmaların parlamento onayının zorunlu olması, karar tasarılarındaki son söze sahip olan konseyin bu yetkisinin parlamentoya verilmesi, komisyon başkanının atanması için parlamento onayının zorunlu hale gelmesi, komiserlerin atanması için komisyon başkanıyla ortak yetkiye sahip olma hakkı dolayısıyla biri diğerrinin rızasını almadan bir komiser atayamaması gibi.

Ortak dış ve güvenlik politikalarında kararlar daha önce olduğu gibi oybirliği ile alınacak ancak çekimser kalanlar kararların çıkmasını engelleyemeyeceklerdir. Ama çekimser oylar üçte biri geçiyorsa bu karar geçersiz sayılacaktır. Avrupa

Konseyi ortak dış ve güvenlik politikaları ile ilgili alınan kararların uygulanmasını nitelikli çoğunlukla karar alabilecektir. Avrupa Birliği, savunma ve güvenlik politikalarına; kriz yönetimi, dış sınırların korunması ve insani amaçlı barış politikası ve eylemlerini eklemiştir. Avrupa Birliği vatandaşlığının ulusal vatandaşlıkları ortadan kaldırmadığı ancak tamamlayıcı olduğu belirtilmiştir. Amsterdam Antlaşması, daha çok sayıda sosyal, ekonomik, kurumsal ve politik kararlar almıştır. Avrupa Birliği üyeleri Roma Antlaşması'nda son önemli değişikliği Nice Antlaşması'yla yapmışlardır. 7-11 Aralık 2000 tarihinde Fransa'nın dönem başkanlığında liderler Fransa'nın Nice kentinde Avrupa Birliği'nde yapısal önemli değişiklikler yapmışlardır. Avrupa Birliği liderleri karar almada sorunlar yaşayan Birliğin karar almasını kolaylaştırmak için 29 önemli siyasi alanda daha oy birliğinden oy çokluğuna geçmişlerdir.

Avrupa Birliği Konseyi'ndeki oy dağılımı ile Avrupa Birliği Komisyonu'ndaki ülkelerin bulunduracağı üyelerin sayılarında da değişime gidilmiştir. Zira Bulgaristan ve Romanya'nın 2007 yılında Avrupa Birliği'ne tam üye olmasından dolayı yeni bir dağılım yapmışlardır. Avrupa Parlamentosu'nun 626 olan üye sayısı da 732'ye çıkartılmıştır. Ayrıca Amsterdam Antlaşması'nda kabul edilen Avrupa Birliği içinde sekizden fazla ülke anlaştıkları takdirde seçtikleri konuda daha yakın işbirliği ve entegrasyona gidebilme imkânı verilmiştir. Avrupa Birliği sürekli değişen, kendini yenileyen uluslar üstü bir örgüttür. Bu değişimin en önemli nedeni de bilindiği gibi Avrupa Birleşik Devletleri'ne dönüşme amacıdır. 1 Aralık 2009'da yürürlüğe giren Lizbon Konvansiyonu yeni bir takım değişiklikler getirse de Avrupa Birliği yanlılarını tatmin etmemiştir (Çakmak, 2010:21-25).

Avrupa Birliği kuruluşundan bugüne kadar altı kez büyümüştür. Altı kurucu üye ile kurulan Avrupa Birliği bugün itibari ile yirmi yedi üyeye sahiptir. Avrupa Birliği'nin ilk genişlemesi biraz sorunlu olmuştur. Zira İngiltere 1957 yılında temeli atılan Avrupa Birliği'ne katılmak istememiştir. Bunun en önemli nedeni de İngiltere'nin Avrupa'da devlete dönüşecek bir birlik değil ortak bir pazar kurulması taraftarı olması ve Almanya ile Fransa'nın öncülüğünü yaptığı bir girişime destek vermek istememesidir. Bu nedenle de Kasım 1959'da Stockholm Antlaşması ile Avusturya, İsveç, İsviçre, Portekiz, Danimarka, Norveç ve İngiltere Avrupa Serbest

Ticaret Birliği'ni kurmuşlar ve bu birlik Mayıs 1960'da yürürlüğe girmiştir. Dışarıdaki yediler olarak adlandırılan bu guruba Temmuz 1961'de Finlandiya ortak üye, Mart 1970'de İzlanda tam üye olarak katılmıştır. Ancak Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kuran altı ülkenin kararlılığı ve çabası, 1959'da Türkiye ve Yunanistan'ın üyelik başvuruları ve Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun iddialı hedefi Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun öne çıkmasına neden olmuştur. İngiltere Avrupa'da bir birlik fikrine karşı olduğu için dışarıda kalarak Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun büyümesine engel olamayacağını anladığından içine girerek engel olmak istemiştir. Bu nedenle de 1961'de iki taraf arasında görüşmeler başlamış ancak Fransa Cumhurbaşkanı General De Gaulle 14 Ocak 1963 tarihinde yaptığı bir konuşmada İngiltere'nin Roma Antlaşması koşullarını uygulamaya istekli olmadığını, İngiltere'nin katılmasıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun yapısal bir değişime uğrayacağını ve topluluğun niteliğinin değişeceğini, serbest ticaret alanına dönüşeceğini belirtmiştir. De Gaulle, İngiltere'nin 1961'deki başvurusunu 1963'te veto etmiştir. İrlanda ve İngiltere'nin başvurusundan bir gün sonra 11 Mayıs 1967'de Danimarka'da Avrupa Ekonomik Topluluğuna üyelik başvurusu yapmıştır. 21 Temmuz 1967'de ise Norveç Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üyelik başvurusu yapmıştır. İngiltere hariç bu üç ülkenin Avrupa Ekonomik Topluluğu'na girişinde bir engel yoktu dolayısıyla bu üç ülkenin giriş müzakereleri 1971'de tamamlanmıştır. Ancak Norveç 22 Eylül 1972'de Avrupa Ekonomik Topluluğu'na girişini halk oylamasına sunmuş ve halk hayır deyince Topluluğa girememiştir. Charles De Gaulle, Nisan 1969'da Fransa'da Anayasa değişikliği teklifinin halk tarafından reddedilmesi üzerine 28 Nisan 1989'da cumhurbaşkanlığından istifa etmiştir. Yerine Georges Pompidou seçilmiştir. Pompidou, İngiltere'nin Avrupa Ekonomik Topluluğu'na girişine Fransa'nın vetosunu kaldırmıştır. Böylece İngiltere, Danimarka ve İrlanda 1 Ocak 1973'de Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun tam üyesi olmuşlardır. Altı üyeli Avrupa Ekonomik Topluluğu dokuz üyeli olmuştur. Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun ikinci genişlemesi Yunanistan ile olmuştur. Yunanistan ise başvurusunu 15 Temmuz 1959'da yapmıştır. 9 Temmuz 1961'de Avrupa Ekonomik Topluluğu ile bir ortaklık antlaşması imzalamıştır. 1 Kasım 1962'de yürürlüğe giren bu ortaklık antlaşması 22 yıl sonra Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üyeliği öngörmekteydi ancak 21 Nisan 1967'de meydana gelen askeri darbe ilişkilerin

dondurulmasına neden olmuş öngörülen plan bozulmuştur. Temmuz 1974'te Türkiye'nin Kıbrıs çıkartması Albaylar Cuntası'nın iktidardan düşmesine neden olmuştur. Yunanistan 1975'te Avrupa Ekonomik Topluluğu'na tam üyelik için başvurusunu yapmıştır. Fransa'nın özellikle de Cumhurbaşkanı Valery Giscard d'Estaing'in, özel gayreti ile 1 Ocak 1981'de Avrupa Ekonomik Topluluğu'na tam üye olarak katılmıştır. Avrupa Birliği üçüncü genişlemesini 1986 yılında İspanya ve Portekiz'i tam üye yaparak gerçekleştirmiştir. Her iki ülke de Yunanistan'da olduğu gibi dikta rejimlerden sonra Avrupa Birliği'ne girme teşebbüsünde bulunmuşlardır. 1974'te Salazar'ın Portekiz'de, 1975'de Franco'nun İspanya'da ölümeleri nedeniyle iktidarlarının düşmesinden sonra demokrasiye geçmeleri ile Avrupa Birliği'nde yer almak istemişlerdir. İspanya 28 Temmuz 1977'de Topluluğa tam üyelik için başvurmuştur. Avrupa Komisyonu İspanya'nın ekonomik geriliği ve kalabalık nüfusu nedeniyle Avrupa Konseyi'ne tam üyelik için olumsuz rapor vermiştir. Ancak Fransa'nın büyük destek vermesi ve İspanya'da demokrasinin yerleşmesi için İspanya'nın Topluluğa tam üyeliği benimsenmiştir. Avrupa Konseyi'nin siyasi kararı ile İspanya, Avrupa Birliği'ne 1 Ocak 1986'da tam üye olmuştur. İspanya'nın tarım ağırlıklı üretim yapısı Avrupa Birliği'nin tarım politikalarını olumsuz etkileyebileceğinden tarım sektöründe on yıllık bir geçiş dönemi öngörülmüştür. Katılım antlaşması yedi yıllık bir “uyum dönemi” benimsemiştir. Avrupa bazı ürünlerdeki kotaları dört yılda kaldıracağı hakkını kabul etmiş buna karşılık İspanya'da Avrupa Birliği için hassas ürünlerden olan demir çelik ve tekstilde Birliğe yönelik ihracatında bir kısıtlamayı kabul etmiştir.

Portekiz'in Birliğe katılması İspanya ile aynı gerekçeye dayanmaktaydı. Demokrasinin yerleşmesi ve süreklilik kazanması için Avrupa Birliği'ne katılması gerekiyordu. Portekiz, İspanya'ya göre ekonomik ve demografik olarak daha küçük olduğu için Birliğe katılımı da sorunsuz olmuştur. Ayrıca Portekiz Avrupa Serbest Ticaret Birliği'nin üyesi olduğu için birtakım ekonomik kolaylıklardan istifade etmekteydi. Portekiz Birliğe 28 Mart 1977'de tam üyelik başvurusu yapmış ve 1 Ocak 1986'da İspanya ile birlikte tam üye olmuştur.

Avrupa Birliği dördüncü genişlemesini Avrupa'nın en kalkınmış ülkelerini içine alarak yapmıştır. İsveç, Finlandiya ve Avusturya'nın kalkınmışlık derecesi,

demokrasisi ve hayat seviyesi diğer birlik ülkeleriyle eş değer olmasından dolayı katılımları sorunsuz olmuştur. Avusturya 17 Temmuz 1989'da, İsveç 1 Temmuz 1991'de, Finlandiya 18 Mart 1992'de tam üyelik için başvuru yapmışlardır. Ayrıca Norveç de 25 Kasım 1992'de tam üyelik başvurusunu yapmış, 5 Nisan 1993'te müzakereler başlamıştır. 4 Mayıs 1994'de Avrupa Birliği dört Avrupalı ülkenin (İsveç, Finlandiya, Avusturya ve Norveç) 1 Ocak 1995'de Avrupa Birliği'ne tam üye olarak girmelerini onaylamıştır. Ancak Norveç'te yapılan halk oylamasının Avrupa Birliği'ne girişe hayır çıkması ile Norveç Avrupa Birliği'nin dışında kalmış, diğer üç ülke 1 Ocak 1995'den itibaren Avrupa Birliği'nin tam üyesi olmuşlardır. Böylece Avrupa'nın soğuk savaş sonrası ilk genişlemesi gerçekleşmiştir.

Avrupa Birliği beşinci ve en büyük genişlemesini 2004 yılında yapmıştır. Bu genişlemenin diğerlerinden farklı önemli bir özelliği vardır. Avrupa Birliği içine eski Doğu Bloğu üyesi Doğu Avrupalı ülkeleri tam üye kabul ederek bir dönemin gerçekten kapandığının sağlamasını yapmıştır. Doğu Bloğu'nun çökmesi ile özgürlüğüne kavuşan Avrupalı ülkeler batı Avrupalı uluslararası örgütlenmeler içerisinde hemen yer almak istemişlerdir. Bunun nedeni Rusların tekrar güçlenerek geri dönüp özgürlüklerini tekrar almalarından korkmaları ve büyük bir ekonomik kriz içine düşmüş olmalarıdır. Bu krizi hafif atlatmak ve ekonomilerini düzelterek refaha kavuşmak, illegal güçleri önlemek, demokrasilerini yerleştirmek ve kalıcı kılmak, nihayetinde Doğu-Batı arasındaki güvensizliği ortadan kaldırarak barış içinde bir Avrupa kurmaktır. Avrupa Birliği de aynı gerekçelerle Doğu Bloğu'nun eski üyelerini içine almak istemiştir. Bu genişleme sürecinde on ülke Avrupa Birliği'ne girmiştir. Bu ülkelerden sekizi eski Doğu Bloğu ülkeleri arasındandır. Diğer iki ülke ise Kıbrıs Rum Kesimi ve Malta'dır. Avrupa Birliği'nin yeni üyeleri 1 Mayıs 2004 tarihi itibarı ile şunlardır: Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Estonya, Letonya, Litvanya, Slovakya, Slovenya, Kıbrıs Rum Kesimi ve Malta.

Avrupa Birliği altıncı büyümesini eski Doğu Bloğu ülkelerinden olan Romanya ve Bulgaristan'ı Birliğe katarak gerçekleştirmiştir. Romanya ve Bulgaristan 1 Ocak 2007 yılında Avrupa Birliği'ne katılarak genişleme sürecini devam ettirmişlerdir. Avrupa Birliği bu genişleme süreciyle 27 üyeli hale gelmiştir (Çakmak, 2010: 26-28).

2.1.3. Genişleme Sürecinde Türkiye-Avrupa Birliği İlişkileri

Türkiye Avrupa Birliği ilişkileri sürecinde 90'larla beraber yeni bir döneme girilmiştir. Çünkü Avrupa Birliği'nin yeni genişleme dalgası içinde yer almak isteyen Türkiye çabalarını adaylık üzerine yoğunlaştırmıştır.

2.1.4. Helsinki Zirvesi Öncesi İlişkiler

Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ilişkileri 1990'lı yıllara sorunlu bir şekilde girmiştir. Avrupa Parlamentosu'nun 28 Eylül 1994'te ikili ilişkileri askıya alması ardından Lüksemburg zirvesi öncesinde Avrupa Parlamentosu, Türkiye'yi genişleme sürecine almayarak imtiyazlı ortaklık teklifi önermiş, Genel Kurul'da Yeşiller ve diğer bazı radikal grupların Türkiye'ye karşı ayrımcılık yapılmaması ile ilgili önerileri de reddedilmiştir (Karluk, 1998: 377).

Aynı yıl Avrupa Birliği'nin geleceğini belirleyen Lüksemburg Zirvesi'nde, Avrupa Birliği'ne katılma başvurusunda bulunan on MDA ülkeleri ile Güney Kıbrıs Rum kesimini içine alan katılma sürecine Türkiye dahil edilmemiştir. Lüksemburg Zirvesi'nde başlatılan genişleme süreci kapsamında GKRY ve on Orta ve Doğu Avrupa devleti ile görüşmelerin başlatılacağı ilan edilmiştir. Türkiye ise aday ülkeler içerisinde sayılmamış ve genişleme içerisine dahil edilmemiştir. (Karluk, 1998: 127)

Lüksemburg Zirvesi ile başlayan sürece Türkiye'nin dahil edilmemesi Türkiye'de büyük hayal kırıklığı yaratsa da, ortaya çıkan bu durumda, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ilişkilerini sağlam temellere dayandırmaması da etkili olmuştur. Baykal ve Arat'ın ifadesiyle "Türkiye; temel hedef olarak Avrupa Birliği'ne tam üyeliği belirlerken, Avrupa Birliği Türkiye'yi bölgede önemli ve kendisi ile iyi ilişkiler yürütülmesi zorunlu bir ekonomik ve siyasi aktör olarak görüyor, ancak daha ileri bir açılımı gerekli görmüyordu" (Baykal ve Arat, 2001: 347).

Bu dönemde Türkiye ve Avrupa Birliği arasında imzalanan Ankara Antlaşması ve Katma Protokol'ün bir gereği olarak, 6 Mart 1995'te Türkiye Avrupa Birliği Ortaklık Konseyi kararı niteliğindeki belge imzalanmış ve böylece taraflar arasında gümrük birliği kurulmuştur. Türkiye Ankara Antlaşmasına ve 1995'teki Ortaklık Konseyi kararına göre Avrupa Birliği'ne tam üye olmaksızın gümrük birliği içinde

olan tek ülke olmuştur ve bu süreç devam etmektedir. Toplumda eleştirilere rağmen, gümrük birliği kararı dönemin hükümeti tarafından Türkiye'nin artık Avrupalı olarak ilan edildiğinin ispatı olarak sunulmuştur.

2.1.5. Helsinki Zirvesi Sürecinde İlişkiler

Lüksemburg zirvesi sonrasında Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkiler kopma noktasına gelmiştir. Tepki olarak, Kıbrıs sorunu, Yunanistan ile ilişkiler ve insan hakları alanlarında Avrupa Birliği ile siyasi ilişkilerini donduran Ankara, Gümrük Birliği antlaşmasının gereklerini yerine getirmeye devam etmiştir. Geçen zaman sürecinde Cardiff, Viyana, Köln Zirvelerinden sonra Avrupa Birliği'nin 13 Ekim 1999 tarihli ilerleme raporunda belirtilen bir kısım siyasi şartların yerine getirilmesi talepleri ile birlikte, Türkiye'nin aday ülke olması raporda önerilmiştir. Avrupa Birliği'nin Lüksemburg Zirvesi kararları sonrasında değişen bu politika değişikliğinde birçok faktör rol oynamıştır. Baykal ve Arat değişen bu koşulları şu şekilde maddeleştirmiştir (Baykal ve Arat, 2001: 352):

- İlk olarak 1999'da Kosova'ya uluslararası müdahale ve Kafkas enerji kaynaklarının öneminin anlaşılması ile Türkiye'nin stratejik konumunun yeniden ön plana çıkarılmasıdır.
- İkinci olarak Avrupa Birliği'nin uygulamaya koymaya çalıştığı Avrupa Güvenlik ve Savunma Politikası için, Türkiye'nin NATO Konseyi'ndeki veto yetkisi dolayısıyla yakın tutulmak istenmesidir.
- Üçüncü olarak Avrupa Birliği'nin genişleme sürecinde Amerika Birleşik Devletleri'nin Türkiye adına yaptığı girişimlerdir. Özellikle Avrupa Birliği'nin NATO'nun yanında yeni bir güvenlik şemsiye oluşturma hedefi karşısında, Amerika Birleşik Devletleri müttefik olarak gördüğü Türkiye'ye destek sağlamasıdır.
- Dördüncü olarak Avrupa Birliği üye ülkelerinde muhafazakar/merkez sağ ve Türkiye'nin üyeliğine karşı çıkan partilerin iktidarlarını kaybetmeleri, Türkiye'ye yönelik tutumda ciddi değişikliklere yol açmıştır.

- Beşincisi, Yunanistan'ın politikasında meydana gelen değişimdir. Avrupa Para Birliği'ne dahil olmak için, hükümetin güvenlik harcamalarını kısıması gerekliliği ile hükümet Türkiye'yi Avrupa Birliği ekseninde tutarak bunu başarmak istemiştir. Ayrıca Lüksemburg Zirvesi ardından Türkiye'nin ilişkileri dondurması ile bölgede iki ülke sorunlarını Avrupa Birliği aracılığıyla baskı yapma hedefindeki Yunanistan tavrı değiştirmek durumunda kalmıştır.
- Son olarak Abdullah Öcalan'ın yakalanışı ile terörün önemli oranda azalması ve ekonomik ve siyasal açıdan nispeten istikrarlı ortamın yakalanması da, Helsinki kararlarında etkili olmuştur.

2.1.6. Helsinki Zirvesi Sonrası Yaşanan Gelişmeler

Helsinki Zirvesi sonrasında Avrupa Birliği Türkiye ilişkileri yoğun bir sürece girmiştir ve Avrupa Birliği müktesebatının üstlenilmesine ilişkin reformlar, ilerleme raporları, Katılım Ortaklığı Belgesi ve Ulusal Programın ilanı ile Türkiye'nin Avrupa Birliği rayına girdiği kabul edilmiştir. Bu kapsamda Avrupa Birliği ve Türkiye arasında yaşanan gelişmeler kısaca değerlendirilecektir.

2.1.6.1. Katılım Ortaklığı Belgesi

Türkiye- Avrupa Birliği ilişkilerinde, Helsinki zirvesinde Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne adaylığının resmen kabul edilmesinden sonra yaşanan önemli bir gelişme de Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için katılım ortaklığı belgesinin hazırlanmasıdır. Türkiye'nin adaylık sürecinde Avrupa Birliği müktesebatına uyum sağlamak amacıyla her alanda neler yapması gerektiğini kısa ve orta vadeli hedefler olarak belirleyen katılım ortaklığı belgesi, Avrupa Birliği Komisyon'u tarafından 8 Kasım 2000 tarihinde açıklanmıştır. Bu belge değişikliklerle birlikte 7-11 Aralık 2000'de yapılan Nice zirvesinde uygun bulunmuştur.

2.1.6.2. 2002 Kopenhag Zirvesi

Helsinki Zirvesi sonrasında gerçekleştirilen Kopenhag Zirvesi ilişkilerde yeni bir dönemeç olmuştur. Zirve sonrasında Avrupa Birliği'nin Komisyon'un Aralık 2004'te açıklayacağı rapor ve tavsiye kararı sonrasında Türkiye'nin Kopenhag kriterlerini karşılaması halinde müzakerelerin başlatılacağı açıklanmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği, katılım öncesi mali yardımların arttırılarak bunun bütçe içerisindeki katılım öncesi giderleri ile karşılanmasını da kabul etmiştir (Copenhagen European Council Presidency Conclusion, 2012).

2.1.6.3. 2004 Brüksel Zirvesi

17 Aralık 2004 tarihli Brüksel Zirvesi de Avrupa Birliği Türkiye ilişkilerinde önemli bir yere sahiptir. Bu zirvede Komisyon'un kararı beklenmiş ve zirve sonucunda 3 Ekim 2005'te müzakerelerin başlatılması kararı verilmiştir. Bu süreçte Türkiye Aralık 2002'de alınan karar doğrultusunda birçok uyum paketini hayata geçirmiştir. Düzenli ilerleme raporlarında da belirgin eksiklikler olsa da, Türkiye'nin çok önemli gelişmeler kaydettiği açıklanmıştır. Bu kapsamda, Zirve'nin sonuç bildirgesinde yeni adaylarla müzakerelerin yürütülmesi için belirlenen çerçeve uyarınca (Avrupa Birliği Zirve Sonuç Bildirisi, 2012):

Avrupa Birliği Konseyi, Helsinki'de, Türkiye'nin diğer aday ülkelere uygulanan aynı kriterler temelinde Birliğe katılması mukadder bir aday ülke olduğu üzerinde mutabık kaldığını ve bilahare Aralık 2004'teki toplantısında, Türkiye'nin Kopenhag siyasi kriterlerini yerine getirdiğinin Komisyon'un hazırladığı bir rapor ve tavsiyeye dayanarak kararlaştırması halinde, Avrupa Birliği'nin Türkiye'yle katılım müzakerelerini gecikmeksizin başlatacağına ilişkin olarak Türkiye hakkında kabul ettiği geçmiş sonuç bildirilerini göz önünde bulundurmıştır.

Avrupa Birliği Konseyi, Türkiye'nin geniş kapsamlı reform sürecinde kaydettiği belirleyici ilerlemeyi memnuniyetle karşıladı ve Türkiye'nin reform sürecini devam ettirmesine olan güvenini ifade etmiştir. Konsey ayrıca, Türkiye'nin Komisyon tarafından belirlenen altı yasal düzenlemeyi yürürlüğe koyma yolundaki çabalarını etkin bir şekilde sürdürmesini beklemektedir. Siyasi reform sürecini geriye dönülmez

kılmayı ve özellikle temel özgürlükler ve insan haklarına tam saygı açısından reformların tam, etkin ve kapsamlı olarak bir uygulanmasını teminat almak amacıyla, bu süreç, işkence ve kötü muameleye karşı sıfır hoşgörü politikasının uygulanması da dahil, Komisyonun 2004 rapor ve tavsiyesinde endişe kaynağı olarak belirlenen tüm noktaları ele alarak Konsey'e düzenli olarak rapor sunmayı sürdürmeye çağrılan Komisyon tarafından yakından izlenmeye devam edileceği bildirilmiştir. Avrupa Birliği, reform sürecindeki öncelikleri ortaya koyan Katılım Ortaklığı temelinde siyasi reformlardaki ilerlemeyi yakından izlemeye devam edeceğini belirtmiştir.

Avrupa Birliği Konseyi, Birliğe on yeni üye devletin katılmış olduğunu göz önünde bulundurarak, Türkiye'nin, Ankara Antlaşması'nın uyarlanmasına yönelik Protokolü imzalama kararını memnuniyetle karşılamıştır. Avrupa Birliği Konseyi bu bağlamda, "Türk Hükümeti, müzakerelerin fiilen başlamasından önce ve Avrupa Birliği'nin mevcut üyeliğine dair uyarlamalar üzerinde anlaşmaya varılarak sonuçlandırıldıktan sonra, Ankara Anlaşması'nın uyarlanmasına ilişkin Protokolü imzalamaya hazırdır" şeklinde Türkiye tarafından yapılan beyandan da ayrıca memnuniyet duymuştur.

Avrupa Birliği Konseyi, iyi komşuluk ilişkilerine koşulsuz bağlılık ihtiyacını vurgulayarak, Türkiye'nin komşularıyla ilişkilerinde kaydedilen iyileşmeyi ve Birleşmiş Milletler Sözleşmesinde yer alan anlaşmazlıkların barışçı yollarla çözümlenmesi ilkesine uygun olarak, henüz çözümlenmemiş sınır anlaşmazlıklarının çözümlenmesine yönelik olarak ilgili üye ülkelerle çalışmaya devam etmeye hazır olmasını memnuniyetle karşılamıştır. Avrupa Birliği Konseyi, önceki Sonuçlara, özellikle bu konudaki Helsinki Sonuçlarına uygun olarak, henüz çözümlenmemiş sorunlara ilişkin durumu gözden geçirdi ve bu amaca yönelik istikşafi görüşmeleri memnuniyetle karşılanmıştır. Konsey, bununla irtibatlı olarak, katılım süreci üzerinde yansımaları olan çözülmemiş anlaşmazlıkların gerektiği takdirde çözüm bulunması amacıyla Uluslararası Adalet Divanına getirilmesi gerektiğine dair görüşünü teyit etmiştir. Avrupa Birliği Konseyi, uygun gördüğü şekilde gözden geçirmek üzere, kaydedilen gelişmelerden haberdar edecektir.

Avrupa Birliği Konseyi Avrupa Parlamentosu'nun 15 Aralık 2004 tarihinde kabul edilen kararını not etmiştir.

Avrupa Birliği Konseyi, Komisyon tarafından belirlenen altı Kanunun Kabul edilmesinden memnuniyet duyduğunu belirtmiştir. Yukarıda yazılanlar ile Komisyon raporu ve tavsiyesi ışığında, Komisyon tarafından belirlenen altı kanunu yürürlüğe koyması şartıyla, Türkiye'nin Kopenhag siyasi kriterlerini müzakereleri açmak için yeterli ölçüde karşıladığına karar vermiştir.

Avrupa Birliği Konseyi, Komisyonu, 23. paragraf temelinde Türkiye'yle müzakerelerin çerçevesi hakkında bir öneri sunmaya davet etmiştir. 3 Ekim 2005 tarihinde müzakereleri açmak üzere, Konsey'i bu müzakere çerçevesi üzerinde anlaşma sağlamaya çağırmıştır.

2.2. Avrupa Birliği'nin Derinleşme Süreci

Avrupalı ideologların ve Avrupa Birliği projesi üzerine fikir yürütenlerin çoktan vazgeçmiş olduğu “Avrupa'nın tanımlanması sorunsalı”, 2000'li yıllardan itibaren birliğin gündemine yeniden oturmuştur. Elbette ki, Avrupa Birliği'nin gelecekteki federal ya da konfederal yapısına ilişkin öneriler, Merkezi ve Doğu Avrupa'yı kapsayan genişleme sürecini başlatması, ulus devletlerin egemenlik devri konusunun sınırının ne olduğu gibi tartışmalar Avrupa'nın değerleri, sınırları, kimliği ve birliğin derinleşmesi gibi konuları beraberinde getirmiştir.

Bütünleşmelerin teknokratik düzeyde sağlanabileceği düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Uluslararası ilişkilerin idealist teorisinden etkilenen ve savaşların ortadan kaldırılması için bazı koşulların yaratılması gerektiğini savunan teorinin en önemli savunucu David Mitrany olmuştur. İşlevselciliğe bütünleşme kuramı çerçevesinde bakan Mitrany'ye göre, siyasal kaygılardan uzaklaşarak bütünleşmeye işlevselci bakış açısı ile bakmak Avrupa'da barışı sağlayacaktır (Açıkmeşe, 2004: 5). Teorinin genel savları şu şekilde özetlenebilecektir (Açıkmeşe, 2004: 6):

- Uluslararası ortamda teknik konular önem kazanmaya başlamıştır.
- Teknik sorunlara uluslararası düzeyde çözüm bulunması amacıyla siyasal kaygılardan uzak, teknik işlevleri yerine getirmekle sorumlu uluslararası örgütler kurulmalıdır.

- Ulus-devletler bazı fonksiyonları yerine getirmek için güç ve yetki sahibi otoritelere yetki devredeceklerdir.
- Dallanma görüşü kapsamında fonksiyonel örgütlenme diğer alanları da etkileyecektir. Örneğin ortak pazar; ücret, fiyat, sigortacılık, sosyal güvenlik gibi konularda benzer yapılanmaları ortaya çıkaracaktır.
- Siyaset asimile edilerek bir Dünya Toplumu yaratılacak ve kalıcı barış sağlanacaktır.

Genel bir değerlendirme ile barışı sağlamak için yola çıkan işlevselci teori, araç olarak işlevsel nitelikli uluslararası/uluslar üstü örgütleri kullanmaktadır. Bu kapsamda 1952’de faaliyete geçen AKÇT işlevselciliğin varsayımlarının en önemli örneği kabul edilmiştir. Teorinin hipotezleri uygulandığında, savaşın hammaddesi olan kömür ve çelik sektörlerinde teknik düzeyde bütünleşmeye gidilmesi bu devletlerarasındaki savaş olasılığını ortadan kaldıracaktır. (Açıkmeşe, 2004: 6)

Yeni işlevselcilik kuramı işlevselcilik tartışmaların sonucunda doğmuş eski işlevselciliğe oranla çok daha gerçekçi bir kuramdır ancak yinede işlevsel teorisinin devamı sayılmaktadır. 1950’ler ve 60’lar boyunca Avrupa bütünleşme fikrini açıklamak için geliştirilmiştir. Bu kuram sayesinde mevcut bütünleşme teorileri gözden geçirilmiş, sınanmıştır.

Yeni işlevselci teori federalist ve işlevselci akımların mirasçısı niteliğindedir ve İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa’da bütünleşme hedefine yönelik çalışmalar yürüten elitlerin çalışmalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Ernst Haas tarafından ortaya konulan yeni işlevselci teori ve Avrupa bütünleşmesinin fikir babalarının teorilerinin aynı olması tesadüf sayılmamaktadır. Haas dışında, Schmitter, Lindberg, Nye, Keohane ve Scheineman yeni-işlevselciliği irdeleyen düşünürler olmuştur. (Açıkmeşe, 2004: 7)

Ulusal ekonomilerin zaman içerisinde bütünleşeceği ve bütünleşmenin artması ile Avrupa’da kurumsallaşmasının artmasına gereksinim duyulacağı söylenmiştir. Bu nedenle siyasal bütünleşme ve devletler üstü kurumlar ekonomik bütünleşmenin bir etkisi olarak ortaya çıkmıştır. Buna göre, bir alandaki işbirliğinin başka bir alana

taşınması (spill-over) bütünleşme sürecinin en önemli aşamasıdır ve bütünleşmenin yaygınlaşacağını açıklamaktadır (Karacasulu, 2007: 87).

Ulus üstü siyasi yapılar kurmanın yolu Mitranı'nın önerdiği gibi teknokrasinin otomatik işleyişinde değil; kendi amaçlarını gerçekleştirmeye çalışan bilinçli aktörlerin faaliyetlerinde gizlidir. "Söz konusu aktörler; hem ulus ötesi, hem de devlet yapısında yer alan çıkar grupları, siyasi partiler ve bölgesel kurumlardır. Bu kurumlar, çıkar gruplarının gelişimini destekleyerek ve teknokratlarla aralarında iletişim kurarak bütünleşmeyi teşvik ederler. Kurama göre bu süreçte hükümetlerin görevi daha çok tepkisel olup, devlet içi ya da devlet üstü baskıları, talepleri dengelemektir.

Yeni işlevselcilik kapsamında, devletler üzerinde karar verme mekanizmasının işleminin, yerel teknokrasilerin özelliklerini kazanmalarına bağlı olacağı düşünülmüştür. Buna göre bütünleşmenin üyesi olan devletler yerel belirleyicileri lobicilik yoluyla bütünleşmeye zorlamaktadır. Bu yolla hükümetler anlaşma yoluyla yetkilerini uluslar üstü örgütlere devredeceklerdir.

Yeni işlevselciliğin varsayımları, Avrupa bütünleşmesinin elde ettiği başarıyı ikna edici bir şekilde açıklasa da, Avrupa'daki bütünleşme sürecine yönelik iddialı öngörülerini tam olarak gerçekleştirememiştir. 1960'lar ve 1970'lerde, kuramın öngördüğü gibi derin bütünleşmeyi teşvik eden yayılma etkisinin yarattığı teknokratik yönetimin merkezileşmesi yönünde baskılar değil, konulara ve ülkelere göre farklılık gösteren sonuçlar ortaya çıkmıştır. Yeni işlevselciliğin değişkenleri içinde yer almayan ekonomik kriz, jeopolitik önem ve küresel gelişmelere tepki gibi dış faktörler nedeniyle bazı alanlar geri kalmış iken, bazı alanlarda büyük artışlar yaşanmıştır (Dinan, 2005: 278).

Siyasal gerçekçi (realistler) anlayışa göre, amaçlarını gerçekleştirmek isteyen rasyonel devletin davranışları uluslararası sistemin çatışmaya yatkın ve anarşik doğası tarafından belirlenir. Avrupa Birliği projesi de bu doğrultuda ele alınabilir. Yani, sistemden devletlere doğru tek taraflı bir iletişim kanalı mevcuttur. Ancak sosyal inşacılığa göre, devletlerden sisteme, sistemden devlete doğru karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bu da Avrupa Birliği'nin sadece ulus devletlerden oluşan

bir birim olmadığının göstergesidir. Çünkü Avrupa Birliği'nin yapısı özellikle 1980'li yıllardan itibaren sosyal bir niteliktedir. Bu nedenle, sosyal inşacılık Avrupa Birliği için öngördüğü sosyal inşa dinamik bir süreci ifade etmektedir (Rosamond, 2000: 170–174, Wendt, 1999: 391–398).

Wendt'e göre, uluslararası sistemle sürekli ve karşılıklı bir ilişki içinde olan devletlerin kimlikleri en temel amaçlardandır. Mevcut kimlikler ise sosyal konulara bağlıdır. Çünkü devletler kendi amaçları ve çıkarlarını gerçekleştirirken, sadece güç ve askeri amaçları değil kendi kimliklerine uygun olarak da davranmaktadır (Wendt (1999: 403–407).

2.3. Avrupa Birliği Ortak Politikaları

Avrupa ülkeler Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kurduktan sonra bu topluluğun yetersiz olduğunu görmüş ve Birlik olma yolunda adımlar atmıştır. Bu ülkelerin sadece "Ekonomi" alt başlığını temsil eden bir yapı yerine daha geniş kapsamlı ortak politikaları olan bir birlik kurma isteği sonucunda Avrupa Birliği doğmuştur.

Bu bölümde genel hatları ile Avrupa Birliği ortak politikaları anlatılacak ve kabul edilen ortak politikaların altında yatan temel mantık incelenmeye çalışılacaktır.

2.3.1.Ortak Ticaret Politikası

Roma Antlaşması'nın 110-116. maddeleri üye ülkelerin ortak ticaret politikasını belirlemiştir. 114 ve 116. maddeler 1992 Maastricht Antlaşması'yla iptal edilmiştir. 113 ve 115. maddeler ise değişime uğramıştır. 110. madde ise gümrük birliğinin kurulması ve dünya ticaretinin gelişmesi için engellerin ve kısıtlamaların kaldırılması için çalışmayı kabul etmiştir. Amsterdam Antlaşması'yla 113. madde değiştirilerek daha geniş kapsamlı yapılmıştır. Ortak ticaret politikasının yanında, hizmetler, fikri mülkiyet hakkıyla ilgili uluslararası müzakereler ve antlaşmalarda 113. madde kapsamına alınmıştır. Ortak ticaret politikası sonucu 1968'de Gümrük Birliği 1992 yılında ise ortak pazara geçiş tamamlanmıştır. Bu iki aşamanın sonucu üye devletler tarife dışı engeller, kotalar, tarifeler ve benzeri konulardaki yetkilerini

Avrupa Birliği organlarına devretmişlerdir. Bu organların başında Komisyon ve Konsey gelmektedir. Bu iki organ Avrupa Birliği'nin dış ticaretinin dzenlenmesinde de yetkilidir. Avrupa Birliği üçüncü ölkelere ortak gümrük tarifesi, ortak kurallar, dampingli ithalata karşı üye devletler adına uğraşır. İhracat Avrupa Birliği üyesi ölkeler için serbesttir. Ancak temel maddelerde sorun olduğu takdirde kısıtlamaya gitme hakkı vardır. Ortak ticaret Avrupa Birliği'nin bütünleşmesinin en önemli faktörlerinden birisidir. Avrupa Birliği sadece kendi içinde değil aynı zamanda dünya ticaretinin serbestleşmesi içinde çabalar sarf etmektedir (Çakmak, 2010:65-66).

Avrupa Birliği tek pazar kapsamında amaçlarına ulaşmak için ortak ticaret politikasının araçlarını da benimsemiştir. Buna göre gümrük birliği bu araçların başında yer almıştır. Bunun dışında ithalata yönelik ticari korumaları, ithalatın dzenlenmesine ilişkin kurallar ve tercihler sistemi de bu araçlar içerisinde kabul edilmektedir. Bu açıdan ortak ticaret politikası oluşturulması sürecinde Roma Antlaşması'nın önemli katkıları olmuştur.

Ortak ticaret politikası Maastricht Antlaşması sonrasında da Topluluğun ve dolayısıyla Avrupa Birliği'nin en etkili dış ilişkiler araçlarından biri olmaya devam etmektedir. Birliğin üçüncü ölkelerle olan ilişkilerinde ekonomik ve siyasi boyutlar aynı bütünün parçası konumundadır. Özellikle uluslararası politikanın çatışma noktasına gelen sorunları kapsamında Birlik daha önceden de olduğu gibi bir dış politika aracı olarak ekonomik yaptırımları gündeme getirmektedir (Kaleağası, 1995: 58).

2.3.2. Ortak Tarım Politikası

Avrupa Ekonomi Topluluğunu kuran Roma Antlaşması, üye ölkeler arasında ticaretin serbestleştirilmesini temel ilke olarak benimsemiş ve GATT kurallarına uygun olarak gümrük birliğinin yaratılmasını amaçlamıştır. 1951 yılında kurulan Avrupa Kömür Çelik Topluluğu, sanayi sektöründe önemli yeri olan kömür ve çelik ürünlerinde, üyeleri arasında bir ortak pazarı gerçekteşirmiştir. Diğer sanayi ürünlerindeki gümrük tarifeleri de çok düşük düzeylere indirilmiş ve miktar

kısıtlamaları önemli ölçüde azaltılmıştır. Bu nedenle sanayi ürünlerinde gümrük birliğinin sağlanması önemli bir sorun yaratmamıştır.

Avrupa Birliği'nde tarım sektörü, üye ekonomiler ile politikalar açısından çok önemli bir yere sahiptir. Tarım, Birliğin gıda ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir sektördür. Ayrıca değişebilen şartlara bağlı olan, üretimi istenilen düzeyde tutmak ve önemli bir kesimin gelirlerinde dalgalanma yaratmamak gerekir. Çünkü birliğin çiftçi nüfusunun gelirleri ve bir yerde Birlik halkının önemli bir kesiminin refahı, doğrudan izlenecek politikalara bağlıdır. Dolayısıyla ortak tarım politikası, Birliğin diğer ortak politikaları arasında en önemli yere sahiptir.

1950'lerin ortalarında altı üye Topluluğun 65 milyon hektar tarımda kullanılabilir alanı ve tarımda çalışan 18 milyonluk bir nüfusu vardı. Ortak bir tarım politikası ile; piyasaların açılması, arzın istikrara kavuşturulması ve geniş bir pazar içinde ortaya çıkacak avantajların optimum kullanımı şeklinde yararlar sağlanması düşünülmüştür. İkinci Dünya Savaşı sırasında gıda maddelerinin kıtlığından doğan sıkıntıları yaşayan Avrupa ülkeleri, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kurarken, tarım sektöründe verimliliğin artırılması ve kendi kendilerine yeterliliği gerçekleştirmeyi hedeflemişlerdir. Bu hedef doğrultusunda, 1962 yılında tüm üye ülkeler için uyulması zorunlu olan Ortak Tarım Politikası benimsenmiştir. Avrupa Birliği üyesi ülkelerin tarım politikalarının gerek ekonomik, gerek siyasi anlamda ortak bir çerçevede yönetilmesi esasına dayanan Ortak Tarım Politikası, Avrupa Birliği'nin ilk ortak politikasıdır. Birlik bütçesinin yarısını oluşturan Ortak Tarım Politikası, Avrupa Birliği'nin en önemli politikalarından biridir.

Tüm bu etkenlerin bir araya gelmesi ile üye ülkeler tarafından gerekliliğine karar verilen ve Roma Antlaşması'nın 38-47 nci maddeleriyle yasal çerçevesi belirlenen Ortak Tarım Politikası, 1962 yılında ilk ortak piyasa düzeninin oluşturulması ile resmen hayata geçirilmiştir.

Ortak Tarım Politikaları'nın amaçları 33. maddede şöyle belirtilmiştir:

Teknik ilerlemenin özendirilmesi, tarımsal üretimin rasyonelleştirilmesi ve üretim faktörlerinin, özellikle işgücünün en uygun kullanımının ve verimliliğinin artırılması sağlanmalıdır. Tarımsal nüfusun yaşam düzeyinin, özellikle tarımda

Çalışanların gelirlerinin arttırılması yoluyla yükseltilmelidir. Piyasalarda istikrar sağlanmalıdır. Düzenli ürün arzının garanti altına alınması gerekmektedir. Tarım ürünlerinin tüketicilere uygun fiyatlarla ulaştırılmasının sağlanması gereklidir.

