

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**AVRUPA BİRLİĞİ (AB) ÜLKELERİNDE RADYO
VE TELEVİZYON YAYIN HİZMETLERİ DENETİM
MEKANİZMALARI**

Kadriye KAYATÜRK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof.Dr. Nezir AKYEŞİLMEN

Konya-2022

ETİK BEYAN SAYFASI

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü **Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;**

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. (2022)

Kadriye Kayatürk

(Yüksek Lisans Tezi)

Kadriye Kayatürk

KONYA SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Ocak 2022

**AVRUPA BİRLİĞİ (AB) ÜLKELERİNDE RADYO VE TELEVİZYON YAYIN
HİZMETLERİ DENETİM MEKANİZMALARI**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetleri bağlamında denetim mekanizmaları incelenerek, yapılan denetleyici ve düzenleyici işlemlerin Türkiye’deki Yayın Hizmetlerinin düzenlenmesinde ve denetlenmesinde alınan tedbirlerle kıyaslanmasını sağlamaktır. Ayrıca Türkiye ve diğer ülkelerdeki Sosyal Medyaya ilişkin alınan tedbirleri kıyaslamak ve eksikleri belirleyerek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemi ile birlikte betimleme ve açıklama yönteminin kullanıldığı ve literatürün tarandığı bu çalışmada, Avrupa Birliği Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Kurulları ve Denetim faaliyetleri, seçilen sekiz Avrupa ülkesi (Almanya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İspanya ve İtalya) üzerinden radyo ve televizyon üst kurullarının kuruluş ve işleyişi incelenecektir. Ayrıca Sosyal Medya Görsel ve İşitsel Medya bağlamında değerlendirilerek, sosyal medya alanında yapılmış olan yasal düzenlemeler ve denetim tedbirleri güncel olarak Almanya, Avusturya, Fransa ve Türkiye’nin Sosyal Medya alanında almış olduğu tedbirler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, RTÜK, Sosyal Medya Yasası, Sosyal Medya Denetimi

Sayfa Sayısı: 73

Tez Danışmanı: Prof.Dr. Nezir AKYEŞİLMEN

(MA Thesis)
Kadriye KAYATÜRK

KONYA SELÇUK UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
September, 2019

**SUPERVISION MECHANISM OF RADIO AND TELEVISION BROADCAST
SERVICES IN EUROPEAN UNION (EU) COUNTRIES**

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the control mechanisms in the context of Radio and television broadcasting in the European Union countries and to compare the inspections and regulatory authorities with the measures taken in the regulation and supervision of broadcasting in Turkey. The study also aims to contribute to the literature by comparing the measures taken regarding social media in Turkey and other countries and also identifying the shortcomings.

In this study, using the qualitative research methods such as description, explanation, and scanning the literature, the formation and the auditing activities of broadcasting councils were examined in selected countries of the European Union (Germany, Belgium, Denmark, Finland, France, Spain and Italy). In addition, social media as assessed in the context of visual and audio media, the legal regulations and control measures in the field were examined on the basis of current measures of Germany, Austria, France and Turkey.

Key Words: European Union, Radio and Television Broadcasting, RTÜK, Social Media Law, Social Media Audit

Number of pages: 73

Scientific director: Prof.Dr. Nezir AKYEŞİLMEN

İÇİNDEKİLER

AVRUPA BİRLİĞİ (AB) ÜLKELERİNDE RADYO VE TELEVİZYON YAYIN HİZMETLERİ DENETİM MEKANİZMALARI	III
ÖZET	III
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER	V
GİRİŞ	1
1. ARAŞTIRMANIN AMACI	3
2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	3
3. ARAŞTIRMANIN SORUNSAI	4
3. VARSAYIMLAR (SAYITLILAR)	4
4. SINIRLILIKLAR	5
5. YÖNTEM	5
6. TEZİN AKIŞI	6
BİRİNCİ BÖLÜM : 1. AVRUPA BİRLİĞİ (AB) DENETİM MEKANİZMASI : KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HUKUKİ - İDARİ YAPI	7
<i>1.1. Avrupa Birliği'nin Ortaya Çıkışı</i>	<i>7</i>
<i>1.2. Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikaları</i>	<i>8</i>
1.2.1. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (Television without Frontiers Directive)	10
1.2.2. MEDIA Programları	11
1.2.3. Avrupa Kültürüne Destek Veren Diğer Medya Programları	12
1.2.4. Avrupa Birliği Medya Politikalarında RTÜK	13
<i>1.3. Avrupa Birliği Medya Politikasına Dair Kavramlar</i>	<i>13</i>
1.3.1. Medya Politikasında Yöndeşme	14
1.3.2. Medya Politikasında Yoğunlaşma	15
1.3.3. Medya Politikasında Pazarlaşma ve Ticarileşme	16
1.3.4. Medya Politikasında Serbestleşme	16
İKİNCİ BÖLÜM: 2. AB ÜLKELERİNDE RADYO VE TELEVİZYON KURULLARI VE DENETİM FAALİYETLERİ	18
<i>2.1. Medyada Denetim Mekanizması</i>	<i>18</i>
2.1.1. Denetim Mekanizmasında İfade Hürriyeti	20
2.1.2. Kitle İletişimi	24
2.1.3. Denetim Mekanizmasında Kitle İletişim Hürriyeti	27
<i>2.2. Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi</i>	<i>28</i>

2.2.1. Radyo Yayıncılığı	28
2.2.2. Televizyon Yayıncılığı	29
2.2.3. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı	32
2.3. <i>Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Denetleme Süreçleri</i>	33
2.3.1. Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Kurumsal Denetim ve Yargı Denetimi	34
2.3.2. Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Özdenetim ve Ortak Denetim	36
2.3.2.1. Özdenetim Mekanizması	38
2.3.2.2. Ortak Denetim Mekanizması	41
2.3.3. Kamu ve Özel Sektör Yayın Kuruluşları Denetimi	43
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: 3. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULLARI DÜZENLEYİCİ, DENETLEYİCİ VE İZİN VERİCİ KURULUŞLAR: ÜLKE ÖRNEKLERİ	45
3.1. <i>Avrupa Ülke Örneklerinde Düzenleyici, Denetleyici, İzin Verici Kuruluşlar</i>	45
3.1.1. Almanya	46
3.1.2. Belçika	48
3.1.3. Danimarka	50
3.1.4. Finlandiya	50
3.1.5. Fransa	51
3.1.6. İspanya	52
3.1.7. İtalya	53
3.2. <i>Sosyal Medyanın “Görsel ve İşitsel Medya” Bağlamında Değerlendirilmesi ve Bu Alandaki Güncel Süreçler-Düzenleme ve Denetim Tedbirleri</i>	54
3.2.1. Almanya	57
3.2.2. Avusturya	58
3.2.3. Fransa	59
3.2.4. Türkiye	59
3.3. <i>Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Denetimi</i>	60
SONUÇ VE ÖNERİLER	65
KAYNAKÇA	68

GİRİŞ

Avrupa’da tarihsel arka planı 18. yüzyıla kadar uzanan birleşme hareketi 9 Mayıs 1950 tarihinde Schuman Deklarasyonu ile eylem aşamasına gelmiş, bu teşebbüs 18 Nisan 1951 tarihinde imzalanan Paris anlaşması ile Avrupa Kömür Çelik Topluluğu’nun kurulmasıyla resmiyete dökülmüştür. Başlangıçta altı ülkeden oluşan bu oluşum (Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg) günümüzde zaman içerisinde artan üye ülke sayısı ile (27 üye) genişleyerek ortak bir payda oluşturmuş, ekonomik, sosyal ve siyasal bütünlük sağlama amacı taşımıştır (Dinan, 2008: 74). İlk zamanlarda ekonomik ve ticari işbirliği amacıyla biraraya gelen bu devletler zamanla içerisinde sosyal, kültürel ve siyasal boyutlar da dahil eden bir ortak akıl etrafında bir araya gelme ihtiyacı gözeterek 1957 yılında Roma Anlaşmasını imzalamış ve bu anlaşma ile birlikte Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun temelleri atılmıştır. Bu bütünleşmede ortak geliştirilen söylem ve politikalar, taraf devletleri bağlayıcı hüküm ve esaslar, imza altına alınan anlaşmalar ile bir koordinasyon sağlanmıştır.

“Ortak Avrupa” ideası 14. yüzyıla dayanan ve başını tarihçiler, filozoflar, ünlü seyyah ve gezginlerin çektiği bir gelecek ideali olarak zaman zaman dile getirilmiş olmakla beraber gerek siyasi durum, gerek Avrupa ülkelerinin hem kendi aralarında hem müttefikleriyle olan ve süregelen mücadeleleri nedeniyle sekteye uğramıştır. Ortak menfaatler ve ülkelerin kendi aralarında yaptıkları kanlı savaşlar, 1. Dünya Savaşı ve sonrasına sirayet eden karamsar tablo bu ülkelerin bir entegrasyonu inşa sürecine girmelerini ve ulusal çıkarlarını koruma dürtüsü ile ortak bir ekonomik-siyasi söylem temeline dayanan bir oluşum kurma fikrine zemin hazırlanmasına yol açmıştır. Ülkelerin kendi aralarında yaşanacak uzlaşmazlıkları giderebilme adına hareket edecek bir örgütlenmeye ihtiyaç duyulması fikri 2. Dünya Savaşı sonrasında iyice belirgin hale gelmeye başlamıştır. Avrupa’da kalıcı bir barış oluşturmak, Fransa-Almanya arasında yaşanan krizi bertaraf etmek ve en önemlisi ortak çelik-kömür ürtemini sağlayarak kurulması öngörülen bir örgütlenmenin denetimine teslim etmek motivasyonu ile Schuman Planı devreye girmiştir. Eski Milletler Cemiyeti Genel Sekreteri Jean Monnet’in tasarısına dayanan Schuman deklarasyonu neticesinde 6 ülkeden oluşan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu temelleri atılmıştır. 1951 yılında, Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda’dan müteşekkil bu örgütlenmenin başına da Jean Monnet getirilmiştir (“Avrupa Birliği’nin Tarihçesi,” 2021).

Savaşların ve uluslararası çekişmelerin en önemli argümanları olan kömür ve çelik artık bir barış aracı olarak kabul edilmiş, aynı zamanda üye ülkeler egemenliklerinin bir kısmını ulusüstü sayılan bu yeni yönetim mekanizmasına devretmiştir. 1957’de Avrupa Ekonomi Topluluğu, 1958’de Avrupa Atom Enerjisi Kurumu gibi oluşumların kurulması ve akabinde 1965 yılında imzalanan Füzyon (Birleşme) Anlaşması ile adı geçen üç topluluk tek çatı altında isimlendirilmiş ve Avrupa Toplulukları olarak anılmaya başlamıştır. 1993 yılında yürürlüğe giren Maastricht Anlaşması ile genişlemesini büyük ölçüde sağlamış olan Avrupa Toplulukları, bir birlik oluşturmuş ve Avrupa Birliği olarak nitelenen bu yapı; ortak para birimi kullanımı, Avrupa vatandaşlığı, adalet, içişleri ve dışişleri ile güvenlik alanlarında ortak politika oluşturma konusunda mutabakata varmıştır.

İletişim araçlarının ortaya çıkması ve bu konuda daha önce birçok alanda işbirliği ile mutabakata imza atmış Avrupa ülkeleri hızlı gelişen dünya nizamına ayak uydurma gayesiyle bu alanı da önemsemiştir. Avrupa Birliği kuruluşunda atıfta bulunduğu “halklar arasında artan birlik” ilkesi gereğince medya alanında da ortak menfaatler doğrultusunda bir politika üretmiştir. Görsel-işitsel medya politikası ve mevzuatı geliştirilmiş, taraf ülkelerin her konuda olduğu gibi bu alanda da haklarının korunması ve denetimlerinin etkinleştirilmesi hedeflenmiştir (Steinberger, 2009:1-9).

Devletlerin siyaset ve ekonomiden bağımsız bir şekilde, denetlemeye esas alanları kamu otoritesinin müdahalelerinden ayrı olarak veya özerk hale getirilerek düzenleme-denetleme faaliyetini mümkün kılan unsurlar olarak işlev kazandırdığı düzenleyici ve denetleyici kurullar birçok faaliyetin incelenmesi hususunda ana faktördür. Bankacılık ve finans sektörü, rekabet ve rekabete dayalı alanların denetimi, internet ve veri güvenliği, kişisel verilerin korunması ile enerji piyasasındaki faaliyetler gibi alanların yanı sıra radyo ve televizyon yayıncılığı da düzenleyici ve denetleyici kurul oluşturulan esas konu başlıklarından birisidir. Yayıncılığın temel esasları, uygun görüldüğü takdirde lisans verilmesi, yayıncılık alanında uyulması gereken kurallar ve bahse konu yayıncılara uygulanacak olan yaptırımlar, radyo ve televizyon üst kurullarının asli odak noktasıdır.

Dünya’da yayıncılığın yayılmasıyla birlikte, ülkeler radyo ve televizyon yayıncılığını yaygın olarak kullanmaktadır. Yaygın olarak kullanılan radyo ve televizyon yayınlarında birçok farklı yapıda "düzenleyici, izin verici ve denetleyici" kuruluşlara

sahiptirler. Özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde radyo ve televizyon yayın hizmetleri bağlamında denetim mekanizmaları bulunmaktadır. Radyo ve televizyonların sahip oldukları bu farklı kuruluşlar; radyo ve televizyonlara yayın izni ve lisans verilmesi, Avrupa Birliği ülkelerinin mevzuatlarına uygunluğunun denetlenmesi, yayınlara lisans verilmesi, programların denetlenmesi ve kuralların belirlenmesi gibi yetkileri elinde bulundurmaktadır. Bununla birlikte, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında hizmet veren bu kuruluşların olmadığı ve radyo ve televizyon yayıncılığı hizmetlerinin devletin kendi eliyle yürütüldüğü Avrupa Birliği ülkeleri de mevcuttur. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ülkemizde kurulan ilk denetleyici ve düzenleyici kurumdur.

Nitel araştırma yöntemiyle birlikte betimleme ve açıklama yönteminin kullanıldığı ve literatürünün tarandığı bu çalışmada, Almanya, İtalya, Fransa ve diğer Avrupa Birliği ülkelerinde radyo ve televizyon yayın hizmetleri bağlamında denetim mekanizmasında görev yapan düzenleyici, izin verici ve denetleyici kuruluşlar incelenmeye çalışılacaktır.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu tezin öncelikli amacı; Avrupa Birliği ülkelerinde Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetleri bağlamında denetim mekanizmaları incelenerek, yapılan denetim ve düzenleyici işlemlerin Türkiye'deki Yayın Hizmetlerinin düzenlenmesinde ve denetlenmesindeki alınan tedbirlerle kıyaslanmasını sağlamaktır. Ayrıca Türkiye ve diğer ülkelerdeki sosyal medyaya ilişkin alınan tedbirleri kıyaslamak ve eksikleri belirleyerek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu tez çalışması görsel-işitsel medya hizmetlerinin denetimine yoğunlaşan ve yapılan son yasal düzenlemeler çerçevesinde Almanya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İspanya gibi Avrupa Birliği ülkelerinde radyo ve televizyon yayın hizmetlerinin Avrupa Birliği ülkelerinde ne şekilde düzenlendiğini ve şekilde denetlendiğini ortaya koymayı amaçlamaktır.

2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Radyo ve televizyon yayıncılığında içeriğin artması, yapılan yayınların düzenlenmesi ve denetlenmesi konusunda çalışılan yeni çözümler, toplum sağlığı için yeni çalışmaları aramaya teşvik etmiştir. Bu sorunlar dikkate alınarak yapılacak olan bu çalışmada, Türkiye'de yapılacak olan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hizmetlerine ve Sosyal Medya Yasası ile ilgili ileride bu konuda yapılacak olan akademik çalışmalara yol göstermesi konusunda bir öneme sahiptir. Bu alanda yapılmış olan Türkçe çalışma

sayısı oldukça sınırlıdır. Bu tez bu alandaki literatür boşluğunun doldurulmasına katkı sağlayacaktır.

İkincisi, Türkiye’deki lisansüstü çalışmalarda Sosyal Medya Yasası ve denetleyici mekanizmalar konusu oldukça sınırlıdır. Bu tezde Sosyal Medya Yasası üzerine kıyaslamalar yapılarak buradaki verilerin sunulması bu tezin diğer bir önemini oluşturmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN SORUNSAI

İfade özgürlüğü ve dolayısıyla işlevsel bir demokrasi için medya çok önemlidir. Medya demokrasinin olmazsa olmazlarından olan yürütmenin demokratik kamuoyu adına denetimi için çok yararlı bir araçtır. Bu nedenle, özgür ve bağımsız olması demokratik denetim için hayatidir. Fakat medya hem içerik, hem tür hem de üretim açısından zamanla çeşitlenmiş, büyümüş ve yaygınlaşmıştır. Ürettiği içerikler zaman zaman hizmet ettiği demokrasiye ve topluma zararlar da verebilmiştir. Yeni (dijital) medya ile birlikte bu zararlar daha artmıştır. Son yıllarda toplumu bu zararlı içeriklere karşı koruma amaçlı medya denetim mekanizmaları geliştirilmiştir. Avrupa Birliği de bu çerçevede bazı düzenlemeler yapmıştır. Bu kapsamda tezin anasorusu; Avrupa Birliği ülkelerinde Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetleri denetim mekanizmaları nasıl işlemektedir? şeklindedir. Bunun yanında bazı yardımcı sorular da cevaplanmaya çalışılmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır: AB ülkeleri medya denetim mekanizması nın hukuki ve idari çerçevesi nasıldır? Ülkeden ülkeye farklılıklar var mıdır? Yeni medya denetim metotları nelerdir? Türkiye uygulaması nasıldır?

Bu araştırma bu sorular çerçevesinde şekillenmiştir.

3. VARSAYIMLAR (SAYITLILAR)

Radyo ve televizyon yayıncılığında yapılan yayınlar toplumu hem olumlu hem de olumsuz etkileyebilmektedir. Bundan dolayı radyo ve televizyon yayıncılığında denetim mekanizması olan düzenleyici, izin verici ve denetleyici kuruluşlar belirleyici bir unsur olmaktadır. Bu çalışmada Almanya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa ve İspanya gibi Avrupa Birliği ülkelerinde radyo ve televizyon yayın hizmetleri bağlamında denetim mekanizmasında görev yapan düzenleyici, izin verici ve denetleyici kuruluşların incelenmesiyle ortaya çıkan bulguların doğru bir şekilde uygulanmasıyla, Türkiye’deki radyo ve televizyon yayıncılığını denetleme mekanizmalarında olumlu yönde gelişmeler meydana getirecektir. Buradan yola çıkılarak bu araştırma Avrupa Birliği ülkelerinde

Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetleri bağlamında denetim mekanizmaları ve Türkiye dahil olmak üzere sosyal medya üzerinden alınan tedbirleri ve denetleme mekanizmalarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, denetim mekanizmaları daha sağlıklı yayınlar için önemli bir araçtır. Denetim mekanizmaları toplumun barış ve huzurunu sağlamaya katkı sağlar. Denetim mekanizmaları evrensel hukuka uygun yapılmazsa kolayca sansüre neden olabilir. Denetim mekanizmaları da denetime açık olursa daha yararlı olur.

4. SINIRLILIKLAR

Bu tez çalışması sadece Avrupa Birliği ülkelerinin radyo ve televizyon yayın hizmetleriyle sınırlıdır. Sinema, yazılı-basılı yayınlar vb. faktörler çalışma dışında tutulmuştur. Çalışmanın Avrupa Birliği ülkeleriyle sınırlandırılması araştırmanın bir diğer sınırlılığını ortaya koymaktadır. Sosyal medyanın “Görsel ve İşitsel Medya” bağlamında değerlendirilmesi ve bu alandaki güncel süreçler ele alınmıştır. Düzenleme ve denetim tedbirleri kapsamında ise, yine Avrupa Birliğinden Almanya, Avusturya ve Fransa seçilmiş, amaçsal olarak da bu düzenlemelerle kıyaslanması için Türkiye seçilmiştir.

5. YÖNTEM

Bu çalışmada öncelikle literatür taraması kullanılmıştır. Literatür taraması; araştırılan konuda araştırmacı, uygulayıcıların ve diğer düşünürlerin ürettikleri bilgilerin bulunması, sentezlenmesi ve değerlendirilmesi ile mevcut durumun öğrenilmesi için yürütülen sistematik bir süreçtir (Booth, Papaionnou ve Sutton, 2012 aktaran. Karasar, 2017). Çalışmada literatür taraması yönteminin seçilmesi, konuyla ilgili çok fazla çalışma olmaması ve yapılacak olan çalışmada rehberlik niteliği taşımayı amaçlamasıdır. Bu doğrultuda, literatür taramasında elde edilen veriler çerçevesinde birincil (*primary*) ve ikincil (*secondary*) nitelikteki kaynakların kullanılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda kitaplar, makaleler, internet kaynakları, sözleşmeler, mahkeme kararları, antlaşmalar gibi başlıca kaynaklar bu tezin literatürünün oluşturulmasında kullanılmaktadır.

Tezde sık sık kıyaslama, belge analizi ve örneklemelere de yer verilmiştir. Nitel veriye dayalı bir araştırma olmakla birlikte, gerektiğinde nicel veriler kullanılmıştır.

Denetim mekanizmasının kavramsal, hukuki ve idari çerçevesi tartışıldıktan sonra AB ülkeleri mekanizmaları değerlendirilmiştir.

6. TEZİN AKIŞI

Tezin birinci bölümünde, Avrupa Birliği başlığı altında Avrupa Birliği kavram ve tanımı, Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel politikaları ve Avrupa Birliği medya politikasına dair kavramlar incelenmektedir.