Tarım Sektörünün Ortak Finansmanı: Tarım Fonu

Birlik içinde özellikle ortak fiyat politikasının uygulanması, tarım sektörünün ortaklaşa finansmanını gerektirir. Böylece ortak mali sorumluluk üyeler tarafından paylaşılır. Diğer bir deyişle, ortak tarım politikasının gerektirdiği fonlar üye ülkelerce birlikte sağlanır. Bu politikanın sonucunda elde edilen gelirler, Birliğin öz kaynağını oluşturur. Roma Antlaşması'nın 40'ncı maddesi, ortak mali sorumluluğun Birlik içinde gerçekleştirilmesine ilişkindir. 40-43'ncü madde çerçevesinde yapılan alışmalar, Ocak 1962 tarihinde sonuçlandırılmış ve 4 Nisan 1962 tarihinde Topluluğu kuran altı üye ülke Avrupa Tarımsal Yön verme ve Garanti Fonu'nu kurmuştur.

Fon Birliğin yüksek fiyatlı destekleme politikasının finansmanını sağlar. Gelirleri şunlardır:

Ortak piyasa düzeni kapsamına giren tarım ürünleri ithalatına konan vergiler, ortak piyasa düzeni içindeki şeker vergileri, süt üreticilerinin ödedikleri katkı payları, üretim kotaları üzerindeki üretimlerden alınan ek fon, tahıllardan alınan karşılıklı sorumluluk vergisi.

Bu fon aslında bağımsız bir fon ise de, Birlik bütçesinin ayrılmaz bir parçasıdır ve bütçe harcamalarının ortalama üçte ikisini kapsar. Bu harcamalar, sanılanın aksine Birliğin gelişmiş üyelerinde daha fazladır. 1986 yılında fon yardımlarının % 7,8'i Yunanistan, Portekiz ve İşpanya gibi nispeten Birliğin daha az gelişmiş üyelerine gitmiştir. Almanya'nın payı % 19,7, Fransa'nın payı ise % 24,6 olmuştur. Ortalama olarak fondan yapılan yardımlardan beşte bir oranında payı İtalya, Fransa ve Almanya; onda bir payı ise İngiltere ve Hollanda almaktadır. Tarım fonu 1964 yılında ikiye bölünmüş ve böylece garanti ve yön verme bölümleri ortaya çıkmıştır.

Ortak Tarım Politikasındaki Reform alışmaları: Son yıllarda yüksek fiyat, sınırsız destekleme ve etkin koruma ilkelerine da yanan Ortak Tarım Politikası, iki temel sorunla karşılaşmıştır. Bunlardan ilki üretim fazlasıdır. Başlangıçta tarımsal

yapının oluşturulması ve tarımsal üretimin güvenliğini sağlamaya yönelik Ortak Tarım Politikası, daha sonra önemli üretim artışlarına yol açmıştır. 1973-88 döneminde tarımsal üretim yıllık % 2 oranında gelişirken, iç tüketim yıllık ortalama % 0,5 artmıştır. Böylece ortaya çıkan fazlalıkların stoklanması sorun yaratmıştır. İkinci temel sorun ise, bütçe maliyetidir. Roma Antlaşması'nda ön görülen tarımsal gelirlerin artırılması amaçlarından kaynaklanan ve arzın sürekliliğini sağlayacak bir araç olarak görülen müdahale alımları zamanla üretimi körükler hale gelmiştir. Topluluk çiftçisinin gelir düzeyinin korunması bütçeye daha pahalıya mal olmaya başlamıştır.

Bu sorunlara Topluluğun her büyümesi ile Ortak Tarım Politikası'nın karşılaştığı yeni olguları da eklemek gerekir. İngiltere, İrlanda ve Danimarka'nın 1973'te Avrupa Topluluğu'na katılması, az gelişimi tarımsal bölgeler ile dağlık bölgeler lehine tüzükler çıkmasına sebep olmuştur. Yunanistan'ın girişi, Topluluğun Akdeniz bölgesine özel bir yük getirmiş ve korumacılık düzeyinde kuru üzüm, pamuk ve kuru incir gibi ürünler için yeni önlemleri getirmiştir. Diğer taraftan Yunanistan'ın Topluluğa girme olasılığı, o yıllarda Güney Fransa ve Güney İtalya'nın yararına Akdeniz Paketi diye bilinen, özellikle bu bölgelerin tarımsal alt yapısının iyileştirilmesini kapsayan önlemleri doğurmuştur. İspanya ve Portekiz'in Avrupa Topluluğu'na katılması ise, sebze, meyve, zeytinyağı ve şarap gibi ürünlerde ortak piyasa düzenlemelerinde bazı iyileştirici önlemleri getirmiştir.

Komisyon bu sorunlar karşısında reforma gidilmesi yönündeki niyetini önce 1985 yılı programında vurgulamış ve daha sonra bu politikanın perspektiflerini kapsayan raporunu Konsey'e sunmuştur.

Gündem 2000 Raporu'nda, Ortak Tarım Politikası geleceğine ilişkin olarak Avrupa Birliği Komisyonu görüşünü açıklamıştır. Bu çerçevede Komisyon 1992 Reform sürecinin etkilerini olumlu bulmuştur. Komisyon, Madrid'te Avrupa Zirvesi'ne sunulan Aralık 1995 tarihli Tarım Stratejisi Raporu'nda belirtilen tercihlerini onaylamıştır. Komisyon 2000 Raporu'nda, 1992 Reformunun fiyat desteğinden doğrudan ödemelere doğru daha fazla geçiş ve bu sürece eşlik edecek uyumlu bir kırsal politika geliştirerek derinleştirilmesini ve genişletilmesini önermiştir (Karluk, 2005: 428-445).

Bu başlıklar kapsamında Ortak Tarım Politikası tarım ürünlerinin üye devletler arasında serbest dolaşımı, Birlik içinde üretilen ürünlere öncelik tanınması ve bunun için Avrupa Birliği tarım ürünlerinin ithalata karşı korunmasını, ihracatının sübvansiyon edilmesi gerekliliği ve ortak tarım politikalarının uygulanması sonucu ortaya çıkan harcamaların Topluluk bütçesinden karşılanması olmak üzere üç ana temel üzerine oturtulmuştur. Roma Antlaşması'nın 39. maddesi ile belirlenen amaçlar ise şunlardır:

- Teknik ilerlemenin özendirilmesi, tarımsal üretimin rasyonelleştirilmesi ve üretim faktörlerinin özellikle işgücünün optimal kullanımının ve verimliliğinin artırılması
- Tarımsal nüfus yaşam düzeyinin, özellikle tarımda çalışanların gelirlerinin artırılması yoluyla yükseltilmesi
- Piyasalarda istikrarın sağlanması
- Düzenli bir ürün arzının garanti altına alınması ve tarım ürünlerinin tüketicilere uygun fiyatlarla ulaştırılmasının sağlanması

Avrupa birliği bu amaçlarına ulaşmak için de şu politikaları kullanmaktadır.

- Üye ülkelerde üretilen tarım ürünleri bütün ülkelerde serbestçe pazarlama hakkına sahiptir.
- Üye ülkelerin tarım ürünleri ucuz ithal tarım ürünlerine karşı ve uluslararası fiyat dalgalanmalarına karşı koruyacaktır.
- Bu politikaları gerçekleştirmek için bir mekanizma kurulmalıdır.

Avrupa Birliği tarımda sübvansiyon yapmak için “Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu”nu 1967’de kurmuştur. Tarım sübvansiyonu yapma prensibi şöyledir: Her yıl tarım ürünlerinin ihtiyaca göre bir planlaması yapılır. Üretilen ürüne bir fiyat biçilir. Dünya serbest piyasasındaki fiyat ile arasındaki fiyat farkı üreticilere bu fondan ödenir. Ayrıca Avrupa Birliği dışı ülkelere yapılan ihracata destek verir. Avrupa Birliği, ortak tarım politikasına bütçenin yaklaşık yarısını harcamaktadır. Bu aşırı sübvansiyon hem Avrupa Birliği içinde, özellikle Almanya, İngiltere gibi tarım üretimi az olan ülkelerde hoşnutsuzluğa yol açarken, hem de Dünya Ticaret Örgütü nezdinde yapılan Uruguay Round çerçevesinde de

sıkıntılar yaratmış ve zorlu pazarlıklar yapılmasına sebep olmuştur. Ancak Fransa, İspanya ve Hollanda gibi Avrupa Birliği'nin tarıma önem veren üyeleri sübvansiyon politikalarının devamından yanadırlar.

24-25 Mart 1999'da Berlin Zirvesi'nde 2006 yılına kadar öngörülen reformların hayata geçirilmesi kararlaştırılmıştır. Daha önce yapılan Macsharry Reformları'nın bir devamı niteliğinde olan Gündem 2000 reformları şu konuları içermektedir:

- Ürün güvenliğinin sağlanması,
- Üreticilerin içte ve dışta rekabet güçlerinin artırılması,
- Çiftçilere alternatif iş olanaklarının yaratılması,
- Ortak tarım politikasının çevre korunmasıyla bütünleştirilmesi,
- Avrupa Birliği'nin tarım mevzuatının sadeleştirilmesi,
- Tarım ile uğraşanların gelir düzeyi ve yaşam kalitesinin artırılması.

Reformlar kapsamında “Tarım ve Kırsal Kalkınma Alanında Özel Katılım Programı” kurulmuş ve 1 Ocak 2000 tarihinde yürürlüğe girmiştir (Çakmak, 2010: 51-53).

2.3.3. Ortak Ulaşım Politikası

Ulaşım politikası, üye devletlerde taşımacılık ile ilgili geçerli kuralların Topluluk seviyesinde ortak ilkelere bağlanmasını gerçekleştirmeye yöneliktir. Temel kuralı; hizmeti yapan işletme, kullanılan araç ya da taşınan mala, ait olduğu ülke dolayısıyla farklı işlem yapılmasını önlemektir. Paris ve Roma Antlaşmaları, ulaştırma politikası konusunda özel bir hüküm içermemektedir. Bununla beraber Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşması'nın 74 ve 75'nci maddeleri, Topluluk organlarının ortak bir ulaştırma politikası belirlemelerini ön görmüştür. Fakat Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşması'nın 65, 75-84'ncü maddeleri ile Avrupa Kömür Çelik Topluluğu Antlaşması'nın 70'nci maddesi, ulaştırma politikasına ilişkin muhtelif hükümleri kapsamaktadır. Ortak Ulaştırma Politikası'nın iki temel amacı vardır. Birinci amaç;

üye ülkelerde ulaştırma politikalarında mevcut bulunan bütün ayrımcı ve ayrıcalıklı uygulamaları ortadan kaldırarak ortak pazarın yaratılmasını sağlamaktır. İkinci amaç ise, ulaştırma hizmetlerinde bir ortak Pazar yaratmaktır.

Roma Antlaşması'nda ulaştırma, tarım ile birlikte ayrı bir bölüm olarak ele alınan ikinci ekonomik sektördür. Tarım, rekabet ve ticaret, bütün üyelerin ortaklaşa izleyecekleri önemli politikalar. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu Antlaşması'nda ise ulaştırmaya ilişkin tüm politikalar üye ülkelerin yetkisine bırakılmış, sadece ayrımcılık yasaklanmıştır. (Karluk, 2005: 446-448).

2.3.4.Ortak Çevre Politikası

1957 yılında Roma Antlaşması imzalandığında çevre kirliliği özel bir dikkati gerektirmeyecek kadar düşüktü. Bu nedenle Roma Antlaşması'na çevre ile ilgili herhangi bir madde konmamıştır. Avrupalılar çevre ile ilgili ilk ortak kararlarını 1970 yılında OECD'de bir çevre komitesi kurarak almışlardır. 1972'de Stockholm'da Uluslararası Çevre Konferansı yapılmış ve konferans sonucunda Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nı kabul etmişlerdir.

Avrupa Birliği 1970'li yıllar boyunca çevre ile ilgili birçok karar almıştır. Bu kararlar neticesinde birçok program ve eylemde bulunmuştur. Zira Avrupa'nın büyüyen sanayisi çevreyi kirletmiş ve büyük çapta tehlikeli atıklar oluşturmuştur. Çevreye özen göstermemenin yaşamı ihmal etmek ve bir noktada yavaş yavaş ölmek anlamına geldiğinin farkına varmışlardır.

19-20 Ekim 1972'de Topluluk üyeleri Paris'te bir araya gelerek çevre konusunu görüşmüşlerdir. Paris'te bir çevre eylem planı yapmışlardır. Bu plana göre topluluk temsilcileri 22 Kasım 1973'te Konsey 1973-1977 yılları arasında birinci eylem planını başlatmıştır. İkinci program 17 Mayıs 1977'de kararlaştırılmış ve 1977-1981 yıllarını kapsamaktadır. Daha sonraki yıllarda her 4-5 yılı kapsayacak şekilde programlar oluşturulmuştur (Çakmak, 2010:60-61).

2.3.5.Ortak Sosyal Yaşam Politikası

Avrupa’da yaşanan ekonomik ve nihayetinde siyasal bütünleşme çabalarının bir sonucu olarak piyasa, devlet ve kurumsallaşmış ilişkiler ağının karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkmış olan Avrupa sosyal politikası Avrupa sosyal modelinde de önemli değişimler meydana getirmiştir. Avrupa Birliği’nin sosyal politikası üç evre halinde gelişim göstermiştir.

Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’nu kuran Paris Antlaşması’na bakıldığında, sadece kömür ve çelik sektörü ile sınırlandırılmış bile olsa alınan ekonomik bütünleşme kararlarının yanı sıra bu sektörde bulunan işçilerin yaşam ve çalışma koşulları, sağlık ve sosyal güvenceleriyle ilgili kararlara yer verildiği görülmektedir. Bu açıdan Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’nu sadece ekonomik planda değil, sosyal ve bölgesel düzeylerde de ilk olarak politika girişimini oluşturmuştur. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’nda sosyal amaçlar, ekonomik kalkınmanın gelişimine bağlı olmuştur.

Serbest dolaşım konusunda kısıtlamaların kaldırılması, salt ekonomik amaç için bir araçtır (Madde 69). Paris Antlaşması’nın işçilerle ilgili kurallarının sosyal bir yönü olmakla birlikte, aynı zamanda rekabet rejimine ve topluluğun ekonomik müdahalesine bağlıdır. Bununla beraber Paris Antlaşmasının 2. maddesi Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’na ekonomik büyümenin yanı sıra, üye devletlerde istihdamın geliştirilmesine ve yaşam düzeyinin yükseltilmesine katkıda bulunma görevi de vermiştir (Gülmez, 2003: 7).

Paris Antlaşması’nın sosyal amacı tümüyle göz ardı etmemiş olmasının bir başka belirtisi de, benzeri bir düzenlemenin Roma Antlaşması 3. maddesinde yer almasıdır. Buna göre Topluluk Kurumları, görevli olduğu sanayilerin her birinde ilerleme içinde eşitlenmesine olanak veren emeğin yaşam ve çalışma koşullarının iyileştirilmesini geliştirmeye zorunludur (Madde 3/e) (Gülmez, 2003: 7).

Roma Antlaşması sosyal politika başlıklı bölümde Avrupa Sosyal Hukuku kapsamına giren konular ise şunlardır:

- Kadınlar ve erkekler arasında eşitlik (Madde 119)
- Avrupa Sosyal Fonu (Madde 123–125)

- Mesleksel eğitim politikası (Madde 127)

Bu kurallar sosyal politikanın ortak politika statüsü taşımadığını göstermektedir. Çünkü her devlet ücretler ve iş hukuku alanında kendi kurallarını uygulamayı sürdürmektedir (Gülmez, 2003: 9). Sosyal politika önlemlerinin Roma Antlaşmasına dâhil edilmemesinin en önemli nedeni, üye devletlerin özellikle de Almanya ve Fransa'nın sosyal politikanın Avrupa Ekonomik Topluluğu içinde oynayacağı rol üzerinde antlaşmaya varamamış olmalarıdır. Bu nedenle sosyal politikalar ulusal hükümetlerin alanına bırakılmıştır.

1972'de Paris zirvesinde 9 üye devlet ekonomik birliğe önem verdikleri kadar sosyal birliğe de önem vereceklerini açıklamasıyla, sosyal politika alanında yeni ve ikinci adımların atılması çağrısında bulunarak Avrupa sosyal politikasına yeni bir ivme kazandırmıştır. Bu çerçevede iktisadi gelişmişlik düzeyi ve vatandaşların hayat standardı farklılıklarına işaret edilmiş ve Avrupa Birliği'ne iktisadi konulara olduğu kadar sosyal konulara da önem vererek, insani bir çehre kazandırılmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Bu gelişmeler ışığında ilk sosyal politika eylem programı 1974'de hayata geçirilmiştir. Avrupa Ekonomik Topluluğu bu dönemde çıkardığı ve üyelerin kendi iç mevzuatlarına aktarmak zorunda olduğu yönergeler, sosyal politikaya ivme kazandırılması yönünde önemli adımlar olmuştur (Aykaç, 2002: 483).

2.3.6. Ortak Eğitim, Öğretim ve Kültür Politikası

Avrupa Birliği'nin eğitim politikası, Topluluğu kuran antlaşmalarda ayrı ayrı belirtilmiştir. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu Antlaşması'nda 56. Madde işçilerin mesleki kapasitelerinin arttırılmasını, Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşması'nın 57. Maddesi diplomaların karşılıklı tanınmasını, 118. Madde işçilerin 41. Madde çiftçilerin eğitimini içermektedir. Maastricht Antlaşması'nın üçüncü alt başlığı ise, "Öğretim, mesleki eğitim ve gençlik" konularına ayrılmıştır.

Avrupa Birliği'nin nitelikli bir öğretimin gelişmesine katkısının amaçları şu şekilde belirlenmiştir: Özellikle üye devletlerin dillerinin öğretilmesi ve yaygınlaştırılması yolu ile öğretimde Avrupa Boyutunu geliştirmek; diplomaların ve öğretim sürelerinin akademik olarak tanınmasını teşvik etmek de dâhil olmak üzere,

öğrencilerin ve öğretim üyelerinin hareketliliğine imkân tanımak; öğretim birimleri arasında işbirliğini iyileştirmek; üye devletlerin öğretim sistemlerinin sorunları üstüne bilgi ve deneyim değişimini geliştirmek; gençlerin değişimi ile sosyal-eğitim animatörlerinin değişimini desteklemek.

Avrupa Birliği, mesleki eğitimin içeriği ve örgütlenmesi konusunda da üye devletlerin sorumluluklarına tamamen uyarak, üye devletlerin sorumluluklarına tamamen uyarak, üye devletlerin faaliyetlerini destekleyip tamamlayacak şekilde bir mesleki eğitim politikasını yürürlüğe koymayı amaçlamaktadır.

Avrupa Birliği faaliyetlerinin bu konudaki amaçları ise şöyle açıklanmaktadır: Özellikle mesleki yeniden girişi yönlendirme yolu ile sanayi değişimlerine uyumu kolaylaştırmak; istihdam piyasasına girişi ve yeniden girişi kolaylaştırmak amacı ile temel mesleki eğitimi ve sürekli işbirliğini mesleki eğitimi iyileştirmek; eğitim ya da mesleki eğitim birimleri ile işletmeler arasında eğitim konusunda işbirliğini canlandırmak; üye devletlerin eğitim sistemlerinin ortak sorunları üstüne bilgi ve deneyim değişimini geliştirmek.

Avrupa Birliği'nin eğitim politikasının temel amacı, üye ülke vatandaşları arasındaki karşılıklı anlayışı teşvik etmek, eğitime Avrupa damgasını vurmak, öğrenci ve öğretmenleri eğitmek, Avrupa Birliği'ni tüm araştırma, teknoloji ve yüksek eğitim konularının içine sokmaktır. 6 Haziran 1974 tarihinde toplanan Topluluk Eğitim Bakanları, işbirliğinin öncelikli alanlarını belirlemişler ve bir Eğitim Komitesi kurmuşlardır. 9 Şubat 1976 tarihinde ise, üye ülkelerde ve Toplulukta bir eylem planı kabul etmişlerdir. Eylem Programı şu alanları kapsamaktadır:

Üye ülkeler ile Topluluğa üye olmayan ülkelerin vatandaşları ve çocuklarının eğitiminin sağlanmalı; eğitim sistemleri arasında yakın bir işbirliği geliştirilmeli; dokümantasyon ve istatistik konusunda yardımlaşmaya gidilmeli; yüksek eğitimde işbirliği yapılmalı; yabancı dil eğitimi sağlanmalı ve her türlü eğitime eşit ve serbest bir giriş sağlanmalıdır.

Avrupa Birliği'nin kültür politikası, Maastricht Antlaşması'nın 128. Maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre Avrupa Birliği üye devlet kültürlerinin, ortak kültür

mirasını da dikkate alarak, milli ve bölgesel çeşitliliklerine saygı kapsamında yaygınlaşmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Topluluk faaliyeti, üye devletlerarasındaki işbirliğini teşvik etmeyi ve gerektirdiği takdirde faaliyetlerini desteklemeyi ve tamamlamayı hedef almaktadır. Bunlar;

- Avrupa halklarının kültürlerinin ve tarihlerinin tanınmasının ve yaygınlaştırılmasının iyileştirilmesi,
- Avrupa düzeyinde önemi olan kültür değerlerinin korunması,
- Ticari nitelikte olmayan kültürel alış verişin teşvik edilmesi,
- Odiovizüel sektörü de dahil olmak üzere artistik ve edebi eserlerin yaratılmasıdır.

23-24 Mart 2000 tarihlerinde Lizbon’da düzenlenen Avrupa Konseyi Olağanüstü Zirvesi’nin öncelikli hedeflerden birini teşkil eden Bilgi Toplumunda Telif Hakları ve Komşu Haklara ilişkin yönetmelik, 9 Nisan 2001 tarihinde Avrupa Birliği Konseyi tarafından onaylanmıştır. Üye ülkelerin söz konusu Yönetmeliği Avrupa Birliği Resmi Gazetesi’nde yayınlanmasını takiben 18 ay içerisinde iç hukuklarına aktarmaları gerektiği vurgulanmıştır. Birliğin telif hakları alanında kabul ettiği en önemli düzenleme olarak tanımlanan Yönetmelik ile yaratıcı ve sanatçının yanı sıra Avrupa’da telif haklarının kapsadığı şirketlerin de elektronik ticaretin yarattığı tehdit unsurlarına karşı koyabilmelerinin sağlandığı belirtilmiştir. Yönetmelik ile ayrıca, tüketici, kullanıcı ve genel anlamda tüm toplumun elektronik ticaret kapsamındaki yasal haklarının da korunduğunun da altı çizilmiştir. Bu çerçevede yönetmelik ile kitap, film ve müzikal eserlere ilişkin telif haklarında gerekli düzeyde korumayı sağlayarak yaratıcılık ve yenilikçiliği de güçlendireceği ifade edilmiştir. Ayrıca söz konusu Yönetmelik sınır ötesi mal ve hizmet ticaretine güvenli bir çerçeve oluşturulacağı, yeni ürün ve multimedya hizmetleri sektöründe elektronik ticaretin gelişiminin kolaylaşacağı açıklanmıştır.

Amsterdam Anlaşması’nın Avrupa Birliği’nin kültür politikası ile ilgili temel hükmü şöyledir:

Madde 151: Topluluk üye devlet kültürlerinin, ortak kültür mirasını da dikkate alarak, ulusal ve bölgesel çeşitliliklerine saygı kapsamında yaygınlaştırılmasına

katkıda bulunur. Topluluk faaliyeti aşağıdaki alanlarda Üye Devletler arasındaki işbirliğini teşvik etmeyi ve gerektirdiği takdirde faaliyetlerini desteklemeyi ve tamamlamayı amaçlar. Bu amaçlar şu şekildedir:

- Avrupa halklarının kültürlerinin ve tarihlerinin tanınmasının ve yaygınlaştırılmasının geliştirilmesi,
- Avrupa seviyesinde önemli olan kültür değerlerinin muhafazası ve korunması,
- Ticari nitelikte olmayan kültürel alış veriş,
- Görsel-İşitsel sektör de dahil olmak üzere, sanatsal ve edebi eserlerin yaratılması (Karluk, 2005: 494-506).

2.4. Avrupa Birliği Kurumsal Yapısı

Avrupa Birliği'nin kurumsal yapısı geçmişte bir araya gelmiş Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (1951, Paris Anlaşmasıyla), Avrupa Ekonomik Topluluğu (1957, Roma Anlaşmasıyla ve Avrupa Atom Enerji Topluluğu'dur. Ayrıca 1697 yılında imzalanan Füzyon birleşme anlaşmasından sonra Avrupa Birliği günümüzdeki kurumsal yapısının temellerini atmıştır.

Avrupa Birliğinin günümüzdeki kurumsal yapısını içerisinde yer alan birimler aşağıdaki gibidir.

- Avrupa Parlamentosu
- Avrupa Komisyonu
- Avrupa Birliği Konseyi
- Avrupa Birliği Zirvesi
- Avrupa Birliği Adalet Divanı
- Avrupa Sayıştay
- Avrupa Yatırım Bankası
- Avrupa Merkez Bankası
- Ekonomik ve Sosyal Komite

- Bölgeler Komitesi
- Avrupa Yatırım Bankası
- Avrupa Ombudsmanı

Avrupa Birliği'nin kurumsal yapısı içerisinde yer alan birimlerin görevler, yetkileri ve özellikleri Avrupa Birliği'nin ilgili birimlerinin resmi web sayfalarında yer alan bilgilere göre derlenmiştir.

2.4.1. Avrupa Parlamentosu

Avrupa Parlamentosu'nun resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Parlamentonun kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.²

Avrupa Parlamentosu, halk tarafından seçimle oluşturulan bir kurumdur. Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerde yaşayan vatandaşlar tarafından beş yıllık periyotlarla yapılan seçimler sonucunda Avrupa Birliği Parlamentosu oluşturulur. Parlamento, Avrupa Birliği üye olan 27 devletten ve 736 temsilciden meydana gelmiştir. Son seçim 2009 yılında yapılmıştır ve 2014 yılında yapılacak olan seçimlerde bir başkan ve 750 temsilci olmak üzere toplam 751 temsilcinin parlamentoda olması planlanmaktadır. Temsilcilerin ülkelere göre dağılımı ise ülkelerin nüfus sayılarına göre belirlenmektedir.

Genel olarak bakıldığında Avrupa Parlamentosu, Avrupa Birliği üye devletlerin vatandaşlarının siyasi ve ekonomik menfaatlerini koruyan bir organ olarak görev yapmaktadır. Bu nedenle parlamentoda üye ülkelere ziyade ağırlıklı siyasi görüşlere göre parlamento grupları oluşturulmuştur. Farklı bir ifadeyle parlamentoda üye ülkelerin değil oy vermiş üye ülkelerin siyasi görüşleri yansıtılmaya çalışılır. Son durum itibarıyla parlamentoda 7 siyasi grup ve bazı bağımsız üyeler yer almaktadır.

Parlamentonun genel kurulu Fransa'nın Strazburg şehrinde, siyasi grupları ve komiteleri ise Brüksel'de toplanmaktadır. Parlamento'nun genel sekreterliği ise Lüksemburg'dadır. Parlamento içerisinde bulunan 24 adet komite gündem konularını

² Avrupa Parlamentosu, <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/00b3f21266/At-your-service.html> Erişim Tarihi; (03.02.2013)

tartışmak ve sonuca bağlamakla görevlidir. Söz konusu gündem konuları komiteler tarafından sonuca bağlandıktan sonra genel kurula rapor edilir. Bu şekilde genel kurulda ele alınacak konular ve tartışma çerçevesi belirlenmiş olur.

Avrupa Parlamentosu, Avrupa Birliği Konseyiyle birlikte yasama yetkisine sahiptir. Avrupa Birliği üye devletlerini ilgilendiren hukuki kararlar ve yasa çerçeve Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi ortak kararı sonucunda nihai halini alır. Bunun dışında bir takım görevleri bulunmaktadır. Bu görevler şunlardır:

- Gündem konularında parlamento sadece danışma organı olarak görev yapar.
- Parlamento ağırlıklı olarak Avrupa Birliği bütçesini düzenlemekle ve diğer kurumların siyasi denetimini sağlamakla görevlidir.
- Soruşturma komiteleri kurmakla görevlidir.
- Şikayet dilekçelerini kabul eder.
- Avrupa Birliği Komisyonu'nu güvensizlik oyu ile görevinden alabilir.
- Avrupa Ombudsmanı'nın atanmasını gerçekleştirir.

2.4.2. Avrupa Komisyonu

Avrupa Komisyonu'nun resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Komisyonun kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.³

Merkezi Brüksel'de bulunan Avrupa Komisyonu Avrupa Birliği'ne üye devletlerden bağımsız olarak çalışan bir yürütme organı niteliğindedir. Komisyon, 27 üyeden oluşmaktadır ve bu üyelere komiser denmektedir. Komiserlerin görev süresi 5 yıldır ve bu süre yenilenebilir. Bu komiserlerin genel görevi Avrupa Birliği'ne ait politikaların yürütülmesidir. Bu nedenle komiserler bir nevi Bakanlar Kurulu olarak çalışmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nda ayrıca 25.000 kişiden oluşmuş idari teşkilat komiserlerden sonra görevli olan yetkili kişilerdir. Avrupa Komisyonu bağımsız bir

³ Avrupa Parlamentosu, http://ec.europa.eu/transparency/access_documents/index_en.htm Erişim Tarihi, 05.02.2013

şekilde hareket eder. Avrupa Birliği üye devletlerinin kurumlarından veya yetkili resmi kurumlarında talimat almaz. Komisyon görevini yaparken üye olan devletlerin hükümetleri tarafından görevden alınamaz.

Avrupa Komisyonu içerisinde yer alan Genel Müdürlükler bulunmaktadır. Genel Müdürlükler Avrupa Komisyonu'nun yönetiminde yer alan komiserlere karşı sorumludurlar. Genel Müdürlükleri'nin idari şemasında yukarıdan aşağıya doğru; bölümler, masa şefliklerine, masa şeflikleri ise uzmanlara dağılmıştır. Komisyon'un başkanı Avrupa Birliği Zirvesi tarafından belirlenir ve Avrupa Parlamentosu'nun onayından sonra ataması kesinleşir. Birlik Dışişleri ve Güvenlik Politikası Yüksek Temsilcisidir Komisyon'un başkan yardımcıları arasından seçilir ve Avrupa Birliği'nin dış politikasını yürütmekten sorumludur. Avrupa Komisyonu'nun genel görevlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Avrupa Birliği'nin idari düzenlemelerinden ve denetimden sorumludur.
- Avrupa Birliği'nin bütçesini düzenler.
- Avrupa Birliği'nin genel politikasını yürütür.
- Avrupa Birliği'nin hukuki yapısının oluşmasından ve yürütülmesinden sorumludur.
- Avrupa Parlamentosu ve Konsey'e sunduğu yasama ya da karar önerileri ile yasama sürecini başlatılmasından sorumludur.

2.4.3. Avrupa Birliği Konseyi

Avrupa Birliği Konseyi'nin resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Konseyin kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁴

Avrupa Birliği Konseyi, Avrupa Birliği'ne üye olan devletlerin bakanlarından meydana gelmiştir. Bu nedenle yapılan Konsey toplantılarına üye devletlerin ilgili bakanları katılır. Konsey başkanlığı 3 üye devletin görevlilerinin 18 aylığına görev

⁴ Avrupa Konseyi, <http://www.consilium.europa.eu/council?lang=en> Erişim Tarihi, 16.02.2013

yapması şekliyle devamlılığını sürdürür. Bu düzen sonucunda Konsey Başkanlığı 6 aylık dönemler içerisinde üye devletlerarasında devralınır.

Konsey içerisinde yer alan Daimi Temsilciler Komitesi (COREPER) konseye yardımcı olsun diye üye devletlerin büyükelçilikleri tarafından oluşturulur. Daimi Temsilciler Komitesi (COREPER) bünyesindeki komiteler ve çalışma grupları üye devletleri ilgilendiren hukuki düzenlemeleri yaparlar. Ayrıca, Avrupa Parlamentosuyla ortaklaşa çalışan konsey bütçenin oluşturulmasından da sorumludur.

Lizbon Antlaşması öncesinde, üye devletlerin nüfusları, ekonomik güçleri ve coğrafi büyüklüklerine göre belirlenmiş oy hakkı bulunmaktaydı. Bu sisteme nitelikli oy çokluğu yöntemi denmektedir ve yöntemde oy çokluğu baz alınır. Bu yöntemde göre 345 olan toplam oy sayısının 255'i aynı olması yeterlidir. Ayrıca üye devletlerin yarısından fazlasının aynı yönde oy kullanması karar almak için yeterlidir. Nitelikli oy çokluğu yöntemi 2014 yılına kadar ertelenmiş durumdadır. Avrupa Konseyi'nin genel görevleri şunlardır:

- Konseyin en temel görevi ve oluşturulma sebebi Avrupa Birliği üye devletlerin ulusal çıkarlarını korumak ve gündeme getirmektir.
- Üye devletlerin ekonomik politikalarının aynı doğrultuda olmasını sağlamaktır.
- Avrupa Zirvesi ile ortaklaşa çalışan Konsey ortak güvenlik politikalarının alınmasında da yetkilidir.
- Konsey, üçüncü ülkeler ve uluslararası örgütlerle uluslararası anlaşmalar imzalar.

2.4.4. Avrupa Birliği Zirvesi

Avrupa Birliği Zirvesi'nin resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Zirvenin kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁵

Yılda dört defa toplanan Avrupa Birliği Zirvesi, Avrupa Birliği'ne ye devletlerin başkanları ile Avrupa Birliği Zirvesi Başkanı ve Avrupa Komisyonu Başkanı'nın katılımı ile meydana gelir. Avrupa Birliği Zirvesi Başkanı Avrupa Birliği yesi devletleri tarafından ye devletler arasından 2,5 yıl süreliğine göreve atanır. Zirve Başkanı'nın ulusal bir görevi bulunmamaktadır. Zirve Başkanı, Birlik Dışışleri ve Güvenlik Politikası Yüksek Temsilcisi'nin yetkileri saklı kalmak kaydıyla, Birliği dışa karşı temsil etmekle görevlidir.

Avrupa Birliği Zirvesi'nin yasama yetkisi bulunmamaktadır. Fakat Avrupa Birliği yesi devletlerin en üst yetkilerine sahip olması ve Birliğin temel politikalarının belirlenmesinde etkili olması Zirve'nin siyasi açıdan yönlendirici bir güce sahip olasına neden olur. Zirve, Birliğin gelişmesi ve Avrupa'nın bütünleşmesi doğrultusunda öncelikleri ve temel politikaları belirleyen kararlar alır. Ayrıca Zirve'nin uzlaştırıcı bir yönü bulunmamaktadır.

2.4.5. Avrupa Birliği Adalet Divanı

Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Divanın kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁶

Avrupa Birliği Adalet Divanı Lüksemburg'da bulunmaktadır. Divan; Adalet Divanı, Genel Mahkeme ve uzmanlık mahkemeleri olmak üzere üç ana kurumsal yapıya sahiptir. Adalet Divanı'nda her ye ülkelere ait bir yargıçtan, Genel Mahkeme ye ülkelerden seçilen 27 yargıçtan meydana gelmiştir. Bu yargıçların yardımcı olan 8 hukuk sözcüsü davlarda görüş belirtmektedir. Yargıçların görev süresi 6 aydır ve ye devletlerin hkmetlerinin ortaklaşa aldıkları karara göre atamaları yapılır. Atanmış bir yargıın tekrar atanması yapılabilir.

⁵ Avrupa Konseyi, <http://www.consilium.europa.eu/policies/council-configurations/foreign-affairs/high-representative-of-the-union-for-foreign-affairs-and-security-policy.aspx?lang=en> Erişim Tarihi, 21.02.2013

⁶ Avrupa Birliği Adalet Divanı, http://curia.europa.eu/jcms/jcms/Jo2_7001/ Erişim Tarihi; 26.02.2013

Divan, görev yapan yargıçların bağımsız olarak karar vermeleri son derece önem vermektedir. Bu nedenle görev yapan Divan yargıçlarının bağımsızlığı bir takım hukuksal düzenlemelerle güvence altına alınmıştır. Örneğin Divan müzakerelerinin gizli bir şekilde yapılması sağlanır. Ayrıca karar oy çokluğuna göre imzalanır ve bu karara karşı oy yayınlanmaz.

- Adalet Divanı'nın ana görevi Avrupa Birliği'nin kabul etmiş olduğu ortak hukukunun tüm Avrupa Birliği üye ülkelerinde uygulanmasını sağlamaktır.
- Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın genel görevi Avrupa Birliği hukukundan kaynaklanmış olan davalara bakmaktır.
- Avrupa Birliği Adalet Divanı, birliğin yargı organı olarak görev yapar.
- Avrupa ülkelerinde hukuk düzeni oluşturur.
- Hukuki denetim, yorum, uyuşmazlık çözme, hukuk yaratma ve boşluk doldurma işlevlerini yerine getirir.

2.4.6. Avrupa Sayıştayı

Avrupa Sayıştay'ının resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Sayıştayın kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁷

Avrupa Sayıştay'ı Avrupa Birliği üye ülkelerinden seçilen toplam 27 üyeden oluşmaktadır. Üyeler seçilirken, Avrupa Konseyi'nin Avrupa Parlamento'sunun görüşünü aldıktan sonra 6 yıllık süreler için seçilir. Üyeler üye ülkelerin denetim kurumlarında çalışmış veya çalışmakta olan uzman kişilerden seçilir. Sayıştay'ın genel görevleri şunlardır:

- Avrupa Birliği'nin tüm gelir ve giderlerini inceler.
- İşlemlerinin hukuka ve usule uygunluğunu denetler.
- Sayıştay'da görev yapan üyelerin güvencesi ve bağımsızlığını sağlar.

⁷ Avrupa Sayıştay'ı, <http://eca.europa.eu/portal/page/portal/Organisation/Structure> Erişim Tarihi; 25.02.2013

2.4.7. Ekonomik ve Sosyal Komite

Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nin resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Komite'nin kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁸

Ekonomik ve Sosyal Komite Avrupa Birliği'ne bağlı diğer kuruluşlar içerisinde yer almaktadır. Avrupa Birliği'nin kurumsal yapısını ve organizasyonel işleyişini belirleyen oluşturan maddeler arasındaki 300. maddeye göre Ekonomik ve Sosyal Komite oluşturulmuştur. Komite'nin oluşturulma amacı Avrupa Parlamentosu'na, Avrupa Konseyi'ne ve Avrupa Komisyonu'na danışmanlık yapmasıdır. Bu nedenle Komite'nin aldığı kararların bağlayıcı özelliği bulunmamaktadır.

Komite, Avrupa'da önde gelen toplumsal gruplarda bulunan kişilerden ve işveren gruplarda bulunan kişilerden üyelerini oluşturmuştur. Komite'yi oluşturan üyelerin sayısı 344'tür, toplam üye sayısı ise 350'yi geçemez. Ekonomik ve Sosyal Komite'nin üye sayıları imzalan Avrupa Birliği kurucu antlaşmasının 36 No.'lu Protokol'ün 7. maddesi uyarınca aşağıda belirtildiği şekilde olacaktır:

- **Almanya, Fransa, İtalya ve Birleşik Krallık: 24 üye**
- **İspanya ve Polonya: 21 üye**
- **Romanya: 15 üye**
- **Belçika, Yunanistan, Hollanda, Portekiz, Avusturya, İsveç, Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Bulgaristan: 12 üye**
- **Danimarka, İrlanda, Finlanda, Litvanya ve Slovakya: 9 üye**
- **Estonya, Letonya ve Slovenya: 7 üye**
- **Lüksemburg ve Kıbrıs: 6 üye**
- **Malta: 5 üye**

Yine aynı Anlaşma'nın 302. Maddesi gereğince Komite'nin üyeleri, 5 yıllık üyelik süresince üye devletler tarafından gösterilen adaylar arasından seçilir. Fakat üyelerin görev süreleri Avrupa Konseyi tarafından yeniden düzenlenebilir.

⁸ Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi, <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.the-committee> Erişim Tarihi, 27.02.2013

Komite'nin üye dağılımı Avrupa Birliği'ne üye ülkelerinin ekonomik güçlerine, coğrafi büyüklüklerine ve diğer demografik özelliklerine göre belirlenir. Bu belirleme sürecinde Avrupa Birliği üye ülkelerin sosyokültürel yapıları ve sosyoekonomik özellikleri önemlidir. Ekonomik ve Sosyal Komite içerisinde kurulmuş olan bir takım alt uzmanlık komiteleri bulunmaktadır. Bu alt komiteler iki buçuk yıl süresince görev yapmaktadır.

- Komite, Avrupa bütünleşmesinin genel çıkarları çerçevesinde faaliyet gösterir ve üyelerinin bağımsızlığı Anlaşma'da açıkça düzenlenmiştir.
- Anlaşma'nın 304. maddesi uyarınca Anlaşma'da öngörülen durumlarda Parlamento, Konsey ya da Komisyon'un Ekonomik ve Sosyal Komite'ye danışması gerekmektedir.
- Ekonomik ve Sosyal Komite'nin gerekli görmesi halinde kendi inisiyatifi ile görüş vermesi de mümkündür.

2.4.8. Bölgeler Komitesi

Bölgeler Komitesi'nin resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Komite'nin kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.⁹

Avrupa Birliği, yerel ve bölgesel temsilcilerden oluşan komitelerden meydana gelmiştir. Bölgesel Komite adı verilen bu komiteler danışma niteliğinde olan yapılardır ve bünyesinde alt uzmanlık komiteleri bulundurmaktadır. Bölgeler Komitesi Avrupa Birliği'nin kurumsal yapısını ve genel işleyişini belirtmiş olan Anlaşma'da yer alan 305. ve 307. maddeler de yer alan hükümlere göre düzenlenmiştir.

Bölgeler Komite'sinin üye sayısı 350'yi geçmeyecek şekilde oluşturulmuştur. Şu an ise 344 üye Komite'de görev yapmaktadır. Avrupa Birliği genel işleyiş ve kurumsal yapı Antlaşmasının 305. maddesine göre Komite üyeleri 5 yıllık bir süreç için seçilmektedirler. Seçilen üyeler Avrupa Konseyi tarafından atanırlar ve gerekli durumlarda görev süreleri değiştirilebilir. Komite üyeleri Avrupa Parlamentosu üyesi

⁹ Avrupa Birliği Bölgeler Komitesi, <http://www.cor.europa.eu/pages/HomeTemplate.aspx> Erişim Tarihi, 02.03.2012

olamazlar. Ayrıca Komite başkanı iki buçuk yıllığına görev yapar. Bölgeler Komitesi genel görev ve sorumlulukları aşağıdaki gibidir:

- Bölgeler Komitesi içerisinde bulunan alt uzmanlık komiteleri sorunlar üzerine öneri taslakları hazırlarlar.
- Avrupa'nın bütünleşmesi yolunda faaliyetlerde bulunmak.
- Avrupa Birliği Antlaşması çerçevesinde Avrupa Parlamentosuna, Avrupa Konseyine ve Avrupa Komisyon'una danışmanlık yapmak.
- Avrupa Birliği bünyesindeki kurumlara, gerekli durumda görüş belirtmek.
- Avrupa Birliği'nin bölgesel politikalarına, kalkınma planlarına ve organizasyon yapısına ilişkin ilgili yerlere görüş belirtmek.
-

2.4.9. Avrupa Yatırım Bankası

Avrupa Yatırım Bankası'nın resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Banka'nın kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.¹⁰

Avrupa Yatırım Bankası Avrupa Birliği için bir finans kurumu olarak çalışmaktadır. Avrupa Birliği'nin işleyişini ve kurumsal yapısını belirleyen Anlaşma'nın 308. maddesine göre oluşturulan Avrupa Yatırım Bankası tüzel bir kişiliktir ve finansal alanla ilgili bir takım görevleri bulunmaktadır. Bu görevleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- Avrupa Birliği'nin yapısal fonlarından ve diğer finansman araçlarından faydalanması sağlamak.
- Yatırım programlarını finansmanı sağlamak.
- Avrupa Birliği üye ülkelerinde iç pazarın dengeli ve düzgün gelişimine katkı sağlamak.
- Avrupa Birliği sermaye piyasasından ve öz kaynaklarından yararlanarak kazanç amacı gütmeksizin kredi vermek.

¹⁰ Avrupa Yatırım Bankası, <http://www.eib.europa.eu/about/index.htm> Erişim Tarihi; 04.03.2013

- Avrupa Birliği üye ÷lkeleri sınırları içerisinde az gelişmiş b÷lgelerin gelişimini finanse etmek.
- Finansal teşebb÷sleri ve istihdamı desteklemek.
- Üye ÷lkelerin finansal çıkarlarını korumak.
- Avrupa Birliği'nin ekonomi açısından dengeli ve eşit bir şekilde gelişimini sağlamak.
- Trans-Avrupa ulaşım ve telekomünikasyon ağlarının geliştirilmesini desteklemek.
- evre politikaları oluşturarak enerji kaynaklarının sürdür÷lebilirliğinin sağlanmak.
- Avrupa Birliği üye ÷lkelerin sanayisini geliştirmek.
- Avrupa Birliği'ne üye ÷lkelerinde bulunan KOBİ'i finansal açıdan desteklemek.
- Avrupa Birliği üye ÷lkelerin uluslararası rekabet güçlerini arttırmak.
- Avrupa Birliği üyesi olmayan üçüncü dünya ÷lkelerinin birtakım yatırım projelerini finanse etmek.

2.4.10. Avrupa Ombudsmanı

Avrupa Ombudsmanı'nın resmi web sayfasından elde edilen bilgilere göre Ombudsman'ın kurumsal yapısı, yetki ve görevleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.¹¹

Aracı kişi anlamına gelen Ombudsman Avrupa Birliği'ne gelen şikayetleri dinleyen ve çözüm yolları bulmaya çalışan kişi veya kişilere denmektedir. Avrupa Birliği kurumsal yapısı içerisinde yer alan Avrupa Ombudsmanı Maastricht Antlaşması ile resmiliğ kazanmıştır. Avrupa Ombudsmanı 5 yıllık görev süreleri halinde Avrupa Parlamentosu yetkileri tarafından seçilmektedir. Avrupa Birliği'nin işleyişini ve kurumsal yapısını belirten Antlaşmaya göre şikayetleri dinleyen

¹¹ Avrupa Ombudsmanı, <http://www.ombudsman.europa.eu/en/press/introduction.faces> , Erişim Tarihi; 08.03.2013

Ombudsmanın görevleri ve bağımsızlığı güvence altına alınmıştır. Ayrıca aynı Antlaşmada Avrupa Birliği vatandaşlarına Avrupa Ombudsmanı'na başvuru hakkı verilmiş ve bu hak güvence altına alınmıştır.

Ombudsmana gelen şikâyetler araştırılıp elde edilen bulgular 3 aylık bir süreç içerisinde değerlendirilmeye alınır. 3 ay sonunda Ombudsman hazırladığı rapora görüşlerini de ekleyerek Avrupa Parlamentosu'na ve ilgili kuruma çözüm için sunmaktadır. Yargının verdiği nihai kararı Ombudsman uygulamak durumundadır. Ayrıca Ombudsman soruşturma başlatabilir veya Avrupa Parlamentosu üyelerinden gelen şikâyetleri de değerlendirmeye alıp inceler.

3. AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE İLETİŞİM POLİTİKALARI DURUM ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın bu bölümünde Avrupa Birliği iletişim politikaları, Avrupa Birliği’ni iletişim politikaları hazırlamaya iten nedenler, Avrupa Birliği’nin iletişim politikalarının hazırlanması esnasında oluşturduğu programlar, Avrupa Birliği’ne üye ülkelerin yerel iletişim politikaları incelenmiştir. Ayrıca Avrupa Birliği’ndeki gelişmelere paralel olarak Türkiye’deki durum incelenmiş ve araştırmada elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Problemi

Avrupa Birliği genel bir iletişim politikası belirlemesine karşın, iletişim özgürlüğünün sağlanması için üye ülkelerin kendi oluşturduğu iletişim politikalarına ve yasal düzeneklerine karışmaması ve bu konuda üye ülkelerin iç kanunlarını serbest bırakması ortak bir politikadan uzak tutmuştur. Avrupa Birliği iletişim politikaları konusunda genel bir çerçeve belirledikten sonra esas olarak programlarla iletişimi desteklemeyi amaç edinmiştir.

3.1.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi

İletişim, küreselleşmeyle beraber önemini gittikçe arttıran bir kavramdır. Doğru iletişim yöntemlerini kullanan ve iletişim konusunda gerekli çalışmaları ve destekleri yapan ülkelerin gelişmişlik konusunda diğer ülkelere karşı her zaman bir adım daha önde olduğu gözlemlenmiştir. İletişim politikaları konusunda Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya gibi ülkelerin gerisinde kaldığını anlayan Avrupa Birliği geliştirdiği programlar ile bu ülkeleri yakalama çabasına girmiştir.

Küresel dünyada kitlelerle iletişim hem ekonomik alanda, hem sosyo-kültürel alanda önemini her geçen gün arttırarak korumuştur. İletişim gelişmişlik için öncelikli ihtiyaçların başında gelmektedir.

Araştırmanın temel amacı Avrupa Birliği'nin iletişim politikası adına attığı adımları incelemek ve üyelik müzakereleri devam ederken Türkiye'deki yansımalarını gözlemlemektir. Bu temel amaç çerçevesinde araştırmanın alt amaçları şu şekilde sayılabilir:

- Küresel dünyada iletişimin önemi ve etkileri
- İletişime gelişmişliğin katkısı
- İletişim politikalarının yasal dayanakları
- İletişimin desteklenmesi için atılan adımlar
- Avrupa Birliği üye ülkelerde yerel iletişim politikaları
- Avrupa Birliği'ne üyelik müzakereleri sürecinde Avrupa Birliği iletişim politikalarının Türkiye'ye yansımaları.

3.1.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Küresel bir öneme sahip olduğu için çalışmamızın evrenini tüm dünya oluşturmaktadır. Avrupa Birliği'nin iletişim konusunda yaptığı çalışmalar ve attığı adımlar araştırmamızın esasını oluşturduğundan esas çalışma evreni Avrupa Birliği ve etkileri konusunda inceleme yaptığımızdan dolayı Türkiye'dir.

3.1.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada literatür taraması yapılarak yerel ve uluslararası çalışmalar, programlar, tüzükler ve yönetmelikler incelenmiştir.

Örneklemimiz gelişmiş iletişim yöntemlerini kullanan Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya ile beraber, bu gelişmişliğe karşı, karşı atak olarak Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin attığı adımlardan dolayı Avrupa Birliği'ne üye olan ülkeler ve Türkiye'dir.

3.1.5. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen veriler açıklanmaya çalışılacaktır. Elde edilen verilerin etkileri ve yansımaları değerlendirilecektir.

3.2. Avrupa Birliği ve İletişim Politikaları

Avrupa Birliği, üye ülkelerin ortak amaçlarına daha kolay ulaşmak için ortak bir siyasi yapı kurmayı amaçlamıştır. Siyasi alanda ortak bir tavır ortaya konması için iletişim biliminden faydalanılmıştır. Avrupa Birliği'nin iletişim alanında yaptığı düzenlemeler Avrupa Birliği iletişim politikaları olarak adlandırılmaktadır. Birliğin iletişim alanında yaptığı düzenlemeler, 7. Avrupa Bakanlar Konferansında kitle iletişim politikası olarak deklare edilmiştir. Söz konusu iletişim politikaları adı altında deklare edilen siyasi bildirinin konu başlıkları ve içeriği aşağıda belirtilmiştir.

3.2.1. Siyasi Bildiri

10-11 Mart 2005 tarihinde Kiev'de 7. Avrupa Bakanlar Konferansı'nda kitle iletişim politikaları adı altında bir konferans düzenmiş ve bir bildiri yayınlanmıştır. Bildiride yer alan maddeler aşağıda verilmiştir:¹²

İnsan hakları, demokrasi, hukukun üstünlüğü ve özellikle ifade ve haber alma özgürlüğü gibi Avrupa yapısının temelini oluşturan ana değerleri koruma ve teşvik etme kararlılığı gösterilmelidir.

Toplum içinde etkin iletişimi içeren çoğulcu bir kamu ortamının oluşturulmasında medyanın temel rolünü geliştirilmelidir. Bu değer ve fikirler Bilgi Toplumunda da etkin bir şekilde geliştirilmelidir.

Avrupa Birliği'nin genişleme süreci nedeniyle, iletişimin insani ve demokratik boyutunu Avrupa çapında ele alan tek Organizasyon olan Avrupa Konseyi'nin, bu alanda ortak Avrupa standartları oluşturmak suretiyle bu değer ve ilkelerin güçlendirilmesinde merkezi bir rol olmaya devam etmesi sağlanmalıdır.

Avrupa toplumları içinde ve Avrupa ile diğer bölgeler arasında farklı kültürel ve dini özelliklere sahip insanlar arasında ortak bir anlayışın geliştirilmesinde Avrupa Konseyi'nin oynadığı temel rolü de vurgulanmış, Medyanın bağımsızlığının

¹² Kitle İletişim Politikası konusunda 7inci Avrupa Bakanlar Konferansı Bildirgesi Kiev, 10-11 Mart 2005.

korunması ve siyasal makamlarca müdahale edilmemesinin güvence altına alınması kararlaştırılmıştır.

Özellikle, aşağıda belirtilen, toplumları etkileyen derin değişiklikleri dikkate alınmalıdır;

Uluslararası gerilimin artması ve barışa, sosyal istikrara ve demokratik toplumların değerlerine doğrudan tehdit oluşturan terörizmdeki artan ivme; ekonomilerin ve iletişim araçlarının globalleşmesi, göçler ve kültürler arası artan etkileşim, yaşam şekillerinin bireyselleşmesi ve sosyal ilişkilerin değişimi; sosyal iletişim modellerini ve medyayı temelden etkileyen teknolojik değişiklikler takip edilmelidir. Bu değişikliklerin, ulus devletler, kültürel ve ulusal kimlikler, sosyal uyum, insan hakları ve demokrasi çerçevesi ile uluslararası ilişkiler üzerinde uzun vadede derin sonuçları olabileceği bilinmelidir.

Kültürler arası ve dinler arası diyalogla geliştirilebilecek karşılıklı anlayışın yanı sıra, özellikle insan haklarının korunması ve desteklenmesi, bilgi, fikir ve düşüncenin serbest dolaşımı, çoğulculuk ve bilginin çeşitliliği, bilgi ve kültürlere erişim gibi unsurlara ilişkin olarak, Avrupa toplumlarının ilerleyişi ve Avrupa’da yaşayan bireylerin kişisel gelişimleri konusunda yukarıda zikredilen değişikliklerin bazılarının olumlu etkileri, iletişim araçları sayesinde geliştirilmelidir.

Haziran 2000 tarihinde Krakov’da yapılan son Bakanlar Konferansından beri Avrupa Konseyi tarafından bu alanda yapılan çalışmaları memnuniyetle karşılayan komisyon; Bilgi Toplumunda tüm bireylerin en geniş şekilde olası katılımlarının desteklenmesi ve insan haklarının korunmasının yanı sıra ifade özgürlüğünü, çoğulculuğu ve iletişim hizmetlerinin çeşitliliğini teşvik etmeye yönelik olan ve bu Bildiriye eklenen üç Karar ve Eylem Planını benimsemeyi kararlaştırmıştır.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinden, bu Bakanlar Konferansınca kabul edilen Eylem Planının uygulamasını ve bu amaçla, yeni iletişim ve bilgi teknolojilerini tamamen kapsayacak şekilde Kitle İletişimi Yürütme Komitesinin (CDMM) görev alanını tekrar tanımlamasını ve bu doğrultuda komitenin adının Medya ve Yeni İletişim Hizmetleri Yürütme Komitesi (CDMC) olarak yeniden adlandırması istenmiştir.

Bu Konferansın Eylem Planını yerine getirebilmek amacıyla CDMM tarafından başlatılabilecek yasal veya diğer girişimlerin yanı sıra yukarıda bahsedilen üç Kararın uygulanması için üye ülke hükümetlerince alınan somut tedbirlerinin izlenmesine CDMM tarafından özel önem verilmesini vurgulanmıştır.

3.2.2. Kriz Zamanlarında İfade ve Haber Alma Özgürlüğü

10-11 Mart 2005 tarihinde Kiev’de düzenlenen 7. Avrupa Bakanlar Konferansı’nda kitle iletişim politikaları adı altında bir konferans düzenmiş ve ‘‘Kriz Zamanlarında İfade ve Haber Alma Özgürlüğü’’ konusu aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:¹³

Savaş ve terörizm gibi kriz durumlarının, demokrasiler ve demokrasilerin ifade ve haber alma özgürlüğüne duydukları saygıya karşı tehdit oluşturmalarına tepki gösterme kararlılığı gösterilmelidir. Kriz zamanlarında, kamu otoritelerinin ve müdahil olan tüm diğer tarafların faaliyetlerine ilişkin toplumun bilgilendirilmesi hakkı nedeniyle ve bu tip durumlarda söz konusu yetkilileri inceleme altına alabilmenin özellikle önem kazanmasından dolayı, ifade ve haber alma özgürlüğü ile medya özgürlüğüne saygı duyulması gerektiğini ifade ederek; kriz durumlarında gazetecilerin çalışmalarına yapılan her türlü müdahale istisna olarak kalması ve ilgili uluslararası insan hakları belgelerinde yer alan koşullarla sıkı bir şekilde aynı çizgide olması gerektiğini vurgulanmıştır.

İfade özgürlüğüne, gazeteciliğin serbest ve engellenmemiş bir şekilde icra edilmesine ve gazetecilerin fiziksel bütünlüğüne yapılan ve kriz zamanlarında daha fazla yaygın olan saldırılar kınanmalıdır. Medyanın anlayış ve hoşgörüyü teşvik etme ve böylece kriz durumlarını engelleme hususundaki önemi vurgulanmıştır. Demokratik ve çoğulcu bir toplumun temel bir unsuru olan ifade ve haber alma özgürlüğüne saygı duyulmasını kriz zamanlarında da temin etme hususundaki kararlılıklarını yeniden ifade ederek; Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi’nce 2 Mart 2005 tarihinde benimsenen ‘‘Terörizme karşı mücadele kapsamında medyada ifade

¹³ Kitle İletişim Politikası konusunda 7inci Avrupa Bakanlar Konferansı Bildirgesi Kiev, 10-11 Mart 2005

ve haber alma özgürlüğüne ilişkin Bildiri” ile Bakanlar Komitesi’nce 1996 yılında benimsenen “Çatışma ve gerilim durumlarında gazetecilerin korunmasına ilişkin R (96) 4 No’lu Tavsiye Kararında” düzenlendiği üzere, kriz zamanlarında ifade ve haber alma özgürlüğü alanındaki Avrupa Konseyi standartlarına saygı duymak ve uygulamak üzere üstlendikleri sorumlulukları yeniden ifade ederek; gazetecilerin, güvenliklerine karşı bir engel ve tehdit olmaksızın, kriz durumlarına ilişkin özgür ve bağımsız bir şekilde haber aktarabilmelerine ve bu hakkın ilgili uluslararası belgelerde düzenlenen kısıtlamaların ötesinde herhangi bir kısıtlamaya gidilmesi ihtimali olmaksızın kullanılması üzerinde mutabık kalınmıştır.

Medya çalışanlarının güvenlik ve emniyetlerinin, özellikle kriz dönemlerinde, medya ve gazetecilere karşı yapılan tüm şiddet olaylarının tam ve bağımsız bir şekilde araştırılması ve medya çalışanları ve bağlı olduğu kuruluşların, medya çalışanlarının karşılaştığı riskleri azaltacak önlemleri alabilmeleri için onlara en uygun şekilde yardım edilmesi konusunda mutabık kalınmıştır. Terörizme karşı mücadelenin ifade özgürlüğüne ilişkin bugüne kadarki ve gelecekteki etkileri ile ilgili hükümetler ve tüm diğer ilgili taraflar arasında Avrupa düzeyinde düzenli bilgi ve tecrübe alışverişi ile ilgili yeni biçimler oluşturmanın ve bu özgürlüğü korumak için gerekli tüm önlemlerin alınmasının önemi üzerinde durmuşlardır.

Bir üye devletin medya çalışanlarının diğer bir üye devletin topraklarındaki kriz durumlarını haber yaparken, kendi güvenlik veya özgürlüklerine karşı bir tehditle karşılaştıkları durumlara çözüm bulmak için Avrupa düzeyinde işbirliği geliştirilmesi hususu üzerinde durulmuştur. Üye devletlerdeki kriz dönemlerinde ifade ve haber alma özgürlüğü sorununa ilişkin yürürlükte veya hazırlanmakta olan kanun ve yönetmeliklerin, Avrupa düzeyinde tesis edilmiş olan ilkelerle uyum içerisinde olması gereklidir.

Kriz zamanlarında ifade ve haber alma özgürlüğüne ilişkin sorunların ele alınabileceği uluslararası her koşulda, bu alanda Avrupa Konseyi bünyesinde oluşturulmuş demokratik ilkeleri teşvik etmek gerekmektedir. Gerekliğinde kriz zamanlarında ifade ve haber alma özgürlüğünü güvence altına almak için, Avrupa standartları hazırlamak amacıyla, bu özgürlük ile ilgili olarak medya ve bunların mesleki ve öz-düzenleyici örgütleri de dâhil olmak üzere incelenmekte olan veya

Avrupa Konseyi ve diğer organlar tarafından kabul edilmiş olan metinleri gözden geçirilmelidir.

Uygun düştüğünde, düzenleme, ortak-düzenleme veya öz-düzenleme yoluyla, uygulanabilecek olan ilgili Avrupa standartlarını tanımlama amacıyla bilgiye erişim hakkı olduğu kadar mahremiyeti koruma hakkı ve insan haysiyetine saygıya ilişkin kriz zamanlarına özgü sorunları incelenmeli, kriz durumlarını haber yapmak için medya profesyonellerinin özgür hareketini sağlamak amacıyla Avrupa Birliği düzeyinde önlemler alınıp alınmaması gerektiğine bakılmalıdır.

Medya profesyonelleri ve diğer ilgili taraflarla danışma halinde, medyanın hakları ve sorumlulukları sorununu ve gazetecilerin kriz zamanlarında çalışma koşullarını düzenli bir şekilde gözden geçirmek için bir forum düzenlenmelidir. Kriz durumlarının profesyonel ve bağımsız bir biçimde haber yapılmasını sağlamak amacıyla, medya profesyonellerinin yetiştirilmesi teşvik edilmelidir. Avrupa’da bu alanda mevcut girişimleri koordine etmek ve bilgi alış-verişi ağı kurmak gibi girişimler yoluyla medyanın kültürlerarası ve dinler arası diyaloga katkısını teşvik edilmelidir.

Anlaşmazlığın önlenmesi veya çözümlenmesine, anlaşma yaratılmasına ve diyaloga önemli katkı da bulunmuş medya için ödül ihdas edilmelidir. Avrupa Konseyi tarafından kriz zamanlarında ifade ve haber alma özgürlüğü hakkında kabul edilmiş olan metinlerin üye Devletlerce uygulanması takip edilmelidir.

3.2.3. Küreselleşme Sürecinde Kültürel Çeşitlilik ve Medya Çoğulculuğu

10-11 Mart 2005 tarihinde Kiev’de 7. Avrupa Bakanlar Konferansı’nda kitle iletişim politikaları adı altında bir konferans düzenmiş ve ‘‘Küreselleşme Sürecinde Kültürel Çeşitlilik ve Medya Çoğulculuğu’’ konusu aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:¹⁴

İnsanlığın ortak mirası olan kültürel çeşitliliğin tanınması, korunması ve geliştirilmesi hususunda mutabık kalarak ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nde

¹⁴ Kitle İletişim Politikası konusunda 7inci Avrupa Bakanlar Konferansı Bildirgesi Kiev, 10-11 Mart 2005

belirlenen temel hak ve özgürlüklerin gerçekleşmesi için kültürel çeşitliliğin önemini vurgulanmamıştır. İfade ve haber alma özgürlüğünün demokratik bir toplumda tam olarak uygulanması için medya çoğulculuğunun önemi yeniden ifade edilmiş, özellikle ekonomilerin küreselleşmesinin bir sonucu olarak Avrupa’da ve tüm dünyada medya sektöründe yoğunlaşmaya doğru artan bir trend olduğun üzerinde durulmuştur.

Medyada, özellikle azınlık statüsünde bulunan topluluklara hitap eden medyada, azınlık gruplarına ait kişilerin çıkarlarına ve kültürler arası diyalogun yararına özel önem gösterilmiş, kültürel ve dilsel çeşitliliğin tesis edilmesi ve geliştirilmesi kararlılığıyla, kültürel içerik ve sanatsal ifade tarzlarının çeşitliliğinin korunması hakkında uluslararası bir sözleşme zemini oluşturulmuştur. Medya yoğunlaşmalarının çoğulculuk üzerindeki potansiyel zararlı etkilerini engellemek amacıyla medyadaki çoğulculuğun ve çeşitliliğin korunmasına yönelik tasarlanmış sektöre özel kuralların, her ülkenin özelliklerini de dikkate alarak, benimsenmesinin genel rekabet hukukuna ek olarak önemli olabileceğinin üstü çizilmiştir.

Hem Avrupa hem de ulusal düzeyde medya yoğunlaşmaları izlenmeye karar verilmiş, küresel düzeyde medya yoğunlaşmalarının tartışıldığı uluslararası platformlarda Avrupa’nın sesini duyurmasına ve Avrupa Konseyinin bu konuda katkı sağlama yeteneğine gereksinimi olduğu vurgulanmıştır.

İfade özgürlüğü ve haberin özgürce akmasını korumakla kendini sorumlu sayan bir Pan-Avrupa Örgütü olarak Avrupa Konseyi’nin, Avrupa’daki medya yoğunlaşmalarının ulus ötesi yönlerini ifade etmekte olduğu kadar medya yoğunlaşmaları, düzenlemeler ve bunlarla ilgili diğer yönlerin ele alındığı, karşılıklı bilgi ve deneyim değişimi konularında uygun bir zemin oluşturulması kararlaştırılmıştır. Kültürel çeşitlilik ve medya çoğulculuğu gibi temel kamu çıkarı amaçlarının sayısal ortamda korunmasının gerektiği göz önünde bulundurulmuştur. Bir sosyal tutarlılık unsuru, kültürel çeşitliliğin bir yansıması ve herkesin erişebildiği çoğulcu iletişimin temel bir faktörü olarak kamu hizmeti yayıncılığının sayısal ortamda özellikle önemli bir role haiz olduğu, medya çoğulculuğunun garanti altına alınması ve geliştirilmesinin önümüzdeki yıllarda medya alanındaki ulusal

politikaların merkezi amaçlardan birini teşkil etmesini sağlama sorumluluğu vurgulanmıştır.

Bu amaçla hem geleneksel medyada hem de yeni iletişim hizmetlerinde [kültürel değişimlerin ve özgür haber akışını kolaylaştırmak amacıyla] çeşitlendirilmiş içeriğin üretimini ve dağıtımını, arşivlerinin de dahil edilmesi yoluyla teşvik edilmesi üzerinde durulmuştur.

Kültürel içeriklerin ve sanatsal ifade tarzlarının çeşitliliğinin korunması hakkında uluslararası bir sözleşmenin kabul edilmesi perspektifiyle UNESCO’da yürütülen çalışmaları desteklenmeli, ülke sınırları arasında özgür haber akışı, ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde medya çoğulculuğu konusunda harcanan çabalarla birlikte yürütülmesi gerektiği kararı verilmiştir. Kültürel çoğulculuğu kamçılar ve toleransı geliştirmek amacıyla ulusal azınlıklara ait kişilerin medyaya erişimlerini teşvik etme hususunda çalışmaların yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Güçlü ve bağımsız bir kamu hizmeti yayıncılığının tesis edilmesi ve geliştirilmesine dair Avrupa Konseyi’nin koyduğu standartlara saygı göstermek ve uygulamak amacıyla ülkelerin icraatlarını yeniden açıklayarak yayın düzenleyicilerin (Yayın Sektörünü Düzenleyen Üst Kurullar) siyasal, mali ve idari bağımsızlığının önemi üzerinde durulmuştur.

Farklı platformlardaki kamu hizmeti yayıncılarının hizmetlerine ücretsiz ve evrensel erişimi sağlamanın önemini, sayısallaşma ve yakınsama ışığında kamu hizmeti yayıncılığının görevlerini daha da geliştirme gereksiniminin olduğu belirtilmiştir. Kamu hizmeti yayıncılarının özellikle kültürel çeşitlilik ve medya çoğulculuğuna katkıda bulunmalarını teminen etkin bir biçimde görevlerini başarabilmeleri için hukuki, mali ve teknik şartların sağlanması sorumluluğunun üstlenilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi’nin sayısal yayıncılığın demokratik ve sosyal katkısının geliştirilmesine dair alınması gereken önlemler konusunda çıkardığı 2003 (9) Sayılı Tavsiye Kararını uygulaması amacıyla üye Devletlerin koyduğu icraatlar yeniden ifade edilmiş ve bu Tavsiye Kararı’ndaki önlemlerin uygulanmasına

dair alınan önlemler hakkında Avrupa Konseyi'nin bilgilendirilmesi konusunda mutabık kalınmıştır.

Uygun olduğunda, medya çoğulculuğunu korumak amacıyla gerekli görülebilecek herhangi bir yasal veya diğer girişimleri önermek için, özellikle ulus ötesi (transnational) düzeyde, Avrupa'da medya yoğunlaşmalarının gelişmesinin izlemeye devam edilmesi gerekmektedir. Sayısal çağda (era) medya yoğunlaşmalarının arttığı göz önünde tutularak, sayısal ortamın kültürel çeşitlilik ve medya çoğulculuğu üzerindeki etkisinin incelenmesi ve gerektiğinde medya çoğulculuğunun geliştirmesine yönelik önlemler hakkındaki No.R (99) 1 Tavsiye Kararını gözden geçirilmesi kararlaştırılmıştır.

Medya şeffaflığını teşvik eden önlemler hakkındaki No. R (94)13 Tavsiye Kararındaki hükümlerin, bu gelişmeler ışığında gözden geçirilip geçirilmemesi gerektiğine bakılmıştır.

UNESCO'da kültürel içerik ve sanatsal ifade çeşitliliğinin korunması hakkındaki uluslararası bir sözleşmenin sürdürülmekte olan hazırlık çalışmalarının medya sektörü için etkileri gözden geçirilmiş; gerektiğinde, ifade ve haber alma özgürlüğünü ve medyanın çoğulculuğuna ilişkin paylaşılmış değerlerin tamamen göz önünde tutulmasının sağlanması amacıyla, bu girişime yönelik ortak bir Avrupa Birliği yaklaşımı kabul edilmiştir.

Özellikle farklı medya tiplerinin, tüm toplulukların ve nesillerin toplumla bütünleşmesinde nasıl bir rol oynayabileceği incelenmiş, gerektiğinde bunların uygulanmasının nasıl sağlanacağı yolunda üye Devletlere daha ileri bir rehberlik vermek amacıyla, sayısal yayıncılığın demokratik ve sosyal etkisi hakkındaki Bakanlar Komitesinin Rec (2003) 9 Tavsiye Kararının üye Devletlerce uygulanmasının takip edilmesi kararlaştırılmıştır. Kamu hizmeti görevinin, uygun bir şekilde nasıl geliştirilebileceği ve sayısal ortama nasıl uyarlanacağı incelenmiş ve bu amaç için tavsiye edilebilecek yasal ya da diğer önerileri formüle edecek şekilde, kamu hizmeti yayıncılarının bu görevi en iyi şekilde yerine getirmelerini sağlamak için ihtiyaç duyulan her türlü yasal, teknik ve diğer koşulların sağlanması gerektiği kararlaştırılmıştır.

Gerektiğinde, üye Devletlere bu bağımsızlığın nasıl sağlanacağı konusunda rehberlik sağlamak amacıyla, kamu hizmeti yayıncılığının bağımsızlığının güvence altına alınması hakkındaki Bakanlar Komitesinin No. R (96) 10 Tavsiye Kararının üye Devletlerce uygulanmasının takip edilmesi kararlaştırılmıştır.

3.2.4. Bilgi Toplumunda İnsan Hakları ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi

10-11 Mart 2005 tarihinde Kiev’de 7. Avrupa Bakanlar Konferansı’nda kitle iletişim politikaları adı altında bir konferans düzenmiş ve ‘Bilgi Toplumunda İnsan ile Medya ve Yeni İletişim Hizmetlerinin Düzenlenmesi’’ konusu aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:¹⁵

Kültürel alışveriş koşullarını geliştirirken, ulusal sınırlar içinde ve arasındaki serbest bilgi akışını artıran ve bireylere teamül dışı fırsatlarla ifade ve haber alma özgürlüğü haklarını kullanmalarını sağlayan iletişim alanındaki teknolojik gelişmeleri memnuniyetle karşılanmıştır. Avrupa’daki Bilgi Toplununun gelişimini, kamu otoriteleri ile sivil toplum tarafından uyumla icra edilen hukukun üstünlüğüne ve insan haklarına saygıya dayandırılacağı temin edilmiştir.

Yeni iletişim hizmetleri endüstrisinin, bu bağlamda, özdenetim veya ortak denetim önlemleri yoluyla oynayabilecekleri rolün altı çizilmiştir. Yeni iletişim hizmetlerinin, örneğin e-demokrasi yoluyla insan haklarının kullanımını artırabileceğine ve insan hakları ile ilgili ihlallere ilişkin bilgileri yayarak ve hızlı bir tepki oluşumu sağlanarak, insan haklarının korunmasına hizmet edeceğine inanılmaktadır. Dünya çapında dolaşımda olan bilgi hızının, içerik yapımcıları ve dağıtıcıları adına başta insan onuru, bireysel haklar ve özellikle küçüklere zarar vermemesinin özel bir dikkat gerektirdiği vurgulanmıştır.

İletişim ağlarına ve bunların içeriğine kamunun erişimini kısıtlayan veya demokratik ilkelere ters düşen unsurlarla ilgili iletişime müdahale edici teşebbüsleri

¹⁵ Kitle İletişim Politikası konusunda 7inci Avrupa Bakanlar Konferansı Bildirgesi Kiev, 10-11 Mart 2005

kınayarak ve bu bağlamda Avrupa söz konusu olduğunda, her tür kısıtlama Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 8. ve 10. maddeleri ile uyum halinde olması gerektiği hatırlatılmıştır. Tüm bireylerin kendi ülkelerinde toplum yaşamına katılımlarını teşvik etmek amacıyla, yeni iletişim hizmetlerine eşit bir şekilde erişebilmelerini sağlayacak koşulları yaratmak üzere verdikleri taahhütler yeniden hatırlatılmıştır.

Profesyonel medyanın, mesleki standartlarına uygun olarak toplanan ve işlenen bilgiyi sağlamak ve kamu otoritelerini ve toplumdaki tüm diğer güç sahiplerini irdelemek suretiyle kamuoyu oluşturmada önemli rol oynamaya devam edeceği unutulmamalıdır. Bilgi toplumunda, medya ve yeni iletişim hizmetlerinin gelişiminde, telif hakları ve komşu hakların etkin korunmasının önemli bir faktör olduğunun altı çizilmiştir. Bilgi Toplumu Dünya Zirvesi Bildirisini dikkate alarak ve Bakanlar Komitesi'nce Zirve'de iletilen siyasi mesajın içerdiği ilkeler yeniden ifade edilmiştir. Bakanlar Komitesi'nce 28 Mayıs 2003 tarihinde kabul edilen Internet'te İletişim Özgürlüğü Hakkında emec'in ilkelerine uyumlu olarak, yeni iletişim hizmetleri aracılığıyla sunulan serbest bilgi akışına karşı her türlü engelin teknik imkanlar dahilinde kaldırılması gerektiği vurgulanmıştır. Medya ve yeni iletişim hizmetlerinde alınabilecek düzenleyici önlemlerin, çoğulculuk ve çeşitliliğin temel değerlerini geliştirmesini ve saygı gösterecek olmasını, insan haklarına ve ayrımcı olmayan erişime saygı gösterecek olmasını temin etmeleri istenmiştir.

Kamunun genelinin medya eğitimini teşvik etmenin yanı sıra, özellikle sayısal dışlanmaya maruz kalmalarının engellenmesi amacıyla tüm vatandaşların beceri, bilgi ve yeni iletişim hizmetlerine etkin ve adil erişiminin temini için çabaların artırılması gerekmektedir. Kamu yaşamındaki şeffaflığı artırmak ve demokratik karar alma sürecini geliştirmek için yeni iletişim hizmetleri yoluyla kamu otoritelerinin faaliyetlerine ilişkin bilgilere ve resmi belgelere toplumun erişimini destekleyen önlemler alınmalıdır. Küçükleri korumanın önemini hatırd tutarak, yeni iletişim hizmetleri ile ilgili zararlı içeriğin dağıtımının küçükler için oluşturacağı riski azaltmak amacıyla yapılacak çabalar ve işbirliği hızlandırılmalıdır. Aynı zamanda, medya okur-yazarlığı alanında yeni iletişim hizmetlerinin olumlu yönlerinden faydalanmalarını ve zararlı içeriğe maruz kalmalarından kaçınmalarını sağlanmalı, çocuklara eğitim verilmesi için özel teşvik verilmesi üzerinde durulmuştur.

Siber suç Sözleşmesi ve Bilgisayar Sistemleri Aracılığıyla İşlenen İrkçı ve Yabancı Düşmanlığı Karakterli Eylemlerin Suç Sayılması Hakkındaki Ek Protokol tarafından yasaklanmış içeriğin yeni iletişim hizmetleri kullanılarak dağıtımına karşı mücadele etmek için çaba harcanması gerektiği vurgulanmıştır.

Bu önlemleri alacak şekilde üye Devletlerle diğer ilgili taraflar arasında bilgi ve en iyi uygulama teatisinde bulunmak için Avrupa düzeyinde düzenli bir forum tesis edilmelidir. Bakanlar Komitesinin No. R (99) 14 Tavsiye Kararında belirtildiği gibi, evrensel toplum hizmeti ilkesi doğrultusunda yeni iletişim hizmetlerine erişim gibi bir konunun Bilgi Toplumu içine alınmasının teşvik edilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Avrupa Konseyi ilkeleri ve standartlarının sayısal ortamda uygulanması gerektiği üzerinde durulmuştur.

Çalışmaların ve diğer korunmuş malzemenin daha geniş bir dolaşımını sağlarken, bu korumayı temin etmek için gerekli görülebilecek girişimleri üstlenecek şekilde, telif hakları ve komşu hakların korunması konusunda yeni iletişim ve bilgi hizmetlerinin gelişiminin etkisi izlenmelidir. İnternet'te kamuya açılmış içeriklerin sorumluluğuna ilişkin yasal ve diğer gelişmeleri yakından izleyin ve gerektiğinde, rehber ilkelerini hazırlamak da dâhil olmak üzere, ifade özgürlüğünü sağlayan araçların ve diğer İnternet aktörlerinin rolleri ve sorumlulukları hakkında her türlü girişimde bulunulmalıdır. Eğitimin her safhasında ve devam eden öğrenimin bir parçası olarak elektronik medya da dahil olmak üzere tüm medyanın fiili ve eleştirel kullanımını gerektiren medya okur yazarlığını geliştirmeye yönelik adımları desteklenmelidir. Gerektiğinde yeni enteraktif teknolojilerin de yardımıyla, özellikle kamu hizmeti yayıncılığı kuruluşlarında, bireylerin daha geniş bir demokratik katılımını teşvik edecek şekilde medyanın daha büyük bir rol üstlenmesini teşvik etmek amacıyla üye Devletler için stratejiler oluşturulmalıdır.

Resmi belgelere erişim hakkındaki Rec (2002) 2 Tavsiye Kararı ve Avrupa Konseyinde yürütülmekte olan e-yönetim'e ilişkin çalışmalar göz önünde tutularak kamu makamlarının şeffaflığını arttıran ve medya aracılığıyla eleştirel bakışı kolaylaştıran yolları incelenmelidir.

İfade özgürlüğünü ve bilginin serbest akışını sağlarken, geleneksel ve yeni elektronik medyada küçüklerin zararlı içeriklere karşı Avrupa ve bütünsel düzeyde bir koruma temin edecek önlemler üye devletlerce kabul edilmelidir. Bilgi Toplumunda geleneksel medyanın görevinde ne ölçüde başka elemanlarca tamamlandığı tahlil edilmeli ve şeffaflık ve sadakat ve temel haklara saygı ilkelerinin yeni medya tarafından da uygulanmasını sağlayacak şekilde yeni stratejiler geliştirilmelidir.

Yeni iletişim hizmetlerinin gelişmesi ve düzenlenmesi ile ilgili olarak Avrupa düzeyinde üye Devletler arasında bilgi alış-verişi teşvik edilmelidir. Bu bağlamda sayısal yayıncılığın demokratik ve sosyal etkisini incelenmelidir. Aynı zamanda bu bağlamda, seçim kampanyalarının medya tarafından haber yapılmasına ilişkin önlemler hakkındaki No.R (99) 15 Tavsiye Kararında yer alan ilkelerin, sayısal yayıncılık hizmetleri ve diğer iletişim hizmetlerinin ışığında gözden geçirilip geçirilmemesi gerektiği incelenmelidir. Gerektiğinde, insan haysiyeti ve diğerlerinin temel hakları hakkındaki Sınır ötesi Televizyon Daimi Komitesinin Demecinin tamamlanması ve güçlendirilmesi için yasal ve diğer girişimlerde bulunmak amacıyla, medyada ve yeni iletişim hizmetlerinde insan haysiyetine saygı sorunu yakından izlenmelidir. Gerektiğinde, üye Devletlerin ulusal mevzuatlarının ve uygulamalarını Avrupa Konseyi standartları ile uyumlarını sağlamak için her türlü gerekli girişimlerde bulunmak amacıyla, üye Devletlerin medya yoluyla iftiraya ilişkin mevzuat konusundaki durumu gözden geçirilmelidir. Bir demokratik toplumda araştırıcı gazetecilik lehinde girişimlerde bulunmanın gerekip gerekmediğini tayin etmek amacıyla, bu tür gazeteciliğe özgü hukuki ve güvenlik sorunları tahlil edilmelidir.

Avrupa Birliği'nin iletişim politikalarının en önemli özelliği tüm iletişim politikalarını ortak bir zeminde birleştirme eğiliminde olduğu dikkati çekmektedir. Bu doğrultuda hazırlanmış olan “Avrupa Birliği İletişim Mevzuatları” ortak iletişim politikasının oluşturulması için yapılmış olan yasal düzenlemeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Avrupa Birliği İletişim Mevzuatlarının yansıması olarak görsel-ışitsel alanda ortak bir politika oluşturmak söz konusu iletişim politikalarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Ayrıca 1989 yılında kabul edilip 1997 yılında güncellenen Avrupa Birliği Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi ile Direktifte yer alan esaslar doğrultusunda, Birliğe üye ülkelerde yayıncılık alanında birlik ve beraberliği sağlamak amacıyla oluşturulan Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi de iletişim politikaları içerisinde önemli bir yer tutar (Çakır ve Gülner, 2007: 213).

Avrupa Birliği'ne üye devletler söz konusu yasal düzenlemeler çerçevesinde ortak bir iletişim politikası zeminde bir araya getirilmeye çalışılırken benzer uygulamanın Avrupa Birliği'ne üye olmak isteyen ülkeler için de geçerli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu bağlamda Avrupa birliğine üye olacak ülkelerin Avrupa Sınırsız Televizyon Direktifi'nde belirtilmiş olan bir takım mevzuatlara uyum sağlaması/sağlayacağı şartı aranmaktadır.

Birlik üye olacak devletlerden iletişim alanındaki mevzuatlarını; tanımlar, yetki alanı, kabul özgürlüğü, milliyet ayrımcılığı, Avrupa çalışmaları ve bağımsız çalışmaların teşviki, reklamcılık ve tele-alışveriş, küçüklerin korunması, radyo ve televizyon işletmeciliğinde yabancı sermaye hisselerindeki kısıtlamalarla ilgili uyumsuzlukların giderilmesi gibi konularda uyumlaştırılması üzerinde durmaktadır.

Avrupa Birliği'ne üye olacak ülkelere iletişim alanında beklenen uyum maddelerini genel ilkelerini aşağıdaki gibi belirtmek mümkündür:

- **İfade ve İletişim Özgürlüğü İlkesi:** Birliğin iletişim politikalarında bir başka önemli nokta ifade ve iletişim özgürlüğü ilkesidir ki, bu da tarihsel olarak kökenleri 1950 yılında Roma'da imzalanan ve Türkiye'nin de taraf olduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin (AİHS) 10. maddesine dayanmaktadır ve bu madde üye ülkelerin basın, radyo ve televizyon düzenlenmesine ilişkin mevzuatının kaynağını oluşturmaktadır (Kutay ve Özçeri, 2006: 17-18). Bunun yansıması olarak Avrupa Birliği üye olacak ülkelere Birlik ile uyum sağlaması için mevzuat değişiklikleri talep ederken, özellikle şiddet içermeyen fikirlerin cezalandırılmaması ve mevzuat hükümlerinin de Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS) ile Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM)'nin kararları doğrultusunda yorumlanmasının altını çizmiştir.

- **Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Yerel Dilin Kullanılması İlkesi:** Birliğin iletişim politikalarında diğer bir önemli nokta ise, radyo ve televizyon

yayıncılığında yerel dilin kullanılması olarak belirtilebilir. Bunun kökenleri de 1991 Maastricht Antlaşması ve 1997 Amsterdam Antlaşması'nda da yer verilen temel felsefe olarak “çok kültürlülük” anlayışına dayanan ve Birliği siyasal ve kültürel bütünlüğe götüren Kopenhag Siyasi Kriterleri'nde de “Azınlıkların Korunması” başlığı altında ifadesini bulan anlayışta aramak gerekir (Timisi, 2003: 99-100). Avrupa Birliği bu konuda da üye olacak devletlerde mevzuat değişiklikleri talep ederken bu konu üzerinde de önemle durmaktadır.

- **Piyasa Görüşü İlkesi:** Birliğin iletişim politikalarında önemli bir yere sahip olan telekomünikasyon politikasında ortak bir politika gütmeye amacı başat rol oynamakla birlikte bu politikada önceleri teknolojik gelişim sağlayarak rekabet gücünü artırmak hedeflenmiş; fakat daha sonra deregülasyon sürecindeki özelleştirmelerle birlikte, bu alanda küreselleşmeyi yakalayacak “piyasa görüşü” önem kazanmıştır. (Başaran, 2003: 170-184).