Tezin ikinci bölümünde Avrupa Birliği ülkelerinde Radyo ve Televizyon Kurulları ve Denetim Faaliyetleri başlığı altında, Medyada Denetim Mekanizması, Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi ve Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Denetlemesi gibi mekanizmalar analiz edilmektedir.

Tezin son bölümünde ise bir önceki bölümde elde edilenler ışığında, Radyo ve Televizyon Üst Kurulları Düzenleyici, Denetleyici ve İzin Verici Kuruluşlar başlığı altında ele alınmıştır. Bu kapsamda Avrupa ülke örneklerinde düzenleyici, denetleyici, izin verici kuruluşlar içerisinde Almanya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İspanya ve İtalya incelenecektir. Sosyal medyanın “Görsel ve İşitsel Medya” bağlamında değerlendirilmesi ve bu alandaki güncel süreçler-düzenleme ve denetim tedbirleri kapsamında ise Almanya, Avusturya, Fransa ve Türkiye’de yapılan düzenlemeler analiz edilecektir. Bununla birlikte, Türkiye’de radyo ve televizyon yayıncılığının denetimi analiziyle sonuca geçilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM :

1. AVRUPA BİRLİĞİ (AB) DENETİM MEKANİZMASI : KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HUKUKİ - İDARİ YAPI

Bu bölümde genel olarak Avrupa Birliği ve üye devletlerin seçilmiş medya yayıncılığı denetim mekanizmasının hukuki, idari altyapısı ve kavramları incelenecektir.

1.1. Avrupa Birliği'nin Ortaya Çıkışı

Avrupa Birliği kavramını ele almadan önce hiç şüphesiz bu kavramın temelini oluşturan aidiyet ve kimlik meselesine tarihsel açıdan bakmakta fayda vardır. Avrupalılık kimliği ve Avrupa'nın gerçek coğrafi tanımı üzerine süregelen tartışmalar her daim ilgi konusu olmuştur. M.S. 2. yüzyılda Don Nehri-Akdeniz arasında sınırlanan Avrupa tanımı, Ortaçağ'da yerini "Hristiyan ülkesi" betimlemesine bırakmıştır (Yurdusev, 1997: 31-3). Sömürgecilik dönemi, sanayi devrimi ve güçlenen ulus devletle birlikte Avrupalılık kimlik arayışları devam etmiştir. Almanya'nın güçlenmesi, Fransa ile rekabeti ve 1. Dünya Savaşı sonrası kıtadaki belirsizlik ve çalkantılı dönem ve onu takip eden 2. Dünya Savaşı'nın Avrupa kıtasında neden olduğu tahribat düne kadar sadece Doğu-Batı ayrımı yapmaya yarayan ve bir anlamda edebi-kültürel ayrışmaya referans olarak gösterilen "Avrupalılık" meselesine yeni bir bakış açısı getirmeyi elzem kılmıştır.

Kıtanın tekrar canlanması, ekonomik çıkarların ortak ele alınması gereken yeni bir düzen kurulması kaçınılmaz olmuştur. yeni bir "Avrupa İdeali" etrafında birlik oluşturma gayesi, temel motivasyon olarak Almanya'nın ivme kazanan büyüme hızı, Fransa ve İngiltere'nin bu ortamda ortaya koyduğu siyasi tavır ve daha birçok gelişme Schuman deklarasyonuna zemin hazırlamıştır. Bu deklarasyon, referansını Jean Monnet'ten alan ve altı ülkenin hem kömür-çelik üretimini ortak bir "üst kurum" gözetiminde sağlamak hem de ulus üstü bir oluşuma ait bir yönetsel topluluk öngörüsü taşımaktadır. Nitekim ilk olarak Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) ile başlayan Avrupa Topluluğu'nun oluşum serüveni Roma Anlaşması (1957) ile kurulan Avrupa Ekonomi Topluluğu (AET) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu ile üçlü bir birlikteliği sağlamıştır. Bu birliktelik daha sonra 1965 yılında imzalanan Füzyon (Birleşme) anlaşması ile tek bir çatı altında toplanmış, peşpeşe yaşanan genişleme dalgaları ile giderek büyümüştür. Avrupa Tek Senedi (1986), Maastricht Anlaşması (1992), Lizbon Anlaşması (2007) ile tarih boyunca tatbik edilmesi planlanan Avrupa Birliği'nin önemli kilometre taşlarını meydana getirmiştir. Tarih boyunca bir kimlik arayışı içinde ortak bir payda etrafında bir araya gelme arzusu zaman zaman ortaya atılan Avrupa bazen Osmanlı etkisiyle, bazen Fransa-Almanya rekabeti, savaşlar, yeni pazar arayışları, ülkeler arası münasebetlerin

değişkenliği, hak ve özgürlükler, ortak menfaatler ve daha bir çok dış etkenin de devreye girmesiyle tarih boyunca birkaç deneme sonrasında 2. Dünya Savaşından sonra bir araya gelmeyi başarmıştır. İlk başlarda din eksenli, felsefi ve doğu-batı ayrımını direkt belirtmek amacıyla kurulan “Avrupalılık” üst kimliği daha sonraları kurumsal bir hüviyet kazanmıştır.

Taraf ülkeler arasında ekonomik ve parasal birliğin kurulması, üye ülke halklarının istifade edeceği Avrupa vatandaşlığı, Avrupa güvenliğini sağlayacak demokrasi ve insan hakları gibi ortak değerleri savunacak bir ortak dış ve güvenlik politikasının meydana getirilmesi, birliğin iç güvenliğini sağlamak üzere hukuk ve işlerinde işbirliğinin sağlanması gibi maddelerden oluşan Maastricht Anlaşması ve Kopenhag Anlaşması günümüz AB’nin temeli mahiyetindedir. Bu anlaşmaları sonraki süreçte Amsterdam Anlaşması ve Nice Anlaşması takip etti. 2002 yılında 12 üye ülke Euro para birimini benimsedi, 2007 yılında Lizbon Anlaşması imzalandı. Hukuki ve idari yetkileriyle ulus üstü kabul edilen AB, üye ülkeleri bağlayan birçok alanda düzenlemeye yapmaktadır. Medya alanı bu düzenleme yapılan alanlardan biridir.

1.2. Avrupa Birliği’nin Görsel-İşitsel Politikaları

Çeşitli ülkelerdeki radyo ve televizyon yayıncılığı ele alındığında her ülkede farklı yapılarda oluşturulmuş düzenleyici, izin verici, denetleyici kuruluşların olduğu görülmektedir. Bu kuruluşların temel işlevleri ve mevzuatları ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte genel olarak yayın faaliyetlerinin mevzuata uygunluğu, radyo ve televizyonlara lisans izni verilmesi, programların denetimi, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında kurallar getirilmesi ile kamu yayıncılığı yapan kuruluşların yönetimlerinin belirlenmesi esasına dayanmaktadır. AB mevzuatının temel dayanağını oluşturan Roma Anlaşması’nda görsel ve işitsel alana doğrudan değinilmemiştir. Başlangıç aşamasında temel motivasyon ekonomik ve siyasi çıkarları korumak ve üye ülkelerin bu konudaki hareketliliğini düzenlemektir. Bununla birlikte televizyon yayınlarına hizmetlerin serbest dolaşımı bölümünde değinilmiştir. Daha sonra üye ülkelerce kabul edilen Maastricht Anlaşması’nın 128. maddesi ise doğrudan kültür ve işitsel-görsel alanla ilgili olarak düzenlenmiştir. Bu anlaşmaya göre AT’nin üye ülkelerin sahip olduğu kültürel mirasına dikkat ederek ulusal ve bölgesel çeşitliliklere saygı çerçevesinde yaygınlaşmasına katkıda bulunmak, bu konuda uzman örgütlerle işbirliği yapılmasını sağlamak gibi misyon yüklenmesi hedeflenmiştir. 1950 sonrası oluşum sürecine giren bu birlik sadece üye ülkelerle sınırlanmayan aksine kıtayı meydana getiren

tüm ülkelerde ortak bir ulusal medya çatısı oluşturmak ve bu ulusları biraraya getirmeyi hedeflemiştir. Bu konuda hükümetler arasındaki ilk çalışma 1976 yılında başlamıştır. Bu konuyla alakalı ortaya çıkan ilk referans noktası ise medyanın demokrasiyi güçlendirmesi anlamında vazgeçilmez bir argüman olarak ele alınmasıdır.

1987 yılında görsel ve işitsel medya alanında yapılan çalışmalar ayrı bir alan olarak ele alınmış, bu alanda ise Avrupalı kimliğini benimsetme amacıyla hareket edilmiştir. Ancak medyanın kendine has en temel özelliği olan “çok seslilik ve çok kültürlülük” medyanın tek elden yönetilmesi veya bir başka deyişle ortak bir “Avrupa Medyası” kültürü oluşturmayı zorlaştırdığı için metod değişikliğine gidilmiş ve “çok kültürlülüğü” korumaya yönelik bir anlayış benimsenmiştir. Ülkelerin dil, tarih ve kültürden kaynaklı farklılıkları, televizyon izleme alışkanlıkları ve kendilerine hitap eden içeriklerin değişiklik arz etmesi de bir diğer konu olarak o dönemde masaya yatırılmıştır. Zira ülkelerin bazılarının sinema, bazılarının futbol, dizi, haber izleme alışkanlıkları ilk başta ele alınan tek merkezli yapının kurulmasını engelleyen en önemli handikaplardan biri olmuştur. 1990 sonrası ortaya konan yeni medya anlayışı ise ekonomik kaygılarla dizayn edilerek bu konuda başat rol üstlenen ABD ve Japon medya devlerinin karşısına çıkmıştır. Fakat bu devlerle mücadele ister istemez endüstrileşme kaygısı gütmesi hasebiyle topluluğun temel kuruluş kriterleri olan demokratik gelenek, yurttaşlık, kamusal alan gibi noktalarda tezat oluşturmaktadır (Gencel Bek, 2002:87).

Avrupa’da medya sahipliği anlamında tıpkı Türkiye’de olduğu gibi ikili bir yapı söz konusudur; kamu hizmeti yayıncılığı ve özel (ticari sahiplik). Eskiden bütün Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığı daha yaygın iken günümüzde ise durum tam tersine dönmüştür, bir çok ülkede yayıncılık özel teşebbüsler eliyle sağlanırken kamu hizmeti yayıncılığının bu noktada azaldığı görülmüştür. Bu konuyla alakalı eleştiriler 1984 sonrasında yüksek sesle dile getirilmeye başlanmış, medya pazarlarının serbestleşmesiyle birlikte yetersiz yasal düzenlemelerden faydalanan müteşebbisler eliyle medya organları tek elde toplanmaya başlanmıştır. Her ne kadar Avrupa içinde bu konuyla alakalı tenkitler çokça yapılsa da yani kültürel çeşitliliğin korunması ve çoğunluğu tehdit eden yapılanmaya izin verilmemesi gerektiği görüşü öne çıksa da bu konuda Avrupa Konseyi’nin açıklamaları yetersiz kalmıştır. Bilahare tam da bu eleştirilerin yoğunlaştığı ve eleştirilerin had safhaya vardığı süreçte Murdoch ve Berlusconi gibi isimlerin medyada çoğunlukcu yapıları tek elde tutmaya başladıkları ve medyayı tekelleştirdikleri görülmüş,

bu durum da çoğulcu yaklaşım ve çok sesliliğin yaygınlaştırılması hususunda bir handikap olarak değerlendirilmiştir.

Ticarileşme ile birlikte medyada yaşanan bu bariz değişiklik kamu hizmeti yapan kurumların zayıflamasına yol açmıştır. Bu noktada benzer durumun yaşandığı Türkiye’de özel televizyon yayıncılığı faaliyetlerinin başlamasından sonra yaşanan süreçte TRT’nin rolünün azalması, bununla birlikte misyon edindiği yayın ilkeleri dışına çıkan özel teşebbüslerin izledikleri farklı yayın anlayışı Avrupa’da yaşanan durumun bir benzeri olarak değerlendirilebilir. Kamu yayıncılığı yapan kuruluşlar, özel medya teşebbüslerinin başını çektiği bu değişim ve dönüşüm hareketine karşı ayakta durmaya çalışmıştır. Avrupa medyası 1980’lere kadar devletten ve özel sektörden bağımsız bir şekilde izleyici kitlesine hitap edecek farklı ve zengin içerikleri sunma gayreti göstermiştir. İngiliz Devlet Televizyonu BBC ve Türkiye devlet televizyonu TRT bu bakış açısı ile yayın anlayışını sürdürmektedir.

Avrupa Birliği’nde görsel ve işitsel politikalar iki temel kaynağa dayanır, bunlardan ilki; Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (Television without Frontiers Directive) bir diğeri ise MEDIA programları olarak adlandırılmaktadır.

1.2.1. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (Television without Frontiers Directive)

1989 yılında onaylanan 7 ana bölüm ve 27 maddeden oluşan Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi, 1997 ve 2007 yıllarında güncellenen bir bildiriye esas alır. Bu bildiri aslında üye ülkelerin ortak pazar politikalarına uygunluk zemininde tek bir görsel-işitsel medya alanı yaratmayı ilke edinen iki farklı komisyon raporu doğrultusunda hazırlanmıştır. Raporun ilk maddesi Avrupa TV programının oluşumu ikincisi uydu ve kablo yayıncılığını esas alan bir pazar kurulmasına yönelik Sınırsız Televizyon olarak da isimlendirilen Yeşil Kitap’tır. Temel prensipler arasında reklamcılık alanıyla ilgili olan kısımlarında süre sınırlandırmaları, sigara ve tütün mamülleri reklamlarının prime-time kuşağı olarak adlandırılan yaygın ve özel bölümlerde yer almaması, sponsorluk ve reklam desteklerinin yayın ilkeleri ve bağımsız yayıncılık ilkelerini etkilememesi gibi kurallar yer alır. Bunun yanısıra çok kültürlülük ve farklı milletlerin oluşturduğu karma yapıya zarar vermeyecek içerikler üretilmesi, ırk, cinsiyet, din ya da millet kavramlarını olumsuz etkilemeyecek unsurlar barındırma, ürün yerleştirmelerde dikkatli ve seçici davranılması da yine bu kapsamda ortaya konan diğer kurallar olarak karşımıza çıkar. 2007 yılında

güncellenen Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi, Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi olarak değiştirilerek iki ayrı esasa dayandırılmıştır. Yeni direktif televizyon yayınları ve talep edilmesi durumunda sunulan hizmetler olarak kapsam değişikliğine gitmiş, buna göre üye ülkelerin medya hizmet sağlayıcılarıyla bilgi alma konusunda ulaşılabilirliği daha etkin kılınmıştır.

2000 yılında European Investment Bank (EIB) Grubu olarak bilinen Avrupa Yatırım Bankası ve Avrupa Yatırım Fonu'ndan müteşekkil oluşum yeni bir yol haritası belirlemiştir. Yenilik 2000 görsel-işitsel adı verilen bu yeni alt program, rekabetçi ortamda yeniliklere karşı ayakta durmaları ve teknolojik gelişmeleri takip edebilmeleri amacıyla Avrupa film endüstrisine finansal ürün ve bütçe desteği sunmuştur. Schlesinger, Philip (2001).

1.2.2. MEDIA Programları

MEDIA Programı ayrıca proje geliştirme ve ortaya konan ürünlerin uluslararası dağıtım noktasında da işlevsel bir hale getirilmiştir. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi ile birlikte MEDIA Programı, Avrupa'daki yayın endüstrisinin rekabet ortamında daha iyi pazarlama yapabilmesi ve daha amaca yönelik hareket etmesi konusunda planlamalar sağlamıştır. MEDIA I Programı 1990-1995 yıllarını, MEDIA II Programı ise 1996-2000 yıllarını kapsamaktadır. Bu programlar tamamlandıktan sonra ise Aralık 2000-2005 yıllarını kapsayan MEDIA Plus program hayata geçirilmiştir. Bu program hem eğitim hem de görsel-işitsel içeriklerin gelişim, dağıtım ve promosyon süreçlerini kapsamına almıştır. Dil ve kültür çeşitliliğini desteklemek, yapıtların dolaşımını sağlamak, Avrupa mirasınının gelişimine katkı sunmak, kapasite olarak kısıtlı olan bölgelerde ise kapasite arttırımına gitmek ve teknolojik imkanlar konusunda yenilikçi bir anlayışla hareket etmelerinin önünü açmayı hedeflemiştir. Program, üye devletlerin yanı sıra aralarında Türkiye'nin de yer aldığı Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'ni imzalayan diğer bazı ülkelere de açık tutulmuştur. Aynı dönemde açık tutulan MEDIA Plus Eğitim Programı da bu alandaki profesyonellerin mesleki gelişimi noktasında destekler sunmuş, online eğitim başta olmak üzere sektördeki tüm girişimciler arasında işbirliği, yenilikçi öğrenmeye yöntemlerine erişim, düşük yapım kapasitesine sahip bölgelerde ise ulaşılabilirlik ve küçük-orta ölçekli girişimcilerin teşvik edilmesini ilke edinmiştir.

1.2.3. Avrupa Kültürüne Destek Veren Diğer Medya Programları

Avrupa Birliğinde’de Avrupa kültürüne destek veren diğer medya programlarına baktığımızda ise;

- Küçük ülkelerin senaristlerine destek veren SCRIPT (European script fund)
- Düşük bütçeli film dağıtımını destekleyen EFDO (European Film Distribution Office)
- Kısıtlı alanlarda medya çalışanlarına eğitim desteği sunan EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs)
- Avrupa kültürel farklılığını koruma amacıyla kurulan SCALE (Small Countries Improve Their Audiovisual Level in Europe)
- Avrupa’da az kullanılan diller için alt yazı ve dublaj desteği sunan BABEL (Broadcasting Across the Barriers of European Languages)
- Televizyon pazarını büyütme ve genişlemeyi amaçlayan EUREKA
- Avrupa’da film ve televizyon programlarının üretimini desteklemek için kurulan fon olarak da bilinen EUROIMAGES sayılabilir. Türkiye’nin de 1990 yılında üye olduğu bu program ülkemizde yerli filmlerin uluslararası işbirliğine açılması ve dışarda alıcı bulmasına olanak sağlamıştır, aynı faydayı üye ülkelerin sinema ve televizyon sektörü de görmüştür.

Yine Avrupa Konseyi’ne üye ülke hükümetleri temsilcileri yönetiminde kurulan ve Avrupa Topluluğuna üye ülkelerin de katılımını öngören (Türkiye’yi RTÜK temsil etmiştir) Kitle İletişimi Yürütme komitesi kurulmuş, bu komite;

- Medya Alanında Hukuk Uzmanları Komitesi
- Resmi Bilgilere Ulaşma Uzmanlar Komitesi
- Medya Yogunlaşmaları ve Çoğulculuk Uzmanlar Komitesi
- Yeni İletişim Teknolojilerinin İnsan Hakları ve Demokratik Değerler Üzerine Etkileri Uzmanlar Komitesi
- Basın Özgürlüğü ve İnsan Hakları Uzmanlar Grubu • Kamu Hizmeti Yayıncılığı Uzmanlar Grubu
- Görsel İşitsel Sektörde Çok Taraflı Ortak Yapımların Anlaşmaları Uzmanlar Grubu

- Ses ve Görsel İşitsel Korsanlık Alanında Çalışma Grubu olmak üzere 7 alt komisyon oluşturmuştur. Kitle İletişimi Yürütme Komitesi bu alt komisyonların raporları doğrultusunda medya çalışmalarını düzenlemek, hukuki metinleri oluşturmak ve bir sonraki dönemi planlamak üzere çalışır (Pekman, 1997, s.100).

1.2.4. Avrupa Birliği Medya Politikalarında RTÜK

Avrupa Birliği Medya Politikaları bu doğrultuda şekillenirken Türkiye’de radyo ve televizyon hukuku ile alakalı ilk adımlar 1924 yılında 406 Sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu ile atılmıştır. Genç cumhuriyetin kuruluşundan hemen sonra atılan bu adımla o dönemlerde özellikle 2. Dünya Savaşı öncesi adeta büyük bir öngörü ile Türk Telsiz Telefon A.Ş.’i kurulmuş, bu oluşumda İş Bankası, Anadolu Ajansı da yerlerini almışlardır. Ancak bu girişim 1936 yılında akamete uğrayarak ruhsat iptal edilmiş ve radyo istasyonları PTT Genel Müdürlüğü’ne devredilmiştir. Türkiye’de Cumhuriyet’in kurulmasından 1990’lı yıllara gelinen süreçte devlet eliyle kontrol edilen bir radyo-televizyon yayıncılığı anlayışı benimsenmiş, yine 1993 yılında bir anayasa değişikliği yapılan kadar bu durum devam etmiştir. 1961 Anayasası’nın 121. maddesi uyarınca da 1963 yılında radyo ve televizyon istasyonları kurma ve işletme hakkı TRT’ye verilmiştir. Ancak yukarda bahsi geçen kamu hizmeti yayıncılığı anlayışına bir türlü oturtulması mümkün olmamış her ne kadar devlet yayıncılığından kamu hizmetine evrilmesi amaçlansa da TRT’nin özerk yapısının sağlanamaması bunun en önemli nedeni olmuştur.