Avrupa Birliği'nin iletişim alanında yapmış olduğu politikaları en belirgin bir şekilde kendisini gösterdiği uygulama alanı görsel ve işitsel medya hizmetleri olmuştur. Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikası, sosyal, kültürel, politik özelliklere dayanmaktadır. Avrupa Komisyonu, geleneksel değerlere sahip çıkmak ve bu değerleri korumak adına görsel-işitsel politikalarını oluştururken özel bir önem göstermiştir. Avrupa Birliği'nin medya politikaları aşağıdaki 3 değere dayandırılmaktadır (Wheeler, 2004 :349):

- **Çoğulculuk;** Medya sektöründeki en temel özelliklerden biri,
- **Kültürel Çeşitlilik;** Özellikle ulusal kimliklerin korunması,
- **Vatandaşın Tercihinin Ön Planda Olması;** Pazarda tüketicilerin mutlu olmasını ve yeni fırsatları değerlendirmesini sağlamak

Avrupa Birliği'nin görsel ve işitsel medya hizmetleri alanındaki en büyük adımı 1989 yılında kabul edip 1999 yılında yürürlüğe koyduğu Sınır tanımayan Televizyon Direktifi ile atmıştır. Esasen bu direktifin; birliğin politikaları çerçevesinde uyumlaştırılması ve içeriğe serbest dolaşım hakkının sağlanarak ortak pazar oluşturulması yönünde önemli bir gelişme olarak algılanabilir.

Birlik 18 Aralık 2007 yılında resmi gazetesinde yayımladığı ve 19 Aralık 2007 tarihi itibarıyla de yürürlüğe koyduğu ‘‘Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesinde ‘‘Sınırsız Televizyon Direktifi’’ üzerinde bir takım değişiklikler yapmıştır. Söz konusu ‘‘Sınırsız Televizyon Direktifi’’ yönergesinde yapılmış olan değişikliklerin nedenleri incelendiği zaman bir takım gelişmelerin bu duruma neden olduğu görölmektedir. Söz konusu bu nedenler aşığıdaki gibi özetlenmiştir (Çakır, 2007 :198-199):

- Teknoloji ve hizmetlerin yakınsaması (convergence): geleneksel (doğrusal) TV, İnternet TV, taşınabilir telefonlardaki TV ve diğer taşınabilir aygıtlar vs.,
- Sabit geniş bandın büyümesi, sayısal TV ve 3G (Üçüncü Kuşak) şebekeleri,
- İzle ve öde sistemindeki artış,
- Doğrusal olmayan hizmet dağıtımındaki yenilikler, örn. VOD (Video-on-demand/ Çağırdığını izle),
- Doğrusal (linear) ve doğrusal olmayan (non-linear) görsel-ışitsel hizmetlerin iç içe geçmesi,
- İzleyici alışkanlıklarındaki değişiklikler; giderek daha fazla insanın görsel-ışitsel içeriğin kendi zaman çizelgelerini takip etmesini bunun tam tersine tercih etmesi,
- Yeni reklam tekniklerinin gelişimi; televizyonda etkileşimli reklam, sanal reklam, bölünmüş ekran gibi gelişmeler, arama bazlı internet reklamları ya da taşınabilir telefonlardaki SMS ilanları.

Avrupa Birliği’nin ‘‘Sınırsız Televizyon Direktifi Yönergesi’nde’’ yer alan tanımlar birliğin iletişim politikasının ana hedeflerinin kaynağının nereye dayandığını çok net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu nedenle ‘‘Sınırsız Televizyon Direktifi Yönergesi’nde’’ yer alan ve bir anlamda Avrupa Birliği’nin iletişim politikalarının çerçevesini oluşturan tanımlar şunlardır:¹⁶

¹⁶Radyo ve Televizyon ÜstKurulu,
http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=63c2d050-4661-4553-bae142274bb8780c Erişim Tarihi: 18.07.2013

- **Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri:** Medya hizmet sağlayıcısının editoryal sorumluluğu altında olan ve temel amacı kamunun genelini bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmek için 2002/21/EC sayılı Yönergenin 2(a) maddesinin anlamı çerçevesinde elektronik iletişim şebekeleri yoluyla program sağlamak olan ve Kurucu Antlaşmanın 49 ve 50. Maddelerinde tanımlanan bir hizmet anlamına gelmektedir. Bu tür bir görsel-ışitsel medya hizmeti, bu maddenin (e) bendinde tanımlanan bir televizyon yayını veya bu maddenin (g) bendinde tanımlanan isteğe bağlı bir görsel-ışitsel hizmet ve/veya; görsel-ışitsel ticari iletişim anlamına gelmektedir.

- **Program:** Medya hizmet sağlayıcısı tarafından oluşturulan bir akış çizelgesi veya katalog içindeki tek bir ögeyi oluşturan bir dizi sesli veya sessiz hareketli görüntüler anlamına gelir ve şekil ve içeriği televizyon yayıncılığının şekil ve içeriği ile benzerlik gösterir. Program örnekleri; konulu uzun metrajlı filmler, spor olayları, durum komedileri, belgeseller, çocuk programları ve özgün dramaları içerir.

- **Editoryal Sorumluluk:** Programların seçimi ve televizyon yayınlarında kronolojik bir akış çizelgesi veya isteğe bağlı görsel-ışitsel medya hizmetlerinde ise bir katalog içinde düzenlenmesin eilişkin etkili bir kontrolün uygulanması anlamına gelir. Sunulan içerik veya hizmetler açısından editoryal sorumluluğun ulusal mevzuat kapsamında herhangi bir hukuki yükümlülük gerektirmesi zorunlu değildir.

- **Medya Hizmet Sağlayıcısı:** Görsel-ışitsel medya hizmetinin görsel-ışitsel içeriğinin seçiminde editoryal sorumluluğu olan ve bu içeriğin düzenlenme biçimine karar veren gerçek veya tüzelkişi anlamına gelir.

- **Televizyon Yayını:** Programların program akış çizelgesine bağlı olarak eşzamanlı izlenebilmesi için medya hizmet sağlayıcısı tarafından sunulan bir görsel-ışitsel medya hizmeti anlamına gelir.

- **Yayıncı:** Televizyon yayınları medya hizmet sağlayıcısı anlamına gelir.

- **İsteğe Bağlı Görsel-İşitsel Medya Hizmeti (Program Akırsız Görsel-İşitsel Medya Hizmeti):** Programların kullanıcının seçtiğı bir zamanda ve medya hizmet sağlayıcısı tarafından seçilen program kataloguna bağlı olarak münferit

isteği üzerine izlenmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcısı tarafından sunulan bir görsel-ışitsel medya hizmeti anlamına gelir.

- **Görsel-İşitsel Ticari İletişim:** Ekonomik bir faaliyette bulunan özel veya tüzel bir kişinin, mal, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak, tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntüler anlamına gelir. Bu tür görüntüler, bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yada öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilir. Görsel-ışitsel ticari iletişim şekilleri diğerlerinin yanı sıra televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi kapsar.

- **Televizyon Reklamı:** Taşınmaz mülk, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere mal veya hizmetlerin temininin bir ücret karşılığında tanıtımı amacıyla ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı bir kamu veya özel teşebbüsü veya gerçek bir kişi tarafından bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yapılan her türlü duyuru yayını veya öz-tanıtım yayını anlamına gelir.

- **Gizli Görsel-İşitsel Ticari İletişim:** Medya hizmet sağlayıcısı tarafından reklam yapmak maksadıyla ve doğası gereği kamuyu yanlış yönlendirebilecek şekilde; bir mal üreticisinin veya bir hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, ticari markasının, adının, hizmetlerinin, ürünlerinin programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılması anlamına gelir. Bu tür bir tanıtım, özellikle bir ücret karşılığında veya benzeri bir karşılıkla yapılması durumunda kasıtlı olarak yapılmış addedilir.

- **Program Desteklemesi:** Görsel-ışitsel medya hizmetlerinin sağlanması veya görsel-ışitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan kamu veya özel bir teşebbüs veya gerçek bir kişinin adını, markasını, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla görsel-ışitsel medya hizmetlerinin veya programların finanse edilmesine yönelik yaptıkları her tür katkı anlamına gelir.

- **Tele-Alışveriş:** Taşınmaz mallar, hak ve yükümlülükler dahil olmak üzere, ücret karşılığında mal veya hizmetlerin temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayını anlamına gelir.

- **Ürün Yerleştirme:** Bir ürün, hizmet veya ticari markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla, program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak program içinde gösterildiği her tür görsel işitsel ticari iletişimi ifade eder.

3.3.İletişimin Küresel Yansımaları ve Bu Yansımaların Avrupa Birliği'ne Etkileri

Küreselleşme kutuplar arası iletişim sayesinde sürekli büyüyen bir kavram olmuştur. Küreselleşmeyle birlikte ekonomik ve sektörel yönlerden piyasalar birbirlerini kopyalamaya başlamış ve bu benzerliklerden yeni farklılıklar çıkarmak için sürekli bir yenilik arayışı doğmuştur. Gelişmiş Ülkelere bakıldığında iletişim farklı bir boyut kazanmıştır. Fikirlerin yayılması, ürünlerin reklamize edilmesinde iletişimin rolü her zaman başrol olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı'yla Avrupa ülkeleri çok büyük bir yıkıma uğramıştır. Bununla birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nin teknolojik atılımlarıyla Avrupa ile arayı açması ve ayrıca Japonya'nın öncülüğünde Uzak Doğu ülkelerinin büyük gelişimi Avrupa ülkelerini arayış içerisine itmiştir. İletişim teknolojilerinde Avrupa'nın rakiplerinin gerisinde kalması ve rakip ülkelerle makasın giderek açılması Avrupa'nın bu alanda rekabetçiliğini gözden geçirmesini gerekli hale getirmiştir. Bu kapsamda Avrupa'nın aradaki bu farkı kapatması ve daha önceki rekabetçi yapısına geri dönebilmesi için kapsamlı bir strateji oluşturma ihtiyacı hissedilmiştir.

Avrupa ekonomik ve sosyal performansını iyileştirmek amacıyla hedeflenen dönüşümün ilk işaretini 1993 yılında komisyon tarafından hazırlanan Büyüme, rekabetçilik ve istihdam Üzerine Beyaz Kitap metni ile vermiştir. Hazırlanan bu metin Avrupa'da sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlamak ve daha fazla ve daha iyi istihdam oluşturmak ve Avrupa Birliği rekabetçiliğini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak amacını gütmektedir. Ayrıca ekonomi ve iletişim politikaları alanlarında Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'dan ilham alarak önerilerde bulunmaktadır (Jessop, 2006:141)

Bangemann Raporu¹⁷ ve yapılan benzeri bazı araştırmalar ve MEDIA programları, e-Avrupa Girişimi, Lizbon Süreci ve i2010 alışmaları Avrupa Birliği’ni tekrar rekabet edebilir konuma getirmiştir.

Avrupa Birliği Konseyi 10-11 Aralık 1999 tarihinde yaptığı toplantıda Avrupa’nın bilgi ekonomisinden en iyi şekilde istifade etmesi için Avrupa’yı bütün bireyler için gerçek bir bilgi toplumuna dönüştürmek amacıyla e-Avrupa girişimini başlatmıştır.

e-Avrupa girişiminin öncelikli en temel amaçları; Avrupa’yı dijital çağa hazırlamak, e-ticareti canlandırmak, ucuz internet erişimi sağlamak, güvenli elektronik iletişim için akıllı kartlar, ileri teknoloji üretebilen ve kullanabilen küçük ve orta ölçekli işletmeler için risk sermayesi oluşturmak, akıllı ulaşımı sağlamak ve evrimii devlet hizmetlerini herkese anında ulaştırmaktır.

Aralık 1999’da düzenlenen bu toplantının ardından Avrupa Komisyonu, Avrupa Konseyi’yle işbirliği içerisinde bir e-Avrupa eylem planı hazırlığına girişmiş ve Mart 2000’de Lizbon’da Konsey toplantısı düzenleyerek hazırlanan eylem planını Haziran 2000’de bitirmek için çalışmalar yapmıştır.

Mart 2010’da Lizbon’da yapılan toplantıda Helsinki’de kararlaştırıldığı gibi Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi’ne bir rapor sunulmuştur. Aynı toplantıda, e-Avrupa girişimini destekleyen ve Avrupa’nın gelecek on yılında daha çok istihdam ve kapsamlı bir sosyal uyum aracılığıyla sürdürülebilir ekonomik büyüme becerisine sahip, dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomisi haline dönüşmesini hedefleyen Lizbon Stratejisi ortaya konmuştur.

Lizbon Stratejisi ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç temel üzerine inşa edilmiştir. Bunlar kısaca; rekabetçi, dinamik, bilgi tabanlı ekonomiye geçişin altyapısının hazırlanmasına yönelik ekonomik temellerdir.

Bilgi toplumundaki değişikliklere uyum sağlanması gereği ve araştırma ve geliştirmenin desteklenmesi üzerinde durulmaktadır. Ayrıca sosyal dışlanmayla

¹⁷ Avrupa ve Küresel Bilgi Toplumu, Avrupa Konseyi, Bangemann Raporu Öneriler.
http://www.epractice.eu/files/media/media_694.pdf (02.03.2014)

mücadele edip, insan kaynaklarına yatırım yaparak Avrupa Sosyal Modeli'nin modernleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Üye ülkelerin bilgi ekonomisine geçişini kolaylaştıracak şekilde eğitim ve öğretime yatırım yapmaları ve istihdam konusunda daha aktif bir politika yürütmeleri beklenmektedir. Avrupa Konseyi'nin Haziran 2001'de gerçekleştirdiği toplantısında stratejiye dâhil edilen ve ekonomik büyümenin doğal kaynaklar tüketilmeden sağlanmasına dikkat çekilmiştir.

Avrupa Birliği 2000 yılında ortaya konan amaçların gerçekleştirilmesi için bir hedef listesi belirlenmiştir. Bahse konu politikaların neredeyse tamamının üye ülkelerin yetki sınırları içerisinde yer aldığı göz önünde bulundurularak, ulusal eylem planlarının geliştirilmesini gerektiren bir yaklaşım benimsenmiştir.

Lizbon Stratejisi, geniş ekonomik politikaların yanı sıra istihdam için Lüksemburg süreci; mal, hizmet ve sermaye piyasalarının işlemesi için Kardif süreci ve makroekonomik diyalog için Köln süreci gibi mevcut koordinasyon mekanizmalarına uyumu ve bunların güçlendirilmesini de desteklemiştir. Ayrıca bu süreçte, Komisyon tarafından e-Avrupa Eylem Planı hazırlıkları devam etmiş ve 19-20 Haziran 2000 tarihlerinde yapılan Konsey toplantısında Lizbon Stratejisi ve e-Avrupa Girişimi çerçevesinde hazırlanan ve altmış dört eylemden oluşan e-Avrupa 2002 Eylem Planı kabul edilmiştir.

11-12 Mayıs 2000 tarihlerinde yapılan Avrupa Bakanlar Konferansı'nda, AB'ye aday ülkeler Lizbon'da ortaya konulan stratejik hedefini benimsemiş; 15 AB ülkesinin e-Avrupa ile ortaya koyduğu girişimin bir parçası olma konusunda uzlaşmış ve AB'nin politik kararlılığına destek olarak, belirtilen bu iddialı hedefe ulaşmayı sağlamak ve bundan yararlanılacak zemini genişletmek amacıyla e-Avrupa benzeri bir eylem planı hazırlamaya karar vermişlerdir. Hazırlanan Eylem Planı Haziran 2001'de Göteborg'da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında kabul edilmiştir. e-Avrupa+ adı verilen bu girişim, e-Avrupa'nın öncelikli amaçlarını ve hedeflerini yansıtmakta ve aday ülkelerin özel durumlarına yönelik elli yedi adet eylem sunmaktadır. e-Avrupa gibi, e-Avrupa+ Eylem Planı da, aday ülkelerin ekonomilerinin yenilenmesinin ve modernizasyonunun hızlandırılmasını, kurumsal

kapasite ve yeteneklerinin artırılmasının desteklenmesini, genel rekabet güçlerini geliştirilmesini amaçlamakta ve bu yönde aday ülkelerin özel durumlarını göz önüne alan eylemler sunmaktadır.

Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel politikaların oluşması da tıpkı Avrupa Birliği'nin kendisi gibi ilk yıllarda ekonomik temeller çerçevesinde yürümüştür. Görsel-işitsel politika Birliğin temel kurumları oluşturulana kadar ayrı bir alanda ele alınmamıştır. Her ne kadar Avrupa Birliği Adalet Divanı, görsel-işitsel ürünleri de hizmetler kapsamında gören kararlar almış olsa da bu durumun politikalara yansımaları hemen olmamıştır. Bununla birlikte, kurucu antlaşmaların “antlaşmaları yorumlama ve boşlukları doldurma yetkisini” verdiği Avrupa Birliği Adalet Divanı, 1974 yılından itibaren verdiği kararlarla, televizyon yayınlarını da “serbest dolaşımı hedeflenen hizmetler” kapsamında değerlendirmiş, Avrupa Birliği'nin sorumluluklarını görsel-işitsel alanı da kapsayacak şekilde geliştirmiştir.

Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel sektöre yönelik politikaları seksenli yılların ikinci yarısına kadar marjinal kalmıştır. Kablo ve sayısal uydu yayıncılığı gibi yeni iletim teknolojilerinin gelişimi sürecinde ve televizyon programları yapımında Avrupa Birliği'nin tedricen Amerika Birleşik Devletleri'nin gerisinde kalması, Avrupa Birliği kurumlarını medya sektörünün teknolojik, ekonomik ve kültürel boyutlarını ilgilendiren yeni inisiyatifler geliştirmeye sevk etmiştir. Yasal alanda özellikle uydu yayıncılığı gibi sınır ötesi yayınları mümkün kılan yeni teknolojiler, bir Üye Devlet çıkışlı yayınların bir başka Üye Devlette Avrupa Birliği Antlaşması hükümleri temel alınarak engellenip engellenemeyeceği sorusunu gündeme getirmiştir.

Esasen, 1957 yılında imzalanan Roma Antlaşması Avrupa Birliği kurumlarına medya alanında özel görev veya yetki vermemiştir. Avrupa Birliği Antlaşması üye ülkeleri medyada yapacakları düzenleme konusunda serbest bırakmıştır. Topluluğun bu alandaki yetkileri Tek Pazarın temel özgürlükleri olan kişilerin, sermayenin, mal ve hizmetlerin serbest dolaşımının görsel-işitsel sektöre uygulanmasını sağlayan

Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın 1974 yılında Saachi davasında aldığı karar¹⁸ temelinde geliştirilmiştir.

3.3.1. Avrupa Birliği'ni İletişim Politikaları Hazırlamaya İten Nedenler

Sosyal bilimciler, 1960'larda ileri düzeyde endüstrileşmiş Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve Batı Avrupa toplumlarında belirgin değişimler olduğunu gözlemlemişlerdir. Ancak ortaya çıkan değişimleri ve endüstri toplumundan birçok yönden farklılıklar gösteren bu yeni yapıyı endüstri toplumu teorileriyle açıklayamamışlardır. Endüstri toplumu kavramının yerine 1960'lı yıllardan itibaren çok sayıda yeni kavram ortaya atılmıştır.

Günümüzde, OECD, Dünya Bankası, IMF gibi uluslararası kuruluşlar ile toplumun diğer kesimlerinde “Bilgi Toplumu” kavramı artık benimsenmiş görünmektedir. Ülkemizde de hâlihazırda DPT Müsteşarlığı tarafından yürütölen çalışmalarda, “Bilgi Toplumu” kavramının gereklerine uygun politikalar ile stratejilerin geliştirilmesi amacına yönelik olarak görevlendirilen birimin adının da “Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı” olarak belirlenmiştir.

Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya arasında bilgi ekonomisine dönüşüm stratejilerinde görölen temel farklılıklar; Avrupa Birliği'nin yenilikçiliği, Amerika Birleşik Devletleri'nin yazılım tabanlı bilgi ve iletişim teknolojilerini ve Japonya'nın ise bu ikisi arasında ama yenilikçilik ve donanımaya dayalı bilgi ve iletişim teknolojilerini ön plana çıkartmasıdır.

Avrupa Birliğinde, Amerika Birleşik Devletleri ile olan aradaki farkın kapatılmasına yönelik 1990'ların sonundan itibaren çeşitli girişimler başlatılmıştır. Bu girişimlerden en somut olanı 1998 yılında çalışmaları başlayan ve 1999 yılında Helsinki zirvesinde Avrupa Birliği Komisyonuna sunulan e-Avrupa girişimidir. Komisyon tarafından bu girişim değerlendirilerek daha üst bir strateji altında yer almasına karar verilmiştir. Avrupa Birliği'nin ekonomik sahada 10 yıllık bir dönem için gelecek vizyonunu ortaya koyan bu üst strateji “Lizbon Stratejisi” olarak adlandırılmıştır.

¹⁸Saachi Davası, C-155/73, (1974) 1 European Court Reports 409.

3.3.2. Lizbon Stratejisi ve e-Avrupa

Avrupa Konseyi'nin 10–11 Aralık 1999 tarihinde Helsinki'de düzenlenen toplantısında, Avrupa'nın yeni ekonominin sağladığı fırsatlardan en iyi şekilde istifade edebilmesi için, Avrupa Komisyonunca başlatılan ve Avrupa'yı herkes için gerçek bilgi toplumuna dönüştürmeyi hedefleyen e-Avrupa Girişimi kabul edilmiştir. E-Avrupa Girişiminin temel amaçları şöyledir;

Avrupa'daki genç nüfusun sayısal çağa hazırlanması, ucuz internet erişimi, e-ticaretin hızlandırılması, araştırmacılar ve öğrenciler için hızlı internet, güvenli elektronik erişim için akıllı kartlar, yüksek teknoloji üreten/kullanan KOBİ'ler için risk sermayesi, özürllüler için e-Katılım, çevrimiçi sağlık hizmetleri, akıllı ulaşım ve çevrimiçi devlet hizmetlerinin sağlanması.

Bu toplantı sırasında Avrupa Komisyonu, Konseyle işbirliği içerisinde bir e-Avrupa Eylem Planı hazırlığına girişmek, Mart 2000'de Lizbon'da düzenlenecek Konsey Toplantısı'na bir ilerleme raporu sunmak ve Haziran 2000'de eylem planı hazırlıklarını bitirmekle görevlendirilmiştir.

Bir sonraki Konsey toplantısı 23–24 Mart 2000 tarihlerinde Lizbon'da gerçekleştirilmiştir. Bu toplantı sırasında, Helsinki'de öngörüldüğü gibi, Komisyon tarafından konseye bir ilerleme raporu sunulmuştur. Aynı toplantı sırasında ayrıca, e-Avrupa Girişimini destekleyen ve Avrupa'nın gelecek 10 yılda daha çok ve daha iyi istihdam ve kapsamlı bir sosyal uyum aracılığıyla sürdürülebilir ekonomik büyüme becerisine sahip, dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomisi” haline dönüşmesi vizyonuyla Lizbon Stratejisi ortaya konmuştur. Avrupa Birliği'nin bilgi toplumu stratejisinin “Lizbon Stratejisi” olarak anılmasının nedeni dönem başkanı Portekiz'in olmasının yanı sıra Lizbon'un konum olarak Avrupa Birliği'nin Amerika Birleşik Devletleri'ne en yakın başkenti olması gösterilmektedir.

Lizbon stratejisinin genel çerçevesi:

- Bilgi toplumu ve ARGE için daha iyi politikaların yanı sıra, rekabet gücünü arttırmak ve yenilikçiliği geliştirmek için yapısal reform sürecini hızlandırarak bilgiye dayalı bir ekonomiye geçişi hazırlamak;

- Avrupa sosyal modelini modernleştirmek, insan kaynaklarına yatırım yapmak ve toplumsal dışlanmaya karşı m¼cadele etmek;
- Uygun bir makroekonomik politika bileşimi uygulayarak sağlıklı bir ekonomik g¼r¼n¼m ve olumlu b¼y¼me perspektiflerini s¼rd¼rmek olarak çizilmiştir.

11–12 Mayıs 2000 tarihlerinde Varşova'da yapılan Avrupa Bakanlar Konferansı'nda, Orta ve Doğu Avrupa lkeleri, 15 Avrupa Birliği yesi ülkenin e-Avrupa ile ortaya koyduğu girişimin bir parçası olma konusunda uzlaşmışlardır. Bunun yanında Avrupa Birliği'nin politik kararlılığına destek olarak, belirtilen hedefe ulaşmayı denemek ve bundan yararlanılacak zemini genişletmek amacıyla, aday ülkeler olarak kendileri için “e-Avrupa benzeri bir Eylem Planı”nı hazırlamaya karar vermişlerdir. Hazırlanan Eylem Planı Haziran 2001'de G¼teborg'da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında kabul edilmiştir. E-Avrupa+ adı verilen bu girişim, e-Avrupa'nın öncelikli amaçlarını ve hedeflerini yansıtmakta ve aday ülkelerin özel durumlarına y¼nelik 57 adet eylem içermektedir. E-Avrupa gibi, e-Avrupa+ Eylem Planı da, aday ülkelerin ekonomilerinin yenilenmesini, modernizasyonunu, kurumsallıkları ve genel rekabet g¼lerini geliştirmeyi amaçlamakta, bu y¼nde eylemler sunmaktadır. Bu eylemler, bilgi toplumunun temel yap taşlarını oluşturma çalışmalarının hızlandırılması, herkes için uygun fiyatlı iletişim hizmetlerinin sağlanması, bilgi toplumu ile ilgili m¼ktesebata uyumlandırılması ve uygulanması başlıklarında toplanmıştır.

23–24 Mart 2000 tarihlerinde Lizbon'da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında, 15 ye ülkenin h¼k¼met ve devlet başkanları, Avrupa'nın gelecek on yılda “d¼nyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomisi” haline gelmesi hedefini koymuşlardır. Bu hedef, Avrupa'nın bir an ¼nce bilgi tabanlı ekonominin, ¼zellikle de internetin sağladığı fırsatlardan sonuna dek yararlanması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu hedefi gerçekleştirmek için devlet ve h¼k¼met başkanları, Avrupa Konseyini ve Komisyonunu “e-Avrupa Girişimi ve Lizbon Stratejisiyle uyumlu ve kapsamlı bir eylem planını, ulusal girişimleri g¼z ¼n¼ne alarak en üst d¼zeyde koordinasyon içinde hazırlamakla g¼revlendirmiřtir. Komisyon, e-Avrupa'nın ilk aşaması olan e-Avrupa 2002 Eylem Planının taslağını 24 Mayıs 2000 tarihinde tamamlamıştır. Taslak, ye ülkeler tarafından tartışılmış ve 19–20 Haziran 2002'de

Feira'da düzenlenen Konsey toplantısında 64 hedeften oluşan ve 2002 sonuna kadar tamamlanması öngörülen e-Avrupa 2002 Eylem Planı kabul edilmiştir.

E-Avrupa 2002 Eylem Planının temel başlıkları ve her başlıkta yer alan eylemler şu şekildedir;

- Daha ucuz, daha hızlı, daha güvenli Internet; daha ucuz ve daha hızlı Internet erişimi, araştırmacılar ve öğrenciler için daha hızlı Internet, güvenli ağlar ve akıllı kartlar.
- İnsan kaynağına yatırım; Avrupa gençliğinin sayısal çağa hazırlanması, bilgi tabanlı ekonomide iş gücü, bilgi tabanlı ekonomiye herkesin katılımı.
- İnternet kullanımının teşvik edilmesi; e-Ticaretin hızlandırılması, elektronik devlet: Kamu hizmetlerine elektronik erişim, çevrimiçi sağlık, küresel ağlar için Avrupa sayısal içeriği, akıllı ulaşım sistemleri.

Bu eylem planının amacı, Lizbon'da belirlenen hedeflere ulaşılmasını sağlamak için yapılması gerekenleri tanımlamaktır. Plan, e-Avrupa Girişiminde tanımlanan on temel amacın, Lizbon Kararları ile Avrupa Parlamentosu ve üye ülkelerden gelen görüşler ışığında revize edilmesiyle ortaya çıkmıştır.

E-Avrupa 2002 Eylem Planı, Haziran 2002'de Eylem Planında yer alan hedeflerin çok büyük bir kısmının başarıyla gerçekleştirilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu kapsamda; Avrupa Birliğine üye ülkelerde ticari kuruluşlar ile okulların büyük kısmı Internet erişimine kavuşmuş, Internet erişimine sahip hane halkı sayısı üç katına çıkarılmıştır. Buna karşın Internet kullanımı, erişim kadar hızlı bir gelişme gösterememiştir. Bu nedenle yeni politikalar, Internet kullanımının yüksek kaliteli alt yapı, çekici servisler ve uygulamalar ile kurumsal yapıların değiştirilmesiyle artırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık vermeye başlanmıştır. Bu politikaların sonucu olarak e-Avrupa 2005 Girişimi ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda, Avrupa Konseyi Mart 2002'de Barcelona'da düzenlenen toplantısında, “Genişbant erişimin ve kullanımın 2005 yılına kadar Birlik bünyesinde yaygınlaştırılması, Internet Protokolü IPv6'nın geliştirilmesi, ağ ve bilgi güvenliği, e-Devlet, e-Eğitim, e-Sağlık ve e-İş” konularına odaklanmış yeni bir eylem planının hazırlanmasını kararlaştırmıştır.

Haziran 2002'de, Avrupa Konseyi'nin Sevilla toplantısında 2005 yılında tamamlanması öngörülen e-Avrupa 2005 Eylem Planı kabul edilmiştir.

E-Avrupa 2005 Eylem Planının temel hedefleri şunlardır:

- E-Devlet, e-Eğitim ve e-Sağlık başta olmak üzere modern çevrimiçi hizmetlerin sunumu

- Dinamik e-İş ortamının yaratılması

- Rekabetçi fiyatlarla yaygın geniş bant erişimi

- Güvenli bilgi alt yapısı

Bu hedefler çerçevesinde, bir yandan talep kısmında kamu hizmetleri ve e-İş'i de içerecek şekilde, uygulamalar diğer taraftan arz kısmında bu çalışmaların sunulacağı güvenli geniş bant iletişim alt yapısının geliştirmesi amaçlanmaktadır. Lizbon Stratejisi sadece üretkenlik ve büyümeyi değil istihdam ve sosyal uyumu da içermektedir. Bu bağlamda; e-Avrupa 2005, katılımcılığın geliştirilmesi ve fırsat eşitliğinin sağlanmasını hedefleyerek insan kaynağına odaklanan bir yaklaşım benimsemektedir. Bu yüzden, hizmetlerin farklı kanallardan sunumu bu yaklaşımın başarılmasında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, e-Avrupa 2002'de İnternet bağlantısının artırılması hedefi ortaya konurken, e-Avrupa 2005'te bu altyapının ekonomik aktivitelere dönüşümü hedeflenmektedir. Bu nedenle katma değer yaratabilecek kamu politikaları ve iş hayatı için uygun ortam yaratılmasına özel bir önem verilmektedir. Bu nedenle yeni politikalar, İnternet kullanımının yüksek kaliteli alt yapı, çekici servisler ve uygulamalar ile kurumsal yapıların değiştirilmesiyle arttırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık verilmeye başlanmıştır. Bu hedefler çerçevesinde, bir yandan talep kısmında kamu hizmetleri ve e-İş'i de içerecek şekilde, uygulamalar diğer taraftan arz kısmında bu çalışmaların sunulacağı güvenli geniş bant iletişim alt yapısının geliştirmesi amaçlanmaktadır. Lizbon Stratejisi sadece üretkenlik ve büyümeyi değil istihdam ve sosyal uyumu da içermektedir. Bu bağlamda; e-Avrupa 2005, katılımcılığın geliştirilmesi ve fırsat eşitliğinin sağlanmasını hedefleyerek insan kaynağına odaklanan bir yaklaşım benimsemektedir. Bu yüzden, hizmetlerin farklı kanallardan sunumu bu yaklaşımın başarılmasında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, e-Avrupa

2002'de İnternet bağlantısının artırılması hedefi ortaya konurken, e-Avrupa 2005'te bu altyapının ekonomik aktivitelere dönüşümü hedeflenmektedir. Bu nedenle katma değer yaratabilecek kamu politikaları ve iş hayatı için uygun ortam yaratılmasına özel bir önem verilmektedir.

22 Nisan 2004 tarihinde e-Avrupa'nın gelişimini ve üye ülkelerin Lizbon hedeflerine uyumunu tespit etmek üzere Romano Prodi ve Hollanda eski Başbakanı Mr. Wim Kok'un liderliğinde Lizbon stratejisinin uygulamadaki durumunu değerlendirmek üzere üst düzey grup kurulmuştur.¹⁹ "Üst Düzey Grup'a Mr. Wim Kok (Hollanda eski Başbakanı) başkanlık etmiştir. Grup; Lizbon Stratejisi'ne güncel uyarılar vermeye çalışmıştır. Üye ülkelerle daha yakın bir biçimde çalışılarak, sorunların tespitinde ve kararların alınmasında daha etkili olunmaya çalışılmıştır.

Avrupa Komisyonu, Lizbon Stratejisi Üst Düzey Grup Başkanı olarak Wim Kok koordinasyonunda öngörülen süre içinde, Kasım 2004'te "Facing The Challenge: The Lisbon Strategy for Growth and Employment" raporu tamamlanmıştır²⁰.

Bu raporda Lizbon hedeflerine ulaşmada Avrupa Birliği'nin durumu ortaya konarak, i2010'un genel çerçevesi belirlenmiştir. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler, 2010 yılına geldiklerinde daha dinamik ve rekabete dayalı bir ekonomik gelişme hedeflemişlerdir. Çünkü ancak bu sayede, daha çok ve daha iyi iş imkânları oluşacak, daha geniş bir sosyal bütünleşme elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Lizbon Stratejisi, çok yönlü fakat her bir reformu birbirine bağlı bir stratejidir. Avrupa Birliği ve üye ülkeler Lizbon stratejisi gereklerini yerine getirmek için çok yavaş davranmışlardır. Stratejinin amaçlarına ulaşamadığı için, Lizbon Stratejisi'nin önemi daha da artırmıştır. Kuzey Amerika ve Asya arasındaki fark günümüzde giderek büyümüş ve Avrupa hala yaşlı nüfus artışıyla uğraşmaktadır. Ancak stratejinin iyi uygulanması sonucunda, kaybedilen bu zaman telafi edilebilecektir.

¹⁹<http://europa.eu.int/rapid/> (12.01.2014)

²⁰http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/kok_report_en.pdf (12.01.2014)

Avrupa Birliği, beş alanda projeleri hızlı bir şekilde uygulama kararı almıştır. Bu alanlar; bilgi toplumu, iç pazar, iş imkânları, istihdam pazarı ve çevresel güçlenebilme biçiminde sıralanmaktadır.

Üye devletlerin her biri kendi ülkelerinde yukarıdaki başlıklarda yer alan projelerini geliştirmeye ve tamamlamaya çalışmışlardır. Ancak kapsamlı bir başarıdan söz etmek mümkün değildir. Lizbon stratejilerinin uygulaması yöntemi olarak öncelikle her üye devletin kendi ulusal politikasını geliştirmesi ve zamanla Avrupa geneline uyumlu hale getirmesi benimsenmiştir:

Avrupa Komisyonu her üye devletin başarısını ve başarısızlıklarını gösteren bir rapor hazırlamıştır. Raporda üye ülkelerin sorumluluklarını daha iyi bir şekilde yerine getirebilmeleri için yeni bir odaklanma oluşturmuştur. Bu odaklanma, politikalar arası tutarlılık ve uyumluluk, ulusal parlamentoların katılımıyla uygulama yöntemlerinin geliştirilmesi ve sosyal partnerler ile başarılar ve iletişim alanlarını içermektedir.

Üst Düzey grubu ise bütün bunların üzerine 5 öneride bulunmuştur. Avrupa Konseyi, Lizbon Stratejisinin gelişmesi için öncülük edecektir. Üye ülkeler, kendi vatandaşlarına iyi imkânlar sunmak için kendi ulusal programlarını hazırlayacaklar. Avrupa Komisyonu bu gelişmeleri takip edecek, rapor hazırlayacak ve kendi politikalarına bağlı olacak şekilde destekleyecektir. Avrupa Parlamentosu, performansının fark edilebilmesi için aktif bir rol oynayacaktır. Avrupalı sosyal partnerler, kendi sorumluluklarını bilecek ve aktif bir şekilde Lizbon stratejisinin uygulanmasında rol oynayacak.

Sonuç olarak bu raporda Lizbon hedeflerine yeterince ulaşılamadığı, birtakım iyi örneklerin ortaya çıkmasına karşın bunun istihdama ve ekonomik gelişmeye yansımadağı görölmüştür. Bunun sonucunda, Lizbon hedeflerine ulaşmak için istihdam artırıcı ve ekonomik gelişmeye odaklı yeni bir girişim başlatılması gereğı ortaya konmuştur. Bu çerçevede Avrupa Birliği Komisyonu tarafından “i2010 Gelişme ve İstihdam için Bir Avrupa Bilgi Toplumu Girişimi” çalışması hazırlanarak Haziran 2005’te hayata geçirilmiştir. i2010 ifadesindeki i bilgiyi, yenilikçilik ve ar-ge yatırımlarını (innovation) kapsamaktadır.

3.4. Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikaları

3.4.1.Görsel-İşitsel Politikaların Geliştirilme Sebepleri

Çağımızda toplumların kendi içinde iletişimlerini sağlamada ve toplum içinde bireylerin bilgi edinmesinde en etkin araç olarak televizyonu kullandığını rahatlıkla söyleyebiliriz. 70'li yılların sonlarına doğru televizyon ve radyo yayınları alanlarındaki teknolojilerin çok hızlı bir şekilde gelişmesi ve Avrupa lkelerinin, Amerika Birleşik Devletleri'nin çok gerisinde kalması Avrupa ülkelerini bu alanda yenilikler aramaya itmiştir. Bu arayışlar sonucunda Avrupa lkeleri yayıncılık alanında yeni düzenlemeler yapmaya başlamıştır. Televizyon ve radyo yayınlarının sadece ulusal boyutta kalmayıp küresel alanda da çok etkili olmasından dolayı Avrupa Birliği adı altında toplanan Avrupa lkeleri tüm ye devletlerde uygulanması için en düşük şartları belirlemek için çalışmalar başlatmıştır.

Zamanın ilerlemesine paralel olarak dijital teknolojilerin de gelişmesiyle birlikte görsel-işitsel sektörde büyük değişimler ve gelişmeler meydana gelmiştir. Hızla gelişen sektörün ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri de oldukça geniştir. Görsel-işitsel sektör, günümüzde Avrupa Birliği'nde bir milyondan fazla kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır. Sosyal ve kültürel açıdan da önemli bir yere sahip olan görsel-işitsel sanayide medya, sosyo-kültürel değerlerin topluma aktarımında da büyük rol oynamaktadır. Bugün toplumun %98'inin sahip olduğu televizyon, en önemli kültür, eğitim ve eğlence aracı durumundadır. Diğer yandan artık günümüzde dijital teknoloji geleneksel ve yeni iletişim tekniklerinin ses, görüntü ve veri ile bir arada kullanıldığı karmaşık sistemlerin kullanılması aşamasına gelmiştir. Bilgisayar ve internetin de vazgeçilmez unsurlar olduğu bu sistemlerle birlikte bilgi toplumu çağına girilmiştir. Bu gelişmeler mevzuat ortamının düzenlenmesi ve çeşitli destek mekanizmalarının yürütülmesini gerektirmektedir. Diğer yandan, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya görsel-işitsel sektör ve bilişim teknolojilerinde hızla ileri

giderken Avrupa Birliği bu hızlı gelişmenin gerisinde kalmıştır. 2000 yılı Lizbon Zirvesi'nde temel hedef olarak belirlenen 2010 yılına kadar Avrupa Birliği'nin dünyanın en büyük, rekabet gücü yüksek bilgi ekonomisi haline gelmesi idealinin gerçekleştirilmesi için hızlı bir atılım ve sağlam politikalar gerekmektedir.

3.4.2. Görsel-İşitsel Politikaların Yasal Düzenlemeleri

İlk kurucu antlaşma olan Roma Antlaşması Avrupa Birliği görsel-işitsel politika alanlarında bir yetki vermemiştir. Bu yetkiler, yerleşme ve hizmet sağlama özgürlüğü sayesinde zamanla gelişmiştir.

Hizmet sağlama özgürlüğünün alanı Avrupa Birliği Adalet Divanı tarafından radyo, televizyon ve sinemadan başlamak üzere görsel-işitsel sektöre de yayılmıştır. 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Birliği'ni Kuran Antlaşma'nın kültürle ilgili 128. maddesi (Amsterdam Antlaşması'nın 151. maddesi) görsel-işitsel sektöre özel atıfta bulunmaktadır. Bu maddede, “gerekli olduğu takdirde, Topluluk, üye ülkeler tarafından gerçekleştirilen, görsel ve işitsel sektör de dahil olmak üzere sanat ve edebi varlıkları alanında gerçekleştirdiği faaliyetleri destekler ve tamamlayıcı rol oynar” ifadesi yer almaktadır. Amsterdam Antlaşması'nın ekinde yer alan Kamu Yayını Sistemine ilişkin Protokol, üye ülkelerin kamu yayıncılığına verdiği önemi desteklemektedir. Kamu yayıncılığı her toplumun demokratik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ve kitle iletişiminde çoğulculuğun korunması gereksinimi ile yakından ilgilidir. 1980'lerin başında yeni yayın ve dağıtım teknikleri ve Avrupa Birliği'nin televizyon programları yapıcılığında Amerika Birleşik Devletleri'nin gerisinde kalıyor olması, Avrupa Birliği'ni teknolojik, ekonomik ve kültürel alanlarda yeni girişimlerde bulunmaya yöneltmiştir.

Avrupa Birliği tarafından 1980'li yıllarda ortak bir yayın pazarının oluşturulması için çeşitli çalışmalar yapılmış ve 1984 yılında “ortak yayın pazarının oluşturulmasına” ilişkin ilk Yeşil Kitap topluluk tarafından hazırlanarak tüm üyelerce değerlendirilmiştir. Ardından 1987 yılında “telekomünikasyon hizmetleri ve araçları” için ikinci bir Yeşil Kitap yayınlanarak geniş bir şekilde üye ülkelerce müzakereler yapılmıştır. Müzakereler sonucunda Avrupa Komisyonu tarafından 1 Ekim 1989

tarikh ve 89/552/EEC sayılı “Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi” kabul edilmiştir. Bu yönerge Avrupa Birliği’nin görsel-işitsel politikasının temellerini oluşturmaktadır.

İki temel ilkeye dayanan yönergede çocukların ve tüketicilerin korunması, bireylerin cevap hakkı ve kültürel çeşitliliğin korunması esas alınmıştır. Bu esaslar çerçevesinde Avrupa’da hazırlanan programların iç pazarda serbest dolaşımının sağlanması esas alınmıştır. İkinci üzerinde durulan husus da ise yapılan bu programların daha çok kitleye ulaşması hedeflenmiş, yapım ve dağıtımın güçlendirilmesi amaçlanmıştır.

Yönerge ile Avrupa Birliği üyesi bir ülke tarafından yapılan görsel-işitsel programların bütün üye devletlerin yayın alma özgürlüğünün korunması amacıyla diğer ülkelerden gelen yayınları engellememesi teminat altına alınmıştır.