1.3. Avrupa Birliği Medya Politikasına Dair Kavramlar

Üye ülkelerde görsel-işitsel medyada düzenleme yetkisi hususunda iki ayrı model benimsenmiştir. Lisanslama, ara bağlantı, erişim, fiyat kontrolü, frekans ve numaralandırmada bazı ülkelerde özerk bir kurum veya ajans yetkilendirilirken, söz gelimi Portekiz’de aynı kurum frekans dışındaki işlemlere müdahil olmakta, diğer ülkelerde ise ilgili kurumlar yetkilerini bakanlıklarla paylaşmaktadır. Fakat burda şöyle bir handikap oluşmakta; bazı ülkelerde yetki ve erişim, sorumluluk ve denetim gibi alanlarda farklı prosedürler ve işleyişler gerçekleşebilmektedir (COM, 2002, s.18 -19).

1987 yılında yayımlanan bir rapor olan “Yeşil Kitap”, telekomünikasyon piyasasında uyum ve rekabeti teşvik etmektedir. Rekabet, işletme ve düzenleme faaliyetlerinin AB Anlaşmasına uygunluğu, faaliyetlerin birbirinden ayrılması gibi kriterleri esas almıştır. 1998 yılında kabul edilen Avrupa Birliği düzenleyici çerçevesi ise

tek bir telekomünikasyon pazarı oluşturulması fikriyle ortaya çıkmıştır. Böylelikle birbirini takip eden süreçlerde 1998-2000 yılları arasında kademeli olarak telekomünikasyon pazarının neredeyse tamamı serbest hale gelmiştir. Çerçevenin temel hükümlerinden ilki piyasanın eşitlikçi düzenlenmesini sağlayan liberalizasyon hükmü, diğeri de tek bir piyasanın oluşturularak devamlılığını sağlayan hükümler olmak üzere iki esas kritere dayandırılmıştır. İkinci hüküm olan uyumlaştırma maddesinin temelinde üç ayrı amaç gözetilmekte olup bunlar;

- Evrensel hizmet anlayışı ile kullanıcı haklarını koruyarak, işletmecilerin serbest pazar oluşturmaya olanak sağlamak, lisanlama işlemlerini işletmecilere kolaylaştırma, liberal pazarda tüketici ve kullanıcıların korunması, frekans numaralandırma kaynakları ile erişimin güvence altına alınması,
- Telekomünikasyon sinyallerinin iletimini düzenlemek ve iç pazara yönelik daha genel amaçları gerçekleştirmek,
- Tv sinyallerinin iletimini gerçekleştirmek olarak tanımlanmıştır.

1.3.1. Medya Politikasında Yöndeşme

Yöndeşme kelimesi “converge” ve “-ence” birleşiminden meydana gelen, birlikte yönlendirme, bir araya gelme eğilimleri olarak tanımlanabilecek “convergent” kelimesinden türetilmiştir. İletişim teknolojilerindeki değişimle birlikte esasında biyolojik bir terim olarak kullanılan bu kelime 1960 sonrası telefon sistemlerinin sayısal yapıya dönüşmesi ve optik iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla beraber bu alanda da sıklıkla kullanılmıştır (Ayten, 2014, s. 93-120). Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU)’tarafından yapılan tanımlamada yöndeşme kavramı şöyle tanımlanır; geçmişte ayrı teknoloji, (entegre eden), teknolojik, hukuki, pazara ilişkin ya da düzenleyici kapasitedir (International Telecommunication Union, 1999: 2). Bu iki tanıma ek olarak OECD Yöndeşme kavramını; her bir hizmet kolunun belirli bir şebeke üzerinden verildiği bir yapıdan tüm iletişim hizmetlerinin sorunsuz bir şekilde farklı platformlardan interaktif bir şekilde verilmesine, evrilmesine olanak sağlayan bir evrilme süreci olarak tanımlar (OECD, 2007). Bilgisayar, görsel işitsel medya, telekomünikasyon gibi sektörlerin, teknolojik ve ekonomik olarak birleşmesi, yeni ürünler ve hizmetler yaratma amacı taşıyan yöndeşme kavramı, 1970 yıllarında başlamış ise de asıl gelişimini 1990 sonrasında televizyon yayıncılığı ve internette yaşanan değişime borçludur. Yöndeşmenin kendi içindeki dinamiklerinin yeni iletişim teknolojilerinin ortaya

ıkmasına zemin hazırladığı düşüncesini savunanlar olduğu gibi bunun teknik bir anlamdan ziyade ekonomik bir kavram olduğunu düşünenler de vardır. Netice itibariyle yöndeşme farklı bir çok teknolojinin tek bir teknoloji üzerinden kullanılmasını sağlıyor diyebiliriz. Henry Jenkins'e göre yöndeşmenin 5 farklı türü vardır (Jenkins, 2006). Bunlar sırasıyla;

- Teknolojik Yöndeşme: Kelime, ses ve görüntülerin dijital tekonolojiye evrilmesi.
- Ekonomik Yöndeşme: Eğlence Endüstrisinin birçok faaliyet konusunda tek elden organizasyon yapması.
- Sosyal Yöndeşme: Kullanıcının zihin ve düşünce dünyasıyla doğrudan ilgili olan ve medyayı da bu sürece dahil eden interaktif süreç.
- Kültürel Yöndeşme: Katılımcı halk kültürünün oluşmasını amaçlar ve teşvik eder.
- Küresel Yöndeşme: Medya kültürünün farklı ülke kültürleriyle entegrasyonu neticesinde ortaya çıkan yeni ürün.

AB'nin yöndeşme politikası, telekomünikasyon politikasının gelişimi ile doğrudan ilintilidir. Telekomünikasyon politikalarının 90'lı yıllarda Avrupa otoritesi kontrolünde olmasıyla üye ülkelerin yayıncılık için denetim düzenlemelerini daha esaslı bir şekilde ele almaya mecbur bırakmış, bunu da yeni yöndeşen iletişim teknolojilerinin bir parçası olarak gerçekleştirdiğine dair ortak bir kanaat oluşturmuştur. İletişim teknolojilerinde karşı konulmaz gelişme ve ilerlemeler neticesinde bilgisayar, telekomünikasyon, görsel ve işitsel tüm ürünler ekonomik ve teknolojik olarak biraraya gelmiştir. Teknoloji sayesinde de uluslararası dolaşımda sıkıntı yaşamamıştır. ABD rekabeti AB ülkelerine farklı bir motivasyon yüklemiş, küresel pazarda kısıtlayıcı kurallardan uzak durulmaya çalışılmış, liberal pazar ihtiyaçlarını kendileri kurmak istemişlerdir. Özellikle birlik içindeki bazı ülkelerin bu konuda takındıkları tekil hareket tavrı çoğulculuk politikasını sekteye uğratmıştır (Bek, 2003). Ayrıca büyük medya gruplarının lobi çabaları, üye ülkelerin medya üzerinde sürekli kontrol sağlama çalışmaları bu alanda düzenlemeler yapılmasına olanak sağlamamıştır.

1.3.2. Medya Politikasında Yoğunlaşma

Yoğunlaşma, sahiplik kavramının bir ya da birkaç kişi elinde toplanması olarak adlandırılabilir, medya alanında ise medya kuruluşlarının bir veya birden fazla kişinin kontrolünde olması şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanıma her ne kadar medyanın

tekelleşmesini çağrıştırıyor olsa da aslında tam bu noktada yoğunlaşma sermaye sahipliğine ek olarak fikir, siyasi söylem, izlenme gibi kriterlere sahiplik ile ayrılır. Dünya ölçeğinde medya sahipliği aile, devlet, yaygın sahiplik ve çalışan sahipliği şeklinde dağılım göstermektedir (Darendeli, 2007).

Yoğunlaşma türlerine bakıldığında aynı sermaye sahiplerinin bağımsız yayın organlarını elinde bulundurması ile oluşan yatay yoğunlaşma, yayıncılar, program üreticileri, dağıtıcılar arasında gerçekleşen sermaye ve sahiplik bütünleşmesi olarak bilinen dikey yoğunlaşma, farklı medya alanları ve başka alanlarda aynı sermaye sahipliğini esas alan çapraz yoğunlaşma şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Avşar, 2004, s. 87-112).

Medya sahipliği cihetinde bakıldığında bazı ülkelerde bu alanda önemli düzenlemeler yapıldığı da görülmektedir. Amerika'da Federal İletişim Komisyonu FCC medya sahipliği kurallarını düzenler. Fransa tüzel kişilerin medya sermayesinin %49'undan çoğunda pay sahibi olmasını kısıtlarken, İngiltere Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC) ve İletişim ofisi (OFCOM) aracılığı ile Channel 3 ve Channel 5 hak sahiplikleri ile bunların oranları noktasında kuralları sağlar, Almanya bu konuda genel rekabet yasası kurallarına göre hareket eder, İspanya % 49 hak sahipliği payında esnek davranırken 2'den fazla lisans almaya sınırlama getirir, İtalya Gasparri düzenlemesi ile daha katı ve köklü değişikliklere gitmiş olup söz gelimi birden fazla televizyonu olanların yazılı kaynaklara sahipliğini sınırlandırmaktadır.

1.3.3. Medya Politikasında Pazarlaşma ve Ticarileşme

Avrupa komisyonu tarafından uygulanan iletişim politikalarının en önemli temellerinden biri olarak değerlendirilen pazarlaşma, politika tartışmalarında başat rol almıştır. Şirket kontrolündeki iletişim sektörü için olumlu yaklaşılan bu durum kamu çıkarı açısından endişe ile takip edilmiştir. İçinde bulunduğumuz yüzyılda Avrupa medyasının temel motivasyonu arındırılmış yayıncılık anlayışının en zengin içeriklerle standardı yükseltilmiş bir anlayışla sunulması olmuştur. Avrupa Konseyi 1984 yılında tartışmalı ancak takdirle karşılanan bir hamle yaparak ticari yayıncıların alanını genişleten, bir anlamda çeşitlilik, özgürlükçü bir yayın anlayışı ve bunu destekleyen bazı adımlar atmıştır.

1.3.4. Medya Politikasında Serbestleşme

Haberleşme hizmetleri ve gereçleri için ortak pazar oluşturma fikrinin Yeşil Kitap'ta vurgulanması ve kabul görmesiyle başlayan süreçte 1988 yılında ilkin haberleşme terminalleri pazarı rekabete açılmış daha sonra ise uydu gereçlerine dair

hükümler mevcut yönergeye eklenmiştir. Süreç 1994 yılında uydu haberleşmesi, radyo ve televizyon yayıncılığı ile genişletilmiş, 1996 yılında ise kablolu televizyon yayınları ve mobil haberleşme dahil edilmiştir. Bilgi toplumu kavramı 1994 yılından sonra sesli bir şekilde dile getirilmeye başlanmış, Avrupa haberleşme pazarının oluşturulması çalışmaları hız kazanmıştır. Mobil Gsm ve uydu haberleşmelerinin standartlaştırılarak uyumlaştırılması ve devamında Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu ve Yatırım Bankası aracılığı ile de Treans-Avrupa haberleşme ağı çalışmalarına başlanmıştır (İKV, 2007).

Piyasaların serbestleştirilmesi bağlamında telekomünikasyon işletmelerinin pazarı genişletmesi, rekabetin artırılması suretiyle tüketiciye sunulan hizmetlerin çeşitlendirilmesi de bu süreçte önemsenmiştir. Telefon dışındaki hizmetler 1990'da, uydu hizmetleri de 1994 yılında liberalleştirilmiştir. 1999 yılında görülen lüzum üzerine telekomünikasyon hizmetlerinin kablolu televizyon şebekesi üzerinden sunulmasıyla alakalı kısıtlamalar düzenlenerek rekabetçi anlayış güçlendirilmiştir. 1998-2001 yılındaki çeşitli düzenlemelerle birlikte nihayet liberalleşme süreci tüm ülkelere sağlanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM:

2. AB ÜLKELERİNDE RADYO VE TELEVİZYON KURULLARI VE DENETİM FAALİYETLERİ

Haberleşme araçlarının insanlar ve toplumlar üzerindeki etkileri ve bu etkilerin ortaya çıkardığı durumlar büyük önem arz etmektedir. Özellikle ifade özgürlüğü bağlamında “ifade hürriyeti” ve yayıncılık anlamında “özgürlükçü” anlayış benimsenmesi yönünde adımlar atılsa da tarihsel süreçte bu konuda bazı devletlerin yayıncılık faaliyetlerine doğrudan ve dolaylı denetimi söz konusu olmuş, kontrol altında tutma refleksi olarak zaman zaman müdahalelerde bulunmaktan da kaçınılmamıştır. Toplumların ve bireylerin temel hak ve hürriyetleri arasında yer alan haberleşme ve ifade hürriyeti kavramlarının hukuksal zeminde güvence altına alınması hususu ulusal ve uluslararası anlaşmalarla da teminat altına alınmıştır. Burada esas dikkat edilmesi gereken husus ifade hürriyeti veya iletişim hürriyetinin kullanımında ne tam serbestiyet ne de kısıtlamanın kabul edilmemesi, çocuk ve gençlerin korunması, toplumsal hayatın, milli güvenlik ve kamu güvenliği gibi kritik meselelerin de bu serbestiyetten azade bir şekilde denetlenmesi meselesidir. Zira mevzuatlardaki bu sınırlandırmalar “kısıtlama ve mahrum etmeye yönelik değil” bilakis düzenlemeye yönelik olarak ele alınmak durumundadır. Söz gelimi Türkiye’nin taraf olduğu AB anlaşmaları çerçevesinde üyelik müzakerelerinin başlaması ile birlikte 2011 yılında yürürlüğe giren 6112 sayılı kanun gereği yayıncılık için “hizmet” tabiri kullanılması suretiyle yayın faaliyetlerinde bulunan kuruluşların “hizmet sağlayıcı” olarak kabul görmesi, bu kavramın tek başına yayıncılık faaliyetini tanımlamadığını daha geniş bir şekilde ifadeyle “toplumu ilgilendiren bir faaliyet olarak” ele alınmasını öngörmüştür.

2.1. Medyada Denetim Mekanizması

Medya sektöründe hizmet sağlayıcıların öngörülen bu yayıncılık faaliyetleri ve ortaya koydukları çalışmaların mevzuata uygunluğu hususunda denetim faaliyetlerinin etkili olması gerekmektedir. Bu etkinlik salt toplumsal ve sosyal boyutu yanında yayıncılık faaliyetlerinin ifade ve yayıncılık hürriyeti noktasında bireylerin hak ve özgürlük alanlarını işgal etmeden ancak söz konusu bazı sınırların da korunması temelinde hissedilebilir olmalıdır. Denetim mekanizması kamu yönetimi sistemine dahil edilen önemli bir argümandır. Türk Dil Kurumu denetim kavramını “Bir görevin usulüne uygun yapılıp yapılmadığına ilişkin yapılan araştırma” olarak tanımlar (TDK, 2005). Bunun dışında “olması gereken ve olan arasındaki karşılaştırma” olarak yorumlanan

başka bir tanım da yine denetim kavramı için kullanılmaktadır (Atay, 1999, s. 20). Denetim mekanizmasının amacı yapılan işin uygunluğunu araştırma, usule aykırı iş veya işlem veyahut kamu zararı veya aksaklıkların tespiti, yorumlanması, buna zemin hazırlayan nedenlerin ortaya çıkarılması ve bununla alakalı tekrar yaşanmaması üzere alınması gereken tedbirlerin incelenmesi gibi sorumluluk alanlarını içerir. Denetim mekanizmaları incelendiğinde “İç denetim ve dış denetim” olarak iki uygulama ortaya çıkar.

İç denetimde;

- İdarenin iş ve işlemlerinin yargı ve yasama erki tarafından denetlenmesinin yanı sıra dışardan denetçiler eliyle denetlenmesini içeren idari denetim,
- Kurum içinde üstlerin astları denetlemesi olarak tanımlanan hiyerarşik denetim,
- Merkezi idarenin yerinden yönetim anlayışı ile yaptığı vesayetçi denetim,
- Kurum ve kuruluşların bünyelerinde barındırdığı ilgili birimlerce gelir gider tablolarının incelenmesi yoluyla gerçekleştirdiği mali denetim,
- Kurum ve kuruluşlarda çalışanların verimliliği ve iş akışının değerlendirildiği performans denetimi,
- Kuruluşun kendi kendini denetlemesi olarak tanımlanan özdenetim şeklinde gruplandırmak mümkündür.

Dış denetim ise;

- Seçimle işbaşına gelen kişi veya yönetimler tarafından yapılan ve siyasi sonuçlar doğuran siyasi denetim,
- Kamu idaresinin mali karar ve işlemlerini konu edinen mali denetim,
- Zaman zaman yaşanan olası aksaklıkların çözülmesi amacıyla idari ve adli yargı eliyle yürütülen yargı denetimi,
- Türkiye’de Kamu Denetçiliği Kurumu’nun 2013 yılında kurulması sonrası uygulanmaya başlanan Ombudsman denetimi,
- İdarenin zaman zaman halk tarafından demokratik teamüller çerçevesinde tepki ile karşılaştığı kamuoyu denetimi,

- İç hukuk yollarının tükenmesi durumunda bağımsız ve bir üst mahkeme olarak kabul gören uluslararası denetim şeklinde tanımlanmaktadır (Cankaya ve Batur Yamaner, 2012, s.28).

Radyo ve Televizyon kurullarının denetim faaliyetlerine değinmeden önce denetime müzahir iki önemli kavramı incelemek gerekmektedir. Bunlar ifade hürriyeti ve kitle haberleşme hürriyetidir.

2.1.1. Denetim Mekanizmasında İfade Hürriyeti

İfade Hürriyeti, kişinin zihin dünyasında beliren düşüncelerin belli evrelerden geçtikten sonra düşünce aşamasından çıkıp dile getirme noktasına geldiğinde bununla alakalı dile getirme veya getirmeme serbestisi olarak tanımlanır. Başka bir deyişle ifade hürriyeti demokratik toplumlarda kişilerin en doğal hakları olan ve yasalarca güvence altına alınan düşünce ve ifade özgürlüğü bağlamında herhangi bir toplum, sosyal, ekonomik, siyasal, ailevi, duygusal hasılı hayatın her alanında herhangi bir olgu veya olay karşısında öncelikle insan olmanın gereği olarak yani insanları diğer canlılardan ayıran en temel özelliği çerçevesinde zihin dünyasında şekillendirdiği düşüncesini yine kişilik haklarına zarar gelmeyecek ve getirmeyecek şekilde, yasaların kendisine çizdiği sınırları da göz önünde bulundurmak kaydı ile dışa vurması noktasında kendini rahat hissetmesi ve bunu dile getirme evresinde hür iradesiyle karar vermesidir. İfade hürriyeti fikir sahibini ilgilendirdiği kadar fikrin ulaştığı muhataplarını da ilgilendirir. Bu karşılıklı etkileşim durumu aslında demokratik ve özgürlükçü toplumların gelişim süreçlerinde olumlu değerlendirilecek en önemli argümanlardandır (Cankaya ve Batur Yamaner, 2012, s.3).

Gerek İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi gerek Avrupa Konseyi tarafından 1952 yılında yürürlüğe koyulan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ayırt etmeksizin herkesin fikir ve düşünce hürriyetine sahip olduğunu ve bu durumdan dolayı haklarının güvence altında olduğunu taahhüt etmekte, aynı zamanda bununla alakalı sınırlandırmaların kabul edilemeyeceğine vurgu yapmaktadır. Anayasa Mahkemesi E:1963/16, K:1963/83 dosya numaralı ve 08.04.1963 tarihli kararında ifade hürriyeti için özetle;

Düşünce ve kanaat hürriyeti insanların en tabii hakkıdır. Herkes istediği gibi düşünmekte ve inanmakta serbesttir. Kişinin iç alemi her türlü kanunun dışındadır. Ancak, kişinin iç âleminde kaldığı sürece mutlak ve sınırsız olan düşünce ve kanaat hürriyeti, toplum hayatını ilgilendirdiği andan itibaren hukukun ve kanunun sahasına girer ve toplumsal yaşamın gerektirdiği bazı kayıtlamalara bağlanabilir.

İnsanların toplum halinde yaşayabilmeleri ancak toplum hayatının bazı esaslara ve kurallara bağlanması ile mümkündür... (İlal, 1986, s. 64)

şeklinde bir tanım getirmekte ve ifade hürriyetini “düşünce ve düşünceyi açıklama hürriyeti” olarak bir bütün halinde ele almaktadır. İfade hürriyeti bağlamında öncelikle kişilerin bilgi edinme ve haber alma hürriyeti, düşünce hürriyeti, düşünceyi ifade etme hürriyeti olarak üç temel esasa dayandırılır. Bunlardan bilgi edinme ve haber alma hürriyetinin en önemli kaynağı şüphesiz kitle iletişim araçlarıdır. Toplum açısından haber alma hakkını bir tarafta tutarsak yayıncılık faaliyetleri yürütenlerin de yaptıkları yayıncılık faaliyetlerinin ifade hürriyeti kapsamında değerlendirileceği de muhakkaktır. Günümüzde ifade hürriyeti kitle iletişim araçlarında doğrudan sağlanmakta ve bu alanda şüphesiz devlet eliyle gerek düşünce özgürlüğünün güvence altına alınması gerek düşüncenin sağlıklı ilerlemesi noktasında yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı yasal düzenlemelerin sağlıklı ve özgürlükçü ifade hürriyetinin doğasına aykırı müdahalede bulunulmaması ve dengenin gözetilmesidir. Zira düşünceler kişiler tarafından toplanan, derlenen, özümseyen bilgilerin beyinde bazı aşamalardan geçirilmesiyle oluşur ve bu süreçlerin kısıtlanması toplumda düşüncelerin, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını engeller.

Öte yandan ifade hürriyetinin final aşaması olarak kabul edilen düşünce hürriyeti insanların en değerli ürünüdür, zira insan hayatına yön veren ve toplumsal hayata katkı sunması beklenen düşünce hürriyeti demokratik ve uzlaşmacı, hoşgörü sahibi toplumlar için bir kazanç sayılmaktadır. Düşünceyi açıklama hürriyeti de kişilerin düşüncelerini ve görüşlerini serbestçe açıklaması özgürlüğüdür. İfade hürriyeti düşünceyi açıklama hürriyeti ile gerçekleşir (Okumuş, 2006, s.32-33). İfade hürriyeti sağlanmadan başka haklardan söz etmek gerçekçi olmaz. Ayrıca düşünceyi dile getirmeden o düşüncenin toplumsal fayda getirip getirmeyeceği bilinmediğinden ve yine kişinin düşüncesinin zaten kişiye ait olduğu, en temek hakkı olduğu, bu hakkın dokunulmaz, devredilmez, müdahale edilmez olduğu gerçekliğinden yola çıkarak ancak dışı vurumu neticesinde bir anlam kazanacağı söylenebilir. Yani bir düşünce ifade edilmeden sadece kişinin kendisinde kalır ve bunu ifade hürriyeti ile dile getirme ortamı oluşmamış ise düşünce hürriyetinden bahsetmek gereksiz olur. Anayasada sayılan; basın hürriyeti, haberleşme hürriyeti, bilim ve sanat hürriyeti, din ve vicdan hürriyeti gibi hürriyetlerin temelini ifade hürriyeti

oluşturmaktadır. Bu anlamda, ifade hürriyeti, önce asli temel bir hürriyettir ve diğer hürriyetlerin çoğu bu hürriyet sağlanmadıkça var olamaz (Dönmezer, 1976, s.27).

AİHM, düşünce özgürlüğüne dikkat çekmek amacıyla ilk kararını bu yönde vermiştir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi içtihatında “Düşünceyi açıklama özgürlüğü bireylerin ve toplumun ilerlemesi için önemli ve gerekli bir haktır. Bu özgürlük bilgi ve fikir düzeyinde olan, farklılık oluşturmeyen ya da saldırgan olmayan düşüncelere değil aynı zamanda saldırgan, devleti veya nüfusu rahatsız edici düzeyde olan düşüncelere de tanınmalıdır. Çoğulculuk, açık fikirlilik demokratik toplumların vazgeçilmezidir” diyerek düşüncenin ifade edilmesine daha esnek bir şekilde hak tanımıştır (Bilen, 2010).

Ulusal ve uluslararası belgelerde ifade hürriyetinin tanımları genişçe yer bulmuş, bunun sağlanması hususu ile alakalı yasal çerçeve belirlenmiştir. Ülkemizde 1876 yılında Kanun-i Esasi ile başlayan ilk süreçte ifade hürriyetine yer verilmemiş olmakla birlikte kişi özgürlüğü ve dokunulmazlığı, din ve ibadet özgürlüğü, kanun dairesinde ticarete, sanatta ve tarımda ortaklık kurabilme hakkı, dilekçe hakkı, eğitim hakkı, devlet memuriyetine girebilme hakkı, herkesin gücü oranında vergi ödemesi, mal ve mülk güvenliği konut dokunulmazlığı, müsadere ve angarya yasağı, kanunsuz vergi alınmaması ve kanun dairesinde basın hürriyeti düzenlenmiştir. Yine ilginç bir şekilde aynı kanunda 12. maddede basın özgürlüğüne atıf yapılan “matbuat kanun dairesinde azadedir” ifadesiyle daha sonra eklenen “hiçbir teftiş ve muayeneye tabi tutulmaz” cümlesiyle de sansür önlenmiştir. 1921 ve 1924 anayasalarına bakıldığında ise 1921 anayasasının nisbeten konjonktür gereği otorite tahakkümünde olması hasebiyle özgürlük ve ifade hürriyetine atıf yapmamakla birlikte 1924 anayasasında basın özgürlüğü ve düşünce özgürlüğüne değinilmiştir.

1961 Anayasası ise hak ve özgürlüklerin sağlanması hususunda daha geniş hak ve yetkileri sağlamakla kalmamış aynı zamanda 2. maddede “insan haklarına dayanan devlet” tanımı ile siyasal rejimin de dönüşüme uğradığını göstermiştir (Özbudun, 2002, s.102).

1971 Anayasasında ise kısmen sınırlandırmaya gidilmiş, düşünce özgürlüğü de hak ve özgürlüklerin hem sınırlandırılması hem de kötüye kullanımı ile alakalı bir tavır ortaya konmuştur.

1982 Anayasasının 25. maddesinde; düşünce ve kanaat hürriyeti, 26. maddede; düşünceyi açıklama hürriyeti ve ikinci bölümde ise; kişinin hakları ve hürriyetlerine değinilmiştir. Düşüncenin açıklanmaya zorlanmaması, düşüncenin kınanmaması ve düşünceden dolayı suçlanmaması gibi esaslara dayanan 25. maddede aynı zamanda bu

düşüncelerle şekillenen basın özgürlüğü, sanat özgürlüğü ve din ve vicdan hürriyeti gibi temel haklar eşleştirilmiştir (Canoruç, 2010, s.330).

26. maddede yer alan Düşünceyi Açıklama ve Yayma Hürriyeti ile alakalı bölümde ifadenin herhangi bir yolla dışa vurumu ve bu bağlamda otoritenin izni veya denetiminden bağımsız olduğuna yer vermekle beraber aynı zamanda bu yaymanın başka yollarla da olabileceğinin anayasal güvence altına alınması bir bakıma görsel-ışitsel medyanın da yayım yoluyla ifade etmelerine salık vermektedir. Yine aynı maddede yer alan hükme göre milli güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, devletin sırlarının güvenliği, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması gibi bazı hususlarda sınırlandırma getirmekte, bununla birlikte genel ahlaka aykırı kavramını ise bu kriterlere dahil etmemektedir. Ancak 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, taraf olduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin genel ahlaka sınırlama tanınması sebebiyle Radyo, Televizyon ve veri yayıncılığının ilkelerine “genel ahlaka aykırı olmaması” ilkesini dahil ederek “Anayasaya, temel hak ve özgürlüklere, milli güvenliğe, genel ahlaka uygun kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde” yapılmasını öngörür. Her hak ve hürriyetin doğasına uygun olarak kağıt üzerinde yazılı olmasa bile bazı sınırları mevcuttur. Yani 26. maddede yer alan ilkeleri korumak kaydı ile yapılacak sınırlandırmalar ifade hürriyetinin doğal yapısına zarar vermeyecek şekilde ölçülü olmak durumundadır.

Uluslararası belgelerde ise ifade hürriyetinin daha geniş kapsamlı olduğu ve Avrupa'da özellikle Ortaçağ'dan kalma baskıcı, otoriter zihniyetin dönüşümünü tam olarak toplum geneline yayma amaçlı çok önemli değişiklikler peşpeşe yapılmış, Avrupa'da gerek topluluğa üye devletler gerek kıta coğrafyasında yer alan ülkelerin ortak ve evrensel bir genel kabul üzere mutabık kalması amaçlanmıştır. Batılı toplumların temel hak ve özgürlüklerle bireysel haklarını güvence altına alma çabalarından evvel Amerika 3. Başkanı Jeferson döneminde yürürlüğe konulan 1776 tarihli Virginia Haklar Bildirisi basın özgürlüğünü savunmakta ve hükümetler dışında bunun sınırlandırılmayacağını belirtmektedir (Yazıcı, 2008, s. 34). Avrupa'da 1948 yılında kabul edilen Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nde ise 19. maddede kişilerin fikir ve ifade özgürlüğüne sahip olduğu, bu haklarını herhangi bir sınırlama mevzu bahis olmaksızın her türlü vasıta ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkının olduğunu açıkça belirtilmiştir.

Avrupa Konseyine üye ülkelerce 1953'te yürürlüğe alınan “İnsan Haklarının ve Temel Hürriyetlerin Korunmasına Dair Avrupa Sözleşmesi ise sivil ve siyasal hakları içermekte, bireylere ve devletlere hak ihlalleri iddialarının giderilmesini taahhüt

etmektedir. Mutlak bir özgürlük düşüncesinden söz etmemekle beraber 10. Maddede düşünce özgürlüğü, kanaat özgürlüğü, haber alma, haber verme ve yayma özgürlüğü birlikte telafuz edilirken gerekli görülen bazı durumlarda sınırlandırmaların olabileceğini de ifade etmektedir. Tabi bu noktada Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nden doğan hakları gereği düşünce özgürlüğünün ihlal edildiğini düşünen bireylerin sözleşmenin koruma mekanizmasından kaynaklı haksız tutumların giderilmesini istemesine olanak tanımaktadır. 10. maddede bir kısım sınırlamalar yer almasına rağmen başvurular neticesinde özgürlükleri koruyucu bir çok karar alınmıştır. Sadece yazılı değil aynı zamanda görsel basına da değinilen 10. maddede ifadeyi iletmek için kullanılan tüm araç ve argümanların güvence sistemine dahil olduğu, iletilen bilginin muhtevasının siyasi, kültürel, ticari vs her alanda olabileceği belirtilmiştir (Bıçak, 2002, s.398).

BM Genel Kurulu tarafından 1990 tarihinde yürürlüğe konulan Çocuk Hakları Sözleşmesi, çocukların kendilerini ilgilendiren tüm konularda ifade özgürlüğüne sahip olduğunu belirterek, taraf ülkelerin bu durumu güvence altında tutmasını istemiştir. Sözleşme yine çocukların her türlü düşünce ve fikirlerini yine istedikleri mecralar vasıtası ile elde etme ve verebilmesini düzenlerken bir taraftan da kamu düzeni, kamu sağlığı, genel ahlaka vurgu yaparak bazı sınırlandırmaların konu edilebileceğini söyler.

Daha önce geniş bir şekilde bahsettiğimiz Avrupa Birliği Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi 1984'te taraf devletlerin imzasına sunulmuş, 1994 yılında kanun hükmünde yürürlüğe konulmuştur. Bahse konu sözleşme; ifade ve haber alma özgürlüğünü, İnsan Hakları Sözleşmesi 10. maddesine dayanarak toplumun ilerlemesini, demokratik toplumun vazgeçilmezlerinden olduğunu, kişilerin gelişmelerinin temel koşutu olduğunu vurgular. Aynı sözleşmenin 4. maddesi de bu duruma atıfta bulunarak taraf ülkelerin çoğulcu, demokratik, katılımcı bir yaklaşımı benimseyerek ifade ve haber alma özgürlüğünü güvence altına almalarını istemekte, bu sözleşmeye uygun programların coğrafi kısıtlamalara maruz bırakılmamasını şart koşmaktadır.

2.1.2. Kitle İletişimi

Kitle kavramı esasen çokluk, kalabalık, çoğunluk gibi kavramlarla açıklansa da Fransız ihtilalinden sonra kitlenin ve kitlelilik kavramının diğer pek çok kavram gibi tanımlanma noktasında karmaşa yaşadığı açıktır. Şöyle ki, politikacı için seçmen kitlesi, gazete için okuyucu kesim, marka için müşterileri kitle olarak sayılabilir. Bu tanımdan hareketle denilebilir ki, kitle; toplumun kalabalığı içinde fert olarak kaybolmuş ancak grup olarak belli bir zümreyi, topluluğu veya dar kapsamlı bir cemiyeti temsil eder. Bu

noktada kitle iletişi yani kitlenin kendi içinde doğrudan veya dolaylı, içe doğru veya dışa dönük haber alma, haber yayma, bilgi transferi, bilgi aktarımı, düşünce ve ifade hürriyeti gibi tüm hareketliliği içine alan bir olgudan söz etmek mümkün. Kitle kültürüne farklı dönemlerde bazı düşünürlerin yaklaşımları incelendiğinde söz gelimi Ortega'nın nitelik açısından sayıca küçük gruplar olarak tanımladığı kitle için alelade ve sıradan halk sıfatı ilintilemesi, Julien Benda'nın sınıfsal iki ayrı grup üzerinden tanım yaparak toplumu, aydınlar ve onlar tarafından yönetilmeye muhtaç sıradan insanlardan müteşekkil topluluk olarak adlandırması kitle kavramına yönelik olumsuz eleştiriler olarak kabul edilmektedir. Öte yandan Marcuse, kitle iletişim araçları ve hayat standartları üzerinden gerçekleştirilen aksiyonların kitleleri hizaya getirdiği yaklaşımını benimsemekte, Edward Shils ise toplumun farklı katmanlardan oluştuğu tezini ne sürerek kitle toplumu kavramını sanayileşme çerçevesinde değerlendirir ve ona göre; sanayi ve teknik, kitlelerin dönüşümüne katkı sunan en önemli araçlardır. Bu açıklamalardan yola çıkarak kitle kavramının birbirinden bağımsız, heterojen, sınıf ve cinsiyet gibi farklardan değerlendirilen bir nüfus kesimi olduğunu söylemek mümkündür (Erdoğan ve Alemdar, 1990, s. 122-128). Bu minvalde belirli taraflar eliyle önemsenen bu kesimin sanayileşme, kentleşme gibi olgularla kitle halini aldığını ve kitle olma kültürünün ve buna bağlı kitle iletişiminin de böylelikle ortaya çıktığını söyleyebiliriz (Işık, 2000, s. 33). Çok sayıda insan topluluğunu etkileyecek veya popüler deyimle kitlelere ulaşmasını sağlayacak şekilde çeşitli teknik araçlar ve teknolojilerle bilgi ve düşüncelerin aktarılmasına “mass communication yani kitle iletişimi” adı verilmektedir (Sarmaşık, 1990, s. 1). Basın-yayın sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler, radyo ve televizyon yayıncılığının inkar edilmez baskın yönü klasik medya anlayışını bertaraf etmekle kalmayıp aynı zamanda daha geniş bir kavrama ihtiyaç duyulmasını zorunlu kılmıştır. Bu noktada literatürde kısaca “medya” olarak tanımlanan “kitle iletişimi” veya “mass medya” yaygın hale gelmiştir. Günümüzde medya tanımı içerik konusunda daha zengin muhtevaya erişmiş; radyo, televizyon, dergi, mecmua, frekans, uydu, haberleşme, faks, telefon gibi araçlar bu başlık altında konumlandırılmıştır. Kitle iletişim araçlarının bu denli yaygınlaşması ve yoğun kullanımı beraberinde bir ticari hareketliliği de sağlamış, gelişen teknoloji ve rekabet bu alanda hem maliyetleri arttırmış hem de medya sektörünü büyüyen bir ekonomi haline getirmiştir.

Kitle iletişimi, hem kullanılan araçlar hem de yapısal anlamda iletişim kavramıyla farklılıklar arz etmektedir. Hem kitle iletişiminde hem normal iletişimde benzer kavramlar yer almasına ragmen teknik olarak birbirinden ayrılabilir. Bu farklılıklara değinecek olursak öncelikle “Gndericideki Farklılık” ilk ayırt edici özelliktir. Kitle

iletişiminde sender dediğimiz göndericinin mesajı gönderen kurumsal bir aracı veya yayıncı olması gerekmektedir. Yani bir televizyon veya radyo kuruluşu, bir sinema filmi veya kurumu temsilen bir yazar mesajı gönderen kurumsal kimliği temsil eder. ‘’Alıcıda Farklılık (receiver)’’ bir diğer ayırt edici özelliktir. İletişim ve kitle iletişimi arasında belki de en büyük fark burada ortaya çıkar. Kitle iletişiminde alıcı ya izleyici, ya okuyucu olarak karşımıza çıkar, burada esas konu, verilen mesajın hangi araçla olursa olsun haber, dergi, makale, sinema filmi vs. alıcı tarafından alınıp alınmadığı ancak alıcının buna karşı bir reaksiyon göstermesiyle anlaşılabilir. Bunu da mail, telefon gibi geri dönüşlerle (feed back beslemesi), okuyucu temsilcileriyle iletişime geçerek, varsa puanlamaya esas bir mecrada oy vererek, puanlama yaparak gerçekleştirir. Oysa normal iletişimde sender (gönderici) olarak karşıya ilettiğiniz mesaj veya söze karşılık alıcı (receiver) konumundaki muhatabınızın sözlü, jest veya mimiklerle, el-kol işaretleri ile hemen cevaplaması mümkündür. Bu da kitle iletişimi ve iletişim arasındaki en bariz farklılıktır. Ayrıca verilen mesaj da yine kitle iletişiminde çok fazla yer almakta, gündem değiştikçe mesajın içeriği, veriliş şekli, verildiği mecra, mesaja muhatap kitle çok çabuk değişmektedir. Verilen mesajın niteliği de verildiği mecra ile doğrudan bağlantılıdır. Bir mesaj kitle araçları vasıtası ile verildiğinde kitleler bu mesajların doğru, güvenilir ve tarafsız olarak kendilerine aktarıldığı inancıyla o mesaja karşı algılarını açık tutarlar. Ayrıca kitle iletişimde mesajların tek düze değil belli bir düzende ve programlanmış, kurgulanmış bir şekilde gelmesi beklenirken aynı durumun iletişimde olması beklenmez. İletişimde mesajı karşıya yalnızca siz istediğiniz zaman ve belli bir amaca hizmet etmek maksadı ile verirsiniz ve mesaj alıcıya ulaştığı anda güncelliğini kaybeder veya psikolojik eşiklere bağlı olarak alıcı tarafından farklı değerlendirilir. Kitle iletişiminde ise verilen mesajların kısa veya uzun etkisi toplum üzerinde yarattığı heyecan, merak, ilgi ve alaka ile yine toplumu ilgilendiren meseleler ile ilgili aksiyon almalarına olanak verecek şekilde olması öngörülür. Kısacası kitle iletişimi bireyi değil toplumu referans alır, toplumun içindeki farklı bireylere bir yerlerde hazırlanarak sunulan içeriklerle bu faaliyeti yerine getirir. Kitle iletişimi sırasında mesajı alan ve ileten arasında organik bir bağ, dostluk, arkadaşlık vs bulunması beklenemez. Ancak bir takip, abonelik, para ile satın alma, profesyonel araçlarla istifade etme şeklinde bir bağlantı kurulur ve ticari yönü daha ağır basar. Bir mesaj iletme ve alma temeline dayanan ancak insanlık olgusunun ilk çağlardan günümüze evrildiği süreçte hızlı bir dönüşüm yaşayan kitle iletişimi mağara duvarlarına yazılan mesajlar, sesli anlamsız ifadeler, ilk kullanılan kelimeler, ilk yazılan yazı, papirüs, taş tablet, tek sayfalık gazeteler, mecmua, dergi, haftalık ve günlük neşriyatlar, kitaplar

gibi yazılı ve fikre dayalı eserler olarak iletişimin toplumlar arasında sınır ve mesafe gözetilmeksizin aktarımına tarih boyunca yardımcı olmuştur. Coğrafi keşifler, ham maddelere erişim, toplumların tartışmalı da olsa artan refah seviyeleri, I. ve II. Dünya Savaşı süreçleri ve öncesi sonrasında yaşananlar, haberleşme ve istihbari amaçlarla ortaya çıkan ve daha sonra frekanslar, radyo dalgaları, uydu araçları, televizyon, radyo, internet gibi mecralar ile birlikte görsel ve işitsel medya şekillenmiş, günümüz baş döndüren boyutlara ulaşmıştır.

2.1.3. Denetim Mekanizmasında Kitle İletişim Hürriyeti

1980 sonrası teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte kullanım alanı bulan ve genişleyen bir çok hizmet kablolu tv, teletext, internet gibi mecralar iletişim alanını büyük ölçüde dönüştürmüştür. Medya geniş ve birbirinden bağımsız kitlelere aynı zamanda aynı doneleri sunmaya başlamış, kitlelerin boş zaman ve eğlence anlayışını belirlemede başat rol üstlenmiştir. Kitle iletişim araçlarının temel görevleri yavaş yavaş şekillenmiş, öncelikle toplumu bilgilendirme, eğitim, kamuoyu oluşturma, eğlence gibi kitlelerin ihtiyaç duyduğu temel gereksinimleri karşılamak üzere örgütlenmişlerdir. Modern toplumlarda kitle iletişim araçlarının toplum hayatı üzerindeki rolü önemlidir. Özellikle sanayileşmiş, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde yaygın ve organize medya ve bu medyanın kullandığı kitle iletişim araçları siyasetten sanata, spordan, eğlence sektörüne ihtiyaç duyulan bir çok alanda faaliyet göstermekle beraber kitlelerin hayatlarını da şekillendirme noktasında büyük pay sahibidir. Kitlelere ulaşma noktasında kitle iletişim araçlarını kullanan siyaset erki ve yasama-yürütme kurumları, halkın okuduğu, gördüğü, anlamlandırabildiği mesajları bu yolla daha kısa zamanda ve daha geniş bir alanda yaymalarına olanak sağlarken, yine spor faaliyetlerinin görsel-işitsel ve yazılı basında yer alması özellikle uluslararası organizasyonlarda farklı kültürlerin kaynaşması, haberdar olmaları ve bu yolla bağlantı kurması da yine kitle iletişim araçlarının sağladığı bir diğer kolaylık olmuştur. Kitle iletişim araçlarının faaliyet alanlarının tanımladığı iş ve eylemleri yerine getirirken dikkat edilmesi gereken en önemli husus hiç şüphesiz şeffaflık ilkesi ve özgürlükçü anlayış olacaktır. Aksi durumlar otoritenin medyayı baskı aracı olarak kullanması dışında bir işe yaramayacaktır.