Yönergenin dördüncü maddesine göre haber programları, spor müsabakaları ve etkinlikleri, yarışma programları ile reklamlar ve tele alışveriş programlarının ağırlıkça Avrupa ülkelerince yapılan programlardan oluşması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca yönergenin beşinci maddesinde yayın sürecinin yüzde onunun veya program bütçelerinin yüzde onunun Avrupa bağımsız yapımcılarının eserlerine ayrılması hususunun altı çizilmiştir. Avrupa Birliği’ne üye devletler, her iki yılda bir yönergeyle ilgili bu iki maddeye ilişkin gelişmeler hakkında detaylı bir rapor hazırlayarak Avrupa Komisyonu’na bildirmekle sorumlu kılınmıştır.

Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi’yle görsel-işitsel politikalarda bir takım bazı yeniliklerde uygulamaya konulmuştur. Buna göre; çocuk gelişimini psikolojik olarak olumsuz yönde etkileyecek pornografik ve aşırı şiddet içeren programların yasaklanması uygulanan yeniliklerden biridir.

Yönerge ile görsel-işitsel yayınlarda yapılan bir diğer önemli düzenleme ise televizyonlarda yayınlanan reklamların ve sponsorlukların şartlarına ilişkin getirilen kısıtlamalar ve programların akışlarına hangi şartlarda müdahale edilip edilmemesiyle ilgili olarak koşullar belirtilmiştir. Ayrıca yönerge ile bütün mamullerinin ve reçeteli ilaçların reklam yayınları yasaklanmıştır.

Bir diğerk önemli husus ise kişilerin özel hayatlarını ve yasal olan kişisel çıkarlarının yanlış bilgilerle zarar görmesi neticesinde kişilere cevap hakkı verilmesidir²¹.

Avrupa Konseyi ve Avrupa Parlamentosu Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nde bir dizi değişiklik ve düzenleme yapma gereksinimi duymuştur. Bu istekler doğrultusunda 30 Haziran 1997 tarih ve 97/36/EC sayılı yönerge ile Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesinde bir dizi düzenleme ve değişiklik yapmıştır. Görsel-işitsel yayınlarda yetkisel alanda yapılan bu düzenlemeler televizyon kanallarından merkez ofisinin nerde bulunduğu bakılarak bulunduğu yere göre sorumlu olan üye ülke ilgili olacaktır²².

Görsel-işitsel yayınlarda teknolojinin hızla ilerlemesinden dolayı hızla gelişmiş ve bu gelişmelere istinaden Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nde yeni çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar neticesinde 23 Nisan 2004 tarihinde televizyon reklamcılığına ilişkin bir tebliğ Avrupa Komisyonu tarafından kabul edilmiştir. Bu tebliğ ile Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nin bazı hükümlerine ticari uygulama, sanal reklam, etkileşimli reklam, mini spot gibi yeni reklam teknolojilerinin nasıl uygulanacağına ilişkin hususlara açıklık getirilmiştir²³.

İlerleyen yıllarda Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nin görsel-işitsel yayıncılık alanında gelişen teknolojileri ve bu piyasada oluşan yeni ihtiyaçları tespit etmek amacıyla yeni gelişmelere uyarlanması için Avrupa Komisyonu, üye ülkelerin ilgili kurumlarıyla görüş alışverişi yapmak üzere bir platform oluşturmuştur.

Kurulan platformun yaptığı çalışmalar neticesinde Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi Kasım 2007'de Avrupa Parlamentosu tarafından kabul edilmiş ve 19 Aralık 2007 tarihinde yürürlüğe konulmuştur.

Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi'ne göre menşei ülke ilkesi tüm görsel-işitsel medya hizmetlerine genişletilerek yayıncıların sadece yayınlarını yaptıkları ülkelerde değil yayınlarını yaptıkları bütün üye ülkelerin ilgili kurallarına

²¹ 3 Ekim 1989 tarih ve 89/552/EEC sayılı Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi

²² 30 Haziran 1997 tarih ve 97/36/EC sayılı Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nde yapılan değişiklik.

²³ 23 Nisan 2004 tarihli Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'ne ilişkin tebliğ.

uymaları şartı getirilmiştir ve yapılan değişikliğe göre bu kurallara uymak ilgili üye ülkelerin yükümlülüğündedir.

MEDIA Programı

Avrupa Birliği üye ülkelerin sinema sektöründe giderek dünya pazarından daha az pay almasından dolayı bir takım arayışlar içerisine girmiştir. Dünya piyasasında ağır darbeler alan Avrupa sinema sektörünün can çekişmesinden dolayı sektörü canlandırmak ve dünyadaki pazar payını arttırmak için MEDIA adı altında bir program oluşturmuştur²⁴. MEDIA Programı, Avrupa Birliği Görsel İşitsel Politikası'nın geliştirilmesi bakımından Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nden sonra ikinci önemli gelişmedir.

Avrupa Komisyonu, 1990-95 dönemini kapsayan ilk MEDIA Programı için 200 milyon EU ayırmıştır.

MEDIA Programı ile Avrupa Komisyonu görsel-işitsel eserlerin yayın, yayım ve dağıtımını yapan Avrupalı şirketlerin dünya pazarındaki payını arttırmak ve ilgili sanayilerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttırmayı amaçlamaktadır. Görsel-işitsel yayınların hazırlanmasında rol sahibi olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmesi MEDIA Programı sayesinde yapılacaktır.

MEDIA II Programı

1990-95 yılları arasını kapsayan ilk MEDIA Programı'nın çok başarılı sonuçlar vermesi neticesinde yeni bir program hazırlanması gereği duyulmuştur.

1996-2000 dönemini kapsayacak şekilde yeni bir program hazırlanmıştır: MEDIA II. İlk programdan farklı olarak MEDIA II programı iki farklı bölüm halinde sunulmuştur. MEDIA II Programı'nın ilk bölümünü Avrupa görsel-işitsel yayınların yapım ve yayımını oluşturmaktadır. Amaç Avrupa sinema ve televizyon yapımlarının geliştirilmesi ve bu eserlerin Avrupa Birliği'nde ve Avrupa Birliği dışında dolaşımının artırılmasının sağlanmasıdır. Bu destek faaliyetleri alanında ilgili küçük

²⁴ Avrupa Birliği Mevzuat Özetleri. http://europa.eu/legislation_summaries/ (05.04.2014)

ve orta ölçekli işletmelere mali ve teknik destek sağlamak ve Avrupalı dağıtıcılar arasındaki bağların güçlendirilmesini sağlamaktır. Programın bir diğer amacı Avrupa sinema sektörü tarafından gerçekleştirilen projelerin Birlik dışında daha iyi tanıtılması, Avrupa kültür mirasının görsel-ışitsel alanda ve sinema çalışmalarında dillerin çeşitliliğinin desteklenmesini sağlamaktır. Ayrıca Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi'nde olduğu gibi Avrupa'daki bağımsız yapımların teşvik edilmesini sağlamak MEDIA II Programı'nın bir başka amacıdır.

MEDIA II Programı'nın ikinci bölümünde ise eğitim ön plana çıkmaktadır. Görsel-ışitsel sektörde mesleki eğitim programlarının oluşturulması ve desteklenmesi, görsel-ışitsel sektör sanayinde çalışanların uluslararası piyasalarda rekabet gücünün artırılması amaçlanmaktadır. İkinci bölümde sektörün ekonomisi, ticari yönetimi, senaryo yazma teknikleri, eserlerin yapımı ve dağıtımında yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılmasına ilişkin eğitim imkanı sağlanmaktadır.

MEDIA PLUS Programı

MEDIA I ve MEDIA II Programlarının olağanüstü başarılarından dolayı MEDIA II Programının bitimini müteakiben Avrupa Birliği yeni bir program hazırlamıştır: MEDIA PLUS.

MEDIA Plus Programı'nın amacı kendisinden önceki MEDIA Programlarının amaçlarıyla örtüşmektedir. Buna göre Avrupa görsel-ışitsel yayınlarının Avrupa ve Dünya pazarındaki rekabet gücünün artırılması, Avrupa görsel ve ışitsel yayınlarının yapısal eksikliklerinin giderilmesi, sektörde yeni teknolojilerin kullanımının yaygınlaştırılması ve bu teknolojilerin gelişiminin sağlanması, görsel-ışitsel yayın alanlarında geri kalmış üye ülkelerin desteklenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca bu temel Amaçlara ek olarak Avrupa Birliği'nde dil ve kültürel çeşitliliğe önem verilerek korunması amaçlanmaktadır. MEDIA Plus Programı MEDIA II programında olduğu gibi medya eğitimi ve medya gelişimini iki bölümde ele almıştır²⁵.

²⁵ 20 Aralık 2000 tarih ve 821/2000 sayılı Avrupa Birliği Konsey Kararı

MEDIA 2007 Programı

Avrupa Birliği tarafından uygulamaya konulan önceki MEDIA Programları'nın başarısından dolayı MEDIA Plus Programı'nın sonlanmasıyla beraber yeni bir MEDIA Programına ihtiyaç duyulmuştur. Diğer programların devamı niteliğinde olan bu program MEDIA 2007 olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca MEDIA 2007 Programı'nda görsel-işitsel sektörün piyasada ve teknolojik alanlardaki gelişmelerle uyum sağlanması imkânı gözetilmiştir. Bundan dolayı Avrupa ülkelerindeki dilsel ve kültürel çeşitliliğin teşvik edilmesine ve görsel-işitsel mirasın korunmasına ve geliştirilmesine olanak sağlanmıştır²⁶.

MEDYA MUNDUS Programı

Avrupa Birliği, MEDIA Programları'nın başarısından dolayı zamanla sadece üye devletlerarasındaki işbirliğinin artırılmasıyla yetinmeyip bu işbirliğini üçüncü ülkelere de yaymak istemiştir. Genel itibari ile bakıldığında MEDIA Mundus Programı'nın üçüncü ülkeler için hazırlandığı görülmektedir. Programın esas amacı Avrupa görsel-işitsel yayın sektörü ile üçüncü ülkelerin görsel-işitsel yayın sektörü arasındaki kültürel ve ticari ilişkileri güçlendirmektir²⁷.

Yaratıcı Avrupa Programı

Avrupa Komisyonu Kasım 2013'te kabul edilen Yaratıcı Avrupa Programı ile Avrupa'daki kültür, sinema, televizyon, müzik, edebiyat ve sahne sanatları gibi alanları desteklemeyi amaçlamıştır. 2014-2020 yılları arasında 1.46 milyar avroluk desteği amaçlayan program, istihdam ve büyümeye büyük katkısı olan kültür sektörleri için önemli bir destek olacaktır. Yaratıcı Avrupa Programı ile 250 bin sanatçıya, 2000 sinemaya, 800 filme ve 4500 edebi kitap çevirisine destek sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca küçük kültürel ve yaratıcı kültürel iş girişimlerine 750 milyon avroya kadar kredi desteği sağlanması kararlaştırılmıştır.

²⁶ Avrupa Komisyonu'nun 2006/1718/EC sayılı kararı.

²⁷ Avrupa Komisyonu'nun 1041/2009/EC sayılı kararı.

Yaratıcı Avrupa Programı'nın temeli son yirmi yıldır başarı ile uygulanan MEDIA Programlarının devamı niteliğindedir. Bu program sahne sanatlarını, görsel sanatları ve kültür mirası gibi alanları kapsayan bir kültür alt programı ile, sinema ve görsel işitsel sektörü destekleyen bir MEDIA alt programını kapsamaktadır.

Avrupa Kültür Başkentleri, Avrupa Mirası Markası, Avrupa Miras Günleri ve beş Avrupa ödülü (AB Kültür mirası/Eurpoa Nostra Ödülleri, AB Çağdaş Mimari Ödülü, AB Edebiyat Ödülü, Avrupa Çağdaş Müzik Ödülleri (EBBAs) ve AB MEDIA ödülü) de Yaratıcı Avrupa programı ile desteklenecektir. Program bütçesinin en az %56'sı MEDIA alt programına tahsis edilecek, en az %31'i ise kültür alt programına aktarılacaktır. Bütçenin en fazla %13'lük bir bölümü, her katılımcı ülkede oluşturulacak ve potansiyel lehtarlar tavsiyelerde bulunacak 'Yaratıcı Avrupa Masaları'na desteği de içeren sektörler arası dizine aktarılacak. Politika işbirliği ve yeni iş modelleri için yenilikçi hedef kitle oluşturma yaklaşımları için yaklaşık 60 milyon Avro ayrılacaktır²⁸.

3.4.3. Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikasının Amaçları

Avrupa Birliği'nin görsel işitsel politikasının üç temel amacı bulunmaktadır. Bunlar; yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi amacıyla araştırmanın desteklenmesi, Rekabetin düzenlenmesi amacıyla mevzuat ve standartlar çerçevesinin oluşturulması, Bütün Avrupa vatandaşlarının bilgi toplumunun sağladığı imkânlardan yararlanmalarının ve ilgili faaliyetlere katılımlarının desteklenmesidir.

3.4.4. Avrupa Birliği Ülkelerinde Görsel-İşitsel Sektörlerin Kontrolü

Avrupa Birliği içinde her üye ülkede görsel-işitsel sektörlerin düzenleyici ulusal kurumlarının varlıkları devam etmektedir. Bu kurumlar bağımsız olarak, direktiflerin öngördüğü sınırlar çerçevesinde piyasaları düzenleme yetkisine sahiptirler. Avrupa Birliği Komisyonu da görsel-işitsel alandaki mevzuatın uygulanmasında düzenleyici kurumların önemli rol oynadıklarını birçok kere

²⁸ Avrupa Komisyonu Yaratıcı Avrupa Programı http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_en.htm (06.06.2014)

belirtmiştir. Piyasa oyuncularının, finans piyasalarının kırılganlığından olumsuz etkilendikleri durumlarda düzenleyici kurumların etkili ve tarafsız hareket ederek, hukuki düzenin korunmasını garanti etmeleri büyük önem taşımaktadır. Düzenleyici kurumların organizasyonu ve yetkilerini kullanma biçimleri, Avrupa Birliği hukuki çerçevesinin temel hükümlerine uymak şartıyla her üye ülkenin yasal ve idari sistemine bağlıdır. Bazı farklılıkların olmasına karşın, düzenleyici kurumlar mevcut yasal çerçevenin karmaşık yapısını düzenlemede önemli bir işlev yerine getirmektedirler. Avrupa Birliği üye ülkelerinde görsel-işitsel alanda düzenleme yetkisinin kullanılmasında iki model gelişmiştir.

1. Bazı üye ülkelerde (Almanya, Yunanistan, İrlanda, Avusturya, Hollanda) bağımsız ve özerk bir kurum veya ajans, lisanslama, ara bağlantı, erişim, fiyat kontrolü, frekans ve numaralandırma da dahil olmak üzere tüm alanlarda yetkilerini kullanmaktadır. Portekiz'de düzenleyici kurum frekans dışındaki tüm yetkileri kullanmaktadır.

2. Diğer ülkelerde ise, düzenleyici kurum, yetkilerini ilgili bakanlık ile birlikte kullanmaktadır. Bu durumda yetkinin dağılmış olması, piyasaların beklentisi olan, düzenleyiciliğin tarafsız ve şüphe götürmezliğini zayıflatabilmektedir. Bütün üye ülkelerde ulusal düzenleyici otoritelerin yeterli derecede düzenleme yetkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, Belçika'da perakende tarifeleri ve ara bağlantı müracaatları; Finlandiya'da ise veri transferi konusunda daha fazla yetki gerekmektedir. Ayrıca, bazı düzenleyici faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için de Hollanda'da şikâyet, Almanya'da talep gerekmesi, uygulamada gecikmelere sebep olabilmektedir²⁹.

3.4.5. Görsel-İşitsel Politikaları Belirleyen Nedenler

Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel politikalara ilk yaklaşımı televizyon ve radyo yayıncılığının uyumlandırılarak bu tür faaliyetlerin ekonomik bir faaliyet olduğu algısını geçerli hale getirmek olmuştur. 1990'lı yılların başında kültür ve sanatın Avrupa Birliği çerçevesinde aktif hale getirilmesi görsel ve işitsel medyanın en

²⁹ Avrupa Komisyonu, COM(2002) 695 final, s.18 -19

önemli görevleri arasında gösterilmiştir. Görsel-işitsel medya Avrupa kültürünün ve sanatının geliştirilmesinde lokomotif olarak görülmüştür. Kültür ve sanat etkinliklerinin ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılıp yayılması için radyo ve televizyon yayınlarının desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Avrupa Birliği, televizyon yayıncılığında Avrupa'nın kültürel çeşitliliğinin korunması için atılan ilk adım, Sınır Aşırı Televizyon Direktifi ile düzenlenen yayınlara kota getirmek olmuştur. Sınır aşırı Televizyon Direktifi'ne göre, Avrupalı yayıncıların yayın sürelerinin en az yüzde ellisini Avrupa menşei içerikli yapımlara ayırmaları gerektiği kararlaştırılmıştır. Bu sınırlamalar ile Avrupa Birliği'nin temel hedefi, Amerika Birleşik Devletleri tarafından üretilen eserlere karşı Avrupa Birliği'nin kültürü koruma altına alınacak olması, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği arasında ciddi anlaşmazlıklara neden olmuştur (Kutay ve Özçeri 2006: 21). 1993'te uygulanmaya başlanan Maastricht Anlaşması, Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel medyada dil ve kültür çoğulculuğunun korunmasını desteklemek için önlemler almasını sağlayan hukuki bir temel oluşturmuştur. Bu çalışmalar sonucunda Avrupa Birliği Anlaşması'na ilave edilen 151. madde ile kültür ve dil içeriği Avrupa Birliği'nin yetkili olduğu alanların kapsamına alınmıştır.

Avrupa Birliği'nin kültür, dil ve sanat alanındaki yetkilerinin belirlendiği bu madde ile Birlik dil ve kültür çeşitliliğinin artırılıp yayılmasına gayret gösterirken, diğer taraftan ortak kültürel mirasın öne çıkarılması teşvik edilmeye çalışılmıştır.

151. maddenin 2. fıkrası ise televizyon ve radyo sektörüne ayrıca değinerek Avrupa Birliği'ni görsel işitsel sektör de dâhil olmak üzere sanatsal ve edebi eserlerin yaratılmasının desteklenmesi için üye devletlerin eylemlerini tamamlayıcı önlemlerin alınması konusunda yetkilendirmektedir (Kihtir, 2006: 77-79).

3.4.5.1. Avrupa Birliği'nin Televizyon Programları Yayıncılığı ve Yapımcılığını Düzenleyen Direktifleri

Avrupa Birliği'nin televizyon yapımcılığını ve yayıncılığını düzenleyen iki direktif yayınlanmıştır. Bu direktifler Sınırötesi Televizyon Direktifi ve Sınır Tanımayan Televizyon direktifleridir.

1970’li yılların sonuna doğru görsel-işitsel iletişim sektörlerinde yeni teknolojilerin ortaya çıkması Avrupa’daki görsel-işitsel sektörün yapısında önemli değişimlere neden olmuştur. Ülkeler düzeyinde yaşanan özgürlük hareketleri birçok özel medya kuruluşunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla birlikte görsel-işitsel medyada, özellikle yayıncılık alanında kullanılan yeni teknolojilerin çok büyük finansal yatırımlar gerektirmesi ilgili kuruluşlar arasında gerek ulusal seviyede gerekse uluslararası seviyede birleşme ve devralmaların yaşanmasını da beraberinde getirmiştir. Bundan dolayı medyada özellikle sahipliğin düzenlenmesi sorunu Avrupa Birliği seviyesinde bir tartışma konusu haline gelmiştir (Harcourt ,1998:425-436).

Bu çerçevede gerek Avrupa Birliği’nde gerek üye ülkelerde uygulanan medya politikalarıyla ulaşılmak istenen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir (Ungerer, 2002: 3):

- Çoğulcu katılımcılık,
- İnsanların yeni ürün ve hizmetlere ulaşmalarını ve pazarların girişlere açık tutulmasını sağlamak,
- Kültürel çeşitliliği sağlamak.

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından Avrupa genelinde yapılan bir düzenleme olan bu Direktif³⁰, Avrupa Birliği ortak pazar politikalarına uygun olarak tek bir görsel-işitsel pazarın kurulabilmesi amacıyla televizyon yayınlarının ülkeler arası paylaşımına dair yasal altyapıyı düzenlemektedir. Bu çerçevede televizyon yayını yapan bir firmanın yayını, alındığı ülkelerde değil ancak yayının gerçekleştirildiği ülkede kontrol edilebilir (Harcourt, 1998:436-443). Bununla birlikte televizyon yayıncılarına azınlıkların korunması, cevap hakkı, reklamlar gibi konularda bazı standartlar getirilmiştir. Ayrıca bu direktifte Avrupalı televizyon yayıncılarının yaptıkları yayınların en az % 50 sinin Avrupa merkezli olması zorunluluğu getirilmiştir.

Bu Direktifle birlikte televizyon yayınlarının üye ülkeler arasında diğer hizmetler gibi serbestçe dolaşabilmesine ve yayın sağlayıcıların tek pazarın getirdiği avantajlardan yararlanabilmelerine imkan tanımıştır (Doyle, 2002: 94).

³⁰ 89/552/EC sayılı Sınır Ötesi Televizyon Direktifi

Bu Direktifin yayımlanmasıyla Avrupa Birliği Komisyonu, Avrupalı medya firmalarının rekabet güçlerini artırmayı ve Avrupa medya piyasasını uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren büyük güçlere karşı daha güçlü hale getirmeyi amaçlamıştır. Bununla birlikte söz konusu Direktif medya firmaları arasında birleşme ve ortak girişimlerin yaşanmaya başlamasında da etkili olmuştur (Humpreys 1997:146).

Gelişmiş Televizyon Standartları Yönergesi³¹, üye ülkelerde kablo, uydu ya da karasal olarak yapılacak yayınlarda uyulması gereken standartları belirlemiştir. Yönergenin dördüncü maddesinde koşullu erişim sistemlerine ilişkin düzenleyici hükümler yer almaktadır.

Avrupa Birliği telekomünikasyon piyasasını düzenleyen 1998 tarihli çerçeve, telekomünikasyon ve medya piyasaları arasında yaşanan aksaklıkların etkisiyle, Avrupa Birliği çapında yapılan yoğun tartışma ve münazaralardan sonra, 2002 yılında yayımlanan Elektronik Haberleşme Çerçevesi³² olarak genişletilmiştir. Buna göre, televizyon yayınları dağıtım platformlarına ilişkin teknik erişim meseleleri artık elektronik haberleşme çatısı altında değerlendirilecektir. Yeni çerçeveye göre; etkin pazar gücü kavramı, Rekabet Hukukunun hakim durum prensiplerine göre belirlenecektir. İlgili pazar tanımları Rekabet Hukuku prensiplerine göre belirlenecek ve periyodik olarak gözden geçirilecektir.

3.4.5.1.1. Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

Yayın alanının düzenlenmesinde en önemli konu yayın içeriğinin ilkelendirilmesidir. Günümüzde bilgi temelinde yaşanan ileri teknolojilerin yarattığı ve yaratmaya devam ettiği koşullarda, yayın içeriğinin düzenlenmesi, ilkelerin saptanması, özel öneme sahip unsurların korunması, tüm dünya ülkelerinin kendi iç hukuklarını ilgilendirdiği kadar, küresel yaşamda, dünyadaki sorumluluk alanı da belirlemiştir.

³¹ Avrupa Birliği Gelişmiş Televizyon Standartları Direktifi

³² 2002/21/EC sayılı Çerçeve Direktifi ve 2002/19/EC sayılı Erişim Direktifi

Bu kapsamda, Avrupa Birliği'ni oluşturan ülkelere hazırlanan ve kabul edilen hukuki düzenlemelerden “Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi” ye olmayan diğer ülkelere de sınırını açarak, bu alanın önemini saptamış, ortak sorumluluğu belirlemiştir.

Dolayısıyla; Avrupa Komitesi'ne sunulan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi hakkındaki gerekçeli raporda; Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin hazırlanış nedeni şu şekilde belirtilmiştir:

“Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle televizyon kanalı sayısının çok artması ve yayınların ulusal sınırları aşması karşısında, hem Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesi uyarınca kıtada televizyon yayıncılığını ve Avrupa'nın kültürel kimliğini geliştirmek, hem de Sınırötesi yayınlara bir düzen getirmek.”

Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin amacı; üzerinde anlaşılacak temel ilkelere göre sınırötesi televizyon yayınlarını teşvik ederek bilgi ve fikir alışverişini desteklemektir.

Sözleşme belirli standartlara uyan yayınları izleme özgürlüğü ile bu ilkelere uyan yayınların yeniden iletiminin kısıtlanmaması esaslarını desteklemektedir. Ancak bu taraf devletlerin ulusal yayın politikalarına ya da yayıncının sorumluluğuna ve bağımsızlığına müdahale anlamına gelmez. Diğer bir deyişle, taraflar kendi yetki alanları içindeki yayınlar ve iletişim araçları üzerinden daha sıkı ve ayrıntılı kurallar uygulayabilirler.

Sözleşmede benimsenen ortak temel ilkeler televizyon yayıncılığının, 1986 Viyana Konferansı'nda belirlenen şu unsurları kapsamaktadır; bazı kişi haklarının korunması, yayıncının yayın ilkeleriyle ilgili sorumluluğu, reklamlar, mali destek-sponsorluk.

Küreselleşme, Avrupa Birliği Genişleme Süreci ve Gelişen teknoloji, yeni hizmetler sonucu Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'ni, Avrupa Birliği'nin 89/552/EEC sayılı Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi koşullarına uyumlu hale getiren, 1 Ekim 1998 yılında kabule açılan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesini Değiştiren Protokol yapılmıştır.

Bölüm 1. Genel Hükümlere Ayrılmış,

Madde 1. Konu ve Amaç

Bu sözleşme, yayınlarda yer alan program hizmetleri ile ilgilidir. Amaç, taraflar arasında televizyon program hizmetlerinin sınırötesi yayını tekrar kolaylaştırmaktır.

Madde 2. Tanımlar

a. “İletim”, “yeniden iletim”, “program hizmeti”, “görsel-işitsel Avrupa eserleri”, “yayıncı”, “reklam” ve “tele alışveriş”, “programın desteklenmesi”ne ilişkin tanımlara ayrılmıştır.

Madde 3. Uygulama Alanı

Bu sözleşme hükümleri, kablo, küresel verici veya uydu ile olsun, taraflardan birinin yetki alanındaki teknik araçlarla iletilen, birden fazla taraf ülkede doğrudan veya dolaylı olarak alınan program hizmetlerine uygulanır.

Madde 4. Yayın İzleme ve Yeniden İletim Özgürlüğü

Taraflar İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerinin Korunması Sözleşmesi’nin 10. Maddesine uygun olarak, ifade ve haber alma özgürlüğünü sağlayacak, yayın izleme özgürlüğünü güvence altına alacak ve bu sözleşme hükümlerine uygun bulunan program hizmetlerinin kendi toprakları üzerinde yeniden iletimini kısıtlamayacaktır.

Madde 5. İleten Aktif Tarafların Yükümlülükleri

İleten her bir aktif taraf, kendi yetkisi dâhilindeki bir yayıncı tarafından ileten tüm program hizmetlerinin bu sözleşme şartlarına uygun olmasını temin edecektir. Bu sözleşme bakımından, akit taraflardan birisinin yargı yetkisindeki bir yayıncı; söz konusu akit taraf içinde 3. fıkraya göre kurulduğu kabul edilen yayıncıdır. Bu sözleşmenin amaçları için bir akit tarafta kurulduğu kabul edilen yayıncı bundan böyle aşağıdaki durumlarda ileten taraf olarak anılacaktır.

Yayıncının merkez bürosunun söz konusu akit taraf içinde bulunduğu ve program planları ile ilgili kararların söz konusu akit taraf içinde alındığı durumlarda,

eğer bir yayıncının merkezi bir akit taraf içinde fakat program planları ile ilgili kararlar başka bir taraf içinde alınıyorsa, televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili iş gücünün önemli bir bölümünün çalıştığı akit tarafta kurulu olarak kabul edilecektir. Eğer televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili iş gücünün önemli bir bölümü söz konusu akit tarafların her birinde çalışıyorsa, yayıncı merkezinin bulunduğu akit tarafta kurulu olarak kabul edilecektir. Eğer televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili iş gücünün önemli bir bölümü söz konusu akit tarafların hiçbirisinde çalışmıyor ise, yayıncı söz konusu akit tarafın ekonomisi ile sabit ve etkin bir bağlantıyı muhafaza etmek kaydıyla, yayıncılığa söz konusu akit tarafın hukuk sistemine uygun olarak ilk başladığı akit taraf içinde kurulu olarak kabul edilecektir.

Madde 6. Bilgi Teminine Ayrılmıştır.

Yayıncının sorumlulukları, tarafların yetkili makamı tarafından verilen ruhsat veya yapılacak sözleşmede veya diğer hukuki bir belgede açık ve yeterli şekilde belirtilir. Yayıncı ile ilgili bilgiler, istendikleri takdirde verilmek üzere, ileten tarafından sağlanır. Bu bilgiler en az yayıncının adı veya unvanı, konumu ve statüsü, yasal temsilcisinin adı, sermayesinin bileşimi, yayıncının yaptığı veya yapmayı planladığı program hizmetlerinin finansman niteliği, amacı ve biçimini kapsamaktadır.

II. Bölüm “Program Konuları”nı kapsamaktadır.

Madde 7. Yayıncının Sorumlulukları

Program hizmetlerinin sunuş ve içerik bakımından bütün unsurları, insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olmalıdır.

Program hizmetleri özellikle edebe aykırı olmamalı ve pornografi içermemelidir. Şiddet eğilimini körüklememeli veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelik taşımamalıdır. Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, bunların seyredileceği zaman ve saatlerde yayınlanmalıdır. Yayıncı haberlerde gerçekler ve olayların doğru olarak sunulmasını sağlamalı ve özgürce kanaat oluşumunu teşvik etmelidir.

Madde 8. Cevap Hakkı

Her bir ileten taraf, milliyet veya ikametgâhtan bağımsız olarak, her gerçek veya tüzel kişinin 5. Madde kapsamında kendi yargı yetkisi dâhilindeki bir yayıncı tarafından iletilen programlarla ilgili olarak bir cevap hakkını kullanma veya diğer benzeri yasal veya idari yollara başvurma fırsatına sahip olması temin edecektir. Özellikle cevap hakkının kullanımına ilişkin olarak verilen süre ve koşulların, bu hakkın etkin kullanılmasını sağlayacak biçimde olmasını temin edecektir. Bu hakkın veya diğer benzeri yasal veya idari yolların etkili kullanımı hem zamanlama hem de usul açısından temin edilecektir. Bu amaçla, program hizmetinin veya bu program hizmetinden sorumlu olan yayıncının adı program hizmetinin içinde uygun yolla düzenli aralıklarla belirtilmelidir.

Madde 9. Kamunun Bilgilere Erişimi

Akit taraflardan her biri, kamunun haber alma hakkının bir yayıncının yargı yetkisi dahilindeki bir olayın 3. Madde kapsamındaki münhasır iletim ve yeniden iletim haklarını kullanmasından dolayı engellenmesini önlemek üzere, kamuyu yakından ilgilendiren olaylarla ilgili kısa rapor verme hakkını uygulamak gibi yasal önlemleri incelemelidir.

Mükerrer Madde 9. Kamunun büyük öneme sahip olaylara erişimi;

Akit taraflardan her birinin kendi yargı yetkisi dâhilindeki bir yayıncının söz konusu akit tarafça toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendirilen olayları, söz konusu akit taraftaki halkın önemli bir oranını bu gibi olayları ücretsiz televizyondan canlı yayınla veya banttan yayınla izleme olanağından mahrum edecek şekilde münhasır esasa göre yayınlanmamasını temin etmek için önlem hakkı bulunacaktır.

Akit taraflar uygun yollarla, İnsan Haklarını ve Temel Özgürlükleri Koruma Sözleşmesi ile yerine göre ulusal anayasa tarafından sağlanan yasal garantilere riayet ederek, yargı yetkileri dâhilindeki bir yayıncının Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesini Değiştiren Protokol'ün yürürlüğe girme tarihinden sonra söz konusu yayıncı tarafından satın alınan münhasır hakları bir diğer akit tarafça belirlenen olayları tamamen veya kısmen banttan yayınla diğer akit tarafça daha önce

belirlendiği şekilde ücretsiz televizyondan izleme olanağından mahrum edecek şekilde kullanılmasını temin edecek ve bunu yaparken şu şartlara uyacaktır;

Söz konusu akit tarafça toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendiren ulusal veya ulusal olmayan olayların bir listesini oluşturmalıdır. Söz konusu akit taraf bunu uygun ve etkin süre içinde açık ve şeffaf bir şekilde yapmalıdır. Bu olayların tamamen veya kısmen canlı yayınlı veya kamu yararı için objektif nedenlerle gerektiğinde ya da uygun olduğunda tamamen veya kısmen banttan yayınlı verilmesine karar vermelidir.

Madde 10. Kültürel Hedefler

İleten akit taraflardan her biri, uygun olduğu ölçüde ve uygun yollarla, yargı yetkisi dâhilindeki bir yayıncının haberler, spor olayları, oyunlar, reklamlar, teletext ve tele alışveriş için ayrılan süre dışında iletim süresinin büyük bir oranını Avrupa eserlerine ayırmasını temin etmelidir. Bu oran yayıncının izleyici kitlesine karşı bilgi, eğitim, kültür ve eğlence sorumlulukları göz önünde bulundurulmalıdır.

Taraflar yayıncılar arasında ayırım yapmadan, özellikle görsel-işitsel eser üretimi düşük veya konuşulan dili sınırlı olan ülkelerde, en uygun vasıtaları ve yöntemleri kullanarak, Avrupa yapımlarının üretimini ve geliştirilmesini birlikte araştırmayı kabul etmiştir. Taraflar yargı yetkileri dâhilindeki bir yayıncının sinematografik eserleri hak sahipleri ile üzerinde anlaşmaya varılan süreler dışında yayınlanmasını temin etmelidirler.

Mükerrer Madde 10. Medya Çoğulculuğu

Akit taraflar bu sözleşmenin temelinde yatan işbirliği ve karşılıklı yardım ruhu içinde, 3. Madde kapsamında yargı yetkileri dâhilindeki bir yayıncı veya diğer tüzel ya da gerçek kişiler tarafından iletilen veya yeniden iletilen program hizmetlerinin medya çoğulculuğunu tehlikeye atmasını önlemek için çaba göstermelidirler.

Bölüm III. Reklamlar ve Tele Alışveriş

Genel İlkeler Madde 11

Reklamlar ve tele alışveriş adil ve dürüst olacaktır. Yanıltıcı ve tüketicilerin çıkarına zarar vermeyecektir. Çocuklara yönelik olan veya çocukları kullanan

reklamlar ve tele alışveriş, onların çıkarlarına zarar verebilecek şeylerden kaçınacak ve onların özel hassasiyetlerini göz önünde bulundurmalıdır.

Tele alışveriş küçükleri mal veya hizmetleri satın almaya veya kiralamaya teşvik etmemelidir. Reklamcı programların içeriği üzerinde herhangi bir editör etkisi kullanmamalıdır.

Madde 12. Süre

Reklam süreleri günlük iletişim sürelerinin % 20'sini geçmemelidir.

Madde 13. Biçim ve Sunuş

Reklamlar ve tele alışveriş, reklam ve tele alışveriş olarak açıkça ayırt edilebilecek ve diğer program hizmeti unsurlarından optik veya akustik yollarla fark edilebilecek şekilde ayrı olacaktır.

Madde 14. Reklam ve tele alışverişin yerleştirilmesi.

Reklamlar ve tele alışveriş programların arasına yerleştirilecektir. Bağımsız bölümlerden oluşan programlarda veya devre araları içeren spor programları ve benzer yapıdaki olaylar ve gösterilerde reklam ve tele alışveriş kuşakları yalnızca bölümler veya devre aralarına yerleştirilecektir. Herhangi bir dini ayın yayını içine reklam ve tele alışveriş yerleştirilmemelidir.

Madde 15. Belirli Ürünlerin Reklamları ve Tele Alışveriş

Tütün ürünleri reklamlarına ve tele alışverişine izin verilmemelidir. Her çeşit alkollü içeceğin reklamı ve tele alışverişi bazı kurallara göre olacaktır. Bunlar, özellikle küçüklere yönelik olmamalıdır. Alkol tüketimi fiziksel bir etkinliğe veya araba kullanmaya bağlı olarak sunulmamalıdır. Reklamlar aşırı alkol tüketimini teşvik etmemelidir.

Madde 16. Özellikle tek bir akit tarafa yönelik reklamlar ve tele alışveriş.

Rekabette bozulmayı önlemek ve bir tarafın televizyon sistemini tehlikeye atmamak için, özellikle ve belirli bir frekansla ileten akit taraf dışında tek bir akit tarafın izleyicilerine yönlendirilen reklamlar ve tele alışveriş söz konusu akit taraftan televizyon reklamcılığı ve tele alışveriş kurallarını çiğnememelidir.

Bölüm IV. Programların Desteklenmesi

Madde 17. Genel İlkeler

Bir program veya dizi program, tamamen veya kısmen mali destek sağladığı takdirde, bu husus programın başında ve/veya sonunda uygun ibarelerle belirtilmelidir. Mali destek veren, hiçbir şekilde yayıncının sorumluluğunu ve bağımsızlığını etkileyecek biçimde programın içeriği ve yayınlanış biçimine müdahale etmemelidir.

Madde 18. Yasaklanan Maddi Destek

Programların başlıca faaliyet konusu reklam ve tele alışverişi 15. Madde marifetiyle yasaklanan ürünlerin imalatı veya satışı ya da hizmetlerin sağlanması olan gerçek kişiler sponsor olamazlar. Faaliyetleri arasında ilaçlar ve tıbbi tedavilerin imalatı veya satışı bulunan şirketler, ileten akit tarafta yalnızca tıbbi reçete ile temin edilebilen ilaçlara veya özel tıbbi tedavilere atıfta bulunulması hariç olmak üzere, şirketin ismini, ticari markasını, imajını veya faaliyetlerini tanıtarak programlara sponsor olabilirler. Haber ve haber programlarının desteklenmesine izin verilmemelidir.

Mükerrer Bölüm IV

Münhasıran kendi kendini tanıtmaya veya tele alışverişe ayrılan program hizmetleri

Mükerrer Madde 18. Münhasıran kendi kendini tanıtmaya ayrılan program hizmetleri.

Bu sözleşmenin hükümleri gerekli değişiklikler yapılarak münhasıran kendi kendini tanıtmaya ayrılan program hizmetleri için geçerli olacaktır.

Bölüm V. Karşılıklı Yardımlaşma

Madde 19. Taraflar Arasında İşbirliği

Bu bölümde sözleşmenin uygulanması için tarafların birbirlerine yardımı ve taahhüdün şekli ve içeriği açıklanmıştır.

Bölüm VI. Daimi Komisyon

Madde 20-21-22. Bu sözleşmenin amaçları çerçevesinde bir daimi komisyon, oluşumu ve görevleri sıralanmıştır. Daimi komitenin kararları mevcut üyelerin dörtte üçü oy çoğunluğuyla alınacaktır.

Bölüm VII. Değişiklikler

Madde 23. Taraflardan birinin bu sözleşmede değişiklik yapmasını teklif etme hakkı ile bu değişikliğin kabulüne ilişkin şartlar belirlenmiştir.

Bölüm VIII. Sözleşmenin ihmalî iddiaları

Madde 24. Sözleşmenin ihlali iddiaları ve çözüm yolları açıklanmıştır.

Madde IX. Anlaşmazlıkların Çözümü Açıklanmıştır.

Madde 25. Uzlaşma konusu işlenmiştir.

Madde 26. Tahkime ayrılmıştır.

Bölüm X. Diğer uluslararası anlaşmalar ve düzenlemeler ve tarafların iç hukuku

Madde 27. Diğer uluslararası anlaşma ve düzenlemelere ayrılmıştır.

Madde 28. Sözleşme ile akit tarafların iç hukukları arasındaki ilişkiler.

Bölüm XI. Son Hükümler

Madde 29. İmza ve yürürlük.

Bu sözleşme, Avrupa Konseyi'ne üye olan devletlerin Avrupa Kültür Antlaşmasına taraf olan diğer devletlerin ve Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun imzasına açıldığı, kabul, onaylama veya uygun bulma şartları ile bu belgelerin Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne sunumundan sonra geçecek üç aylık dönemi izleyen ayın ilk günü yürürlüğe gireceği belirtilmiştir.

Madde 30. Üye olmayan Devletlerin Katılması

Bu sözleşmenin yürürlüğe girmesinden sonra, Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu, sözleşmeye taraf olan devletlerin görüşünü de alarak, diğer devletleri bu sözleşmeye katılmaya çağırabilir.

Madde 31. Sözleşmenin Geçerli Olacağı Toprakların Tayini

Her devlet sözleşmenin imzalanması sırasında veya onama, kabul veya uygun bulma belgelerini sunarken, bu sözleşmenin geçerli olacağı egemenliği altındaki toprak veya toprakları tayin edebilir.

Madde 32. Çekinceler

Madde 33. Sözleşmeden Çekilme

Madde 34. Bildirimleri kapsayan son hükümlere yer verilmiştir. (Öksüz, S. 2004: 77-94).

3.4.5.1.2.Sınır Tanımayan Televizyon Sözleşmesi

Sınırötesi televizyon yayıncılığı alanındaki bir diğer belge olan Avrupa Birliği'nin 89/552/EEC sayılı Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi Birliği'nin, iç pazarında yayıncılığın tüm engellerinin kalkması ve minimum koşulları düzenlemek amacıyla hazırlanmış ve teknolojik gelişmelere paralel olarak, 97/36/EC ile yeniden gözden geçirilmiştir.

Bölüm I

“Televizyon yayını”, “yayıncı”, “televizyon reklamı”, “gizli reklam”, “sponsorluk”, “tele alışveriş” tanımlanmıştır.

Bölüm II. Genel Hükümlere Ayrılmıştır.

Madde 2.

Bir üye ülkenin yetkisi dâhilindeki yayıncıları tanımlanmaktadır. Yayıncının merkez ofisi, frekans ve uydunun kullanımına ilişkin koşullar belirlenmekte, yayın alma özgürlüğü, yeniden iletimin sınırlandırılmaması gerektiği vurgulanarak, başka bir üye ülkeden gelen yayının, “alıcı ülke”deki yayın ihlallerine karşın, Topluluk hukukuna uygunluğunu uygulamakla görevli komisyonun işlevi, yaptırımlar ve çözüm yolları sıralanmaktadır.

Madde 3.

Üye ülkeler, kendi yetkileri altındaki televizyon yayıncılarından, bir direktifçe düzenlenen konularda daha detaylı ya da daha katı kurallara uymaları konusunda

isteklerde bulunmakta serbesttirler. Üye ülkeler, kendi yetkileri altındaki televizyon yayıncılarının, kendi yasaları çerçevesinde ve uygun yollarla bu direktif hükümlerinin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayacaklardır.