Haberleşme veya İletişim Özgürlüğü ile Basın Özgürlüğü kavramları her ne kadar birlikte anılsa da aslında teknik olarak birbirinden ayrıdır. Zira basın özgürlüğü dar anlamda yazılı basın yoluyla serbest yayıncılık anlayışı ile ilgili iken gerek iletişim mecralarının çeşitliliği gerek hitap ettiği alanın daha geniş olması nedeniyle ilk kavramın

kullanımı daha uygun olacaktır. Kitle İletişim Özgürlüğü, kitle iletişim araçları vasıtası ile kişilerin haber alma, haber verme, bilgi edinme gibi temel ihtiyaçlarının sınırlandırmaya tabi olmadan uygulanması olarak tarif edilir. Modern ve çağdaş, demokratik olgunluğa erişmiş ülkelerin radyo ve televizyon mecraları, internet, basın yoluyla insanlara yayın yapma hakkı olduğu gibi insanların da bunlara erişme hakkı olmalıdır. Devletin bu serbestiyeti denetlememek, tamamen serbest hale getirmek, tarafsız olmak ve kısıtlayıcı tedbirler almaması şeklinde bir beklenti elbette yanlış ve işin tabiatına aykırı bir düşüncedir. Nitekim Anayasamızda 28. madde 2. fıkrada açıkça belirtilen şekliyle “Devlet, basın hürriyetini sağlayacak tedbirler alır” ifadesi devletin bu konuda aslında sanılanın aksine önemli bir paydaş olduğuna vurgu yapar. Basın özgürlüğünün yanı sıra aynı maddede yer alan bir diğer önemli mesele haber alma hakkını da içine kapsayan haberleşme özgürlüğünün de sosyal bir hak olarak kabul görmesidir. İletişim özgürlüğü; haber ve düşüncelere serbest ulaşma hakkı, haber ve düşüncayı serbestçe yayma hakkı ve son olarak haber ve düşüncayı serbestçe açıklayabilme hakkını barındırmaktadır.

2.2. Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi

Yayın kelimesi, ses ve görüntü içeriklerinin elektromanyetik dalgalar vasıtası ile vericilerden alıcılara ulaştırılmasıdır. Radyo elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları) enerjisi aracılığı ile bir olayı, bir iletiyi (ses-müzik) topluma ses yolu ile aktaran iletişim araçlarıdır. Bir başka deyişle, kulakla duyulabilecek sinyallerin radyo frekansları aracılığı ile boşlukta yayılması ve bunun sonucunda bu sinyallerin, bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar aracılığı ile toplumu oluşturan bireylere aktarılması radyo yayıncılığını tanımlar. Televizyon ise yine aynı yöntemle yani elektromanyetik dalgalar vasıtası ile sözlü ve görüntülü bir olayı özel araçlar ile hem sesli hem de görsel bir şekilde alıcılarda buluşturur. Aralarında çok bariz bir fark olmasına rağmen buluşları zamanlama açısından çok büyük tarih aralıklarında değil aksine peş peşe gerçekleşmiştir. Tabii olarak ses dalgaları vasıtası ile gerçekleştiği için radyo daha erken icat edilirken televizyon bu seslerin görüntüler eşliğinde verilmesi için icat edilerek toplumun hizmetine sunulmuştur.

2.2.1. Radyo Yayıncılığı

Radyo tekniği ile alakalı ilk buluş sahibi Maxwell 1860 yılında radyo dalgalarını keşfettiğinde radyo yayıncılığının aslında ilk temellerini atmıştır. Elektromanyetik dalgaların ışık hızında ilerlediği yönünde çalışma yapan Maxwell’in bu tezi kuram

aşamasında kalmış daha sonra bu dalgalara ismini de verecek olan Alman Fizikçi Hertz tarafından yapılan deneylerle kanıtlanmış ayrıca yine Hertz tarafından bu dalgaların uygun araçlar yardımı ile radyo dalgalarına dönüştürülebileceği de ortaya konmuştur. İtalyan Marconi ise Hertz'in bu çalışmalarını pratiğe dökerek kademeli olarak radyo dalgalarının iletimini sağlamış ve ilk olarak denizlerde haberleşme için kullanılmıştır. Özellikle Titanic adlı geminin batması hadisesinde radyo telsizlerinin bulunması bu kazada can kaybını minimize edince önemi bir kez daha anlaşılmış, 1906 yılında ise yine Marconi tarafından müzik ve ses iletiminin aktarımı gerçekleştirilmiştir. 1907 yılında Lee De forest tarafından icat edilen boşluk tüpü (Vacuum triod) aslında İngilizlerin daha önce keşfettiği radyo lambalarının ileri versiyonuydu. Radyonun babası sayılan Forest'in bu çalışmada kullandığı teknik daha sonra ünlü markaların bu konuda söz konusu buluş üzerine yenilikçi çalışmalarına da vesile olmuştur. Radyo tekniği buluşu önce denizde daha sonra karada yaygın kullanılmaya başlanmış, ABD ise bu konuda pasif kalmayarak 1910 yılında telsiz haberleşmesi ile alakalı düzenleyici bir yasa çıkarmıştır. 1914 yılında ise Almanya düzenli telsiz haberleşmesine geçmiştir. Bildiğimiz anlamda radyoculuk faaliyetleri ise 1920 sonrası gerçekleşmiş, Amerika'da bir konser ve kısa süreli yayınlar şeklinde de olsa Başkanlık seçimleri ile alakalı içerikler dinleyicilerle paylaşarak günümüz radyo yayıncılığının fiiliyatta ilk örnekleri ortaya konmuştur. 1920'de ABD Pittsburg'da KDKA adlı istasyon ilk sürekli radyo yayını ile 500-2000 dinleyiciye hitap ederek başlamış, sonraki yıllarda radyo istasyon sayıları hızla artmıştır. 1922 yılında İngiltere, Fransa ve Sovyetler Birliği'ne yayılan radyo yayıncılığı daha sonraki yıllarda bir çok ülkede başlamıştır. 1940'lı yıllarda İngiltere, radyo buluşunun deyim yerinde ise kaymağını yiyen ülke olmuştur. Zira BBC savaş dönemlerinde radyo aracılığı ile sahadaki ajanlarına anlık olarak şifreli mesajlar göndererek, ayrıca Almanları yanıltacak kurgu haberler vasıtası ile savaşın seyrini değiştirmiştir. Radyo yayıncılığının ilk dönemleri kısıtlı imkanlar nedeniyle haber alma ve müzik yayını ile devam ederken sonraki süreçlerde radyoda çalışacak kişilerin eğitilmesi ve yetiştirilmesiyle eğitim, kültür programlarıyla zenginleştirilmiştir. Ülkelerin ekonomik durumları iyileştikçe ve iletişim teknolojisinde radyo frekanslarının iletimi ile alakalı araç gereçlerin daha verimli olmaya başlaması ile hem ülkeler arasında radyo şebekeleri sayısı kurulması yaygınlaşmış hem de daha uzak mesafelere iletim yapma kolaylığı sağlanmıştır.

2.2.2. Televizyon Yayıncılığı

Televizyon yayıncılığı ise radyo yayıncılığına göre daha karmaşık süreçlerle başlamış ve bu alandaki ilerlemeler daha ağır seyretmiştir. 1873 yılında Andrew May tarafından keşfedilen ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebilmesi ve yine selenyum maddesinin elektriğe karşı dirençli olduğu süreç televizyon yayıncılığı için ilk adım sayılır. Daha sonraki süreçlerde Alman Nipkow tarafından geliştirilen “döner disk”, bir resmi dönerken tarayabiliyordu. Bu diskin çalışma mantığı daha sonraki dönemlerde geliştirilse de döner diskin ortaya koyduğu görüntüler belli belirsiz çizgilerden oluşmaktaydı. 1936 yılında yapılan denemelerde taranan görüntü ve çizgi sayısı arttıkça daha net görüntü elde edilmiştir. Ancak bu görüntü de yine istenen verimliliği sağlayamamıştır. 1923 yılında Rus Bilim İnsanı Wladimir Zworykin tarafından Amerika Birleşik Devletlerinde, İkenoskop (icenoscope) adı verilen ve elektronik taramada kullanılan araç geliştirilerek elektronik tarama ile ilk görüntü yayını New York-Filadelfiya arasında gerçekleştirilmiştir. 1930 yılında Philo Farnsworth tarafından verici-alıcı arasındaki etkili senkronizasyon mantığından esinlenen buluş, vericiden kaynaklı görüntülerin elektromanyetik dalgalar aracılığı ile alıcılarda daha net izlenmesi üzerine kurgulanmıştı. Elektronik tarama tekniği ile yapılan ilk düzenli yayın 2. Dünya Savaşı öncesi İngiltere’de savaşın başlamasına kadar kesintisiz yapılmış ancak savaş döneminde akamete uğramıştır. Savaş sonrasında ise bu alanda ciddi ilerlemeler yaşanmıştır. 1941 yılında İngiltere’den sonra ABD televizyon yayıncılığına başlamış hatta bu yıllardan önce çalışmalar yapılmış olsa da “tecimsel yayın” olarak bilinen reklam gelirleriyle beslenen yayıncılık anlayışı bu dönemde denenmiş, yayınlarda reklamlara yer verilmiştir. Hatta bu dönemde Federal İletişim Komisyonu olarak adlandırılan FCC, ilk kural koyuculuğunu hayata geçirerek bazı televizyon kanallarının tecimsel bazılarının kamu hizmetinde yayın yapmasını salık vermiştir. Amerika ile her dönem ciddi bir rekabet halinde olan Sovyetler Birliği’nin televizyon yayıncılığı 2. Dünya Savaşı’na kadar sürse de zayıf bir şekilde ilerlemiş, bu işin öncüsü sayılabilecek ciddi çalışmalar yapan Almanya ve Fransa da yine aynı senelerde deneme yayınlarıyla bu sektörde var olduklarını göstermişlerdir. Televizyon dünyasında “ilk” olarak kayıtlara geçen bir çok girişim televizyon yayıncılığı tarihinde yerlerini almış oldu. 1928 yılında dünyanın ilk tv stüdyosu kurulmuş, çizgi film kahramanı “Felix the Cat” ilk televizyon yıldızı olmuş, ilk reklam filmi ABD’de 1930 yılında çekilmiştir. Ayrıca ABD’de Empire State Building tepesinde deneme yayınları yapılmış, Kanada’da ilk televizyon deneme yayını lisansı verilerek Montreal’de yayınlar gerçekleştirilmiş, 1935 yılında Alman televizyonunda tam boy film yayını yapılırken aynı dönemlerde Fransa’da Eyfel Kulesi’nde ilk düzenli yayın gerçekleştirilmiştir. 1940

yılında savaş dönemlerinde CBS tarafından kamera tüpü önünde dönen üç ana renk (mavi, kırmızı, yeşil) disk kullanılarak renkli yayın girişimi gerçekleşti. Savaş dönemi ve artan maliyetler, savaşa giren ölkelerin kısa vadede getirisi mümkün olmayan televizyonculuk ve alıcı üretimi yapma fikrinden uzak durmasına neden oldu, zira maliyetler yüksek, zaman kısıtlı ve geri dönüşümü zor olacağı inancı hakim olmuştu. 1946 yılında kullanılan renkli sistemler, 1947’de NBC tarafından kurulan network ağı ve aynı yıl transistörün icadı televizyon üretimini hızlandırmış ve Kanada bu konuda başı çekmiştir. 1949 yılında Amerika’da şiddet içeren yayınların çocuklar üzerindeki etkileri ile alakalı farkındalık oluşturulmaya başlanmış ve 1950’de kablolu televizyon yayınına başlanmışır. Bu dönemde Avrupa’da ise 625 izgilik görüntü standardı üzerinde mutabakat sağlanmışır. 1950-60 yılları arasında televizyon reklamcılığı, teknolojiye sağlanan ilermeler o kadar ilerlemiştir ki, 1960 yılındaki başkanlık seçiminde adayların canlı yayını yüz milyona yakın inanın evini televizyonla tanıştırmıştır. Amerika-Avrupa arasındaki ses ve görüntü naklini sağlayan Telstar’ın yörüngeye oturmasından sonra 1963 Keneddy suikasti, Vietnam Savaşı gibi toplumsal hadiselerin aksedildiği yayınlarla beraber televizyonların en fazla açık kaldığı, toplumsal bir fenomen haline dönüştüğü ve kitleler üzerinde ne denli büyük etki yaptığını ortaya koymuştur. 1967 yılında alınan bir karar televizyon yayıncılığında gerek kamu hizmeti bağlamında gerek toplum yararını gözetme hususunda bir dönüm noktası taşımaktadır. Televizyon gelirleri arasında sigara reklamlarının payı o kadar fazla bir hale gelir ki “kamu spotu” da sayılabilecek ilk uyarı gelir ve “sigaranın sağlığa zararlı olduğu” ile alakalı mesajların yayınlanması kararı alınır. 1969’da Ay’a atılan ilk adımın canlı verilmesi, 1972 Münih Olimpiyatları yayınları kıtalar arası milyonlarca kişiyi ses ve görüntü yayan elektronik bir cihazın önünde tutma başarısı göstermişti. 1980’li yıllar medyanın sürekli habercilik kanalları ile tanıştığı yıl oldu. Bu konuda ağır eleştiriler ve zaman zaman müdahaleler olsa da CNN bu konuda bir çığır açmış ve öncü konuma gelmiştir. Ölkemizde aynı şekilde ismi “haber” uzantılı kanallar ve bazı tv kuruluşları de bu yolu benimseyerek tüm yayın akışı formatını habercilik üzerine şekillendirmiştir. 2000’lerden sonra ise teknoloji adeta televizyon sektörünü yeniden yaratmıştır. Bu süreç uydu yayıncılığı, kablolu-kablosuz yayıncılık, internet tabanlı yayın, dijital yayıncılık gibi alanlarla zirve yapmış ve günümüz televizyon dünyası neredeyse her an, her dakika istedikleri ölkede, istedikleri zaman diliminde yayın adına ne varsa rahatlıkla yapabilecek düzeye gelmiştir. Bir diskin işlemler sonrasında ortaya çıkardığı kaba ve belirsiz imgelerden, bir muhabirin elindeki cep telefonu ile hem

görüntülü hem sesli yayın ile anında ekranlara çıkması arasında bir okuyuşta biten ancak tarihsel süreç içinde her bir hikaye ayrı bir kitaba konu olacak bir yaşanmışlık mevcut.

2.2.3. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı

Ülkemizde ise radyo yayıncılığı Ankara, İstanbul’da kurulan vericilerle başlamış, biri uzun dalga üçü kısa dalga yayınlarla hem ülke içinde hem yurt dışına hitap etmiştir. 1949 yılında İstanbul Radyosu vericisi 130 KW güce çıkarılmış, daha sonra farklı bölgelerde kurulan radyo istasyonlarıyla yaygınlaşmış ve yayınlar 1960 yılında kurulan TRT eliyle gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de ilk televizyon yayını 1952’de İTÜ’de çok amatör bir şekilde eğitim amaçlı yapılmış, Amerika ile yapılan teknik eğitim-donanım anlaşması ile 1964 yılında ilk adımlar atılmış, TRT’nin kurulması ile birlikte yayınlar için gerekli hazırlıklar başlamıştır. 1966 yılında Ankara’da bir apartmanın bodrum katında başlayan Türkiye’nin televizyon yayıncılığı macerası başlangıçta çok dar bir alana hitap etmekte ve 3 gün yapılmaktaydı. 1982 yılına kadar Kıbrıs dahil bir çok yerde siyah-beyaz yayın yapılırken 1982 yılında renkli televizyon dönemine geçilmiştir. Ülkemizde Özalp yıllar olarak bilinen süreç kitle iletişiminin de liberalleşme ekonomisi vasıtası ile ciddi değişim yaşadığı dönemlerdir. Özalp’ın bir yurtdışı ziyaretinde yurt dışında Türkçe yayın yapılmasının önünde bir engel olmadığını beyan etmesi yani ülke dışında bir kanal kiralamak suretiyle Türkiye’de yayın yapılabilmesine yönelik açıklaması infial uyandırdı. Çünkü bu yalnız tecimsel yayın kuruluşlarının açılacağı anlamına gelmiyordu, aynı zamanda ülkede 1982 Anayasası açık ve net bir şekilde “radyo ve televizyon ancak devlet eliyle kurulur” maddesi yürürlükte idi. Fakat açıklamanın bizzat ülkeyi yöneten Cumhurbaşkanı tarafından dile getirilmiş olması, bu mesajı alanlar tarafından çok çabuk hayata geçirilmiştir. Nitekim 1990 yılında Star televizyonu yurtdışından bir şirket bünyesinde Eutelsat uydusu üzerinden ülkemizde yayına başlamış ve ülkenin ilk özel televizyon kanalı olmuştur. Bu girişim toplumun tepkisini değil aksine ilgi ve alakasını daha da cezbetmiştir. Başka bir deyişle yıllar boyu devlet eliyle kurulmuş radyo ve televizyonların “kamu yararı gözetme hassasiyetleri ağır basan” siyah-beyaz ve ciddi bir zeminde gerçekleşen yayınlarından sonra Türk halkı bu yeni oluşumu benimsemiştir. Hiç bir izin alma gereği duymadan kurulan ve yayına giren bu kanal TRT’nin alışlageldik toplumsal algısını (devletçi yani ağır basan, sürekli resmi) değiştirmekle kalmayıp ayrıca basını da özel radyo ve televizyonculuğa zorlamıştır. TRT ile tamamen zıt bir anlayışta olan Star televizyonu -denetimin de olmaması nedeniyle- yayınlarında daha şeffaf, daha açık ve net bir politika izlemiştir. Körfez Savaşında Star televizyonu, TRT’nin devletçi

anlayışla fazla detay vermediği tüm bilgileri neredeyse en ince datyalarına kadar verince halkın daha fazla desteğiyle karşılanmış, bu konuda girişimcilerin yeni kanallar açma istekleri ortaya çıkmıştır. Ancak televizyon kurma maliyetlerinin yüksek oluşu, Özal'ın vefatı sonrası yaşanan boşlukta televizyon kanallarının ve radyo istasyonlarının kapanması, bir süre bu yayınlara zorunlu ara verdirmiştir. Hatta sonraki seçim dönemlerinde siyasilerin kullanacakları seçim sloganları da bu minvalde şekillenecektir. 1993 yılında Anayasa 133.maddede yapılan değişiklik ile birlikte “özel radyo ve televizyon istasyonlarının kurulması ve işletilmesinin kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest olması” ile birlikte bu kriz kısmen de olsa aşılmıştır. Bahse konu düzenleme 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” olarak TBMM’ye sunulmuş, 1994 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte Türkiye’de televizyon yayıncılığı ve radyo istasyonlarının sayısı hızlıca artmış, günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte yayın politikaları, içerikler, hassasiyetler, tepkiler vs birçok alanda ülkemizdeki medya sektörü büyük bir değişim süreci yaşamıştır. 3984 sayılı Kanun çıkartılırken geçerli olan Avrupa Sınırötesi Televizyon Direktifi yıllar içerisinde değişikliğe uğramış ve son olarak yerini 2007 yılında AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi’ne evrilmiştir. AB muktesabatına uygunluğun yanında sayısal yayıncılık, isteğe bağlı yayıncılık, yüksek tabanlı yayınlar gibi gerekçelerle yeni bir yasa ihtiyacı ortaya çıkmış ve bahse konu yeni kanun 3 Mart 2011 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Resmi Gazete).

2.3. Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Denetleme Süreçleri

İnsanoğlunun haber alma, haber verme, iletişim kurma, sözlü veya yazılı mesaj alma-gönderme gibi bir çok alanda varoluşunun ilk dönemlerinden bu yana ihtiyaç duyduğu en büyük kavram şüphesiz “iletişim” olmuştur. Tarih boyunca insanlık çeşitli vasıtalar ile ilkel çağlardan günümüze ekonomik, siyasi, sosyal, kültürel, toplumsal bir çok dış etkene bağlı olarak birbirinden farklı onlarca tekniği iletişim kurmak için kullanmıştır. Dumanla haberleşmeden günümüzde uzaya fırlatılan uydulara evrilen büyük insanlığın iletişim macerası; yeri geldiğinde bir güvercin kanadına bağlı notta, yeri geldiğinde at sırtında günlerce yol alan ulakların heybesinde, yeri geldiğinde belli belirsiz bir radyo frekansının henüz oturmamış “tiz sesinde” ve dahi artık gelişen teknolojiyle birlikte iç cebinde taşıdığı mobil cihazlardan tek bir tuşla bir mecraya kavuşmuştur. İşte tüm bu süreçlerde öncelikle mağara duvarlarına daha sonra taş ve tahtalara asırlar sonra

papirüslere ve kağıda aktarılan, bireylere ve kalabalık kitlelere bir mesaj ulaştırma çabası taşıyan gazete, dergi gibi basılı kaynaklar ihtiyaçların teknolojiyle harmanlanması neticesinde büyük gelişim kaydetmiş, radyo ve televizyon işte bu dönemlerde insanoğlunun istifadesine girmiştir. Radyo ve televizyonun insan hayatına girdiği dönemler itibariyle iletişimin çok farklı bir boyuta evrildiğini söylemek yanlış olmaz. Nitekim gerek sözlü ve yazılı iletişim araçları gerek radyo ve televizyonun başını çektiği kitle iletişim araçları kullanım farklılıkları, hitap ettikleri kesimler, kapsadıkları coğrafya, insanların bu kaynaklara erişimi noktasında seçici, kullanıcı ve onaylayıcı bir tutum içinde hareket etmesi gibi birçok nedene bağlı olarak ayrı ayrı değerlendirilmeli. Özellikle radyo ve televizyon türdeş olan ve tek merkezden belirsiz kitlelere yönelik bilgi akışını sağlarken diğer iletişim araçlarına göre daha etkili ve önemli olmuştur. Günöbirlik gazete alan, haftalık dergi aboneliğı olan, aylık mecmuaları takip eden kesimlerin bunu elde etmek için hem maddi hem zamansal açıdan aksiyon almaları, okur yazarlık oranının da buna paralel olarak belli bir seviyede olması beklenir. Öte yandan radyo ve televizyon için aynı durum söz konusu olmayıp bir defaya mahsus bir ücret ödenerek kolay elde edilebilmekte, okur yazarlık gibi mutlak şartlar aranmamaktadır. Okur - yazarlık oranlarının düşük olduğı geri kalmış ölkelerde başlıca kitle iletişim aracının radyo ve televizyon olmasının başka bir nedeni, diğer kitle iletişim araçlarına göre radyo ve televizyonun daha kolay erişilebilir olmasından kaynaklanmaktadır (Sarmaşık, 1993, s. 17). Hal böyle iken radyo ve televizyonların bu kadar geniş bir coğrafyada, kıtalararası erişimi mümkün ve hitap ettiğı kitleler bu denli fazla olunca şüphesiz tek başına, denetimden ve kontrolden muaf olması elbette düşünölemez. İletişim alanlarının düzenlenmesinde yaşanacak aksaklıklar sadece ekonomik değil aynı zamanda kültürel ve sosyal hayatta da olumsuz etkiler ortaya koyacaktır. Sydney W. Head'e göre radyo ve televizyon mecralarının denetlenmesini zaruri kılan frekansların karışması, kanalların korunması, spektrumun herkese ulaşılabilir olması ve yayınların kötü etkilerinin topluma zarar vermesini engellemektir (Head, 1985 s. 129).

2.3.1. Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Kurumsal Denetim ve Yargı Denetimi

Bir ölkede radyo ve televizyon yayıncılığının denetiminin yapılması yine o ölkenin kendine has siyasal yapısı ile paralellik arz eder. Her ölkede toplumsal yapı, ekonomik standartlar ve siyasi konjonktür denetim mekanizmasının ölkeden ölkeye farklılık arz etmesinin temel nedenlerindendir (Vural, 1994, s. 8). Bu farklılıklarda temel olarak esas

alınan iki ayrı denetim unsuru vardır, birincisi formel yani resmi denetim mekanizmaları diğeri ise informal yani resmi olmayan bağımsız denetçiler. Resmi denetim, kurumsal denetim ve yargı denetimi eliyle gerçekleştirilirken resmi olmayan denetim ise basın konseyi ve bilir kişilik eliyle gerçekleştirilir. Amerika ve bazı Avrupa ülkelerinde kurumsal denetim ve yargı denetimi, gerek yaptırım gücüne sahip olması gerek yasal anlamda daha güçlü kabul görmesi noktasında önemlidir. Radyo ve Televizyon yayıncılığı düzenlemelerin tek bir otorite tarafından takip edilmesi amacıyla oluşturulan kurumlar tarafından gerçekleştirilir (Işık, 2007, s. 73; Çaplı, 2001, s. 48). Düzenleyici kurumlar bir taraftan yayıncılık faaliyetleri ile ilgili kurallar oluştururken bir taraftan da bu kuralların uygulamalarını da takip etmek durumundadır. Bu müdahaleler Avrupa’da kurumsal nitelikte müdahaleler, suç bildirimleri, yaptırımlar ve düzenleyici müdahaleler olarak uygulanmaktadır (Jongen, 1993’ten aktaran Çaplı, 2001, s. 49).

Düzenleyici kurumlar denetleme görevini kanunların kendilerine koyduğu yetki çerçevesinde gerçekleştirirken yayıncılık faaliyetleri ile alakalı izleyicilerden gelen şikayet ve talepler doğrultusunda da yaptırım uygulayabilmektedirler. 1934 yılında ABD’de kurulan FCC (Federal Communication Commision) radyo ve televizyon alanında ilk düzenleyici kurum olarak bilinir. Avrupa’da düzenleyici bir kurumun oluşması ise 1980’li yılları bulmuştur.

Yargı denetimi ise yine yayıncılık faaliyetinin olmazsa olmaz kurallarından biridir. Zira geniş kitlelere hitap eden, neredeyse kitleleri bir yörüngeye çekebilecek kudrette olan geniş bir alandan bahsediyorsak bu alanın elbette bazı noktalarının yargı denetimine açık olması da kaçınılmaz olacaktır. İletişim araçlarının yayın faaliyetlerinden doğacak her türlü saldırı, kişilik haklarına aykırı söylem ve eylemler, ülkenin güvenliğine yönelik suçlayıcı ifadeler, devlet sırrı niteliğinde bazı bilgilerin açık erişime sunulması, paylaşılması, yargıyı etki altına alma, cevap verme ya da alma hakkına aykırı yayın anlayışı gibi pek çok konu yayıncılık faaliyetlerinin sadece düzenleyici kurumlar eliyle değil aynı zamanda yargı denetimine de açık olması gerektiğinin en önemli göstergeleridir. Esasında başlangıç safhasında radyo ve televizyonlar devletin denetimi altında iken gerek özgürlükçü söylem ve ifadelerin gelişimi gerek ekonomik sebepler (medya sektöründe çoğulcu ve rekabetçi yayılım, el değiştirme, sahiplik durumlarının değişmesi) gibi pek çok nedenle bu durum değişmeye başlamış ve yayıncılığın katı kurallarının esnemesi ile (deregülasyon) birlikte devletler burada pozisyon değişikliğine giderek mutlak otorite olmaktan ziyade oyunun kurallarını belirleyen yani yayıncıların yol haritasını çizen durumuna gelmişlerdir. Böylece devlet tekelinden fiilen çıkarılan

yayıncılık faaliyetlerinin denetimi, fikren de daha özgür ve bağımsız, siyasi erkin müdahalelerine mahal bırakmadan oluşturulan idari otoritelere bırakılmıştır. Yayın otoritelerinin kavram karmaşası yaşadıkları en can alıcı konu “sansür” ve “denetim” konularının çoğu zaman birlikte değerlendirilmesi, sanki birbirinin parçası gibi görülmesidir. Kitle iletişiminin kendi serencamından bakıldığında etik görülmeyen ve meşru olmayan bir kavram ve diğer taraftan hukuken sınırları belirlenmiş bir mekanizma olarak yorumlamak gerekmektedir. Sansür kavramı (censorship) TDK sözlüğünde yayın, sinema ve tiyatro eserlerinin hükümet eliyle önceden denetlenmesi olarak tarif edilir (TDK, 2005). Devletin bahsi geçenler içinden bir eserin alıcıya ulaşmadan evvel ön denetim yapması olarak bilinen sansür bir tür müdahale çeşidi olarak kabul edilir. Fakat bu tanımdan yola çıkarak sansürün sadece devlet eliyle yapıldığını düşünmek de yanlış olur. Herhangi bir eserin bizzat sahibi tarafından da bazı hassasiyetler gözetilerek veya keyfiyet durumu ile verilmek istenen mesajı bloke edebileceği de bu tanıma eklemek gerekir. Sansür ve denetim kavramlarının her ikisinde de kontrol mekanizması olmakla beraber denetim mekanizmasının yukarıdaki açıklamalardan hareketle ifade ve iletişim hürriyeti ekseninde yalnızca kamu yararı gözetilerek sınırlandırmaların yapılabilmesi denetim ile ilgilidir. Ancak yayınların keyfiyete dayalı engellenmesi, kontrol edilerek mesajın bir bölümünün ya da tamamının çıkarılması sansür olarak görülür. Bu durumda sansürün yayından önce yapılan bir müdahale, denetimin ise hem yayın öncesi hem sonrası uygulanan bir işlem olduğu açıktır. Yayıncı kuruluş veya yayın içeriğini oluşturan tarafından yayın öncesi yapılan müdahale oto kontrol olarak tanımlanır. Yayın sonrası denetim sürecinde ise gerek yayını yapan, gerek devletin ilgili kurumu ve gerekse de toplumun geneli dahil olmakta, bu durumda da co-regulation yani ortak denetim mekanizması devreye girmiş olur. Kitle iletişim araçlarına devlet eliyle ancak kamu yararı gözetilerek mücbir hallerde müdahalenin söz konusu olabileceğini tekraren ele aldığımızda Türkiye’deki siyasal ve sosyal dokunun, coğrafi hassasiyetlerin gözardı edilmemesi gerektiği ile ilgili tezler vardır (Yılmaz ve Doğaner, 2007, s.164). Birçok ülke sansür uygulamasını, kişilerin temel hak ve hürriyetlerini, kitle iletişim araçlarının fikir ve ifade hürriyetini zedelemesi nedeniyle yasaklamıştır.

2.3.2. Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Özdenetim ve Ortak Denetim

Radyo ve Televizyon yayınlarında yargı ve kurumsal denetimlerle birlikte işlenmesi gereken bir başka konu da özdenetim ve ortak denetim başlıklarıdır.

Kitle iletişim araçlarının büyüyen gücü ve zaman içerisinde toplumlar üzerindeki etkisi Medya Sektörünün doğmasına yol açmış, bu sektör ekonomik olarak büyüyen, büyüdükçe kitleler üzerinde söz sahibi olmaya başlayan, yön veren, istikamet tayin eden, söz sahibi bir otorite haline gelmeye başlamıştır. Özellikle gerek Avrupa kıtasında gerek ülkemizde devlet eliyle televizyon yayıncılığının daha sonraki süreçlerde özel teşebbüsler eliyle de yapılmaya başlanması, yayıncılık ile birlikte reklamcılık sektörünün ilerlemesi, medya oluşumlarının uzak noktalarda şubeleşmeleri, buna bağlı personel ve harcama kalemlerinin ortaya çıkardığı maliyetlerin tamamı düşünüldüğünde bilginin üretime yardımcı bir kavram olmaktan çıkıp ayrıca alınıp satılabilen bir ticaret unsuru olmasına zemin hazırlamış, bu endüstride baş döndüren ticari hareketliliğe daha fazla kayıtsız kalmayan bir çok sermaye sahibinin sektöre dahil olmasına da katkı sunmuştur. 20. Yüzyıl sonrası medya siyasetten sosyal hayata değişim ve dönüşümü derinden etkileyen bir sektör olarak bilgi ve enformasyon kavramlarını ikinci plana atarak eğlence kültürü, boş zaman değerlendirme aracı, toplumu oyalayan bir tür aktivite olarak görülmeye başlanmıştır. Medyada faaliyet gösteren ve hangi iş kolunda olursa olsun topluma hizmet sunan bu sektörün bir çok alanda sorumluluk sahibi olması gerekliliği, “Sorumlu Medya” kavramına olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Medya çalışanlarının, insanları etkilemenin getirdiği fazla yükten dolayı daha hassas olmaları ve özellikle başkalarına saygı ve diğer insanlara zarar vermeme ilkelerine bağlı kalmaları gerekmektedir (Cohen-Almagor, 2002, s. 127).

Medyanın sahip olduğu güçle toplumsal hayatın dinamiklerini, birlikte yaşama kültürünü, siyaseti doğru okumak gerekirken bu gücü sınırsız ve sorumsuz bir kullanım yolu seçmesi, sermaye sahiplerinin talep ve istekleri doğrultusunda şekillenecek bir tavır içinde olmaları nihayet bir denetim mekanizmasının müdahalesine ortam hazırlar. Yani sahip oldukları basın hürriyetini kamu düzenini bozacak şekilde kullanmak isteyenler devletin hürriyeti sınırlandırma zarureti göz önüne alarak müdahalesini sağlar. Herşeyin kanun çerçevesinde hüküm altına alınmasını beklemek de yanlış bir algıdır, nitekim medyanın kendi sorumluluklarını bilmesi ve sorumluluk alanlarında doğru, ilkeli, tarafsız haber yapma, toplumun değerlerine, kişilik haklarına saygı, kamplaştırıcı, ayrımcı bir dilden uzak, ırkçılık, istismar, suça teşvik gibi yayınlardan uzak durulması medyanın sorumluluk alması gereken hassas kriterlerdir. İnsan davranışlarının nasıl olması gerektiğini ifade eden Etik kavramı dilimize Latince’den geçmiş, bu kavram ahlaki eylemin doğasını soruşturan bir kavram olmuştur. Etik kuralları bağlı olduğu toplumun sosyal, ekonomik, kültürel ve dinsel inanış tarzıyla da doğrudan ilintilidir. Tüm

toplumların ortak kabul ettiği etik kuralları içinde dayanışma, saygı, güven ve hoşgörü vardır. Medya sektörünün de yazılı olmayan ancak hem sektörün hem de sektörde çalışanların tabi olduğu bir takım yazılı olmayan etik kuralları mevcuttur. Tarafsız, ilkeli ve adil olma, meslek sırrını açık etmeme, kişilerin mahremiyetlerine saygı duyma, medya gücünü kullanarak haksız itham, iftira, yalan beyanlarda bulunmama, toplumsal hassasiyetlere uygunluk gibi kuralların medyada ilk dışa vurumu Hıfzı Topuz tarafından yapılan bir bildiride yer almıştır. Doğrudan toplum yaşamını ilgilendiren tüm konularda baş köşede yer alan medya erkinin ellerinde bulunan güç ile tüm bu etik ilkeleri elinin tersiyle itip “olması gerekeni” yapmak yerine farklı yollara tevessül ettiği de vakidir. Medyanın her durumda tarafsız olması ilkesini beklemek de bazı sakıncaları beraberinde getirir. Her ne kadar medyanın olaylar ve durumlar karşısında olan ve biten herşeyi, yaşanan tüm gelişmeleri tarafsız bir gözle anlatması ve aktarması beklenirken söz gelimi bir darbe girişimini ele aldığı zaman “ulusal çıkarları ve demokrasiyi savunmak” adına tarafsız kalması abes olarak algılanır.

2.3.2.1. Özdenetim Mekanizması

Özdenetim kavramı medya sektöründe yayıncı kuruluşun sunmaya hazırlandığı bir içeriğin toplumun beklentileri ve etik çerçevesinde, mesleki hassasiyetleri göz önünde bulundurarak bir filtreden geçirmesi ve bunu yaparken kendi denetim mekanizmasını harekete geçirmesidir. Ya da bir başka deyişle dışardan bir müdahaleye mahal vermeden sorumluluk bilinciyle hareket etmesi ve buna göre aksiyon almasıdır. Özgür ve demokratik ülkelerde medyanın bir nevi kontrol erki olarak devlet mekanizmalarını denetlemesi beklenen ve normal karşılanan bir durumdur ancak bu ortamı sağlayacak olgunlukta bir anlayış ve bu anlayışa uygun zemin hazırlamış bir otoritenin yönetimi şarttır, yani basın ve medya kontrol görevini yaparken baskıcı, sınırlayıcı bir bariyerle karşılaşmamalıdır. Aksi durumda denetim yapmak bir yana baskı ve otoritenin zorlaması neticesinde yanlış yapma potansiyeli ağır basar. Uluslararası tüm anlaşmaların medya ile alakalı bölümlerinde çocuk haklarının korunması, kişilik haklarına saygı duyulması, toprak güvenliği, kamu yararını gözetme gibi konularda daha önce de belirtildiği gibi ihtiyaç duyulması halinde devletin kontrol mekanizması devreye girerek çeşitli sınırlandırmalar getirirse de bu sınırlandırmalar yine bir başka eleştiri konusu haline gelen sansür-denetim karmaşasının tartışılmasına neden olur, dolayısı ile burada uygulanması gereken en sağlıklı yöntemlerden biri medyanın kendi anayasası olarak bilinen ve yine özgür, tarafsız, ilkeli kavramlarla çerçevesi çizilmiş kuralların özdenetim argümanı

olarak işleme alınmasıdır. Medya kuruluşunda özdenetim kavramının uygulanması kurumsallaşma adına da önemli kazanım sağlar. Bir haber programının akışının son kez genel yayın yönetmeni eliyle filtrelenmesi veya bir derginin mizanpaj aşamasına geldiğinde bir editörün son okuyucu olarak değerlendirmesi bir nevi özdenetim çalışmasıdır. Özdenetim mekanizmasını çalıştıran yönetici veya kurumsal yapının aidiyet duygusu ile hareket etmesi, toplumun dinamiklerine hakim olması, neyin yanlış veya doğru, gerekli veya gereksiz olduğunu saptaması güvenilir ve saygın bir medya kuruluşu imajı vermesini sağlar, aksi takdirde özdenetim mekanizmasını kendi çıkar ve düşünceleri için kullanmak, siyasi ve ideolojik bir amaca hizmet etmek adına son denetimde çarpıtma, yalan ve eklemelerle bir nevi oto-sansür uygulamak da yayıncılık sektörüne kasıtlı olarak vurulacak en ciddi darbelerden biri haline gelir. Medya mensupları özdenetim halkasının tabiri yerinde ise ilk halkası kabul edilir, olaylara ve kavramlara yaklaşımı, ulaşma ve aktarma tarzı, yorumlama becerisi, doğruyu yanlıştan ayırt etme yetisi, toplumsal faydayı ve kamu hizmetini öncül alarak hareket etmesi kişinin ilk aşamada herhangi bir üste gerek duymadan kendi kendini denetleyerek mükemmeliyetçi yaklaşımla işini yapmasıdır. Fakat bu kişinin özgürlük alanı kendisine tanınan sınırlarla bellidir dolayısı ile çalıştığı kurumun çıkarları ve o kurumun hizmet ettiği amaçlara uygun hareket etme kaygısı özdenetim mekanizmasını doğru çalıştırmadığı gibi ilerleyen süreçlerde dışardan bir müdahale için geçerli bir sebep olacaktır. Etik değerler medyada genelde Künye olarak adlandırılan kurumsal şemanın tepe noktasından en alt kademesine varana kadar tüm bireyleri doğrudan ilgilendirmekte ve her birine farklı sorumluluklar yükleyerek özdenetimi zorunlu kılmaktadır. Medya Kuruluşlarının özdenetimi ise bireysel özdenetimden daha geniş kapsamlı ve daha fazla sorumluluk isteyen bir işleve sahiptir. Zira editoryal anlamda yazılan başlıktan içerikte kullanılan kelimelere ve konuşmada geçen cümlelere kadar aktarılan ifadeler her zaman için yarı yarıya risk taşımaktadır. Özellikle önceden kontrolü mümkün görünen içeriklerin editörler, yayın yönetmenleri, yayın sorumluları tarafından atlanmadan filtrelenmesi gerekmektedir. Bu yönüyle ortaya konan ürün bu aşamadan yoksun ise ortaya bambaşka durumlar çıkabilir, tartışma konusu olan içerik muhatap kişi veya kurumları yıpratıcı, yaralayıcı, rencide edici, zan ve töhmet altında bırakacak nitelikte olabilir. Bu durumda ya bağlı bulunan sermaye sahibinin yandaş veya karşı olduğu ile alakalı bir yoruma sebebiyet verir veya toplum nezdinde buradan alınan mesaj ilgili medya kuruluşuna olan bakış açısını çok farklı noktalara götürebilir. Yine yayına verilen bir fotoğraf, habere konu olan bir video, sunum esnasında veya aktarım aşamasında eklenen bir yorum, yönetimde alt kademe ve üst kademe

arasında özdenetim aşamasında fikir ayrılıklarına sebep olmasına rağmen nihai kararın hiyerarşik olarak en üst düzeyde verilmesinden hareketle kitlelere ulaştırıldığı esnada rahatsız edici, toplumda infial yaratan veya tepki çeken bir karşılık görebilir. İlk başta bu durum özgürlükçü bakış açısı ve ifade hürriyeti kapsamında normalleştirilmeye çalışılsa da medya etiğinden beklenen refleks bunun tersini gerektirir. Bu durumda özdenetim mekanizması ne kadar sağlıklı çalışırsa çalışsın her zaman arzu edilen, beklenen sonucu vermeyebilir. 3.sayfa haberlerine yer veren bir televizyon programında vuku bulmuş bir cinsel taciz olayının neredeyse tüm detayları ile üstelik görgü tanıkları vasıtası ile anlatılmaya çalışılması ve bu yayını gündüz kuşağı veya prime time olarak bilinen izleyici yoğun saatlerde ekrana getirmek bu duruma verilebilecek en çarpıcı örnek olabilir. Programın yönetmeni ve sunucusu her ne kadar özdenetim yapmış olduklarını savunsalar da ortaya koydukları argüman “taciz” olayını en üst perdeden ve filtresiz bir şekilde topluma aktarırken temel motivasyonlarının farkındalık oluşturma, ters etki yapmak suretiyle toplumda infial yaratarak mesaj vermeye çalışmak olacaktır. Ancak daha önce belirtildiği gibi toplumun genel ahlak ve yaşam koşulları göz önüne alındığında gençler ve çocuklar üzerinde yaratacağı olumsuz etkiyi hesap etmeden alınan bu kararlar zaman zaman özdenetim mekanizmasının da başarılı uygulanmadığını göstermekte ve tam olarak neye hizmet ettiğini tartışılır kılmaktadır. Medya kuruluşları içinde özdenetim araçlarından biri olarak kabul gören bir diğer yapı ombudsmanlık yani kamu denetçisidir. Medya tabiriyle “okur temsilcisi” olarak bilinen bu yapı ilk kez İsveç’te uygulanmıştır. Ombudsman bulundurmada temel amaç yayına sunulan içeriğin tüm kontrollerinin yine tarafsız ve güvenilir bir medya mensubu eliyle yapılmasıdır (Uzun, 2007, s. 44). Bazı medya kuruluşlarının kendi bünyelerinde bulunan ombudsman aracılığı ile takipçilerden-izleyicilerden gelen geri dönüşleri muhataplarına iletmek, gördüğü aksaklık ve eksiklikleri bildirmek, medya organını halk gözüyle filtreleyerek çalıştığı kurumun kalitesini ve yayın ilkesini korumakla görevlidir. Ombudsmanların geniş yetkiler ve daha özgürlükçü bir hareket alanına sahip olmaları, kime ve neye hizmet ederse etsin bünyesinde bulunduğu yayın kuruluşunu kurum zaviyesinden değil bizzat hitap ettiği kitlelerin gözüyle değerlendirmesi beklenir. Bir diğer özdenetim argümanın ise ilgili mesleğin üst birliği olarak bilinen çatı örgütüdür. “Çeşitli meslekî hakların elde edilmesi ve mesleğin yerine getirilmesine bağlı hakların rahatça kullanılabilmesi için gerek iktidarlar gerek diğer kuruluşlar karşısında örgütlenme en etkili yoldur (Dönmezer ve Bayraktar, 2013). İlk etapta bu amçala İsveç’te kurulan Basın Konseyi oluşumu (1916) daha sonra İngiltere’de daha kurumsal ve profesyonel bir hüviyetle kurulmuştur. Daha