Bölüm III. Televizyon programlarının üretim, dağıtımının geliştirilmesi

Üye ülke yayıncılarının, haberlere, spor olaylarına, oyunlara, reklamlara ve teleteks hizmetleri ile tele alışverişe ayrılan zamanın dışında kalan yayın süresinde yayın içeriğinin büyük bir oranının Avrupa yapımlarına ayrılması ile, hangi şartlarda gerçekleştirilmiş yapımların Avrupa Yapımları ya da üye ülke kaynaklı yapım olarak kabul edilebileceğine ilişkin koşullar belirlenmiştir.

Madde 5.

Üye ülkeler, uygulanabilir ve uygun araçlarla yayıncıların; haberlere, spor olaylarına, reklamlara, oyunlara ve teleteks hizmetleri ve tele alışverişe ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin en az % 10'unu ya da alternatif olarak, üye ülkenin kendi isteğine bağlı program bütçelerinin en az % 10'unu yayıncıdan bağımsız çalışan yapımcıları tarafından üretilmiş Avrupa eserler için ayırmalarını sağlamalıdır.

Bölüm IV. Televizyon reklamları ve tele alışveriş, program hizmetlerinin diğer unsurlarından ayrı ve kolayca ayırt edilecek şekilde düzenlenir.

Televizyon reklamları ve tele alışveriş, program hizmetlerinin diğer unsurlarından ayrı ve kolayca ayırt edilecek şekilde düzenlenir. Ayrılmış reklam ve tele alışveriş spotları istisna olarak kalacaktır. Reklam ve tele alışverişte bilinçaltı teknikler kullanılamaz. Gizli reklam ve tele alışveriş yasaktır.

Madde 11.

Reklam ve tele alışveriş spotlarının programlar arasına yerleştirilme şartları, düzenlenmesi ve sürelerine ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

Madde 12.

Televizyon reklamı ve tele alışveriş insan onurunu zedeleyemez, ırkçılık ve seks ya da milliyet konularında ayrımcılık içeremez, politik ve dini inançlara karşı

saldırıda bulunamaz, güvenlik ve sağığı zedeleyici davranışları ve çevresel değeri zedeleyici hareketleri teşvik edemez.

Madde 13.

Tütün ve tütün ürünleri ile ilgili televizyon reklamı ve tele alışveriş yasaktır.

Madde 14.

Yayıncının bulunduğu üye ülkenin yetki alanında yalnızca reçete ile satılabilen tıbbi ürünlerle tedaviye ilişkin televizyon reklamları yasaklanmalıdır. Tıbbi ürünlerle ilgili kanun, düzenleme ve idari yönetmeliklerdeki hükümlerin uyumlu hale getirilmesine ilişkin 26 Ocak 1965 tarih 65/65/EEC sayılı Konsey Direktifi kapsamında Pazar iznine tabi olan tıbbi ürünler ve tedaviler için yapılan tele alışveriş yasaktır.

Madde 15. Alkollü içeceklerle ilgili televizyon reklamları, tele alışveriş aşağıdaki koşullara uygun olmalıdır. Bunlar özellikle çocuklara yönelik olamaz ya da özellikle çocukları bu içecekleri tüketirken gösteremez.

Madde 16.

Televizyon reklamı, çocuklarda ahlaki ve fiziksel zararlara neden olacak şekilde yapılamaz. Bu nedenle çocukların korunması için; reklam çocukların deneyimsizliğini ve aldatılmaya açık yönünü kullanarak bir ürün ya da hizmeti satın almalarını doğrudan teşvik edemez. Reklam çocukların ailelerine, öğretmenlerine veya çevresindeki diğer kişilere duyduğu özel güveni kullanamaz.

Madde 17.

Sponsorluğu yapılmış televizyon programları; sponsor tarafından, sponsorluğu yapılmış programın içeriğı ve yayın programı hiçbir koşulda programın yayıncısının sorumluluğunu ve editoryal bağımsızlığını etkileyecek şekilde değiştirilemez.

Madde 18. Tele alışveriş

Tele alışveriş kanalı olmayan bir kanaldaki tele alışveriş yayını için ayrılan pencereler, kesintisiz olarak asgari on beş dakika ve bir günde yayınlanan pencere sayısı en fazla sekiz olacaktır ve toplam yayın süreleri günde üç saati geçmeyecektir.

Ayrıca tele alışveriş penceresi olduğu açıkça belirtilecektir. Reklam yayınları günlük yayın süresinin % 20'sini aşamaz.

Bölüm V. Küçüklerin ve Kamu Düzeninin Korunması'na ayrılmıştır.

Madde 22.

Üye ülkeler, lisanslı yayıncılarının televizyon yayınlarında, çocukların fiziksel, zihinsel ya da ahlaki gelişimlerini ciddi şekilde olumsuz etkileyebilecek programlarla, özellikle pornografi veya şiddet içeren programlara yer vermemelerini sağlayacak uygun önlemleri almalıdırlar.

Madde 22.

Üye ülkeler yayınlarında, ırk, cinsiyet, din ve milliyetçilik kapsamında kin, nefret duygularına sevk eden unsurlara yer verilmemesini temin etmelidirler. Komisyon, söz konusu bu direktifin yayınlanmasını izleyen bir yıl içerisinde üye ülkelerin yetkili kurullarıyla iletişim kurarak, çocukların izleyebileceği programlarda ailenin ve görevlilerin denetimini, kontrolünü kolaylaştıracak diğer önlemlerin olumlu ve olumsuz olası etkilerinin araştırılması konusunda bir çalışma yapılmalıdır.

Bölüm VI. Cevap Hakkı

Medeni, idari ve ceza hukuku çerçevesinde üye ülkelerce kabul edilen diğer hükümlere karşı önyargısız olarak, bir televizyon programındaki yanlış iddialar nedeniyle yasal çıkarları zarar gören kişilerin milliyetlerine bakılmaksızın, cevap hakkına ya da buna benzer bir hakka sahip olmalarının engellenmemesinin temin edilmesi, üye ülkelerin cevap hakkını veya buna eşit derecedeki telafinin oluşturulabilmesi ve kullanılabilmesi için yasal önlemleri düzenlemeleri yapması istenmektedir.

Komisyon karşı kurulacak Bağlantı Komitesi'nin; topluluğun görsel-işitsel politikasının oluşturulması teknolojik gelişmelerin takip edilmesi, Komisyon ile üye ülkeler arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırması gibi önemli görevleri sıralanmaktadır.

Bölüm VII. Son Hükümleri içermektedir.

Üye ülkeler 31 Aralık 1998'e kadar bu direktife uygun gereken düzenleme, kanun ve yönetmelikleri yürürlüğe koymuşlardır.

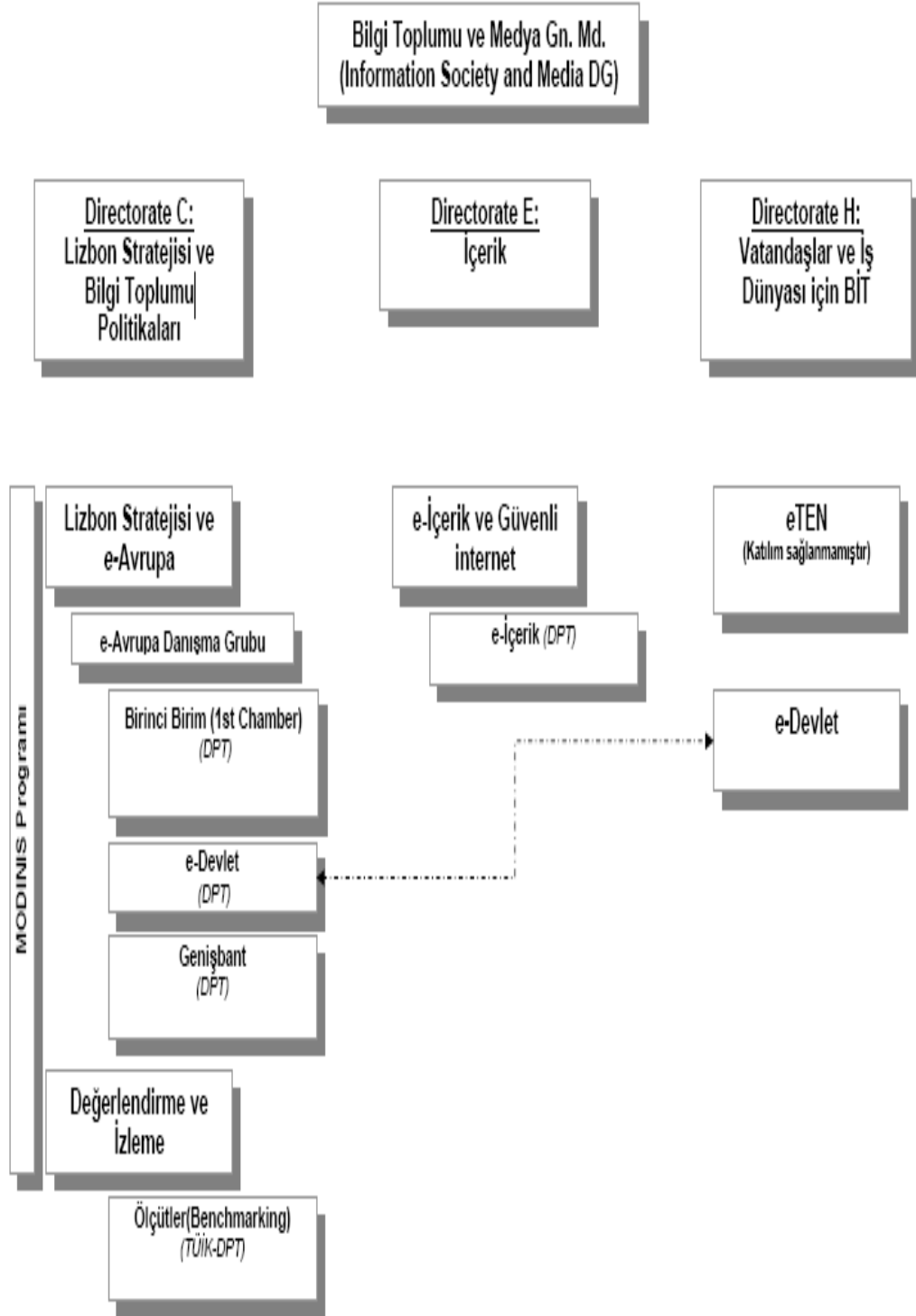
3.5. İletişimi Denetleyen Kurumsal Yapılar

Avrupa Birliği'nin bilgi toplumu aktiviteleri ile ilgili iki genel müdürlüğü bulunmaktadır.

3.5.1 Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü

Başta Lizbon Stratejisi olmak üzere Avrupa Birliği'nin bilgi toplumuna ilişkin politika ve çalışmaların izlendiği, değerlendirildiği ve koordine edildiği yapıdır. Organizasyon Şeması aşağıda sunulmaktadır.

Türkiye'nin katılımında bulunduğu programlar için katılım sağlayan kurum organizasyon şeması üzerinde belirtilmiştir.



Şekil 2. Bilgi Topluluğu Genel Müdürlüğü Organizasyon Şeması³³

³³ Avrupa Komisyonu Bilgi Toplumu ve Medya Gn. Md.,
http://www.eu.int/comm/dgs/information_society

3.5.2. İşletmeler ve Endüstri Genel Müdürlüğü

Avrupa Birliği'nin başta KOBİ'ler olmak üzere girişimcilere yönelik politika ve çalışmalarının izlendiği, değerlendirildiği ve koordine edildiği yapıdır. Bilgi toplumu faaliyetlerini destekleyici nitelikteki IDATC programını yürütmektedir³⁴.

3.6. E-Avrupa Danışma Grubu ve Alt Çalışma Grupları

E-Avrupa Danışma Grubu üye devletler, geçiş ve aday ülkelerin üst düzey temsilcilerinden oluşmuştur. Eylem Planı'nın iyi uygulanabilmesi için paydaşlarla çalışmaya önem verildiğinden, komite altında iki birim (chamber) oluşturulmuştur.

3.6.1. Alt Çalışma Grupları

e-Devlet : E-Devlet alt grubunun amacı, Avrupa Birliği düzeyinde e-Devletin geliştirilmesi ve kamu kurumlarının vatandaş ve iş dünyasına elektronik hizmetler aracılığı ile daha yaklaştırılmasıdır.

Genişbant : E-Avrupa 2005'te yer alan yaygın ve ekonomik genişbant erişimi ile bilgi toplumu potansiyelinin gerçekleştirilebilmesi temel hedefine yönelik çalışmalar yapmaktadır.

Benchmarking(Ölçütler): e-Avrupa 2005 için bilgi toplumu ölçütlerinin belirlenmesi ve bu ölçütlere uygun şekilde bilgilerin toplanması bu grubun çalışmaları kapsamındadır. Bu bilgiler Türkiye de dahil olmak üzere üye ülkelerin ulusal istatistik kurumları tarafından eşzamanlı olarak 2004 yılında toplanmıştır.

e-İçerik : Bu grup e-Avrupa hedefleri kapsamında çok dilli elektronik içeriğin artırılması ve yaygınlaştırılması hedeflerine yönelik olarak çalışmaktadır.

³⁴ Avrupa Komisyonu Girişimcilik ve Endüstri Gn. Md. , http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm

3.7. Görsel-İşitsel Yöntemlerin Etkileri

Avrupa Birliği görsel-işitsel sektörü sanayi haline getirerek sadece ekonomik olarak değil, Avrupa Birliği vatandaşlarının sosyal ve kültürel olarak etkilendiğinin üzerinde de durmaktadır. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler içerisinde görsel-işitsel medya bilgi akışı açısından en önemli kaynaktır. Avrupa Birliği'nin, birlik olarak daha da kaynaşması açısından görsel-işitsel sektörün son derece önemli olduğu Birlik tarafından düşünülmektedir. Bu yüzden dolayı Avrupa Birliği görsel-işitsel medya sektörüne yönelik sürekli yeni politikalar geliştirmiştir.

Sayısal uydu yayıncılığı ve kablolu yayınlar bakımından Avrupa Birliği'nin, Amerika Birleşik Devletleri'nin çok gerilerinde kalması Birliğin yeni yeni adımlar atmasında sürekli olarak ateşleyici olmuştur. Avrupa Birliği'nin Amerika Birleşik Devletleri'ni yakalayıp bir adım öne geçme isteği, görsel-işitsel medya sektörünün ekonomik, teknolojik ve kültürel yönlerden sürekli desteklenmesiyle mümkün olacağını doğurmuştur.

Zamanla teknolojinin ilerlemesi, internet kullanımının artması, internet ortamında insan haklarının korunması, çocukların ve gençlerin korunması, edebiyat ve sanat dünyasının telif haklarının korunmasının sağlanması önemli bir sorun haline gelmiştir (Kutay ve Özçeri, 2006: 16).

Ayrıca dijital yayıncılık olan uydu yayıncılığı, uluslararası alanda büyük avantaj sağladığından dolayı bu tür teknolojileri desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Fakat bu adım birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Bir ülkede yayınlanan yayınların diğer Avrupa Birliği ülkelerinde, Avrupa Birliği hükümleri temel alınıp sınırlandırılıp sınırlandırılmayacağı bir sorun olarak Avrupa Birliği'nin karşısına çıkmıştır.

1957'de Avrupa Birliği ülkeleri tarafından imzalanan Roma Antlaşması, Birlik içerisinde faaliyet gösteren kurumlara, görsel-işitsel sektörlerde faaliyet gösteren yapıların denetlenmesine yetkiler vermiştir. Avrupa Birliği'nin kuruluş antlaşması iletişim politikaları konusunda her devletin ulusal medyasında yapacakları düzenlemeleri serbest bırakmıştır (Ungerer, 2005: 23).

3.8. Avrupa Birliği'nde Telekomünikasyon Politikaları

Yaşadığımız dönemde, uluslararası düzeyde ekonomik bütünleşmenin arttığı ve bunun da sermaye hareketliliğinin artmasına ve sermayenin uluslararası düzeyde rekabete girişmesine neden olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Telekomünikasyon ağları bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Sermayenin küresel hareketliliği, işletmelerin de küresel düzeyde yeniden yapılanmasına neden olmakta ve artan iletişim ihtiyaçları ile birlikte telekomünikasyona ve telekomünikasyonun düzenleyici çevresinin büyük kullanıcılar lehine serbestleştirilmesine talep oluşturmaktadır. Bu taleplerin de etkisiyle, telekomünikasyon alanı, 1980'lerin başından bu yana yeniden yapılandırma tartışmalarının ve çabalarının konusu haline gelmiştir.

Telekomünikasyon politikaları açısından uluslararası alanda yaşanan değişimler 1980'li yıllarda başladı. Yaşanan değişimlerin en önemli faktörü Amerika Birleşik Devletleridir. Tek bir şirket üzerinde olan telekomünikasyon 1982 yılında şirketin tekel durumunu kaldıracak kararların alınmasıyla şirketin bölünmesi üzerinden devam etti. Yeni düzenleme ile yedi ayrı bölgesel şirket oluştu. Bu şirketler 1984 yılından itibaren uluslararası düzeyde rekabet eden birer dev haline geldiler. Benzer gelişmeler Japonya telekomünikasyon sektöründe de yaşandı. 1984 yılı Şubat ayında devlete ait olan telekomünikasyon şirketinin ikiye ayrılarak özelleştirilmesiyle beraber telekomünikasyon sektöründe hızlı gelişmeler yaşanmaya başladı. Japon telekomünikasyon sektöründe iki farklı kategoride şirketler oluştu. Birinci tip şirketler, altyapıya sahip, ikinci tip şirketler ise, kiraladıkları telekomünikasyon ortamı üzerinden hizmet veren şirketlerdi (Nakamura K., Hiraki S. 1997: 228-262).

Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'da başlayan ve tüm dünyaya yayılan telekomünikasyon alanının yeniden yapılandırılması süreci, neo-liberal ekonomik öğretinin varsayımı üzerinde şekillenmektedir. Bu varsayımlar çerçevesinde her düzeydeki rekabet ekonomik büyüme ve toplumsal refah için ön koşuldur, ayrıca bununla bağlantılı olarak devletin ekonomik alandaki varlığı ekonomik büyümeyi dizginleyici bir etkiye sahiptir. Bu varsayımlar, telekomünikasyon politikalarının temel amacının verimlilik olmasını ve verimliliğin sağlanabilmesi için de bu alanın

rekabete açılmasının temel şart olarak kabul edilmesinin sonucunu getirmektedir. Telekomünikasyon alanının rekabete açılmasının verimliliği arttırmak yanında, altyapının gelişmesini sağlayacağı, ekonomik gelişmeye yol açacağı ve hizmetlerin kalitesini arttırarak, toplumsal paylaşımı düzeltereği de beklenmektedir.

Avrupa Birliği'nde tüm üye tüm ülkelerin uygulayacakları ortak bir telekomünikasyon politikasını yaratan süreç, Avrupa Birliği tartışmaları ile birlikte başlamıştır. Bu çabaların temelinde, Avrupa Birliği'ne ulaşma yolunda ekonomik, siyasi ve sosyokültürel bütünleşmenin de önem taşıması ve bu bütünleşme süreçlerinin her birinde genel olarak iletişime önemli bir rol yükleniyor olması bulunmaktadır.

Avrupa telekomünikasyon politikası esas olarak 1970'lerin son yıllarından itibaren hızlanarak sonuca ulaşmıştır. Yaklaşık on yıllık bir süreç içerisinde ulusal telekomünikasyon politikalarının dönüştürülerek Avrupa Birliği telekomünikasyon politikasına ulaşılması, hem uluslararası düzeyde yaşanan değişimlerle, hem de Avrupa Birliği içerisinde gelen baskılarla mümkün olabilmektedir.

Avrupa da tıpkı Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya gibi telekomünikasyon sektörünü serbestleştirerek rekabetçi bir ortam oluşturmaya çalışmıştır (Heritier, A. 1999).

Avrupa telekomünikasyon politikasına giden yolda, Avrupa Komisyonu'nun başlangıç adımı, araştırmayı sübvans ederek araştırma ve teknolojiye ortak bir etkinlik sağlamak olarak belirlenmiştir. Komisyon, enformasyon teknolojileri pazarında, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya ile rekabet edebilmek için projeler geliştirerek işe başlamıştır. Hizmet ve tarifeleri standartlaştırmak ve Avrupa çapında bir telekomünikasyon altyapısının gelişimi için var olan kaynakları harekete geçirmek için EuroNET (Avrupa Ağı) oluşturmasını sağlamıştır. Hemen arkasından Avrupa için Doğrudan Enformasyon Erişim Ağı projesini desteklemiştir.

1980'lerin başında, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'da yaşanan serbestleştirme ve kuralsızlaştırmaların baskısı, Avrupalı şirketlerin enformasyon teknolojileri pazarında rekabet gücünü arttırmak amacıyla birleşerek, üye ülkeler arasında telekomünikasyon politikaları açısından derin farklar bulunmasına, çatışan

amaç ve çıkarlara rağmen, ortak bir Avrupa telekomünikasyon politikasının tesis edilmesinde önemli bir rol oynamıştır.

1984’te Avrupa Konseyi, uluslararası baskılara karşı, ne korumacılığın ne de bireysel devlet tepkilerinin uygun bir yanıtı oluşturmadığı konusunda karara varmıştır ve bu görüşü desteklemeye başlamıştır. Uygun olan tek yanıt konusunda herkes hemfikir olmuştur. Piyasaları açmak Avrupa politikasını oluşturmak ve Avrupalı karar vericilerin gücünü arttırmak. Bu görüş egemen hale geldikten sonra, komisyon üye ülkeler arasında konsensüs yaratmak görevini üstlenmiştir (Heritier, A. 1999).

Telekomünikasyonun teknik, ekonomik ve uluslararası boyutlarındaki değişimin tanımlanması ve düzenleyici çerçevenin yenilenmesinin sağlanması ile gerçekleştirilecek Avrupa telekomünikasyon politikasına ulaşmak için köşe taşı olacak dinamik Avrupa ekonomisine doğru telekomünikasyon hizmetleri ve araçları için ortak bir pazarın oluşturulması hakkındaki Yeşil Rapor 1987’de yayımlanmıştır. Yeşil Rapor’un öne sürdüğü temel koşul, kuralsızlaştırma ve rekabeti arttırmaktır. Ancak ağ alt yapısının ve temel servislerin varolan ulusal PTT’ler tarafından sağlanma biçimi sorgulanmaksızın, uç araçları ve geliştirilmiş servisler için radikal bir serbestleştirme önerilmiştir ve PTT’lerin işletme etkinlikleri ile düzenleme etkinliklerini ayırtmalarını istenmiştir. (Heritier, A. 2000).

1987 yılında yayımlanan Yeşil Rapor’un ardından 1990’da uydu iletişimi hakkında, 1994’te mobil ve kişisel iletişim hakkında, Ekim 1994 ve Ocak 1995’te alt yapının serbestleştirilmesi hakkında bir dizi Yeşil Rapor daha yayımlanmıştır. Anlaşmazlık konusu olan bazı kararların, değişik ülkeler tarafından Avrupa Adalet Divanı’na götürülmesi sonucunda, Avrupa Adalet Divanı’nda komisyonu destekleyici kararlar alınmıştır (EC, 1999). Tüm bunlar Avrupa telekomünikasyon politikaları mevzuatının oluşmasını sağlamıştır.

Komisyon Avrupa Konseyi’nin de desteğiyle yayımladığı “Gelişme, Rekabet ve İstihdam konusunda Beyaz Kitap” ile telekomünikasyon politikasını Avrupa Birliği’nin tüm genel politika geliştirme süreçlerinin merkezine yerleştirmiştir. Beyaz Kitap’ın devamı niteliğinde olan Bangermann Raporu ise, Avrupa Birliği’nin

telekomünikasyon alanında yapacağı düzenlemeler ile ilgili gündemini onaylamıştır. Avrupa Konseyi'nin bilgi alanında gerçekleştirilecek alt yapıları belirlemek, topluluğun ve üye devletlerin enformasyon toplumuna geçerken göz önünde bulundurmaları gerekenleri tanımlamak amacıyla 1994 yılında hazırlanan Bangemann Raporu, Avrupa telekomünikasyon politikasına, topluluğun tüm diğer politika geliştirme süreçleri içinde yeni bir rol yüklemiştir. (Bangemann Raporu, 1994). Raporun başlıca hedefi üye devletleri, enformasyon toplumunun gelişmesi için pazara güvenmeye zorlamak ve karar alma gücünün ulusal düzeyde değil, bölgesel düzeyde yoğunlaştırılmasını sağlamaktır. Üye devletler, yeni endüstriyel alanların açılması için girişimciliği geliştirmeye teşvik edilmektedir.

1998 Avrupa Birliği Düzenleyici Çerçevesi olarak adlandırılan mevzuatın tüm üye ülkeler tarafından benimsenmemesinin ardından, telekomünikasyon pazarı 1 Ocak 1998 tarihinden itibaren çoğu üye ülkelerde, 1 Ocak 2001 tarihi itibarıyla de tüm Avrupa Birliği ülkelerinde tamamen serbestleştirilmiştir.

3.9. Avrupa Birliği'nde Yerel Kimlikler ve Anadilde Yayıncılık

Ekonomik bir birlik olarak ortaya çıkan Avrupa Birliği 1991 yılında yapılan Maastricht Antlaşması'yla birlikte kültürel ve siyasal bir bütünlük halini almıştır. Bu antlaşmada Avrupa Birliği'nin, ulusal ve bölgesel çeşitliliğe saygı gösterirken, üye devletlerdeki kültürlerin gelişmesine katkıda bulunacağı belirtilmiştir. 1993 yılında yapılan Kopenhag Zirvesi'nde tanımlanan siyasi kriterler Avrupa Birliği ülkeleri ile aday olacak ülkelerin demokrasiyi, hukukun üstünlüğünü, insan haklarını, azınlıkların korunmasını ve azınlıklara saygı gösterilmesini teminat altına alan kurumların istikrarını sağlamalarını şart koşarken, bunu izleyen Amsterdam Antlaşması (1999) "...cinsiyet, ırk veya etnik köken, din veya inanç, özer, yaş veya cinsel tercih temeline dayanan ayrımcılıkla mücadele" ilişkin düzenlemeler getirmektedir. Ekonomik, kültürel ve siyasal haklar göz önüne alındığında her üç belgenin içeriği, Avrupa Birliği için hukuksal bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu çerçeve içerisinde Avrupalılık temelinde tanımlanan ortak yaşam alanının temel felsefesi çok kültürlülük olarak belirginleştirilebilir. Çok kültürlülük yalnızca

uluslararası yasalar ve antlaşmalar çerçevesinde tanımlanan azınlıkların haklarına ilişkin yapılacak formel-pozitif bir düzenlemenin ötesinde, her bireyin kendi alt kimlikleri temelinde varoluşunu tanıyan ve bunu güvenceye alan kurumların yaratılmasıdır. Avrupa Birliği ve Avrupa Parlamentosu çerçevesinde alınan kararlar incelendiğinde, özellikle 1980’li yıllardan itibaren, azınlıklar ve alt kültürlerle ilişkin çok sayıda kararın var olduğu görülmektedir. Bireylerin kendilerini farklılıkları ile var etmesinin koşullarına ilişkin bu öneri ve tavsiye niteliğindeki kararlarda azınlık dillerine iletişim özgürlüğünün bir parçası olarak ve doğal haklar çerçevesinde yaklaşmaktadır. Söz konusu kararlar, ulusal, bölgesel ve yerel makamları; yerel ve bölgesel dil ve kültürlerin her seviyedeki eğitim kurumunda resmi müfredata dâhil edilmelerine, yerel radyo ve televizyonlarda kullanılmalarının sağlanmasına, bireylerin kamu alanında ve sosyal hayatlarında, resmi makamlarla ve mahkemelerle olan ilişkilerinde kendi dillerini kullanmalarına izin vermeye davet etmektedir.

Bu çerçevede Avrupa Birliği ülkeleri arasında bir medya politikası oluşturulmasına ilişkin çalışmalar Avrupa Topluluğu içerisinde, ortak bir telekomünikasyon pazarının yaratılması ve Avrupa yapımı televizyon prodüksiyonlarının desteklenmesi amacıyla, ortak bir kültürel yapının düzenlenmesine doğru evrilen bir anlayışın izlerini taşımaktadır. Kültürün giderek artan bir oranda merkezi bir yer tuttuğu Avrupa Birliği ve Avrupa Parlamentosu kararları, “çeşitlilikten kaynaklanan birlik” felsefesini taşımaktadır. Bu felsefe temel olarak Avrupa’nın tarihten gelen kültürel mirasının zenginliğine dikkat çekmekte ve bu mirasın insanların kolektif bilinçlerinde derin kökleri olduğunu vurgulamaktadır (Morley ve Robins, 1997: 113). Bu mirasın ortaya çıkarılması ve korunması için hazırlanan kültürel politikalar medyaya tüm Avrupa’yı ortak kesen, bütünleştirici bir araç olarak yaklaşmaktadır. Bütünleşme vurgusunun farklılıkları dışarıda bırakan ve marjinal kılan bir politik düzenleme ile gerçekleştirilemeyeceği, Avrupa ulus devletlerinin medya düzenlemelerine ilişkin tarihsel uygulamalarından ortaya çıkan bir dersti. Avrupa ortak mirası ancak farklılıkları gözeterek ortaya konulabilirdi.

3.10. Avrupa Birliği'ne Üye Ülkelerde Yerel Medya Politikaları

3.10.1.İngiliz Medyasına Genel Bir Bakış

Diğer birçok gelişmiş ÷lkeye oranla, İngiltere'de kişi başına düşen günlük gazete sayısı bir hayli yüksektir. On beş yaş üzerindeki her üç kişiden ikisi ulusal bir gazete okumaktadır.

Basın üzerinde devlet kontrolü veya sansür yoktur, ancak yayıncılık bir takım yasalara tabiidir. Gazeteler ekonomik yönden herhangi bir siyasal partiye bağlı değildir. Ancak genel seçim kampanyalarında gazeteler okuyucularına bir siyasal partiye oy vermelerini öğütleyebilirler. Diğer batı basınından farklı olarak İngiliz basını çok az vergiye tabiidir. Gazete ve dergi satışlarında KDV yoktur.

İngiltere'de yayıncılık sektörü hem kamu hizmeti, hem özel sektör tarafından oluşturulan bir karma sistemdir. Kamu kuruluşları olan BBC ve IBA ÷lke çapında radyo ve televizyon yayın hizmetlerinin gerçekleştirilmesine ilişkin Parlamento'ya karşı sorumludurlar. İngiltere'de yayın hizmetleri yasa veya Kraliyet Beratı ile kurulmuş kamu organları tarafından sağlanır. Yayın kuruluşları günlük işleyişlerinde bağımsızdırlar.

İngiltere'de özel yayın sistemi iki kanaldan oluşan özel televizyon, özel radyo, bölgesel yayın istasyonlar şebekesi ve DBS uydu yayınları hizmetlerinden oluşmaktadır. Bu sistem IBA tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir.

İngiltere'de kablolu şebekelerin kurulmasına 1972-1973 yıllarında ancak doğal engebeler yüzünden televizyon yayınlarının izlenmediği bölgelerde izin verilmiştir. İlk kurulan beş şebeke 1974 yılında bir araya gelerek Cable TV Association of Great Britain (CTA) adlı kurumu oluşturmuşlardır. Ayrıca, İngiltere'de ulusal çapta yayın yapan beş uydu kanalı bulunmaktadır (Giritli, İ. 2000: 243-251).

3.10.2. İtalyan Medyasına Genel Bir Bakış

1 Ocak 1948’de yürürlüğe giren İtalyan Anayasasının 21. Maddesi ifade özgürlüğünü garanti altına alırken, diğer yandan bu özgürlüğün sınırlarını da koymuştur. 1948 yılının basın yasası, gazetecilik mesleği ile ilgili normlar belirtilmiştir. Gizlilik hakkını düzenlemiştir, manevi standartları korumuştur. Cevap verme, iftira ve onur kırıcı yayın hakkını ve editörlerin cezai sorumluluğunu düzenlemiştir.

1981’de çıkan “yayıcılık” yasası olarak bilinen 416 sayılı kanun ayrıntılı bir mevzuat içermektedir. Yasanın başlattığı en önemli yenilikler; kamu mülkiyetinin getirilmesi, garantörlerin üst düzey memurlar arasından seçilmesi, basında tekelleşmenin önlenmesini sağlayacak tedbirlerin alınması, gazete kooperatiflerinin kurulması, gazete fiyatlarının önceden hükümet tarafından belirlenmesinin kaldırılması ve serbest bırakılmasıdır.

1937’de İtalyan nüfusunun % 40’ı en az haftada bir gazete okurken bu oran 1984 yılında % 54’e ulaşmıştır. Bu anlamlı artışa rağmen, nüfusun % 46’sının eline bir gazete bile geçmediği araştırmalardan bilinmektedir. Okurların en çok tercih ettiği başlıklar, yerel haberler % 82, politik olaylar % 66, spor % 58, kültür % 45 ve ekonomi % 31’dir.

İtalyan yayıncılık sektörü 1975’te çıkan 103 sayılı ve 1990’da çıkan 223 sayılı yasa, kamu yayıncılığı ile düzenlenmiştir. 1990 tarihli yeni yayıncılık yasası birtakım tedbirler almıştır:

Yayıncılık, devlet monopolü olmaktan çıkacak, özel girişimler istasyon kurmak üzere ruhsat almak için başvurabileceklerdir. Özel şirketler ulusal çapta canlı yayın yapabilirler. Gerek yayıncılık, gerek yayıncılık alanında Garantör Yüksek Otorite tanımlanmıştır. Reklam günlük yayın süresinin % 15’ini aşamaz. Programlar sponsorlar tarafından etkilenemez. Cevap hakkını düzenleyen 1947 basın yasasının normları yayıncılıkta da uygulanır.

Medya sahipleri aşağıdaki şu şartları yerine getirmelidirler: Toplam günlük gazete tirajının % 16’sından fazlasını elinde tutan kimse, ulusal bir televizyon ağı kurmak için ruhsat alamaz. Günlük tirajın % 8-16’sından fazlasını elinde bulunduran

kimse sadece bir ruhsat alabilir. Günlük basında payı olmayan yayımcı şirketler  ruhsat alabilirler. Ulusal çapta yayın yapan özel ruhsat sahipleri, günlük bir haber hizmeti sunmak zorundadırlar. Yerli yapım zorunluluğu en az % 50’dir. Garantrn denetçisi olarak bir İzleyiciler Komitesi tayin edilmiştir. İlk kez cezai müeyyide konmuştur.

Bir kamu kuruluşu olan Radio Audizioni Italiana, Parlamento Denetim Komisyonu’nun kontrolüne tabidir. Bu komisyon İtalyan Parlamentosu’nun her iki kolunun (Senato ve Meclis) eşit sayıda tayin ettikleri kırk üyeden oluşur. Komisyon yeleri Parlamento’daki parti Grupları temsilcileri arasından seçilir.

Parlamento Denetim Komisyonu, haberlerin objektiflerini ve politik bağımsızlığını denetler, bütün sosyal ve kültürel eğilimlerin radyo-televizyondan yararlanmalarını ve radyo-televizyon yayınına kamu hizmetinin temel ilkelerine göre yapılmasını sağlar, yıllık ve daha fazla süreli program planlarını onaylar ve bunların gerçekleşmesini denetler, planların masraf ve yatırımlarında uygulanacak ltleri gösterir.

Radio Audizioni Italiana’nın atadığı on altı kişilik yönetim kurulu yesi tarafından idare edilen bir kamu kuruluşudur. Gelirinin % 52’sini ruhsat ücretlerinden ve % 32’sini reklamlardan elde eden finansal bir ayrıcalığa sahiptir. Program satışları ve diğer ticari faaliyetler de geri kalan % 16’yı oluşurmaktadır (Giritli, İ. 2000: 235-241).

3.10.3. Fransız Medyasına Genel Bir Bakış

Demokrasilerde yasama, yürütme, yargıdan sonra dördüncü kuvveti oluşturan basının Fransa’da da kültür ve politika bakımından önemli bir yer tuttuğu kesindir.

Fransa’daki basın-yayın yaşamına kısaca göz attığımızda, Fransa’nın ilk haftalık gazetesinin 1631’de yayınlanmaya başladığını, matbaacı Louis Vodesmen’in Ocak 1631’de çıkardığı gazeteyi, 1631 Mayıs’ında devralıp “La Gazetta” adı ile, dört gazetede sadece haber verip ve özellikle dış haberlere önem vererek, Krallığın sözcülüğünü yaptığını ve La Gazetta’in daha sonra 1762’de hükümetin resmi yayın organı haline gelerek, ismini La Gazete olarak değiştirdiği bilinmektedir.

Fransa’da 17. ve 18. yüzyılda yayınlanan birçok periyodik yayından günlük olarak yayınlanan ilk gazetenin 1 Ocak 1777’de yayın hayatına başlayan “Journal de Paris” olduğu bilinmektedir.

Fransa’da 1789 Fransız Devrimi ile doğduğunu, 1789-1792 yıllarında devrimin sınırsız basın özgürlüğünden yararlanırken, 1792-1794 dönemindeki terörün ilk kurbanlarının basın ve idam edilen gazeteciler olduğu, daha sonraları basına karşı açılan savaşın, basını Napoleon Bonaparte’ın Konsüllük ve İmparatorluk dönemlerinde iktidara boyun eğmiş hale getirdiğini de çeşitli kaynaklardan görebiliriz (Giritli, İ. 1988: 81-82).

Fransa’da basın özgürlüğünün temelini atan 1789 tarihli İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi’nin 11. Maddesi şöyle kaleme alınmıştır: “Düşünce kanaatlerin özgürce iletilmesi insanın en değerli haklarından biridir. Her yurttaş özgürce konuşup yazabilir ve basım yapabilir, yalnız yasada öngörülen hallerde bu özgürlüğün kötüye kullanımından sorumludur.” Bu kötüye kullanım kavramı ancak 1881’de Basın Kanunu’nda tanımlanmış ve bu yasa halen yürürlükte. Bu özgürlük basının Fransızlar tarafından önemsenmemesini önlemez. Nitekim örneğin İngilizlerle karşılaştırılırsa, Fransızların haber tüketimi düşüktür ve günlük basının tüketimi açısından dünyada 27. sıradadır.

19. yüzyılın başından 1871’e kadar Fransız basınının geçirdiği gelişme: Endüstrileşme ve demokratikleşme süreci olarak tanımlanabilir. 1914-1918 Birinci Dünya Savaşı dönemi Fransa’da da sıkıntılar yaratmış, 1939-1945 Alman işgali altında birçok gazete yayınlarına son vererek veya yer altına inerek, işgale karşı çıkmış, yayınlarını sürdürenler ise, Fransızların Nazi işgalinden kurtarılmasından sonra, cezalandırılarak mallarına el konmuştur.

1945’lerden sonra çoğalan radyo-televizyon rekabeti ve maliyetlerin yükselmesi gibi etkenler günlük gazetelerde tekelleşmeyi doğurmuştur. Nitekim 1839’da Fransa’da 220 gazete yayınlanırken son yıllarda bunların sayısı 87’ye düşmüştür (Nouveau, G. 1990: 219).

Fransa'da 1982 yasası ile radyo ve televizyon hizmetlerinin bağımsız bir kamu hizmeti olarak yürütülmesini sağlamakla görevli bir İşitsel İletişim Yüksek Otoritesi kurulmuştur.

1986 yasası ile yüksek otoritenin yerini almak üzere İletişim ve Özgürlük Ulusal Komisyonu bağımsız bir idari merci olup, kararname ile atanan on üç üyeden oluşmaktadır. Başlıca görevleri: Özel yayın şirketlerine lisans vermek, yayınları denetlemek, tavsiyelerde bulunmak ve danışmanlık yapmaktır.

1989'da yeni yasa ile İletişim Özgürlükler Komisyonu dağıtılarak yerine Görsel-İşitsel Yüksek Konseyi kurulmuştur. Bu yüksek konsey dokuz üyeden oluşmaktadır. Bunların üçünü Cumhurbaşkanı, üçünü Meclis Başkanı, üçünü de Senato Başkanı seçmektedir. Kurula seçilen kişiler genelde yansızlığı ile tanınmış ve politikaya bulaşmamışlardır. Kamusal radyo ve televizyonlar hükümetler tarafından saptanan genel kurallara tabidir.

Özel radyo ve televizyon için de hükümet bazı kurallar saptamıştır. Örneğin, çoğulculuk, dürüstlük, eğitime ve kültüre yönelik amaçlar. Bunun dışında yetkiler Yüksek Konseye bırakılmıştır. Kamusal radyo ve televizyonlar konusunda Kurul daha geniş yetkilere sahiptir. Yeni bir televizyon istasyonu kurulacağı zaman Kurul tarafından hazırlanan bir Yükümlülükler Belgesi hazırlanarak uyulması gereken kurallar saptanmıştır. Bu belgelerde, Fransa'da üretilen program yayınındaki kotalar, Avrupa Ortak Topluluğu yapımlarının oranı, eğitim ve kültür programlarına ayrılacak zaman, reklam süreleri gibi önemli hükümler yer alır. Yeni kanal işletmeye aday olan firmaların başvuruları incelendikten sonra, en uygun bulunan ortaklığa kanal işletme hakkı verilir. Kanalin yayına başlamasından sonra yayınlar dikkatle izlenerek yükümlülükler belgesindeki şartlara uyulup uyulmadığı saptanır. Uyulmadığı takdirde önce bir ihbarname gönderilir. Daha sonraki aşamada; yayınları bir ay durdurabilir, yayın iznini kısaltabilir ya da tümüyle geri alabilir, para cezası verilebilir, Başsavcılığa başvurup kovuşturma isteyebilir (Akbaba, L. 1990: 3-4).

Bunların yanı sıra Konsey, kamusal radyo ve televizyon kurumlarının genel müdürlerini seçer, özel radyolara verilecek frekansları saptar, kablolu televizyon

şebekelerinin kurulmasına izin verir ve çalışmalarını denetler (Giritli, İ. 2000: 189-204).

3.10.4.İspanyol Medyasına Genel Bir Bakış

1978 yılındaki yeni demokratik anayasanın ilanından beri İspanya basını hiçbir mevzuat ile kontrol edilmemiştir. Önceden, 1966 yasası basın faaliyetlerinin normal gelişimine engel oluşturmuştur.

1986'da İspanyol basınına yabancı sermaye girişi serbest bırakılmıştır, böylece İspanyol mevzuatının Avrupa Topluluğu'nun yönetmeliğine uyarlanması sağlanmıştır. O zamandan beri, pek çok basın grubu faaliyete geçmiştir.

İspanyol basını reklam ve satışla finanse edildiği halde, 1984'de Devlet Sübvansiyonları için yasal bir yapı hazırlanması gereği doğmuştur. Bu, Avrupa Topluluğu'nun haksız rekabet suçlamalarına yol açmış ve 1988'den bu yana sübvansiyonlar azaltılmıştır.

İspanya üniter bir devlet olmasına rağmen, federal bir devleti andıran bölgesel bir yapıya sahiptir. İspanya Anayasası Katalanya, Galiçya, Andalüzya, Aragon, Valensiya gibi deniz aşırı birimleri içeren özerklik statüsü tanımaktadır. Bu bölgelerde yaygın olan Katalan dili, Baskça ve Galiçya lehçesi gibi yerel dillerin kullanılması kabul edilmektedir.