sonraki dönemlerde farklı ülkelerde peşpeşe kurulmuş (Almanya, Avusturya, İsrail, Güney Kore) Türkiye’de ise 1960’da Basın Şeref Divanı ve 1986 yılında Basın Konseyi kurulmuştur. Aynı zamanda bir NGO (Non-governmental Organisation) işlevi gören bu kuruluşlar tüzel kimliğe sahip olmamakla beraber üyelik sistemiyle çalışmakta, gerek üye olan medya mensuplarının meslek dayanışması gerek iç denetim anlamında önemli aksiyonlar almaktadırlar. Basın konseyleri yayıncılık faaliyetlerinde yanlış veya eksik gördükleri yerlerde manen yaptırım uygulama misyonlarının yanı sıra aynı zamanda mesliki örgütlenme olmanın doğasına uygun olarak meslek mensuplarının bir anlamda sendikası gibi davranmak, sorunlarına çözümler iletmek, meslek ahlakı ve etiği ile alakalı bir alan oluşturmak vazifesini de yerine getirme pozisyonuna sahiptir. Ülkemizde 1960 darbesi sonrası ilginç bir şekilde askeri vesayet gözetiminde ve bizzat telkinleriyle fikir anlamında sunulan “Türk basınının kendi kendini denetlemesi” konusu destek bulmuş ilk etapta Basın Ahlak Yasası oluşturularak taahhütname ve kurallar şeklinde iki kısımdan oluşan bu sözleşme üyeler tarafından imza altına alınmıştır. Basın Şeref Divanı’nın konulan kurallara karşı öncelikle teşhir yaptırımı uygulaması antipati ile karşılanmış, meslek ahlakı kuralının benimsenemeyişi ve uygulamada yapılan bir çok yanlış, üyelerin yönetimden duyulan hoşnutsuzlukla geri çekilmeleri ve buna benzer bir çok nedenden dolayı süreç akamete uğramıştır. 1986 yılında kurulan Basın Konseyi hem darbe gölgesinde kurulan hem de uygulamada rasyonel meslek kurallarıyla bağdaşmayan bu başarısız tecrübelerden ders alarak hem meslek itibarını geri kazandırmak, hem medya meslek kuruluşlarının dağınıklığını ortadan kaldırmak hem de daha fazla katılımcı bir oluşum kurmak gayretiyle biraraya gelmiş, 12 maddelik Basın Meslek İlkeleri olarak kayıtlara giren bir yol haritası hazırlanmıştır (Basın Konseyi, 2020).

2.3.2.2. Ortak Denetim Mekanizması

Radyo ve Televizyon Yayınlarında Ortak Denetim mekanizması da gerek kamunun gerek özdenetim bileşenlerinin ortaklaşa yaptıkları denetim türü olarak benimsenmiştir. Yayıncılık alanında yalnızca kamu denetiminin veya yine yalnızca özdenetimin tek başına hareket etmesi muhakak gerek uygulamada gerek denetim sürecinde bazı sorunları da beraberinde getirebilir anlayışı ile benimsenen bu ortak hareket fikri, etkili ve güçlü bir denetim oluşturarak kamu yararına hizmet etmeyi referans alır. Kavram ilk defa 1990’lı yılların sonunda Fransa’da dile getirilmiş, gerekçe olarak da internet ortamında yapılması planlanan denetimlerin tek başına özdenetim mekanizması veya kamu denetimi ile sağlanmasının mümkün olmadığı yorumundan hareketle ortak bir oluşum gündeme

gelmiştir. Bu konu daha sonra esaslı olarak 1999 yılında UNESCO desteğiyle gerçekleştirilen üst düzey bir uluslararası toplantıda yüksek sesle dile getirilmiş ve tartışılmıştır. Kamu denetiminin yasal yaptırım ve otorite gücü ile sivil toplumun beklentileri ve talepleriyle şekillenmesi beklenen ortak denetim yapısının başarılı olacağı beklentisi ortaya konmuştur. Bu yapıda özdenetim mekanizmasının fikrî olarak katkı sunduğu, etik ilkelerin enler olduğu, uygulama aşamalarıyla alakalı karşılıklı bir mutabakat zemini oluşturma gayesi dışında asıl iş kamu denetimine düşmekte, burada da yaptırım argümanının devreye girmesi planlanmaktadır. Ortak denetim mekanizmasının denetimine haiz konuların yine her iki tarafın da benzer hassasiyetler gösterdiği çocukların haklarının korunması, ifade ve düşünce hürriyetinin sağlıklı işlemesi, genel ahlak kurallarına uygunluk gibi alanlar olduğu da muhakkaktır. Nitekim Avrupa Birliği'nde bu mekanizma genel kabul görmüş, hatta teşvik edilmiştir burada yine gözardı edilmemesi gereken husus görülecek lüzum üzerine kamu denetiminin devreye girmesi durumudur.

Türkiye'de radyo ve televizyonlarının denetiminde ortak denetim uygulamalarına uyum sağlanmıştır. AB'nin görsel-işitsel politikalarına 6112 sayılı kanun ile intisap edilmiş, ortak denetim ülkemiz tarafından da benimsenmiştir. Konuyla alakalı en önemli çalışma araçlarının devreye konması fazla sürmemiştir. Bu süreçte öncelikli olarak RTÜK tarafından e-mail, web sayfası ve telefon hattı ile iletişim hattı hizmeti verilmiştir. Özellikle (444 1 178) RTÜK İletişim Hattı'na dinleyici ve izleyiciler aracılığı ile ulaşan talep ve değerlendirmelerin, şikayet ve önerilerin doğrudan ilgili medya kuruluşuna iletilmesi özdenetim uygulaması açısından önemli bir emsal teşkil eder. Aynı şekilde medya hizmet sağlayıcıları için zorunlu kılınan İzleyici Temsilciliği uygulaması da yine toplumun beklentileri, talep ve şikayetlerinin alınması süreci ile RTÜK'e iletilmesi, bir anlamda halk ve kurum arasında bir köprü vazifesi görmesi açısından kayda değer bir diğer uygulamadır. Çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki gelişimlerine olumsuz etki edecek her türlü içeriklere karşı görsel medyada yine önemli bir rastlantı ile 23 Nisan 2006'da alınan bir karar gereği uygulamaya konulan "Akıllı Semboller" uygulaması özellikle toplumun en küçük birimi olan aile yapısının korunması, anne ve babaların bilinçli tercih yapmalarını sağlayarak içerik değerlendirme, içerik seçme ve içerik takip etme bilinciyle hayata geçirilmiştir. Hem özdenetim hem kamu denetiminin yukarıda bahsedildiği üzere ortak hassasiyetlerinden biri olan bu uygulamanın RTÜK tarafından uygulanıp, bununla alakalı seçme hakkını kullanarak bir nevi kendi içlerinde izleyici ve dinleyicilerin özdenetim yaparak faydalanması "ortak denetim" kavramı açısından somut

hale getirilen başarılı bir projedir. Yine yayına alınması öngörülen içeriğin medya kuruluşu tarafından bu işaretler vasıtası ile tasnifi, ilgili işaretlerden hangisinin kullanılacağı ile alakalı süreçler de özdenetimin bir başka aşaması olarak kabul edilir.

Liberal demokrasilerin olmazsa olmazlarından biri olan ifade ve basın özgürlüğünün sınırlarının ne olacağı, denetimin bu alanda nasıl bir işlev ile kullanılacağı, bunların toplumdaki yansımaları ve ulusal-uluslararası hukuk normları çerçevesinde nasıl yorumlanacağı, ne tepki alacağı gibi konular gündem oluşturmaktadır. Bu gündemi belirleyen en esaslı alan ise radyo ve televizyon mecralarının denetimidir.

2.3.3. Kamu ve Özel Sektör Yayın Kuruluşları Denetimi

Kamu ve özel sektör elindeki yayın kuruluşlarının denetimine esas teşkil eden yapı, içerik ve özgürlükler sorunu her iki alan içinde ciddi tartışmaları beraberinde getirmekte en önemlisi bu tartışmalar kitlelerin buradaki rolünü de ciddi manada sorgular hale getirmektedir. Özel teşebbüs elindeki yayın araçlarının sayısının giderek artması buna karşın kamu yayınının zayıflaması kitlelerin bu ikililik karşısında nasıl bir pozisyonda olduğuna da cevap vermekte zorlanır. Kitleler kendilerine hazır sunulan yayın içeriklerinden seçen ve bunları kullanan müşteriler midir, yoksa yayın kuruluşlarının işlevlerini kullanarak toplumsal ve sosyal yaşam entegrasyonuna katılmak isteyen bireyler topluluğu mudur? Özel müteşebbisler yayın içeriklerinde reklamlar ve bilinçaltı mesajlar vererek bireylere ve kitlelere sürekli birşeyler pazarlayıp, kitleleri de bu pazarlığın karşılığında hedef kitle olarak reklam verenlere mi sunmaktadır? Bu çarpık ilişki ve döngüyü biraz daha derinleştirmek gerekirse sanayi devrimi öncesi sadece seçkin elitlerin hizmetini gören posta ve haberleşme araçları savaş sonrası neredeyse tüm kitlelere sunulmuştur. Bu kitlelerin hassasiyetlerinin dikkate alınmasından ziyade artan üretimin kıtalararası dolaşıma sokulmasında iletişime duyulan büyük ihtiyaç ve global dünyanın buna imkan sağlayan en kolay aracının kitle iletişim araçları olması ile açıklanmaktadır.

Kitle iletişim araçları sermayenin bütün mesajlarını, reklam ve duyurularını, kitlelere ulaştırmak istediği mesajları en kolay ve en ucuz haliyle sağlama yolu olmuştur. Özel mülkiyet altındaki yayın kuruluşlarının özgürlükçü, daha fazla esnek ve seçenekleri daha fazla sunan, kamu elindeki yayıncıların ise iktidar veya otoriteye sırtını yaslayan, gücünü oradan alırken toplumun bilgi, eğitim, eğlence isteklerini karşılayan ancak tarafsız olma durumu ancak kural koyucuların tavırlarıyla şekillenen daha fazla kuralcı, daha fazla sınırlı olduğu algısı yerleşmiştir. Burada aslında sermaye sahipleri eliyle

beslenen yayıncıların hassasiyet ve motivasyon olarak haklarını gözetip koruduğu kesim kendi sahipleridir, halkın bu noktada ne istediği veya düşündüğü önemli değildir, sunulan ve aktarılan herşey zaten halkın beğeni ve talepleriyle oluşmuştur anlayışı bu kesimin anketler, müşteri memnuniyeti formları, reyting adı verilen değerlendirmeler sonucunda kendilerince haklı bir mazeret haline getirdikleri açıklamalar bütünüdür (Erdoğan, 1997). İzleyicilere farklı seçenekler sunan özel teşebbüs yayıncılar karşısında kamu yayıncılığını alternative kılan bazı farklılıklar mevcuttur. Öncelikle kamu yayıncılığının birincil amacı kazanç elde etmek değildir. Dolayısıyla medya işlevleri olarak bilinen " haber sağlama, bilgilendirme, toplumun çevreyle ve birbiriyle ilişkilerini düzenleme, kültürün iletimi, eğlendirme " gibi çeşitli işlevleri özel girişime oranla daha dengeli biçimde yerine getirebilmektedir (Severin ve Tankard, 1994:511- 514).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:

3. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULLARI DÜZENLEYİCİ, DENETLEYİCİ VE İZİN VERİCİ KURULUŞLAR: ÜLKE ÖRNEKLERİ

Siyaset ve ekonomi dışında devletlerin kamu otoritelerinin müdahalesinden bağımsız hale getirdiği alanlarda düzenleyici ve denetleyici kurullar vasıtası ile özel inisiyatiflere bırakılan alanlarda inceleme yapması en tabii aksiyonlardan biridir. Özellikle enerji, bankacılık, rekabet, kişisel verilerin işlenmesi gibi pek çok alanda olduğu gibi devlet mekanizması medyanın en önemli alanları olarak kabul edilen radyo ve televizyon alanlarında da düzenleyici ve denetleyici kurullar oluşturmuştur. Yayıncılık esasları, lisans verilmesi, uyulması gereken kurallar ve yayıncılara uygulanacak yaptırımlar, radyo ve televizyon üst kurullarının asli odak noktasıdır. Daha önce değinildiği üzere radyo ve televizyon alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak teknolojinin gelişmesi, alıcı ve verici (sender-receiver) arasındaki iletim ağının genişlemesi, uydu ve frekans dağılımı, internet mecrası etrafında şekillenen mevcut yayıncılık anlayışı Avrupa’da dikkatle izlenmekte olup, gerek AİHM içtihat kararlarında gerek Avrupa’nın yayıncılık anlamında anayasası olarak kabul edilen “Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi” (Audiovisual Media Services Directive) yönergelerinde bahse konu hassasiyetlerin gözetilmesi takip edilmektedir (EUR-Lex, 2018). Ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de yayın politikaları karşısında kamu otoritesinin aldığı pozisyon, kamu yayıncılık hizmetlerinin rolü, özel teşebbüs yayıncıların iletişim özgürlüğü bağlamında aldıkları aksiyon, insan hak ve özgürlükleri, anayasal haklar, çocuk istismarı, taciz, tecavüz, devletin bütünlüğünü ve anayasal düzenini tehdit eden durumlar, devlet sırlarının ve menfaatlerinin korunması ve gözetimi gibi pek çok noktada mutabık kalınan noktalar olduğu gibi fikir ayrılıkları veya uygulamada farklılık arz edebilecek durumlar mevcut olabilmektedir.

3.1. Avrupa Ülke Örneklerinde Düzenleyici, Denetleyici, İzin Verici Kuruluşlar

Radyo ve televizyon üst kurulları düzenleyici, denetleyici ve izin verici kuruluşlar kapsamında Avrupa ülkelerinin bir takım düzenlemeler mevcuttur. Bu yayıncılık faaliyetleri ve düzenlemeler kapsamında seçili olarak Avrupa ülkeleri içerisinde Almanya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İspanya, İngiltere ve İtalya’nın yayıncılık faaliyetleri ve bunlara ilişkin yaptıkları düzenlemeler incelenmiştir.

3.1.1. Almanya

Alman Anayasasına göre radyo ve televizyonların denetimi eyaletlerin ilgili kurumları eliyle gerçekleştirilmektedir (Deutscher Bundestag, 2020). Bu görevi üstlenen kuruluşlar (landesmedienanstalten) toplamda özerk kamu tüzel kişiliğine haiz olmakla beraber sayıları 14'tür. Almanya'da eyalet sayısı 16 olup geriye kalan yerlerde (Berlin ve Brandenburg ile Hamburg ve Schleswig-Holstein) müşterek medya kuruluşları tarafından denetlenir (Coşkun, 2017, s.205). Her ne kadar ayrı ve özerk olsalar da kurullar asli görevleri itibarıyla müşterek çalışma prensibi ile hareket ederler. Federal düzeydeki işbirliği sayesinde özel radyo ve televizyon istasyonları denetlenirken aynı zamanda AB ile ilişkiler de tek elden yürütülmektedir. Bu çerçevede 4 komisyon görev yapmakta ve görev tanımları gereği;

- Ulusal düzeydeki yayıncı kuruluşlara lisans tanımlanması, denetlenmesi, yayın platformlarının düzenlenmesi, dijital yayıncılığın geliştirilmesi görevi Lisans ve Denetim Komisyonu (Kommission für Zulassung und Aufsicht – ZAK) tarafından yürütülür.
- Özel servis sağlayıcılarına yayın platformları sağlama ve kablosuz iletim tahsisi yapma işlemlerini yürüten Başkanlar Konferansı Komisyonu (GVK-Gremienvorsitzendenkonferenz)
- Özel televizyon yayıncılığı alanındaki çok sesliliği sağlayan mevzuatı izlemek ve uygulamaktan sorumlu olan Birleştirilmiş Medya Kuruluşları Komisyonu (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – KEK)
- İnternet, özel televizyon ve radyo mecralarında küçüklerin korunması amacıyla iş ve işlemlerin takibinden sorumlu olarak kurulan Küçükleri Koruma Komisyonu (Kommission für Jugendmedienschutz – KJM) şeklinde sınıflandırılmaktadır (Coşkun, 2017, s.208).

Bu komisyonlar haricinde aktif olarak görev yapan Eyalet Medya Kurulları Direktörler Konferansı (Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten) medya politikalarının şekillenmesi ile alakalı çalışmalar yürütür. Bu komisyon yayıncılık faaliyetlerine geniş bir çerveden bakmakta, yeri geldiğinde ulusal ve uluslararası boyuttaki yayıncılık konularında muhatabı olan yayıncılarla irtibat kurarlar. İlk maddede yer alan komisyona başkanlık eden komisyon başkanı aynı zamanda bu konferansta da başkanlık vazifesi yürütür ve çoğu zaman toplantılar birleştirilerek gerçekleştir.

Direktörler Konferansı ile Başkanlar Konferansı Komisyonu ortak toplantı (gesamtkonferenz) düzenlemektedir. Özel yayıncılığın gelişimine yönelik müzakerelerin yapıldığı bu toplantılarda aynı zamanda kamu-özel medya yapısı hakkında da kapsamlı kararlar alınır. Almanya’da eyaletler arasında mutabakatla imzalanan Eyaletlerarası Yayıncılık Anlaşması (Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien-Rundfunkstaatsvertrag- 1987) gereği medyanın her alanındaki kamu otoriteleri bu yasaya tabi olup, eyalet medya kurullarının işleyişi, sorumlulukları, yetkileri gibi konular ile bu kurulların kendi aralarındaki iş birliğini temsil eden federal düzeydeki komisyonların hukuki altyapısı yine bu yasayla sağlanmaktadır.

Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten-DLM Berlin’de bulunmaktadır ve bu merkez ofis, tüm kurulların karar alma süreçleri, günlük olarak buradan koordine edilmektedir. “Almanya Federal Cumhuriyeti Devlet Medya Otoriteleri Birliği İşbirliği Anlaşması” adı altında 2013 yılında düzenlen ve DLM’nin genel işleyişini düzenleyen kurallar mevcuttur. DLM görevleri arasında;

- Yayıncılık alanında üye düzenleyicilerin menfaatlerini koruma
- Görsel işitsel medya içeriklerinin düzenlenmesi
- Mevzuat, finansman, ortak önem taşıyan konularla birebir ilgilenmek ve uzman desteği sağlamak sayılabilir (Kayıhan, 2015, s.360).

Federal karar vericiler çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunması hususunu da göz ardı etmemiş, bu konuda Medyada Gençliğin Korunması Anlaşması ile bu konuya da yasal bir güvence getirmişlerdir (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag). Almanya yasal düzenlemeler bağlamında Avrupa Birliği medya politikasına entegrasyonunu sağlamıştır ve yine kendi yasalarının muktesebatı ile AB yasaları arasında uyumluluğu gözetmiştir. Buna rağmen bazı konularda Almanya ve AB arasında bazı farklılıklar olduğu da gözardı edilemez. Radyo ve televizyon yayıncılığı Almanya’da eyaletler eliyle kültürel özerklik bağlamında değerlendirilirken, AB’de ise uluslararası pazarlama noktasında dışa dönük bir alan olarak destek sunulması gereken bir sektör olarak yayıncılık faaliyetleri ele alınmaktadır.

Kamu Hizmeti Lisans Ücreti, eyalet medya kurullarının birincil finansman kalemidir ve bunlar halk tarafından ödenmektedir. Bu anlamda özerk bir bütçeye sahip olduklarını söyleyebiliriz. Eyalet Medya Kurulları bir başkan ve komisyon tarafından yönetilmekte, mini bir meclis hüviyetinde olan bu kurulların yapısında çoğulcu anlayış benimsenmiştir. Çoğulcu konsey üyeleri farklı sosyal gruplar arasından seçilmektedir. Uzmanlardan seçilen konsey üyeleri, eyalet meclisleri vasıtası ile görev alırlar. Görev

süreleri, tekrar seçilme gibi durumlar eyaletlerin birbirinden farklı uygulamaları neticesinde şekillenir. Eyalet medya kurulları özerk olup devletin bir parçası değildir ve düzenleme-destekleme görevlerini yerine getirirler. Her kurulda, eyaletin büyüklüğüne göre sayısı 20 ile 45 arasında değişen üye bulunmaktadır. Kurul üyeleri, halkı temsil edecek şekilde üniversiteler, sendikalar, dinî topluluklar, çevre bilimciler, serbest meslek sahipleri, tüketiciler, feministler, ziraatçılar vb. aynı zamanda bir sosyal grubu temsil eden kişilerdir. Kurulun üyeleri arasından seçtiği bir direktör, alınan kararların yerine getirilmesini takip eder. Direktörlerin hukuken kurulu temsil ve imza yetkileri vardır, gelir ve giderlerden sorumludur. Ancak aslî işlerle ilgili yetki kurul üyelerinindir ve bu üyeler 4 yıl süreyle fahrî olarak görev yaparlar (Avşar ve Öngören, 2003, s.34-35).