Bu nedenle 1980'li yılların başında yerel dili kullanan televizyon yayınları için kanuni dayanak isteyen, hatta yasayı beklemeden birer bölgesel televizyon istasyonu kuran Katalanya ve Bask ülkesi gibi bölge yönetimlerini de baskısıyla, önce 1980 tarihli devlet televizyonu teşkilat kanunu ile daha sonra 24 Kasım 1983'te kabul edilen ayrı bir kanunla, bölgelere anayasal hak ve özgürlüklere uymak şartıyla üçüncü kanaldan yerel dilde televizyon yayını yapma izni verilmesine imkan tanınmıştır.

1986 basın sektöründe yabancı yatırıma izin verilen yıldır. Böylece yabancı kaynaklı kanallar yayın hayatına başlamışlardır. Yine bu yabancı sermaye İspanyol günlük basınına büyük zorluklarla girmiştir.

Reklamların İspanyol gazetelerine olan katkısı % 50 ile % 70 arasındadır. Bu oran dergiler için de aynıdır. 1984'te gazetelerin krizde ayakta kalmasına yardım için çıkarılmış, Devlet basın sübvansiyonları 1990'da gereksiz bulunmuş ve bu nedenle de durdurulmuştur.

İspanya'da gazete okuma oranı Avrupa'daki en düşük oranlar arasındadır. Bin okuyucuya seksen gazete düşmektedir. Bunun nedeni, İspanya'nın zayıf bir okuma geleneğine sahip olması ve diğer ülkelerde olduğu gibi yüksek tirajlı popüler gazetelerin olmamasıdır.

İspanya Anayasa'sı radyo-televizyon yayınlarına doğrudan atıf yapmamaktadır. 26 Haziran 1934 tarihli Yayıncılık Kanunu'nun, ulusal yayın hizmetlerinin münhasıran devlete ait bir temel işlev olduğunu ve devlet eliyle yürütüleceği yolundaki hüküm 1978 Anayasası'ndan sonra da geçerli sayılmıştır.

3 Mayıs 1988 tarihli ve üç sayılı Özel Televizyon Kanunu, İspanya çapında ve belirli bölgelerde hükümetin, temelde devlete mahsus bir kamu hizmeti olan televizyon yayını yapma işlevinin dolaylı olarak yürütülmesini mümkün kılmaktadır. Özel yayıncılık sektöründe yabancı sermayenin payı % 24 ile sınırlanmıştır.

Televizyon programları, büyük çapta reklam gelirine dayanır. Bu durum, özel ve kamu girişimlerini büyük bir seyirci çekecek hafif eğlence, filmler, seriler ve spor müsabakaları gibi programları seçmeye zorlamıştır.

İspanya'nın coğrafi konumu itibariyle uydu televizyonunu izlemekte bazı zorluklarla karşılaşılır. Bu sorun büyük anten kullanımı ile çözümlenmektedir. Son yıllarda uydu yayıncılığı artmıştır.

18 Aralık 1987'de kabul edilen ve tüm iletişim hizmetlerini kapsayan 31 sayılı Telekomünikasyon Kanunu, hangi tür radyo yayınlarının devlet eliyle, hangi radyo yayınlarının özel kuruluşlar vasıtasıyla yapılabileceğini belirtirken, televizyon yayınlarının ayrı özel kanuna tabi olacağını da hükme bağlamıştır. Aynı kanunun bazı hükümleri tekelleşmeleri önlemek üzere konmuş ve sınırlı bir biçimde yabancı sermayeye izin vermiştir (Giritli, İ. 2000: 283-288).

3.10.5. Macar Medyasına Genel Bir Bakış

1990'lı yılların başlarında, Orta ve Doğu Avrupa'da politik ve sosyal değişimlerin biçimlenmesinde, yeni doğmakta olan özgür basın büyük rolü olduğu gözlemcilerce kabul edilmiştir. Ancak basının bu dönemde karşılaştığı sorunlar arasında, gittikçe artan baskı fiyatları, yetersiz dağıtım sistemi, eski baskı yöntemleri ve deneyimsiz yöneticiler, vs. sayılabilir.

Genel olarak Macar basını diğer Doğu Avrupa Ülkelerine göre daha hızlı ve daha cesaretlidir. Tabloid basının tüm dünyada revaçta olması Macar basın sektörünü de kısa ve özlü yazılar yazmaya itmiştir. Macar gazetelerinin bir başka özelliği de, değişik siyasi görüşlerin savunuculuklarını yapmamalarıdır. Bir başka deyişle Macarlar daha az politize olmuş bir basını tercih etmektedirler.

Macaristan'da siyasal parti gazetelerinin tirajı oldukça düşüktür. Örneğin Macar Demokrat Parti'nin gazetesi olan Magyar Forum okuyucular tarafından düşük kaliteli olarak nitelenip, tirajı düşüş kaydettiğinde yayınını askıya almak zorunda kalmıştır. Diğer yandan, Macar okuyucusu partizan yazılar yazmayan, spor ve aktüaliteye yer veren Kurir ve Reform gazetelerine daha sıcak bakmışlardır.

İletişim eğitimi konusunda Macaristan 1986 yılına kadar hiçbir faaliyette bulunmamıştır. Bu yıla kadar ne bir gazetecilik, ne de iletişim eğitimi veren bir okul kurulmamıştır. Budapeşte'de bulunan The Lorand Eotvos Üniversitesi bu alanda bir adım atarak, gazetecilik programına 1990 yılında başlamıştır.

Basın Yasası

Macaristan'da basın özgürlüğü son derece önemlidir. Sansürü tamamen ortadan kaldırdıkları gibi Hükümet, medyayı Komünist Parti'nin iktidarı kaybetmesinden iki yıl önce özgür bırakmıştır. Bunu takiben yeni basın yasası 1989 yılında parlamentoya sunulmuş ancak Komite bu yasanın içeriğine kültürel, eğitsel ve spor faaliyetlerinin de katılması gerektiğini belirtmiştir.

Macaristan'daki basın yasası 1986 yılına dayanmaktadır. Bu yasada gazetecilerin haklarından çok sorumlulukları vurgulanmıştır. Anayasa'da her ne kadar basın özgürlüğü garanti altına alınmışsa da komünist hükümet zaman zaman yayınlara ön sansür koymuştur. Uygulamada tüm gazeteler dolaylı veya dolaysız

olarak Komünist Parti tarafından kontrol edilmiştir. Eski rejim zamanında bağımsız yayınlar idare tarafından ezilmeye çalışılmış, yayın aşamasında birtakım zorluklar çıkartılmıştır. Batı ülkelerinin aksine, yayın, baskı ve dağıtım aşamaları iç içe olmamıştır.

Şu an yürürlükte olan yasa ile iftira değişik bir yöntemle cezalandırılmaktadır. İftirayı atanlar eğer suçlu bulunurlarsa dolaysız olarak etkilenen kişiye değil, doğrudan doğruya devlete küçük miktarda belirli bir ceza ödenir. Olan zararlar için hiçbir yaptırım yoktur. Macar basını geçmiş yıllar boyunca oldukça karışık bir karaktere bürünmüş, özgürlük ve yetki arasındaki çizgi Macar gazetecileri için belirsizleşmiş ve bu çarpıklık sorun haline gelmiştir.

Geçmiş yıllarda sosyal demokrasiyi savunan ve cüretkâr bir şekilde antikomünist olan ünlü Macar gazetesi Magyar Nemzet (Macar Ulusu) bir süre önce yabancı bir yatırımcı arayışına girişmiş ve İsveçli grup Marieberg ile anlaşmaya oturmuştur. Ancak Macar hükümeti derhal olaya müdahale edip İsveç anlaşmasını bloke etmiş ve gazeteyi muhafazakar görüş sahibi Figaro'yu çıkartan Fransız Hersant grubu ile anlaşmaya zorlamıştır. Ancak gazete yazı işleri kurulu bu durumu şiddetle protesto etmiş, bunu takiben üç kişilik bir komite Fransız-İsveç tekliflerini incelemek üzere görevlendirilmiştir. Bu komitenin verdiği karar uyarınca Hersant uygun görülmüştür.

Yayıncılık Yasası

1986 basın yasası, kablolu televizyon yayıncılık ve frekansların dağılımı hususunda bir içeriğe yer vermemiştir. Ocak 1990'da yayıncılık hakkı özel şahıslara kadar genişletilmiştir. Devletin Sahip olduğu Macar TV iki kanalı olan ve günde 14 saat yayın yapan bir kuruluştur. Devlet radyosunun ise Kossuth, Petofi ve Bartok adlarında işlettiği üç istasyonu vardır. Macar hükümetinin devlet yayınlarının üzerinde geniş bir etki alanı vardır.

Macaristan'da zaman zaman yayın istasyonları hükümet tarafından baskı altında tutuluyorsa da, haberleri ele alışlarında genellikle tarafsız oldukları bilinmektedir. Son zamanlarda güncel konuları tarafsız bir biçimde ele alan talk-show'ların sayılarının arttığı söylenebilir. Bunun iki nedene dayandığı söylenebilir.

Birincisi politik çalkantılar, ikicisi ise bu programların daha düşük maliyetli olmasıdır.

Yabancı Sermaye

Macaristan komünist hükümetlerden sonra yabancı sermayeyle hızlı bir şekilde tanışmıştır. Yabancı sermayeye şu an için verilen izin % 100 hisse sahibi olunabileceği yolundadır. Eski komünistlerden kalan 13 günlük gazetenin % 49'unu devletin de onayını alarak Fransız ve Alman gazetelerine satmışlardır. Birçok Macar ve yabancı özel firma Ocak 1990'da tekelin sona ermesiyle kendi dağıtım sistemlerini kurma kararı almışlardır.

3.11 Avrupa Birliği'ndeki Gelişmelere Paralel Olarak Türkiye'de Durum

Türkiye'de Bilgi Toplumuna geçiş yönündeki çalışmaların başlangıcı olarak 1991 yılında Dünya Bankası tarafından hazırlanan *“Türkiye, Enformatik ve Ekonomik Modernizasyon: Bir Dünya Bankası Çalışması”* kabul edilmektedir. 1990'lar boyunca süren ekonomik krizler ve siyasi istikrarsızlıklar nedeniyle Türkiye bu alanda gereken girişimleri zamanında başlatamamıştır. 1998 yılında başlatılan TUENA (Türkiye Ulusal Enformatik Ana Planı) ve KamuNET çalışmaları bilgi toplumuna geçişte atılan somut adımlar olarak nitelendirilmektedir. Ancak, bu dönemde, bilgi toplumuna yönelik çalışmalar Başbakanlık, TÜBİTAK, Ulaştırma Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı ve Dış Ticaret Müsteşarlığı gibi çeşitli kurum ve kuruluşlarca farklı çatılar altında yürütülmüş, bu çok başlılık istenilen düzeyde sonuç alınmasına engel olmuştur. 1990'ların sonundan 2002'ye kadar geçen süreçte bilgi toplumuna yönelik ülkemizin en büyük eksikliği kurumsal yapının belirlenmemiş olmasıdır. 2002 yılında 57'nci Hükümet tarafından ortaya konan Acil Eylem Planı'nda, Kamu Yönetimi Reformu 22 no'lu “e-Dönüşüm Türkiye Projesi” eylemine yer verilmiş, sorumlu kuruluş olarak DPT Müsteşarlığı belirlenmiştir. 2003/12 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile KamuNET, e-Türkiye vb. hususlarda başka kurumlara verilen yetkiler kaldırılarak, tüm bu çalışmaların bütüncül bir anlayışla Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşümü vizyonunun hayata geçirilmesini hedefleyen e-Dönüşüm Türkiye projesi içinde değerlendirileceği

belirtilmiştir. Bu genelge ile projenin genel çerçevesi belirlenerek projenin koordinasyonu için DPT Müsteşarlığında Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı kurulmuştur

Devlet Planlama Teşkilatının bilgi birikimi, kamu idari yapılanması içindeki merkezi konumu, uluslararası kuruluşlarla işbirliğinin sağladığı küresel vizyon ve makro yaklaşım yeteneğinden güç alan Bilgi Toplumu Dairesi; kamu ve özel sektör kuruluşları ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının bilgi ve deneyimlerinden de yararlanarak, Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşümü yönünde strateji ve politikaların belirlenmesinde ve ülkemizin bu politikalar doğrultusunda hedefine hızlı adımlarla ilerlemesinde koordinasyon görevi üstlenmiştir³⁵.

3.11.1. Televizyon Yayıncılığı Alanındaki Düzenlemeler

Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde Türkiye'de iletişim alanında yapılan düzenlemelerin en belirgin olanı televizyon yayıncılığı alanında olmuştur. Türkiye, 1992 yılında imzalamış olduğu “Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi” ile 1993 Kasımında Bakanlar Kurulunda onaylanmış ve resmen uygulamaya konulmuştur. Ulusal bir yasa haline dönüşen Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ile Avrupa Birliği uyum sürecinde Türkiye'de televizyon yayıncılığına yönelik düzenlemelerin esasları belirlenmiştir.

2002 yılına gelindiğinde 4756 sayılı Kanun ile 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda değişiklik yapılmıştır. Yapılan değişikliğin amacı AB'nin iletişim alanındaki mevzuatlarının önemli kısmını içeren Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nde yer alan maddelere uygun düzenlemelerin getirilmesidir. Bu amaçla ifade özgürlüğünün sağlanması, yeniden iletişim yasağının kaldırılması, reklamlar, tele-alışveriş ve küçüklerin korunması gibi konularda yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bunlara ek olarak yapılan bir diğer önemli düzenleme seçim dönemindeki televizyon yayıncılığıyla ilgilidir. Anayasa Mahkemesi, 4756 sayılı Kanun ile değiştirilen 3984 sayılı Kanunun, üst kurulun seçimi ve görev süresi, yayın kuruluşlarının kuruluş ve hisse oranları ile düzeltme ve

³⁵ DPT Müsteşarlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, <http://www.bilgitoplumu.gov.tr>

cevap hakkını düzenleyen maddeleri ile ilgili olarak yürürlüğü durdurma kararı vermiştir.

Gerek televizyon yayıncılığı olsun gerekse de RTÜK'ün televizyon yayıncılığı üzerindeki denetleyici rolü olsun AB uyum sürecinde iletişim alanında yapılan düzlemeler belirli aralıklarla yayınlanan ilerleme raporlarında ele alınmış ve kritik edilmiştir. Örneğin 8 Kasım 2006'da yayınlanan 2006 Yılı İlerleme Raporu'nda RTÜK'ün bağımsızlığının zayıflatması endişe ile karşılanarak eleştirilmiştir. Raporda Türkiye'nin görsel-işitsel alanda AB mevzuatına uyumu ile ilgili olarak ise şu ifadeler yer verilmektedir:

“Türkiye'nin AB'nin görsel-işitsel müktesebatıyla uyum düzeyi reklamcılık ve küçüklerin korunmasına ilişkin bazı hükümlerle sınırlı kalmıştır. Ayrıca, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Kuruluşuna ilişkin Kanun, tanımlar, yetki, yayın alma özgürlüğü, başlıca olaylar, bağımsız eserlerin teşviki ve yabancı sermayenin televizyon kuruluşlarındaki payına ilişkin kısıtlamalar bakımından sorunlar yaratmaktadır. Yayıncılık sektörünün idaresi hususunda, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) frekansların yeniden tahsisini ve geçici lisansların etkin şekilde gözden geçirilmesini sağlayamamıştır.”

3.11.2.Farklı Dil ve Lehçelerde Yayın Yapılmasına İzin Verilmesi

3 Ağustos 2002'de 3984 sayılı Kanun 3 Ağustos 2002'de kabul edilen 4771 sayılı kanun yeniden düzenlenmiştir. Yapılan düzenleme ile Aralık 2002 de Radyo ve Televizyon Yayınlarının Dili Hakkında Yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Söz konusu bu yönetmeliğe göre, Türk vatandaşlarının geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerdeki yayınlar yalnızca TRT tarafından yapılacağı koşulu getirilmiştir. Yönetmelik, farklı dil ve lehçelerdeki yayınlarla ilgili olarak, RTÜK ile TRT arasında bir protokol imzalanmasını öngörmektedir. Yönetmelik uyarınca TRT, değişik toplulukların talep ve ihtiyaçlarını belirlemek üzere ülke çapında bir pazar araştırması yapmakla görevlendirilmiştir. Fakat Temmuz 2003'de TRT'yi bu konuda zorunlu tutabilmenin RTÜK Kanunu'nda yapılacak bir değişiklikle mümkün

olabileceğine kararı verilmiş ve TRT'nin yerel dillerde yayın yapması Danıştay eliyle ertelenmiştir.

Daha sonra Haziran 2003 tarihli AB altıncı uyum paketi çerçevesinde Radyo ve Televizyonların kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 4. ve 32. maddelerinde değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklikle TRT'nin yanı sıra özel radyo ve televizyon kuruluşlarına da Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayını yapabilmesine izin verilmiştir. Ayrıca seçimlerle ilgili 32. maddede seçim dönemlerindeki yayın yasağı süresi, seçim gününden önceki bir haftadan 24 saate indirilmesi değişikliği yapılmıştır.

TRT'ye farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayını yapabilme izninin verilmesine karşın 2003 yılından 2006 yılına kadar farklı dilde ve lehçede yayın yapmak isteyen bir televizyon kanalı talebi oluşmamış ve yayın yapılmamıştır.

RTÜK'ün, yerel radyo ve televizyonların da farklı dil ve lehçelerde yayın yapabilmesinin önünü açmasının ardından Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Kürtçe yayın yapmak isteyen 11 yayın kuruluşu RTÜK'e başvurmuş ancak bunlardan sadece üçü Diyarbakır'da yayın yapan Gün TV ile Söz TV ve Şanlıurfa'da yayın yapan Medya FM farklı dil ve lehçelerde yayın yapmak için RTÜK'ten izin alabilmişlerdir. 2006 yılında ise Diyarbakır'da Gün TV ve Söz TV 23 Mart'ta Kürtçe yayına başlamışlardır. Fakat bu kanalların ilk yayınları Yayınlar günde 45 dakikayı, haftada 4 saati geçmeyecek ve Türkçe alt yazılı olacaktır şeklinde düzenlenmiştir.

11 Haziran 2008 yılına gelindiğinde ise, 5767 sayılı Kanun'un 6. Maddesi gereğince 2954 sayılı TRT kanunun 21. maddesinin son fıkrasına "Kurum tarafından Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir" hükmü eklenmiştir. Bu hükmün eklenmesiyle TRT tarafından Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde yapılacak yayınlar, RTÜK tarafından çıkarılan "Türk Vatandaşlarının Günlük Yaşamlarında Kullandıkları Farklı Dil ve Lehçelerde Yapılacak Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Yönetmelik" hükümleri dışında kalan uygulamanın önü açılmıştır. Sonuç olarak Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde yayın yapabilme imkanı sağlamış ve 7 gün 24 saat Kürtçe yayın yapacak bir televizyon kanalının

hazırlıklarına başlanılmış nihayetinde 1 Ocak 2009 tarihinde TRT 6 (TRT ŞEŞ) yayına başlamıştır.

3.11.3.Akıllı İşaretlerin Kullanılması

Türkiye’de televizyon yayıncılığı alanında AB uyum sürecinde yapılan bir diğer düzenleme 17 Nisan 2003 tarihinde yürürlüğe giren Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik aracılığıyla olmuştur. Bu yönetmelik ile yayıncılık ile ilgili tanımlar, küçüklerin korunması, reklamlar ve tele-alışveriş, yeniden iletim ve kamunun önemli olaylara erişimi konularında yeni düzenlemeler getirmektedir. Örneğin yayınlarda koruyucu simgelere yer verilmesi Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkındaki yönetmeliğin 41. Maddesinde yer alan hükümler çerçevesinde düzenlenmiştir. Bu maddeye göre belirli yaş grupları için tanımlanmış simgelerle görsel ve işitsel olarak yapılacak bilgilendirmelerle özellikle çocukların korunması hedeflenmiştir.

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

Televizyon Akıllı İşaretler Sistemi ve Anlamları	
	Şiddet/Korku: Bu sembolü taşıyan programlar, korku ve/veya şiddet öğesi içerebilir.
	Cinsellik: Bu sembolü taşıyan programların içeriğinde cinsellik teması işlenmektedir.
	Genel İzleyici: Bu sembolü taşıyan programlar, her yaş grubundan izleyicilere yöneliktir.
	Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar: Bu sembolü taşıyan programlar, çocuk ve genç izleyiciler için olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar içermektedir. Bu tür davranışlar her tür ayrımcılık, madde, tütün, alkol kullanımı, yasalara aykırı davranışlar, kaba konuşma ya da argo olabilir.
	Yedi Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 7 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.
	On üç Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 13 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.
	On sekiz Yaş ve Üzeri: Bu sembolü taşıyan programlar, 18 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygundur.

Tablo 2:Televizyon Akıllı İşaretler Sistemi ve Anlamları³⁶

³⁶ www.rtukisaretler.gov.tr. Erişim Tarihi: 05.02.2014

3.11.4.İzleyici Temsilciliği Uygulamasının Başlatılması

İzleyici Temsilciliği ve 8 Aralık 2006 tarihinde RTÜK tarafından uygulamaya konulmuş bir tür denetim uygulamasıdır. Bu uygulama televizyon yayınlarını takip edenlere yayınlarla ilgili şikâyetlerini, görüşlerini, tepkilerini televizyon kanalına aracısız olarak bildirme imkânı vermektedir. İzleyiciler tarafından belirtiler tüm şikâyetler, talepler ve görüşler kanal üst yönetimi tarafından değerlendirmeye alınmakta ve sonuçta izleyicilerin tepkisini göz önünde bulundurarak yayınlarının oluşturulmasına dikkat edilmektedir.

RTÜK'ün talebi üzerine radyo ve televizyon kanalları tarafından görevlendirilen izleyici temsilcilerinin asıl görevi izleyiciler ile radyo ve televizyon kanalları arasında doğrudan bir iletişim bağı kurmaktır. Bu iletişim bağı çerçevesinde izleyici temsilcisinin diğer görevleri ise; izleyicilerin ve dinleyicilerin şikâyetlerini alabilmek için gerekli altyapıyı kurmak, kendilerine kurumu ve RTÜK aracılığıyla ulaşan izleyici ve dinleyici şikâyetlerini değerlendirmek ve bunlardan cevaplandırılması gerekenleri cevaplandırmak, radyo ve televizyon kanallarında yapılan yayınlara cevap niteliği taşıyan izleyici ve dinleyici başvurularının 6112 sayılı Yasa'ya uygun bir biçimde yayımlanmasını sağlamak, çalışmalarını her ayın sonunda kanalın yönetimine raporlamak ve yayın akışının imkan verdiği ölçüde bu çalışmaları kamuoyu ile paylaşmak, RTÜK tarafından kendilerine ulaştırılacak forma uygun olarak aylık raporlar tanzim etmek ve bu raporların daha sonra kanal yönetimi tarafından RTÜK'e ulaştırılmasını sağlamaktır.

Televizyon programı bitiminde izleyici temsilcilerinin iletişim bilgileri yayınlanmaktadır. Buna ek olarak radyo ve televizyon kanallarının web sitelerinde de izleyici temsilcilerine ait bilgilere yer verilmektedir. Sürekli yayınlanan bu iletişim bilgileri sayesinde izleyiciler ve dinleyiciler her zaman izleyici temsilcilerine ulaşabilmektedirler. İzleyici Temsilcileri, radyo ve televizyon kuruluşları tarafından, yükseköğrenim görmüş ve yayıncılıkta en az on yıllık fiili çalışma yapmış, izleyicilerin ve dinleyicilerin güvenine sahip kişiler arasından seçilmektedir.

İzleyici temsilciliği uygulaması içerisinde önemli olan bir diğer unsur ise RTÜK Temsilcisidir. RTÜK ile Medya Hizmet Sağlayıcı arasındaki diyalogun

sağlanması, zaman zaman İzleyici Temsilcileri ile bir araya gelerek ortak şikayet konuları hakkında görüş alışverişinde bulunulması, 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezi'ne ulaşan her medya hizmet sağlayıcı ile ilgili şikayet ve görüşleri, İzleyici Temsilcileri'ne günlük olarak aktarılması görevlerinden sorumludur.

3.11.5.Reklam Yayıncılığı Alanındaki Düzenlemeler

Türkiye'de reklamcılık Amerika ve Avrupa'ya göre daha sona gelişmeye başladığı için reklam ile ilgili yasal düzenlemelerin tarihçesi eski değildir. Türkiye'nin kuruluşundan 1980'li yıllara kadar önemi ve gücü fark edilemeyen reklamcılık sektörü ekonomik, sosyolojik ve siyasi değişimlere paralel olarak her geçen gün önemini ve gücünü arttırmıştır. 1983 yılına gelindiğinde o güne kadar TRT'nin kontrolünde olan reklam yayınları düzenlemeleri 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'nda yer alan reklam yasaları ile yeni bir döneme girmiş ve reklam yayınları 1990'lı yıllara kadar bu kanunda yer alan yasalar çerçevesinde denetlenmiştir.

Günümüzde reklam yayınları ile ilgili düzenlemeler incelendiğinde reklam sektörünün düzenlenmesi ve denetimi kurumsal açıdan üçayaklı bir yapıdan oluşmaktadır. Hukuki yapı ise hem ilgili kurumların mevzuatı hem de dolaylı ya da doğrudan reklam sektörünü etkileyen kurallar içeren yasa, yönetmelik ve benzeri hukuki enstrümanlardan oluşmaktadır (Avşar ve Elden, 2005:204). 1994 yılında kurulan Reklam Özdenetim Kurulu'nun amacı Türkiye'deki reklam yayınları ilkelerinin Avrupa'daki yayın ilkeleri ile paralellik göstermesini sağlamaktır.

Reklam Özdenetim Kurulu reklam verenler, ajanslar, basın ve televizyon yayıncıları temsilcilerinden de içinde bulunduğu 16 üyeden meydana gelmiştir. Kurul AB uyum süreci nedeniyle 7 Eylül 1992 tarihinde Avrupa Sınır ötesi Televizyon Sözleşmesi'ni imzalamış ve 4 Kasım 1993 tarihinde de 3915 sayılı Kanun ile onaylayarak ulusal bir yasa haline getirmiştir.

AB uyum sürecinde reklam yayınlarını düzenlemek adına yapılan bir diğer yasal adım 23 Şubat 1995 tarihinde çıkarılan 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dur. Bu kanun Türkiye'nin AB Gümrük Birliği'ne girişinin

akabinde çıkarılmıştır. Kanunun 17. maddesi gereğince ‘‘Reklam Kurulu’’ kurulmuş ve kurulun asli görevleri; tüketicilerden ve rakip firmalardan gelen şikâyetleri incelemek ile ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde reklam yayınlarını denetlemek şeklinde belirlenmiştir.

Bu kurulun RTÜK’ten farkı görsel-işitsel ve yazılı medyada reklam verenlere ve reklam ajanslarına da yaptırım uygulayabilmesidir. Söz konusu bu yaptırımlar 14 Haziran 2003 tarihinde T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik ile desteklenmiştir. Bu Kanun ile Avrupa Sınır ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkeleri ile bağdaşan ve Türkiye’nin uyum sürecinde iletişim alanındaki düzenlemelerin bir bölümünü kapsayan reklam yayınlarını düzenleyici ilgili maddeleri şunlardır:

Avrupa Birliği Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi İlkeleri ile bağdaşan reklam yayınlarını düzenleyici maddeler;

- Reklamlar yasalara, genel ahlaka uygun, doğru ve dürüst olmalıdır.
- Reklamlar, güvenlik kurallarının gözetilmediği ve insan güvenliği açısından tehlike oluşturabilecek uygulama ve durumlarla ilgili hiçbir sunum ya da tanımlama içeremez.
- Reklamlar, insan onurunu zedeleyici biçimde yapılmamalıdır.
- Reklamlar, kişilik haklarını zedeleyici biçimde yapılamaz.
- Reklamlar, önceden izin alınmadan, hiç kimsenin özel veya sosyal hayatını gösteremez ya da anlatamaz. Reklamlarda, hiç kimsenin özel mülkü, önceden izin alınmadan bir kişisel onay etkisi yansıtacak şekilde görüntülenemez veya belirtilemez.
- Reklamlar, kamu düzenini bozucu nitelikte olamaz; şiddet hareketlerine yol açıcı, göz yumucu, özendirici veya destekleyici unsurlar içeremez; yasadışı veya kınanacak davranışları cesaretlendiremez.
- Reklamlar, dil, din, ırk, mezhep, felsefi düşünce ve cinsiyete dayalı ayrımcılık üzerine kurulamaz, ayrımcılığı destekleyemez, kötüleme içeremez, istismar edemez.
- Genel ahlak kurallarına aykırı ifadeler ya da görüntüler içeremez.
- Cinselliğin istismarı ile pornografi içeren ifadeler ya da görüntüler taşıyamaz.

- Korku ve batıl inançlar istismar edilemez.
- Toplumun acıma duygularını istismar edecek şekilde, hasta, bebek, çocuk, yaşlı ve özürlülerle ilgili ifadeler ya da görüntüler kullanılamaz.
- Hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntü veya ifadelere yer verilemez.
- Dürüstlük ve Doğruluk Bölümünde
- Reklamlar, tüketicinin güvenini kötüye kullanacak ya da onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edecek biçimde olamaz.
- Çok kısa sürelerde imaj veren elektronik aygıt ya da başka bir araç kullanılarak ya da yapılarını, izleyenlerin fark edemeyecekleri ya da bilemeyecekleri bir biçime sokarak bilinçaltıyla algılanmasını sağlayan reklamlar yapılamaz.
- Reklamlar, özellikle aşağıda belirtilen konularda, eksik bilgi vererek, anlam karışıklığına yol açarak veya abartılı iddialar ileri sürerek yanlış izlenimler yaratmak suretiyle tüketiciyi doğrudan ya da dolaylı olarak yanıltabilecek ifadeler ya da görüntüler içeremez.
- Zehirli, yanıcı, parlayıcı ya da patlayıcı olan malların taşıdığı tehlike ve risklerin, tüketicinin ve çevrenin güvenliği açısından, ambalaj ve/veya tanıtma ve kullanma kılavuzlarında açıkça belirtilmesi zorunludur.
- Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları veya aracıları Kanunun 16 ncı maddesi ile bu Yönetmelikte belirtilen ilkelere uymakla yükümlüdür.
- Reklamcılar ya da reklam ajansları, Kanunun 16 ncı maddesine ve bu Yönetmelikte belirtilen ilkelere uygun reklam hazırlayarak reklam verenin yükümlülüklerini yerine getirmesini sağlayacak biçimde çalışmak ve bu konuda onu uyarmak zorundadır.
- Reklam veren, mal veya hizmetleri konusunda reklamcıya doğru ve gerçeklere uygun bilgi ve belge vermek zorundadır.
- Reklam verenin, Kanunun 16 ncı maddesine ve bu Yönetmelikte belirlenen ilkelere uygun olmayan reklamını daha sonra düzeltmesi ve telafi etmesi kendisinden beklenen bir davranış olmakla birlikte, bu Yönetmelikte belirlenen ilkelere aykırı hareket edilmesine mazeret oluşturmaz.
- Reklamı yayımlayan, nakleden veya dağıtan veya sunan mecra kuruluşları veya aracıları reklamın kabulünde ve kamuoyuna sunulmasında gereken dikkat ve özeni göstermek zorundadır.

3.11.6.Yayincılık Etik İlkeleri'nin Getirilmesi

Türkiye sürekli değişen sosyoekonomik durumu ve gelişmekte olan, AB'ne aday bir ülke olmasından dolayı toplumsal anlamda bir takım sıkıntılar yaşamaktadır. Her alanda olduğu gibi devletin kurumlarında da görülebilen bu sıkıntılar genellikle toplumsal yozlaşma ile ilgilidir. Toplumun genelinde görülen bu durum televizyon ve radyo yayınlarında da kendisini göstermiştir. Bu durum karşısında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneği tarafından, Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında yaşanan sorunlar karşısında radyo ve televizyon yayın kuruluşlarının etrafında uzlaşacakları ortak bir etik davranış zemini oluşturulması amacıyla 25 Mayıs 2007 tarihinde bir toplantı tertip edilmiştir. Konuyla ilgili ülkenin önemli bilim adamlarının da katıldığı toplantıda ortak bir bildirim hazırlanmıştır. Bu bildirimin resmîyet kazanması ise Yayıncıları Derneği, Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM), Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği (YBTB) ve diğer sektördeki meslek örgütleri eşliğinde 12 maddeden oluşan "Yayıncılık Etik İlkeleri", 3 Temmuz 2007 tarihinde, işbirliğinde bulunan tüm taraflarca imzalanmıştır. Söz konusu "Yayıncılık Etik İlkeleri" bildirgesinde yer alan maddeler aşağıda belirtilmiştir:³⁷

- İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak,
- İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları doğru, tarafsız ve eksiksiz yayınlamak,
- Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak,
- Çoksesliliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek,
- Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve önyargılara yer vermemek,
- Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak
- Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağduyulu davranmak, Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek,

³⁷http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=ceb44980-c47e-4364-9b6a-1e3242552102 Erişim Tarihi: 17.02.2014

- Özel hayata ve mahremiyete saygılı olmak,
- Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak,
- Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek,
- İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek.

Yayıcılık Etik İlkeleri'nin hayata geçirilmesi konusunda Türkiye'deki yayın kuruluşlarını temsil eden TVYD üyeleri, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) akademisyenleri ve RTÜK uzmanlarından oluşan çeşitli gruplarla, yayıncılara rehber niteliği taşıyacak bir kitapçık hazırlamak üzere çalışma toplantıları düzenlenmiştir. Temmuz 2009 tarihinde, RTÜK, TVYD ve Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi (İLEF) ortak çalışması sonucunda rehber kitapçığın basım işlemleri tamamlanarak sektöre kazandırılmıştır (RTÜK Faaliyet Raporu, 2010:50).

3.11.7.Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik İlkelerinin Getirilmesi

Etik ve ahlak kurallarına uygun, insan onuruna yakışır, hak ve özgürlükleri gözetken yayın anlayışı Avrupa Birliği yayın politikalarının genel hedefidir. Avrupa Birliği müzakerelerinde iletişim alanındaki düzenlemeler bu çerçevede içerisinde oluşturulmuştur. Bu amaçla terör ve olağanüstü durumlarda habercilik ilkelerine dikkat edilmesi Avrupa Birliği uyum sürecinde olan Türk yayıncılığının bel kemiğini oluşturmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının denetlenmesinden sorumlu olan Radyo Televizyon Üst Kurulu konuya ayrıca hassasiyet göstermiştir.

25 Haziran 2010 tarihinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından, İçişleri Bakanı, Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarı, Emniyet Genel Müdürü ile Televizyon Yayıncıları Derneği Üyeleri ve Türkiye'nin önde gelen yayın kuruluşlarının katıldığı "Medya Duyarlılığı" toplantısı gerçekleştirilmiştir. Toplantıda RTÜK, Televizyon Yayıncıları Derneği ve yayın kuruluşlarının işbirliği

ile ilkeler belirlenmesine karar verilmiş ve bir aylık bir çalışmanın ardından, “Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler” ilan edilmiştir. Bu ilkeler şu şekildedir (RTÜK Faaliyet Raporu, 2010:53):

Son Dakika Haberleri

- Söz konusu olay gelişen bir olay değilse ve sık sık yeni gelişmeler yaşanmıyorsa, canlı yayın kesilip normal yayına dönülmeli, gelişmeler bundan sonra haber bültenlerinde duyurulmalıdır. “SON DAKİKA” alt yazısı en fazla 5 dakika ekranda tutulmalıdır. Önemli yeni bir gelişme olduğu takdirde elbette tekrar canlı yayına dönebilir. İzleyicilerde korku, yılgınlık ve paniğe sebep olabilecek sansasyonel “SON DAKİKA” alt yazılarından kaçınılmalıdır

Canlı Yayınlar

- **Şehit Haberleri ve Şehit Cenazeleri:** Olayda hayatını kaybedenlerin durumu yetkililer tarafından ailelerine bildirilmeden önce, isimleri açıklanmamalı, yetkililerden önce acılı aile bulunup ekranlara taşınmamalıdır. Şehit olan görevliler, çok büyük bir istisnai özellik taşımadıkça şehit cenazelerinin törenlerinden ve şehit ailelerinin evinden canlı yayın yapılmamalı veya acılı insanları rahatsız edecek röportajlara yer verilmemelidir. Slogan, ağıt gibi görüntülere mümkün olduğu kadar yer verilmemeli, olay ekrana uzak çekimle yansıtılmalıdır.

- **Olay Yerinden Yayın:** Terör saldırıları ve doğal felaketlerle ilgili canlı yayınlara deneyimli, varsa konunun uzmanı muhabirler gönderilmelidir. Felaket görüntüleri ve terör saldırıları yayınlanırken ürkütücü, izleyenleri paniğe sürükleyecek, toplumsal gerginliğe yol açacak görüntülerden kaçınılmalıdır. Görüntü alınırken güvenlik güçlerinin olay yerinde çizdiği sınırın aşılması büyük önem taşımaktadır

- **Terör Olaylarının Sorumluları İle İlgili Çekimler:** Terör olaylarının sorumluları ya da savunucuları ile bir mülakatın yapılması düşünüldüğü hallerde, yayın sorumlusundan izin alınmalı ve mülakatın çerçevesinin kamu yararı gözetilerek çizildiğinden emin olunmalıdır. Bu mülakatlarda terör olaylarını haklı gösterecek, saldırıları gerçekleştirenlerin propagandası olarak algılanabilecek, bu tür saldırıları teşvik eder görünebilecek her türlü yayından kaçınılmalı, böylece

teröristlerin reklam ve tanıtımını yapar duruma düşülmemelidir. Teröristlerin sözleri basın mensubunun sözleri olarak değil, bunun kimin tarafından söylendiği çok net olarak belirtilerek aktarılmalıdır.

- Konuk Konuşmacılar

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

- VTR Yayınları

Çok eski ve aynı görüntülerin kullanılması aşinalık ve sempati uyandıracığından özellikle teröristlerin yüzlerinin görüldüğü görüntülere yer verilmemesi gerekmektedir. Terör örgütünü düzenli ordu olduğu izlenimi uyandıran görüntülerin yayınlanmamasına özen gösterilmelidir. Bıkırtan tekrarlardan kaçınılmalı ve görüntülerin “Arşiv” olduğu mutlaka belirtilmelidir.

3.11.8.Üyelik Müzakereleri Sonrasında Yapılan Düzenlemeler

Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde Türkiye ile yapılacak olan müzakereler 35 başlık üzerinden oluşturulmuştur. İletişim alanındaki konulara ise 10. Fasılda değinilmiştir. 10. Fasilın başlığı “Bilgi Toplumu ve Medya” dır. Medya alanındaki görüşmelerin ama hedefi Avrupa Birliği içerisinde görsel-ışitsel medya unsurlarının birliğin belirlemiş olduğu kriterler çerçevesinde serbest dolaşımının sağlanmasıdır. Türkiye ile yapılan görüşmelerde iletişim alanındaki resmi kurum RTÜK olarak belirlenmiştir ve yapılacak olan uyum süreci değişimleri RTÜK üzerinden yürütülmesi planlanmıştır. Bu görüşmeler doğrultusunda 2007 yılında “Görsel-ışitsel Medya Hizmetleri Yönergesi (2007/65/EC) çıkarılmıştır.

“Bilgi Toplumu ve Medya” faslı ise 12-13 Haziran 2006 ile 13-14 Temmuz 2006 tarihlerinde yapılmıştır. Avrupa Komisyonu 3 Temmuz 2007 tarihinde tarama raporunu hazırlamış ve 25 Temmuz 2008 tarihinde Türkiye’ye açılış kriterlerinin karşılanması halinde bu fasılda müzakerelerin açılacağını bildirmiştir. 10. Fasil için açılış kriteri: “Türkiye, Komisyona, AB görsel-ışitsel müktesebatına hukuki uyum için, düzenleyici kurum RTÜK”ün bağımsızlığını ve idari kapasitesini güçlendirecek

önlemlerin yanı sıra ulusal düzenleyici çerçevenin, Sınır Tanımayan Televizyon Direktifinde tanımlandığı üzere, televizyon yayınlarının alım ve yeniden iletim serbestisi ilkesine uyumunu sağlayacak somut önerileri de içeren açık bir takvime sahip bir Eylem Planı sunacaktır.” şeklinde belirtilmiştir.

Belirtilmiş olan bu 10. Fasıl kriterine karşılık olarak bir eylem planı hazırlanmıştır. Eylem Planına göre, “Türkiye, AB görsel-işitsel müktesebatına genel uyum konusunda, temel mevzuatını, Görsel-işitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ile uyumlaştırmayı planlamaktadır. Bu tanımlar, yargı yetkisi, önemli olaylar, kısa gösterim, bağımsız eserlerin desteklenmesi, kapsam (isteğe bağlı TV benzeri program akışsız medya hizmetleri, IPTV, video-on-demand vb ile program akışlı geleneksel medya hizmetleri), yayıncılık ilkeleri ve Avrupa eserlerini kapsamaktadır. Yayıncılık kanunundaki değişiklikler aynı zamanda, bir başka ülkenin yargı yetkisi altındaki yayıncıların Türk izleyicilere yönelttikleri reklam pencerelerini, lisansları ve sayısal yayıncılığı da kapsayacaktır. Ayrıca, Türkiye, özel radyo ve televizyon kuruluşlarındaki yabancı sermaye payındaki üst sınır ile gerçek veya tüzel yabancı hissedarlara getirilen kısıtlamaları da kaldırmayı, televizyon yayınlarının alımı ve yeniden iletim özgürlüğü bakımından, yayıncılık Kanununun 25. ve 26. maddelerini Görsel-işitsel Medya Hizmetleri Yönergesinin 2a maddesine uyumlaştırmayı da planlamaktadır.”³⁸

Bu eylem planına göre RTÜK’ün işlevselliğini güçlendirecek dört adım sunulmuştur. Bunlar:³⁹

- RTÜK, yeni frekans planlamasına uygun olarak frekans tahsis etmeyi ve lisans vermeyi amaçlamaktadır.
- RTÜK, AB müktesebat uyumu gereksinimlerini takip etmek üzere ayrı bir birim kurmayı amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra, ayrı bir birim küçüklerin korunması için Akıllı İşaretler Sistemini uygulayacak ve yeni bir kurumsal ilişkiler yönetim birimi farklı iletişim kanallarını kullanarak ilişkileri düzenleyecek ve yayıncıların da dahil olduğu kamudan gelen şikayetleri değerlendirecektir.

³⁸<http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=75&l=1>, Erişim Tarihi: 24.08.2013

³⁹<http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=75&l=1>, Erişim Tarihi: 24.08.2013

- RTÜK, kararlarını kendi web sitesinde yayınlamayı amaçlamaktadır.
- RTÜK, kamunun düzenleyici sürece katılımını ve RTÜK kararları üzerinde görüş alışverişini sağlamak üzere kamu ile istişare forumu tesis etmeyi amaçlamaktadır. Radyo ve TV yayıncıları düzenli olarak toplanacak Forumla davet edileceklerdir.

Türkiye tarafından hazırlanan Eylem Planı 18 Aralık 2008’de Brüksel’de gerçekleşen AB Konseyi Genişleme Grubunda üye devlet temsilcileri tarafından değerlendirilmiş ve eylem planında verilen taahhütlerin söz konusu faslın açılması için yeterli olduğu belirtilmiştir. 19 Aralık 2008 tarihinde Brüksel’de gerçekleştirilen Türkiye-Avrupa Birliği Hükümetler arası Katılım Konferansı’nda 10. Fasl müzakereye açılmıştır.⁴⁰ 10. Fasl kapanış kriterlerinde iletişim alanında kapsamlı bir düzenlemeye değinilmiştir. Kapanış kriterlerinde yer alan ve yayıncılık alanındaki düzenlemeleri belirleyen kriterler şunlardır:

- Türkiye, görsel-işitsel politika alanındaki müktesebatın özellikle ulusal hukuki çerçevenin televizyon yayınlarının alım ve yeniden iletim özgürlüğü ilkesine uyumunu sağlayan önlemleri içeren Görsel-işitsel Medya Hizmetleri Yönergesinin aktarılmasını amaçlayan mevzuatı kabul etmelidir.
- Türkiye, görsel-işitsel düzenleyici sürecin şeffaflığının ve yetkili düzenleyici kurumun bağımsızlığının sağlanması hususunda kabul edilen önlemlerin etkisi konusunda ilgili taraflarla bir kamuoyu istişaresi gerçekleştirmeli ve sonuçlarını uygun yollarla ortaya koymalıdır.

⁴⁰<http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=75&l=1>, Erişim Tarihi: 12.08.2013

3.11.9.Türkiye’de e-Devlet Süreci

Teknolojinin gelişmesiyle beraber internet kullanımı da sürekli olarak artmış ve devletleri bu yönde çalışmalar yapmaya zorlamıştır. Bu hızlı gelişim internetin diğer iletişim araçlarına göre çok yönlü iletişime açık olması, bu teknolojinin yönetime katılma ve bilgiye ulaşılması bakımından kullanımını ön plana çıkarmıştır. (Küçükgörkey, 2001: 2). Gelişmiş ülkelerde kamu yönetiminde artık yeni bir sürece girilmiştir “e-Devlet”.

e-Devlet, bireyin devletle olan ilişkisini doğumdan ölümüne kadar takip etmesi gereken süreçleri daha kolay, daha etkin ve daha hızlı kullanabilmesi açısından son derece önemlidir.

Zamanla devletin yönetiminde bilgisayar ve internet uygulamalarının daha sık şekilde kullanılması ile birlikte vatandaş-devlet arasındaki ilişkiler yeni bir eksen kazanmıştır. Bundan dolayı e-Devlet, vatandaşa ve kamu çalışanlarına karşılıklı ödev ve görevlerini dijital ortamda daha hızlı ve daha kolay sağlaması imkânını getirmiştir (Çelikkol, 2008: 24).

“Akıllı devlet” ya da “Dijital devlet” olarak da isimlendirilen (Yanık, 2010) e-Devlet kavramı, devletin kendi iç işleyişinde ve sunduğu hizmetlerde bilişim Teknolojilerinin kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Özcivelek, 2010: 1). e-Devlet bilinen devlet işleyişi karşısında alternatif olma bakımından geleneksel devlete karşı rakip olmamıştır fakat farklı bir işleyiş göstermektedir. (Baştan ve Gökbunar, 2004: 73).

E-Devlet’ten kavram olarak anlaşılması gereken; devletin vatandaşlarına karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetlerle vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir (Özgören, 2010). Diğer bir deyişle e-Devlet, e-Yurttaş ve e-Hükümet arasında olan ilişkilerin karşılıklı hizmet anlayışına dayalı olarak gerçekleştirildiği bir teknoloji çalışmasıdır (Sağsan; 2001: 91).

e-Devlet sayısal teknolojilerin kullanımıyla birlikte vatandaşın katılımını ve açık devlet kavramının mümkün kılındığı kamu sektöründe, elektronik arşivleme ve kayıt yönteminin gündelik hayatın bir parçası haline geldiği, bilgi ve teknolojinin

bütünleştirdiği devlettir (Şentürk, 2003: 4). Elektronik ya da dijital devlet, vatandaşlara ve kurumlara daha etkin hizmet götürmeyi sağlayan bir alt yapıyı oluşturmak için; tüm bürokrasinin elektronik ortama taşınması anlamına gelmektedir. (Küçükgörkey, 2001: 2). E-Devlet; Halkın demokrasi, katılımcı yönetim, daha iyi yönetebilme ve etkin hizmet alma taleplerinin karşılandığı bir sistemdir (Ulusoy ve Karakurt, 2002: 135).

11-12 Mayıs 2000'de Varşova'da yapılan Avrupa Bakanlar Konferansı'nda, Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri, on beş Avrupa Birliği üye devletinin e-Avrupa ile ortaya koyduğu girişimin bir parçası olma konusunda uzlaşmıştır. Avrupa Komisyonu, Şubat 2001'de Türkiye'ye ve bu ortak eylem planının oluşturulması için diğer aday ülkelere katılımları için davette bulunmuştur (Yanık, 2010).

3.11.10.Türkiye’de Telekomünikasyon Alanının Yeniden Yapılandırılması

Türkiye’de telekomünikasyon alanında yeniden yapılandırmalar öncesi politikaların olgunlaştırılması sürecine katılım Devlet Planlama Teşkilatı, Ulaştırma Bakanlığı ve telekomünikasyon alanında hizmet veren kamu kuruluşlarının yönetimleri ile sınırlı görünmektedir. Telekomünikasyon politikalarının oluşturulmasında etkili olan unsurlardan birisi ulusal güvenlik olduğundan, ordu da politika oluşturma sürecinde bu aktörlerle birlikte önemli bir rol oynamaktadır. Ancak ulusal telekomünikasyon endüstrisi, bu endüstri kuruluşlarının yabancı ortakları ve telekomünikasyonun kalkınma açısından önemli olduğu varsayımıyla politika önerileri üreten bazı uluslararası kuruluşlar da bu süreçte zaman zaman etkili olmuşlardır. Ayrıca 1980’lerin başında sayısallaşmaya ilişkin ilk taleplerin NATO’dan gelmiş olması gibi örnekler düşünüldüğünde, politika oluşturma sürecine katılımın sınırlarının görünenin daha ötesinde olduğu söylenebilir (Geray, H. 1994).

1994 yılında Dünya Bankası tarafından tamamlanan bir rapor, Türkiye’nin telekomünikasyon politikaları açısından çerçeve niteliği taşımaktadır. Bu raporda, posta ve telekomünikasyon hizmetlerinin birbirinden ayrılması ve telekomünikasyonun şirketleştirilmesi, bağımsız bir düzenleyici kuruluş oluşturulması, yeni katma değerli

hizmetlerin özel şirketler tarafından verilmesi ile birlikte telekomünikasyon alanının rekabete açılması önerilmektedir. Bu raporda sunulan öneriler Türkiye'nin telekomünikasyon politikalarını büyük ölçüde belirlemiştir. (Geray, H. 2002: 144).

4. SONUÇ

“İletişim neden bu kadar önemli?” sorusuna cevap arayarak başladığımız çalışmamızda sonuçlar bizi hep küreselleşmenin etkilerine götürmektedir.

Aslında insan denilen canlı türü doğada tek başına var olamayacak kadar güçsüzdür. Bu güçsüzlüğünü birleşerek yenmeyi başarmıştır. Bu birleşmelerin sonucunda şimdiki “Küresel Dünya” karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşme insanın var olmasıyla başlayan süreçte kutuplar arası iletişim sayesinde sürekli büyüyen bir kavram olmuştur. Küreselleşmeyle birlikte ekonomik ve sektörel yönlerden piyasalar birbirlerini kopyalamaya başlamış ve bu benzerliklerden yeni farklılıklar çıkarmak için sürekli bir yenilik arayışı doğmuştur. Bu yüzden gelişmiş ülkelere bakıldığında iletişim çok farklı bir boyut kazanmıştır. Fikirlerin yayılmasında, ürünlerin tanıtılmasında iletişimin rolü her zaman başrol olmuştur.

İletişim Politikaları’nı sürekli yenileyerek geliştiren ülkelere bakıldığında bu ülkelerin dünyada Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Avrupa Birliği gibi söz sahibi gelişmiş ülkeler olduğu görülmektedir.

Bir ülkede birçok alanda olduğu gibi, iletişim alanında da belirli politikalar oluşturularak, bunlara uygun yol ve yöntemler izlenmelidir. Zamanla ilerleyen teknoloji iletişim konusunda bildik yöntemlerle beraber (Radyo, televizyon ve yazılı basın), hızla gelişen interneti de içine almayı başarmıştır.

Örneğin yazılı basın yüzlerce yıllık bir geçmişe sahipken, sosyal medya denilen bir e-iletişim yöntemi henüz birkaç yıllık olmasına rağmen kendini bir adım öne atmıştır. Acaba bu iletişim yöntemini bu kadar önemli kılan şey nedir? Sosyal medya denilen olgu gerçekte var mıdır? Peki bütün iletişim kanalları belli bir kitleye bağlıyken sosyal medyanın böyle bir bağı var mıdır?

İnternet kullanılarak gerçekleştirilen iletişimin en önemli avantajı; bir haberi aynı anda milyonlarca kişiye ulaştırabilmesidir. İletişim konusunda korkunç bir hıza sahip olan internet bu yönüyle de sosyal intifadalar gibi ayrı bir tehlike de oluşturmaktadır.

Son birkaç yıldır Kuzey Afrika ve Orta Doğu’da cereyan eden, adına “Bahar” denilen ve ulusların kendini yönetenlere karşı olan hareketleri sosyal medyanın ne denli güçlü ve tehlikeli olduğunu bize göstermektedir.

Tunus ile başlayan bu “Bahar Hareketleri”nin birçok ülkede yönetimin ve rejimin değişmesine neden olması bize sosyal medyanın gücünü göstermektedir.

Bu çalışmada ayrıca iletişim politikalarının önemi irdelenmiştir. Küreselleşmeyle birlikte daha da önemli roller üstlenen iletişimin aynı zamanda ülkelerin gelişmişlikleriyle de alakalı olduğu görülmektedir.

İletişimin önemini şu örneklemlerle de açıklayabiliriz.

Reklam bir markanın en önemli adımıdır. Firmalar bir ürün geliştirdiklerinde bu ürünü tüketiciye tanıtmadığı takdirde, reklama kadar ki yapılan çalışmalar çöpe gitmiş sayılacaktır. Zira reklamlar ürünle halkı buluşturma adına atılan bir adımdır. Reklamlarda firmanın ürettiği ürün ile tüketici arasında bir bağ kurulur ki bu bağ tanışma bağıdır. Bu adımla ürün tüketici ile iletişime geçerek kendini tanıtır, “Ben de varım ve işte böyle bir şeyim.” der. Burada reklam iletişimin kendisidir.

Aynı durum küreselleşmeyle birlikte ülkelerin gelişmişliği ile de alakalıdır. Reklamı iyi yapılan bir ülke için rahatlıkla gelişmiştir diyebiliriz.

İyi reklam yani tanıtım o ülkeyi küresel olarak bütün uluslara tanıtacaktır. Bu tür ülkeler gerek ekonomik gücünü gerekse siyasi politikalarını yayma konusunda diğer ülkelere göre fersah fersah önde olacaktır.

İletişim politikaları konusunda Avrupa Birliği ülkeleri incelendiğinde Birlik ülkelerinin adım atmakta Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya gibi ülkelere göre geç kaldığı görülmektedir.

İkinci Dünya Savaşı ile birlikte Avrupa ülkeleri çok büyük bir yıkıma uğramıştır. Bu yıkımdan kendilerini kurtarma çalışmaları sürekli üretim konusunda olmuştur. Bu yüzden iletişim konusu Avrupalı ülkeler tarafından uzun bir süre göz ardı edilmiştir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi üretilen ürün –bu ister bir sanayi ürünü, ister bir siyasi fikir olabilir- iyi bir reklam, tanıtım çalışması ile tanıtılmazsa daha önce harcanan emekler neredeyse boşa gitmektedir.

Bu durum 70’li yılların sonunda bariz olarak kendini gösterince Avrupa ülkeleri adım atmak zorunda kalmıştır.

Amerika Birleşik Devletleri’nin teknolojik atılımlarıyla Avrupa ile arayı açması ve ayrıca Japonya’nın öncülüğünde Uzak Doğu ülkelerinin büyük gelişimi Avrupa ülkelerini arayış içerisine itmiştir. İletişim teknolojilerinde Avrupa’nın rakiplerinin gerisinde kalması ve rakip ülkelerle makasın giderek açılması Avrupa’nın bu alanda rekabetçiliğini gözden geçirmesini gerekli hale getirmiştir. Bu kapsamda Avrupa’nın aradaki bu farkı kapatması ve daha önceki rekabetçi yapısına geri dönebilmesi için kapsamlı bir strateji oluşturma ihtiyacı hissedilmiştir.

Avrupa tarafından atılan ilk somut adım 1993 yılında hazırlanan büyüme, rekabetçilik ve istihdam üzerine hazırlanan Beyaz Kitap metni ile atılmıştır.

Bu metinle sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin sağlanması ve Birlik içerisinde daha fazla istihdamın sağlanması, Avrupa Birliği’nin diğer ülkelerle olan rekabetçiliğinin sağlanması amacını taşımaktadır. Bu metinle eksiklikler irdelenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya’ya ithafta bulunarak iletişim politikaları alanında bazı önerilerde bulunulmuştur.

Avrupa Birliği, 1986 yılında Avrupa Birliği’nin televizyon programları yayıncılığını ve yapımcılığını düzenleyen direktiflerden ilkinin yayınlamıştır.

Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi’nin (1986) hazırlanış nedeni birlik tarafından; yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle televizyon kanalı sayısının çok artması ve yayınların ulusal sınırları aşması karşısında, hem Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. maddesi uyarınca kıtada televizyon yayıncılığını ve Avrupa’nın kültürel kimliğini geliştirmek, hem de Sınırötesi yayınlara bir düzen getirmek olarak açıklanmıştır. Daha sonra çıkarılan Sınır Tanımayan Televizyon Sözleşmesi ile kapsam biraz daha genişletilmiş ayrıca dijital yayıncılık da kapsama alınmıştır.

İletişim politikaları konusunda geri kalan Avrupa, ayrıca bu geri kalmışlığından kurtulmak için çeşitli destek programları da düzenlemiştir. Genel olarak Medya Programları olarak adlandırılan bu programlar beşer yıllık destek planları olmuştur.

Avrupa Komisyonu 1990-95 yıllarını kapsayan ilk Medya Programı için 200 milyon Euro bütçe ayırmıştır. Dünya piyasasında ağır darbeler alan ve git gide daha da gerilere düşen sinema sektörü için uygulanan bu programın çok başarılı olması neticesinde bundan sonraki her beş yılı kapsayacak şekilde yeni medya programları uygulamaya konulmuştur. Yeni uygulamaya konulan bu medya programlarıyla programların kapsamı daha da genişletilmiş ve istenilen başarıya ulaşılmıştır.

Avrupa Birliği görsel-işitsel politikalar konusunda her zaman özgürlükçü bir tavır sergilemiş ve üye ülkelere dayatmalarda bulunmamıştır. Görsel-işitsel medyanın kontrolünü her ülke ulusal olarak kendisi yürütmektedir. Ayrıca ulusların bu politikalarını geliştirmesi için üye ülkeler arasında bir etkileşimin olması istenilmiştir.

İngiliz Medyası, Fransız Medyası, İtalyan Medyası, İspanyol Medyası, Macar Medyası gibi çeşitli birlik üyelerinin medya yapıları incelendiğinde her ülkenin ulusal olarak kendine has bir politikası olduğu görülmektedir.

Avrupa Birliği'nde meydana gelen bu gelişmeler Türkiye'ye de yansımıştır. Türkiye'de bilgi toplumuna geçiş yönündeki çalışmalar dikkate alındığında somut olarak göze çarpan ilk gelişme Dünya Bankası tarafından hazırlanan Türkiye Enformatik ve Ekonomik Modernizasyon çalışmasıdır. 90'lı yıllar boyunca Türkiye ekonomisinde meydana gelen bozulmalar, ekonomik krizler ve siyasi istikrarsızlık Türkiye'nin bu yönde çalışmalar yapmasına engel olmuştur. 90'lı yılların sonundan 2002 yılına kadar geçen süreçte kurumsal yapının belirlenmemiş olması en temel sıkıntı olmuştur. 2002 yılında dönemin hükümeti tarafından gerçekleştirilen Acil Eylem Planı'nda "e-Dönüşüm Türkiye Projesi" eylemine yer verilmiş sorumlu kuruluş olarak da Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı belirlenmiştir.

İlerleyen yıllarda Avrupa Birliği'ne uyum süreci kapsamında çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye'nin de imzasını koyduğu 1992 yılında yapılan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi 1993 yılında Bakanlar Kurulu tarafından onaylanmış ve yürürlüğe konmuştur. Bu süreçte Türkiye'de televizyon yayıncılığına yönelik düzenlemelerin esasları belirlenmiştir.

2002 yılında 4756 sayılı kanun ile 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları hakkında kanunda değişikliğe gidilmiştir. Yapılan bu değişikliklerin esas amacı Avrupa Birliği'nin iletişim alanındaki mevzuatlarının önemli bir kısmını içeren

Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi’nde yer alan maddelere uygun düzenlemelerin yapılmasıdır.

2002 yılında 3984 ve 4771 sayılı kanunlar yeniden düzenlenmiştir. Farklı dil ve lehçelerde yayın yapılmasına izin verilmesine dair düzenlenen kanuna göre Türk vatandaşlarının geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerdeki yayınlar yalnızca TRT tarafından yapılacağı koşulunu getirmiştir.

2003 yılında Avrupa Birliği Altıncı Uyum Paketi çerçevesinde Radyo ve Televizyonların kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un 4. ve 32. maddelerinde değişiklik yapılmıştır. Bu değişikliklerle TRT’nin yanı sıra özel radyo ve televizyon kuruluşlarına da Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayını yapmasına izin verilmiştir.

17 Nisan 2003 tarihinde yürürlüğe giren Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik ile televizyon yayınlarında “Akıllı İşaretlerin Kullanılması” uygulamasına geçilmiştir.

8 Aralık 2006 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından İzleyici Temsilciliği Uygulaması başlatılmıştır. Bu uygulama bir tür denetim uygulamasıdır. Bu uygulama ile televizyon yayınlarını takip edenlerin yayınlarla ilgili şikayetleri ve görüşleri arada bir aracı olmadan doğrudan kanal yönetimlerine sunulmaya başlanmıştır. Kanal yönetimleri bu istek ve şikâyetleri dikkate alarak yayınlar oluşturmaya sevk edilmiştir.

Reklam yayıncılığı alanındaki düzenlemeler ilk olarak 1994 yılında Reklam Özdenetim Kurulu’nun kurulması ile başlamıştır. Kurulun amacı Türkiye’deki reklam yayın ilkeleri ile Avrupa’daki reklam yayın ilkelerinin paralellik göstermesini sağlamaktır.

25 Mayıs 2007 tarihinde Yayıncılar Derneği, Radyo ve Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği, Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği ve sektördeki diğer meslek örgütleri ile işbirliği içinde on iki maddelik “Yayıncılık Etik İlkeleri” bir bildirge şeklinde yayınlanmıştır.

25 Haziran 2010 tarihinde, İçişleri Bakanı, Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarı, Emniyet Genel Müdürü ile Televizyon Yayıncıları Derneği Üyeleri ve

Türkiye'nin önde gelen yayın kuruluşlarının katıldığı “Medya Duyarlılığı” toplantısı gerçekleştirilmiştir. Toplantıda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Televizyon Yayıncıları Derneği ve yayın kuruluşlarının işbirliği ve ilkelerinin belirlenmesine karar verilmiştir. Bir aylık bir çalışmanın ardından, “Terör ve Olağanüstü Durumlarda Habercilik Yaparken Uyulacak İlkeler” ilan edilmiştir.

Avrupa Birliği ile Türkiye arasında uyum süreci çerçevesinde yapılan müzakerelerde iletişim konusuna onuncu fasılda değinilmiştir. Bu faslın başlığı “Bilgi Toplumu ve Medya”dır. Türkiye ile yapılan görüşmelerde iletişim alanında resmi kurum olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu belirlenmiştir.

Genel olarak bakıldığında Avrupa Birliği'nin iletişim politikalarında yaptığı atılımlar Avrupa Birliğine uyum sürecinde Türkiye'ye önemli katkılarda bulunmuştur fakat bu katkı ve yansımalar bir gelişmeyi değil tamamen iletişimin düzenlenmesini içermektedir.

Avrupa Birliği attığı son adımlarla birlikte Amerika Birleşik Devletleri, Japonya gibi ülkelerle rekabet edebilir bir duruma gelmiştir fakat Türkiye'ye yansıması aynı oranda gerçekleşmemiştir.

İletişim politikaları konusunda Türkiye'nin bu politikaları geliştirici nitelikte adımlar atması gerekmektedir. Avrupa Birliği'nin başarıyla uygulamaya koyduğu ve önemli neticeler aldığı “Medya Programları” gibi programlar Türkiye'ye iyi bir örnek oluşturmaktadır ve Türkiye'nin de Medya Programları niteliğinde destek programları geliştirerek başta görse-işitsel medya olmak üzere tüm iletişim kanallarını desteklemesi gerekmektedir.

5. KAYNAKÇA

Açıkmeşe, S. A. (2004). Uluslararası İlişkiler Işığında Avrupa Bütünleşmesi. Uluslararası İlişkiler, İstanbul.

Akbaba, L. (1990). Bazı Ülkelerde RTÜK Benzeri Kurum ve Kuruluşlar, Ankara.

Aktan, C. ve Şen H. (1999). Globalleşme, ekonomik kriz ve Türkiye. TOSYÖV Yayınları, İstanbul.

Aktaş, G. (2007). Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Gelir Dağılımı, Yoksulluk Ve Sosyal Politikaların Evrimi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Alder H. (2004.) NLP Yüksek Performansa Ulaşmanın Yeni Bilimi ve Sanatı, Sistem yayıncılık, İstanbul.

Alter, S. (1996). Information System: Management Perspective, the Benjamin Cummings Publishing.

Atasoy, F. (2005). Küreselleşme ve Milliyetçilik. Ötüken Yayınları, İstanbul.

Avrupa Birliği Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı (UP), (2003). Avrupa Birliği Komisyonu, Türkiye’nin Katılım Yönünde İlerlemesi Hakkında 2004 yılı Düzenli Raporu.

Avrupa Birliği Zirve Sonuç Bildirisi, (2012).

Avrupa Konseyi (2002). Avrupa’da Düşünce Özgürlüğü. Durmuş Tezcan (Çeviren). Etki Yayıncılık, İzmir.

Avşar, Z. ve Elden, M. (2004). Reklam ve Reklam Mevzuatı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayınları, Ankara.

Aykaç, M. (2002). Avrupa Birliği Sosyal Politikası: Muğlak Geçmiş ve Tartışmalı Gelecek. Tüm Yönleriyle Türkiye-AB İlişkileri, Ankara.

Bangermann, M. vd. (1994): Europe and the Global Information Society, http://medicif.org/Dig_library/ECdocs/reports/Bangermann.html

Başaran, F. (2003). Telekomünikasyon Politikaları: Avrupa Birliği ve Türkiye, İstanbul.

Baştan, S. ve Gökbunar, R. (2004). Kamu Hizmetlerinin Sunumunda E-Devlet'le İlgili Yeni Gelişmeler: Tümüleşik E-Devlet Sistemlerine Doğru, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi, Cilt:19, Sayı:1, İzmir.

Bayar, F. (2008). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. Journal of International Economic Disputes 32.

Baykal S. ve Arat, T. (2001). AB'yle İlişkiler; Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar. İletişim Yayınları, İstanbul.

Bayram, H. (2010). Bilgi Toplumu ve Bilgi Yönetimi, Etap Yayınları, İstanbul.

Bek M. G. (2003). Küreselleşme, Ulus-Devlet ve İletişim: Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki İletişim Politikalarına Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme. Ümit Yayıncılık, Ankara.

Berber, M. (2007). İktisadi Büyüme ve Kalkınma. Derya Kitabevi, Trabzon.

Bilgiseven, A. (1995). Genel Sosyoloji, Filiz Kitabevi, İstanbul.

Bilici, N. (2004). Türkiye AB İlişkileri.

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. Yeni Medya Çalışmaları. Dipnot Yayınları, Ankara.

Bravo, I. B. (2010). Küreselleşme ve Görünümleri Üzerine. FLSF Felsefe Ve Sosyal Bilimler Dergisi, 10.

Canbolat, İ. (2002). Avrupa Birliği ve Genişleme Sürecinde Türkiye ile İlişkiler. Alfa Yayınları. İstanbul.

Ceyhan, Ç. (2008) Ana Akım Medyaya Karşı Alternatif Medya: Alternatif Gazeteler Olarak Ahali Ve Mülksüzler, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi.

Cihangir, Z. (2004). Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi: Örnek Program ve Etkinlikler, Nobel Yayınları, Ankara.

Copenhagen European Council Presidency Conclusion, (2012).

Cronkhite G. (1978). Public Speaking and Critical Listening, Menlo Park: The Benjamin/Cummings Publishing.

Çağlayan, S. (2005). Reklamlarda Dilin Stratejik Kullanımı, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çakar, N. D. ve Yıldız, S. (2010). Bilgi Yönetimi Ve Örgütsel Etkinlik İlişkisi: Örgüt Kültürü Ve Örgüt Yapısının Temel Etkileri, Ege Akademik Bakış, 10(1).

Çakar, S. ve Akar, F. (2009). Türkiye’de Bütünleşik Kurumsal İletişim Yönetiminin Konumlandırılmasının Teorik Ve Uygulamalı Açından Değerlendirilmesi: EFQM 2008 Ödüllü Kurumlara Yönelik Bir İnceleme. Uluslararası Halkla İlişkiler Sempozyumu 15-17 Bildiriler Kitabı, Lefkoşa, KKTC.

Çakır, V. (2007). Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Türkiye’de Televizyon Reklamlarına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt:5, Sayı:1

Çakır, V. ve Gülnar, B. (2007). Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:18.

Çakıroğlu, S. (2005). E-Devlet, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çapar, B. (2005). Bilgi: Yönetimi, Üretimi Ve Pazarlanması, İstanbul.

Çelikkol, Ö. (2008). Kamu Yönetiminde E-Devlet Yapılanması Ve Türkiye İçin E-Devlet Model Önerisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

Dedeoğlu, B. (2003). Avrupa Birliği Bütünleşme Süreci II: Avrupa Birliğinin Yakın Geçmişi, (Ed.) Beril Dedeoğlu, Dünden Bugüne Avrupa Birliği, Boyut Kitapları, İstanbul.

Demir K. (2003). Örgütlerde İletişim Yönetimi, Yönetimde Çağdaş Yaklaşımlar, Anı Yayıncılık, Ankara,

Demirci, S. (2000). Doğrudan Gelir Sistemi ve Uygulamalar: Literatür İncelemesi. Proje Raporu, 1.

Dinan, D. (2005). Avrupa Birliği Ansiklopedisi (2 Cilt) (Vol. 81). Kitap Yayınevi Ltd..

Directive 89/552/EEC Television without Frontiers.

Doğan, B. (2007). Örgüt Kültürü, Beta Yayınları, İstanbul.

Doyle, G. (2002). Understanding Media Economics, (First Edition), Sage Publications, London.

DPT (2004). E-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı, Değerlendirme Planı, Bilgi Toplumu Dairesi, DPT Yayınları, Rapor No: 1, Nisan 2004.

Erdal, M. (2004). Elektronik Devlet, e-Türkiye ve Kurumsal Dönüşüm, Filiz Kitapevi, İstanbul.

Erden, L. (2007). Mobile Monday —Mobil, pazarlama iletişimi için ne kadar statik? Sunumu.

Erkan, H. (1998). Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme. Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

European Commission, Television Without Frontiers: Green Paper on the establishment of the common market for broadcasting, especially by satellite and cable, COM(84)300, May 1984.

European Commission, Eight Report from the Commission on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, COM(2002) 695 final, s.18 -19.

European Commission, Communication from the Commission, Principles and Guidelines for the Community's Audiovisual Policy in the Digital Age , COM(1999) 657 final.

European Commission, Towards a knowledge-based Europe, the European Union and the Information society, European Commission, October 2002.

European Commission. (1985). White Paper on the Completion of the International Market, COM(85)320 Final.

European Commission. (2004). Implementation of a Programme of Support for the European Audiovisual Sector:Media 2007, COM(2004), 14.07.2004.

Evren, A. (2000). “E-Devlet uygulamasının amaçları”, Turkpoint.

Framingham, Mass, 2011, IDC Dünya Dijital Pazarı, <http://www.idc.com/getdoc.jsp?sessionId=&containerId=prUS22110509>

Gebner G. (1967), Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı,

Geray, H. (1994). Yeni İletişim Teknolojileri: Toplumsal Bir Yaklaşım. Ankara.

Geray, H. (2002). İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara.

Giritli, İ. (1984). Günümüzde Haberleşme ve Bazı Sorunları, İstanbul.

Giritli, İ: (2000). Uluslararası Medya, İstanbul.

Goldberg, A., Ulusoy, Y., Karakarakaslı, A. (1998). Türklerin Alman Ekonomisine Katkıları, İstanbul.

Green Paper on the Establishment of a Common Market in Broadcasting, COM(84)300 Final.

Gülmez, M. (2003). Avrupa Birliğinde sosyal politika. Türkiye-AB Sendikal Koordinasyon Komisyonu.

Gülner B. ve Balcı, Ş. (2006). Televizyon İzleme Motivasyonları ve Kültürleşme: Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Türkiyat Araştırmaları Dergisi.

Günay D., V. (2001). Metin Bilgisi, Multilingual, İstanbul.

Gürüz D. ve Gürel, E. (2006). Yönetim ve Organizasyon, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Gürüz, D. (2005). İletişime Yeni Yaklaşımlar, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Güvenç, B. (2002). Kültür'ün ABC'si, YKB Yayınları, İstanbul.

Habermas, J. (2001). İletişimsel Eylem Kuramı, Mustafa Tüzel (çev.), Kabalcı Yayınları, İstanbul.

Halis, M.(2000). Örgütsel İletişim ve İletişim Tatminine İlişkin Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi, 14(1), Haziran, İstanbul.

Harcourt, A. ve S. VERHULST, (1999) "Support for regulation and transparency of media ownership and concentration - Russia" Working Document for the UK Department for International Development and Moscow Media Law and Policy Institute.

Hartley, P. (1993). Interpersonal Communication, Great Britain: Routledge Company,

Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri (1). Harcourt, A. (1998), "The European Commission and Regulation of The Media Industry" Cardozo Arts & Entertainment Law Journal 16(2).

Heritier A., (1999). Policy-Making & Diversty in Europe: Escape from Deadlock. NY: Cambridge Universty Press.

Humpreys, P. J. (1997). "Power and Control in The New Media", Paper presented at he ECPR Workshop New Media and Political Communication, University of Manchester

Humpreys, P. J. (1996). Mass Media and Media Policy in Western Europe, First Edition, Manchester University Press, Manchester

İnceoğlu, M. (2000). Tutum Algı İletişim, İmaj Yayınevi, Ankara.

İyiler, Z. (2009). Elektronik Ticaret Ve Pazarlama İhracatta İnternet Zamanı: 1. DTP Yayınları, Ankara.

Jessob, B (2006). State and Regulation Theoretical Perspectives on the European Union and Failure of the Lisbon Agenda. Competition and Change, Vol. 10.

Johnson, D, W. (1993). Reaching Out: Interpersonal Effectiveness and Self Actualization, 5th Edition, Allyn and Bacon, USA

Kaleagasi, B. (1995). The Customs Union Between the European Union and Turkey: A New Dimension in a Europe of Variable Geometry.

Kalkan, V. D. ve Keskin H. (2005). "Kobi'lerde bilgi yönetimi süreci ve araçları: Literatür değerlendirmesi ve bir araştırma." Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi 35:182.

Karaca Ş. ve Gülmez M. (2010). Mobil Pazarlama: Kavramsal Bir Değerlendirme. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 12(1), İstanbul.

Karacasulu, N. (2007). Avrupa Entegrasyon Kuramları ve Sosyal İnşaaı Yaklaşım. Uluslararası Hukuk ve Politika, (09), 82-100.

Karadal, F., Türk, M. (2008). İşletmelerde Teknoloji Yönetiminin Geleceği. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 1(1), 59-71.

Karluk, R. (1998). AB ve Türkiye. Beta Yayınları, İstanbul.

Karluk, R. (2005). Avrupa Birliği ve Türkiye, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Kavalalı, M. (2005). Avrupa Birliği'nin genişleme süreci: AB'nin merkezi Doğu Avrupa ve Batı Balkan ülkeleri ile ilişkileri. Devlet Planlama Teşkilatı.

Kaya, B. (2003). Bütünleşik Kurumsal İletişim, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Kızılcılık, S. (2003). Küreselleşme ve sosyal bilimler. Anı Yayıncılık.

Kırtır, A. (2006). “Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Politikası Bağlamında Avrupa Birliği Medya Hukukunun Temel Çerçevesi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.

Kitle İletişim Politikası konusunda 7inci Avrupa Bakanlar Konferansı Bildirgesi Kiev, 10-11 Mart 2005.

Kocabaş, F., Elden M. ve Yurdakul, N. (2004). Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İletişim Yayınları, İstanbul.

Kök, S. B. (2006). Bilişim Teknolojilerinin Yönetmel ve Örgütsel Etkileri, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2

Köknel, Ö. (2005). İnsanı Anlamak, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Koroğlu, O. (2011). Mobil İletişimin Yayıncılık Ve Pazarlama İletişimine Etkisi. Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi, 31.

Kutay, P. ve Özçeri, A. (2006). Avrupa Birliği'nde Medya Hukuku ve Uygulamaları, Televizyon Yayıncıları Derneği, İstanbul.

Küçükgörkey, A. (2001). Elektronik Devlet Düş Mü Gerçek Mi? Activeline, Aylık Bankacılık, Finans ve Teknoloji Gazetesi, Mayıs.

Küçükünsal, J. (2006). Metropol Alanlar için Kablosuz Erişim (Wireless Metropolitan Area Network/Kablosuz Metropol Alan Ağları–WMAN) Uygulamaları ve Düzenleme Önerileri. Uzmanlık Tezi, Telekomünikasyon Kurumu, Şubat.

Marshall, A. (2009). Principles of economics: unabridged eighth edition. Cosimo, Inc.

McQuail, D. ve Windahl, S. (2006). İletişim modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında, İmge Yayınları, İstanbul.

MEDIA (2007). Programme of Support for the European Audiovisual Sector,

MEDIA II (1996–2000). Programme Encouraging the Development and Distribution of European

Mısırlı, İ. (2010). Genel ve Teknik İletişim, Detay Yayıncılık, İstanbul.

Morley David, K. Robins (1997). Kimlik Mekanları, Ayrıntı, Ankara.

Mutlu, E. (2004). İletişim Sözlüğü. Bilim ve Sanat Yayınları, Ertem Matbaası, Ankara.

Mutlu E. (2005). Kitle İletişim Kuramları, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Mutsaers, E., Jan Zee H., Der V. ve Giert, H. (1998). The Evolution of Information Technology, Information Technology, Information Management and Computer Security, 6(3)

Nakamura K., Hiraki S. (1997). “Japan” Telecommunications: Restructuring Work and Employment Relations Worldwide. (der) Katz Harry C, USA: ILR Press.

Nair, G. (2001). Bilginin Değişen Anlamı ve Kavram Tartışmaları. CÜ İİBF Dergisi, Nisan.

Nouneau, G. (1990). Hachette, Paris.

Oskay, Ü. (2005). İletişimin ABC'si, Der Yayınları, İstanbul.

Özcivelek, R. (2010). Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Devlet Tartışmaları: Kavram Üzerine Bir Sorgulama, TÜBİTAK-BİLTEN.

Özgören, R. M. (2010). E-Devlet Nedir? Ankara.

Özkan, A. (2006). Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri, TASAM Stratejik Raporu.

Özkan, A. (2004). Siyasal İletişim - partiler, seçimler, stratejiler, Nesil Yayınları, İstanbul.

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

Radyo Televizyon Üst Kurumu – Televizyon Yayıncıları Derneği Ortak Yayını.
Westpal, D. (2002). Media Pluralism and European Regulation. New York: European Business Law Review.

Resmi Gazete, 17 Nisan 2003 tarih ve 25082 sayılı Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik.

Rosamond, B. (2000). Theories of European integration.

Sağsan, M., E-Devlet Toplamların Yeni Umut Işığı mı? Stratejik Analiz Dergisi, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları, Cilt: 2, Sayı: 19, Kasım 2001.

Sander, O. (1994). Yeni Bir Bölgesel Güç Olarak Türkiye'nin Dış Politika Hedefleri. Türk Dış Politikası'nın Analizi, 419-424.

Saxby, S. (1990). The Age of Information: The Past Development and Future Significance of Computing and Communication, London: The MacMillan Pres Ltd.

Schein, E. (2010). Organizational Culture and Leadership, John Wiley and Sons Pub.

Schultheis R.ve Sumner, M. (1995). Management Information System: The Manager's View, MacGrow Hill, Chicago.

Scott, D. M., (2008). Asking the Right Questions about Social Media, Econtent.

Straub, D. (2002). Toward a Theory-Based Measurement of Culture, Journal of Global Information Management, 10(1) .

Sweet and Maxwell. Goldberg, D., Prosser T. & Verhulst S. (1998). EC Media Law and Policy. London: European Law Series Longman.

Şentürk, Ü. (2003). “Değişen Paradigmalar Bağlamında E-Devlet'in Bazı Toplumsal Boyutları”, II. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Üniversitesi İİBF Yayını, İzmit.

Şimşek Ş. ve diğerleri, (2001). Davranış Biçimlerine Giriş ve Örgütsel Davranış, Nobel Yayınları, Ankara.

Şimşek, E. (2011). Örgütsel İletişim Ve Kişilik Özelliklerinin Yaşam Doyumuna Etkileri, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Nisan.

Tekin, M., H., Güleş K.ve Burgess T. (2000). Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi, Selçuk Üniversitesi İİBF Yayını, Konya.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R., (2006). İletişim Araştırma ve Kuramları. Beta Yayınları, İstanbul.

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

Timisi, N. (2003). Anadilde Yayın: Avrupa Birliği ve Türkiye, (Ed.) M. Gencel Bek, Küreselleşme, İletişim Endüstrileri ve Kimlikler Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları, Ümit Yayıncılık, Ankara.

Tonta, Y. (2004). Bilgi yönetiminin kavramsal tanımı ve uygulama alanları. Kütüphaneciliğin Destanı Uluslararası Sempozyumu: Saga of Librarianship International Symposium. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi.

Treaty Establishing the European Economic Community, (2012)

Tutar, H. ve Yılmaz, K. (2002). Genel İletişim: Kavramlar ve Modeller, Nobel Yayınları, Ankara.

Uçarol, R. (2000). Siyasi tarih (1789-1999). Filiz Kitabevi, Ankara.

Ulusoy, A., Karakurt, B. (2002). Türkiye'nin e-devlet'e geçiş zorunluluğu. I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Üniv, İİBF Yayını, İzmit.

Ungerer, H. (2005). Avrupa Birliği'nde Medya Mevzuat, İstanbul.

Ungerer, H. (2002). Legal and Regulatory Aspects of Public Service Broadcasting, Conference on Public Service Broadcasting, Bucharest.

Vural, Z., Akıncı, B. (2010). Kurum Kültürü, İletişim Yayınları, İstanbul.

Vurgun, L. (2008). Bilgi Toplumu Açısından Türkiye'deki Meslek Yüksekokulların Örgütlenme Problemleri Ve Çözüm Önerileri Araştırma Makaleleri.

Wendt, A. (1999). Social theory of international politics. Cambridge University Press.

Wheeler M, (2004). Supranational Regulation / Television and the European Union” .“Vol. 19, No.3, pp.349-369 SAGE Publications, August 2004.

Yanık, L. (2010). Değişimin Rotası e-Türkiye, Teknotürk, İstanbul.

Yatkin, A. ve Yatkin, Ü. N. (2010). Halkla İlişkiler ve İletişim, Nobel Yayınları, Ankara.

Yüksel, A. (1996). Sosyal Ve Kültürel Değişmede Kitle İletişim Araçlarının Rolü, Yeni Türkiye Dergisi, 2 (11).

Zengingönül, O. (2004). "Küreselleşme." Adres Yayınları, Ankara.

Zhang, M. ve Lado, A, (2001). Information Systems and Competitive Advantage: A Competency Based View. Technovation, 21

Zıllıoğlu, M. (2007). İletişim Kavramı ve Tanımı, İletişim Bilgisi, Aysun Yüksel (ed), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

İNTERNET KAYNAKLARI

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği / <http://www.abgs.gov.tr/>

Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği: <http://www.deltur.cec.eu.int>

EU related news : <http://www.euobserver.com>

EU News, Policy Positions / <http://www.euractiv.org>

http://curia.europa.eu/jcms/jcms/Jo2_7001/

<http://dergiler.ankara.edu.tr/detail.php?id=23>

http://ec.europa.eu/transparency/access_documents/index_en.htm

<http://eca.europa.eu/portal/page/portal/Organisation/Structure>

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l24224a.htm>

<http://europa.eu/old-address.htm>,

<http://tdkterim.gov.tr/bts/>

<http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=75&l=1>

<http://www.consilium.europa.eu/council?lang=en>

<http://www.consilium.europa.eu/policies/council-configurations/foreign-affairs/high-representative-of-the-union-for-foreign-affairs-and-security-policy.aspx?lang=en>

<http://www.cor.europa.eu/pages/HomeTemplate.aspx>

<http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.the-committee>

<http://www.eib.europa.eu/about/index.htm>

<http://www.euoparl.europa.eu/aboutparliament/en/00b3f21266/At-your-service.html>

<http://www.ombudsman.europa.eu/en/press/introduction.faces>

<http://www.ratem.org/web/ratem.html>

http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.537caf76716c09.49426926 (14.05.2014).

6. EKLER

Ek 1: Dış Kapak

Ek 2: İç Kapak

Ek 3: Bilimsel Etik Sayfası

Ek 4: Tez Kabul Formu

Ek 5: Önsöz

Ek 6: Özet

Ek 7: Summary

Ek 8: İçindekiler

Ek 9: Kısaltmalar

Ek 10: Tablolar Listesi

Ek 11: Şekiller Listesi

7. ÖZGEÇMİŞ

1975 yılında Avusturya'da doğdu. İlköğrenimini Avusturya'da, Ortaöğrenimini Konya'da tamamladı. 1997 yılında Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngilizce Bölümü'nde lisans eğitimimi tamamladı. Akabinde aynı yıl Ereğli MYO'da okutman olarak göreve başladı. Burada 3 yıl, daha sonra da Beyşehir MYO'da 7 yıl görev yaptı. 2007 yılında Milli Eğitim Bakanlığı ve Bakanlıklar Arası Ortak Kültür Komisyonu'nun sınavını kazanarak Litvanya Türk Büyükelçiliği nezaretinde kültürel faaliyetler düzenledi ve Vilnius Üniversitesi Filoloji Fakültesi'nde dersler verdi. Beş yıllık yurtdışı görevi bittikten sonra Selçuk Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu'nda görevlendirildi ve hala burada görev yapmaktadır.