- Yayıncılık lisansı düzenleme
- İletişim frekansları tahsisi
- Mevzuat uygunluğunun denetimi
- Görsel ve işitsel mecralar ile internette reklamcılık, gençliğin korunması ve genel yayıncılık ilkelerinin ilgili yasal düzenlemelere uygunluğunu denetleme
- Platform sağlayıcılarının denetimi ve çok sesliliği teşvik ederek tekelci anlayışı önleme gibi düzenlemeye dair görevleri yerine getirirler.

Aynı kurulun denetlemeye ilişkin görevleri ise;

- Dijital iletişim teknolojilerinin teşvik edilmesi
- Yerel medya desteklemeleri iler çoğulcu medya anlayışını tesis etme
- Kamu yayıncılığı karşısında özel sektörün çıkarlarını koruma
- Medya yetkinliğini teşvik etme olarak sayılmaktadır (Die medienanstalten, Responsibilities, 2020).

Eyalet medya kurulları mali denetim yetkisi taşımadıkları için mevzuatın ihlali durumunda bazı yaptırımlarla karşı karşıya kalmabilmektedirler. Cezai müeyyide sıralaması olarak bu yaptırımlar uyarma, para cezası, liansın askıya alınması ve mevcut lisansın geriye alınması olabilmektedir.

3.1.2. Belçika

“Belçika Posta Hizmetleri ve Telekomünikasyon Enstitüsü” (Institut belge des services postaux et des télécommunications) federal düzeyde düzenleyici statüsünde

olmakla birlikte yetki ve sorumluluğun nüfusun farklı diller konuşan gruplarına göre teşkil edilen üç farklı kurula dağıtıldığı alternatif bir sistem bulunmaktadır. Bu ayrımın esas dayanağı, Belçika'nın federal yapısının bölgesel olarak Flemenk, Valon, Brüksel gibi üç farklı bölgeye coğrafi olarak ayrılması ayrıca dil ve kültürel çeşitlilik bağlamında da Flemenkçe, Fransızca ve Almanca konuşulan bölgelerin farklılık arz etmesidir. Belçika bu durum nedeniyle böyle bir yapı kurmuştur.

Fransızca Topluluğa hizmet veren “Görsel İşitsel Mecralar Yüksek Kurulu” (Conseil supérieur de l'audiovisuel); finansmanı kamu bütçesinden sağlanan, farklı görev süreleri bulunan 10 üyeden müteşekkil, televizyon, radyo, internet mecraları üzerinde yetkili bir kuruluştur. Bir başkan, üç başkan yardımcısı dahil 25 personelden oluşan bu kurul, bölgesel anlamda kamu ve özel teşebbüs yayınlarını denetler, gerektiğinde yaptırımlar uygular, ayrıca (codes of conduct) olarak tanımlanan yayıncıların takip edeceği davranış kurallarını düzenler (ERPA, 2017).

Flemenkçe konuşan topluluklar için faaliyet gösteren Flaman Medya Düzenleyici Kurulu ise (Vlamse Regulator voor de Media); televizyon, radyo, ağlar üzerinde yetki kullanır ve finansmanı sektör ile kamu bütçesinden sağlamaktadır. Genel Kurul ve Tarafsızlık ile Küçüklerin Kurulu olarak iki kuruldan oluşan bu yapıda Genel Kurul; bir başkan, iki idareci ve iki uzmandan oluşmaktadır. Tarafsızlık ile Küçüklerin Korunması Kurulu ise; bahse konu uzmanlarla beraber başkan, dört profesyonel gazeteci de dahil olmak üzere 13 üyeden oluşur. Çocuk eğitimi/ psikolojisi veya psikiyatrisi alanında profesyonel deneyim sahibi iki uzman ile aileler ve çocukların çıkarları alanında çalışan iki uzmanın da yer aldığı bu kurul, Flaman topluluğuna özgü medya düzenlemeleri, ihtilafların bertaraf edilmesi, lisans tahsisi ile yayınların özellikle çocuklara ilişkin konular bağlamında sıkı denetimi gibi hususlarda denetim faaliyeti yürütür. Kurul özel-devlet yayınlarının denetiminden sorumlu olup gerektiğinde ciddi yaptırımlara başvurabilir. (Vlamse Regulator voor de Media, 2020).

2005 yılında AB direktiflerinin uygulanması amacıyla kurulan “Almanca Konuşulan Topluluklar Medya Konseyi” (Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft) kararname ile düzenlenmiş tüzel kişiliğe haiz bir kuruluştur. Karar ve Danışma fonksiyonlarını birlikte yürüten iki kademededen oluşur. Lisans tahsisi, frekans tayini, iletişim ağları, piyasa kontrolü, mevzuata uygunluk ve tüketici odaklı yaklaşım karar kurulunun faaliyet alanlarından sayılırken, başkan, başkan yardımcısı ve iki üyeyle birlikte 4 kişi tarafından yönetilir. Danışma Kurulu ise özel yayıncıların tanınması, şikayetler, taleplerin incelenmesi, medya hizmet sağlayıcıları denetiminden sorumludur.

Dört yıllığına görev alan üyelerin yaptırımlarda bulunma hakları vardır (*Medienrat.be, 2020*).

3.1.3. Danimarka

Danimarka’da farklı bir sistematiğe ilerleyen radyo ve televizyon yayıncılığı denetleme alanında söz sahibi kuruluş Danimarka Kültür ve Saraylar Ajansı bünyesinde faaliyet sunan Radyo ve Televizyon Kurulu’dur (Radio- og tv-nævnet). Kültür ve Saraylar Ajansı, Kültür Bakanlığı’na bağlıdır. Ceza hukuku alanında yetkin olma şartıyla biri Kültür Bakanı tarafından atanan 8 üye ve başkan, başkan vekili dahil 10 üyeyle hizmet veren bu kurulun bir üyesi Dinleyici ve İzleyiciler Organizasyonu, diğer üye ise Hakimler Birliği tarafından belirlenir. Kurulda yer alan ceza hukukçusu üyeler kendi alanlarıyla alakalı olarak özellikle nefret suçlarına yönelik konularda (ırk, cinsiyet, terör, din ve ulus bağlamındaki ihlaller) karar alma süreçlerinde yer alırlar. Kurul üyeleri bunun dışında genel itibarıyla yasal, finansal, idari, kültürel ve medya boyutunda çalışmalar yürütürler, kurul bütçesi genel kamu bütçesinden sağlanırken yine lisans gelirleri de bütçenin diğer kaynağını sağlamaktadır. Kurulun başlıca görevleri ise lisansların idaresi, yerel radyo ve televizyonların finansman yönetimi, televizyon alanında üyeliklerden çıkma ile alakalı sorunlar, radyo ve televizyon reklamları ile alakalı talep, şikayet ve beklentilerin değerlendirilmesi olarak belirlenmiş ve bu bağlamda hem özel hem kamu yayıncılığını denetleme ile gerekli durumlarda yaptırım müeyyidesi uygulama yetkisine sahiptir (Slots- og Kulturstyrelsen, 2021).

3.1.4. Finlandiya

“Finlandiya Ulaştırma ve İletişim Ajansı” (Liikenne- ja viestintävirasto – Traficom), radyo ve televizyonculuk alanına ilişkin temel düzenleyici kuruluş olarak yetkilendirilmiş ve yasal alt yapısını 2014 tarih 917 sayılı Enformasyon Toplumu Kanunundan almıştır. Ajansın denetleme yetkisi bulunan alanları arasında posta, televizyon, radyo, ağlar, bilgi güvenliği, telekomünikasyon piyasaları ile internet alan adları yer almaktadır. Finansmanını karma bir gelir düzeninden alan ajans bütçesi, kamu, lisans gelirleri ve sektörden sağlanmaktadır. Görev süreleri tanımlı kalıcı olarak belirlenmiş üç kamu görevlisi eliyle yürütülen mekanizma, yayınların incelenmesi ve alınacak kararların idare hukukunca değerlendirilmesinden sorumludur. Finlandiya hükümeti ve ajans lisans verme konusunda ortak yetki kullanırlar. Dijital televizyon, analog radyo ve radyo yayıncılığına dair program lisansları veren ajans, bazı durumlarda Ulaştırma ve İletişim Bakanlığı ile hareket eder. Ajansın bazı hassas durumlarda lisans

verme yetkisini kullanmak yerine hükümete sevk ettiği durumlar da olabilmektedir. Frekansların dağıtımı, özel kanalların denetimi, talep şikayetlerin değerlendirilmesi de ajansın görevleri arasında yer almaktadır. Ajans ayrıca bir nevi özdenetim mekanizmasını teşvik etmekte, operatörlerin kendi kendilerini düzenlemesinden(self-regulation) yana tavır almaktadır.

3.1.5. Fransa

Medya düzenlemesinde bağımsız bir kamu kuruluş olan Yayıncılık Yüksek Konseyi (Conseil supérieur de l'audiovisuel – CSA) ile görsel-işitsel medya takibini yapan Fransa, bu oluşumu 1989 yılında İletişim Özgürlüğü Kanununda (Loi Léotard) yapılan değişikliklerle yayın özgürlüğünü güvence altına almak için kurmuştur. CSA'nın ayrı bir tüzel kişiliği olmayıp mali yönden devlet bütçesine tabidir (EPRA, 2020, s.1, Coşkun, 2017, s.209).

Yayın özgürlüğünün temelinde bireysel hak ve özgürlükler, piyasaların düzenlenmesi ve sosyal sorumluluk ilkesi yatmaktadır. Yüksek Kurul, cumhurbaşkanı kararnamesi ile atanan 7 üyeden oluşmaktadır ve üçte biri iki yılda bir değişmektedir. Ayrıca görev süreleri dolmadan görev süreleri uzatılabilmekte, ikinci kez seçilememektedirler. Görevde bulundukları süre boyunca da başka bir yerde görev yapmaları mümkün değildir. Konsey başkanı da cumhurbaşkanı tarafından atanırken, atanan başkan parlamentonun kültür işleri komisyonlarına katılım sağlar. Üyelerin üçü ulusal meclis, diğer üçü de senato başkanı tarafından seçilir. Belirlenen adayların kültür komisyonlarından toplam oyun beşte üçünü alma zorunluluğu vardır. Seçilen üyelerin ekonomik, teknik, medya alanlarında deneyimli olmaları ve cinsiyet eşitliğine göre eşit dağılım ile belirlenmeleri de bir başka kural olarak görülmektedir. Kurul gündeminin toplantıları kamuya açık olup internet ortamında takip edilebilmekte, şeffaf bir yönetim anlayışı benimsenmektedir (CSA, 2020). Kurulun görevleri arasında;

- Radyo ve televizyon frekanslarının yönetim ve tahsisi,
- Radyo ve televizyon kuruluşlarına lisans tahsisi,
- Yayınların uygun argümanlar baz alınarak denetlenmesi (sendikal ve siyasi çoğulculuk),
- Seçim dönemlerinde yürütülecek seçim kampanyalarının yapısının düzenlenmesi,
- Çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik önlemlerin alınması,

- Engellilerin erişiminin sağlanması ve Fransa’da farklı toplulukların ihtiyaç ve taleplerinin belirlenmesi,
- Yayınlar için kanun tasarıları ve kararnameler için görüş belirtilmesi,
- Kamu yayıncılığı yapan kuruluşların yönetici atamalarının yapılması başlıca sorumluluklarıdır.

Anayasal düzenin korunması, demokratik-sosyal hukuk devleti normlarına uygunluk, uluslararası anlaşmalara uyum, insan hak ve özgürlükleri, ahlaki değerler, inanç, şiddet, gençlerin ve çocukların gelişimini olumsuz etkileyen ihlallere karşı yayıncıların uyması gereken kurallar olarak belirlenmiştir (Dilik, 2019, s.72).

Bahse konu ilkelerin ihlali durumunda ihlale göre belirlenen yaptırımların uygulanması, gerekli görülen durumlarda CSA’nın devreye girerek kovuşturma talep etmesinin önü açıktır. 30 Eylül 1986 tarihli ve 86-1067 sayılı İletişim Özgürlüğü Kanunu ilgili maddeleri uyarınca CSA, denetleme yetkisini kullanarak çoğulculuk ve bilgi teyidi, çocuk ve gençlerin korunması, reklam-sponsorluk-telealışveriş, ürün yerleştirme, Fransızca dilinin korunması gibi hususlarda yayıncı kuruluşların yayınlarını denetlemede tam yetkilidir.

3.1.6. İspanya

Ulusal Piyasalar ve Rekabet Kurumu (Comisión Nacional de Mercados y Competencia – CNMC) İspanya’da bulunan tüm sektörlerin desteklenmesi ve mevzuata uygun denetlenmesini sağlayan, tüketicilerin ve şirketlerin çıkarlarını gözetten bir kurumdur. Kamu kurumu olmakla beraber hükümete bağlı değildir ancak parlamentonun denetimine tabidir. 2013 yılında elektronik haberleşme, medya, enerji, posta gibi alanlarda faaliyet gösteren düzenleyici kuruluşlar ile anti-tröst idarelerin birleşmesiyle kurulmuş bu yapının kuruluş dayanağı ve temel hukuki alt yapısı Ulusal Piyasalar ve Rekabet Kurumunun Kurulması Hakkında Kanun 39 (Ley de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ile sağlanmıştır (Ulusal Piyasalar ve Rekabet Kurumunun Kurulması Hakkında Kanun, 2020).

CNMC, başkan ve konseyden oluşan iki idari birim tarafından yönetilmektedir. Ekonomik İşler ve Dijital Dönüşüm Bakanı tarafından belirlenen ve hükümet tarafından atanan üyelerden oluşan bu yapı, parlamentonun da onayını aldıktan sonra göreve başlar. Konsey üyeleri bir defaya mahsus 6 yıllığına seçilirler. Rekabet Dairesi, Enerji Dairesi, Haberleşme ve Görsel-İşitsel Daire, Ulaşım ve Posta Dairesi olmak üzere 4 ana soruşturma dairesi doğrudan başkana bağlı olarak görev yapar ve Rekabeti Teşvik Birimi

ile İç Denetim Birimi tarafından asiste edilirler. Fakat burada önemli olan esas konu; daireler soruşturmaları yürütürken bağımsızdır ve konseyden ayrı görev yaparlar, ayrıca hükümetten talimat almazlar (CNMC, 2020).

CNMC görevleri arasında yer alan hususlar;

- Yayın içeriklerini, küçüklerin korunması, reklamcılık, erişilebilirlik konularında değerlendirmek ve mevzuata uygunluğunu denetlemek,
- Yayıncı kuruluşların finansman ve yayıncılık faaliyetlerinin AB uygunluğunu denetlemek,
- Kamu yayıncılığını üstlenen RTVE'yi (Corporación de Radio y Televisión Española) denetlemek,
- Yasal düzenlemelere ilişkin ihaller ile alakalı iş ve işlemleri yürütmek, yaptırım kararları almak.
- Radyo ve televizyon kanallarının devri ve spor tesislerine erişim gibi yayıncı kuruluşlar arasındaki ihtilafları çözmek,
- İspanya'da yerleşik özerk birimlere bağlı yetkili birimlerle ve yerel idarelerle işbirliği şeklinde tanımlanmıştır.

3.1.7. İtalya

1944 yılında kurulan RAI oluşumu (Radiotelevisione Italiana) radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekeli temsilen uzunca bir süre faaliyet göstermiştir. 1970'li yıllarda Fininvest şirketleri, işadamları ve daha sonra İtalya Başbakanlığı görevi yapan Silvio Berlusconi'nin başını çektiği girişimcilerin de etkisiyle bu durum sona ermiştir. İtalya, Anayasa Mahkemesi'nin devletçi anlayışını da es geçmeyerek verdiği kararla yayın faaliyetinde bulunan özel yayıncılığı ifade ve özel girişim hukukuna uygun görmüştür. Fakat aynı mahkeme özel istasyonlar eliyle yapılan paket programların ülke geneline yayılmasıyla bu istasyonlar hakkında kapatma kararı açıklamıştır. Özel radyo ve televizyonların kendi kurallarını kendilerinin oluşturduğu bir anlayış ile denetimsiz çoğalan radyo ve televizyonların artmasına neden olmuştur. 1990 tarihli 223 sayılı kanun ile (Mammi Law) radyo ve televizyon yayıncılığında disiplini sağlamak amacıyla Garantörler Bürosu (Ufficio del Garante) oluşturulmuştur. Cumhurbaşkanı tarafından atanacak bir garantörün yönetiminde olması planlanan bu üst kuruldan beklenti, RAI

dahil olmak üzere yayın kurumlarında yönetmeliklerle belirlenen program içeriğine ve planlamasına ilişkin ilkelere uygunluğun denetlenmesi, yasanın 31. maddesinde yer alan kuralların ihlali durumunda ise yaptırım yapma yetkisi tanınmıştır. Daha sonra seçilen garantöre 18 üyeden oluşan bir konsey oluşturma yetkisi de tanınmış, ancak konseyin varlığı ve oluşum aksiyonu ihlaller karşısında yaptırım gücü ortaya koymaktan ziyade bir deklarasyon yayınlamak suretiyle pozisyon tanımlanmıştır. 1997 tarihli ve 249 sayılı Maccanico Kanunu ile kurulan “İletişimi Koruma Otoritesi- AGCOM” 5 üyeden oluşan ve mevcut denetim sisteminde önemli görev üstlenen bir oluşum olarak görev yapmaktadır. Üyelerin seçim işlemleri parlamentodaki güç dağılımına göre eşit olarak dağıtılmakta ise de belirleyici güç hükümet tarafından atanan başkanın elindedir. Buradaki mevcut düzenleyici rejim güçlü yayıncılar karşısında zayıf kararlar alabilen, zayıf yasal hükümler ve belirsiz icra takipleriyle şekillenmektedir (Açık Toplum Enstitüsü, 2005, s.51-53).

AGCOM faaliyet alanlarını belirleyen temel hususlar;

- Yayıncılık sektöründe adil rekabet,
- Kaliteli ve evrensel hizmet standartlarını sağlama,
- Çocuk ve engelliler başta olmak üzere zayıf kesimlerin hak ve özgürlüklerine sahip çıkmak olarak şekillenmiştir. Görsel ve işitsel medya ile alakalı da AGCOM’un temel sorumlulukları arasında;
- İletişim ve multimedya servislerinde teknolojik gelişmeleri takip etmek,
- Frekans tahsisleri gerçekleştirmek,
- Sunulan hizmetlerin kalitesini artırıcı düzenlemeler yapmak,
- Lisans ve yetki ücretlerini belirlemek, prosedürleri ve kriterleri sağlayıcı yönetmelikler hazırlamak,
- Reklam yayınları ve seçim propagandaları yayınlarında eşitlikçi ve erişilebilir imkanlar yaratmak gibi görevler yer almaktadır. (Dursun, Ağustos, 2014, s.1-19)

İtalya’da radyo ve televizyon yayıncılığı alanında mevcut şartların getirdiği zoraki bir uyum ve bunun sonucunda şekillenen mecburi bir mevzuat oluşumu söz konusudur.

3.2. Sosyal Medyanın “Görsel ve İşitsel Medya” Bağlamında Değerlendirilmesi ve Bu Alandaki Güncel Süreçler-Düzenleme ve Denetim Tedbirleri

Görsel ve İşitsel medyanın radyo ve televizyon yayıncılığı bağlamında teknolojiyle birlikte değişiklik gösteren yapısı, bu platformlarda yayın anlayışının ülkeler arasında farklılık göstermesi, yayın politikaları, içerik yönetimi, yasal düzenlemeler, denetleyici ve düzenleyici kurulların görev ve sorumlulukların hem bağlı oldukları ülkelerin yasal süreçleriyle olan ilişkileri hem de AB ile olan uyumlaştırma cihetinde değerlendirildiğinde karşımıza oldukça geniş bir çalışma alanı çıkmaktadır. Yukarıda bahsi geçen tüm bu alanlar dışında değişen ve dönüşen teknoloji sosyal medya ve dijital mecraları da beraberinde getirmiş, internetin yayılması, veri transferi, bilgi akışı gibi iş ve işlemlerin artık saniyelerle, bilgi ve data kaynaklarının sanal bir yolculukla adeta dünyanın dört bir yanına göz açıp kapayıncaya kadar erişmesi beraberinde bir takım sorunları da taşımıştır. Toplumun beklentileri, kitlelerin yönlendirilmesi, arz ve talep dengesi üzerinde değişen kitle iletişim hareketliliğinde radyo ve televizyon geçmişten günümüze nasıl bir değişim göstermiş ise sosyal medya, internet yayıncılığı da aynı şekilde hızla gelişip büyümektedir. Radyo ve televizyon mecralarına göre denetim ve takibi nispeten daha zor ve karmaşık görünen bu yeni alanla alakalı bir çok Avrupa ülkesi (Türkiye dahil olmak üzere) hassasiyet arz eden bir çok konuda bu mecraların denetim altında tutulması, toplumun refahı, insanların hak ve özgürlük alanlarının teminatı, ifade hürriyetinin eksiksiz işlemesi ama aynı zamanda zararlı içeriklerin engellenerek toplumu dejenere eden, genel ahlaka aykırı, çocuk ve gençlerin gelişimini bozacak, ülkelerin milli güvenlik meselesi haline gelen hususlar ve bahse konu mecralarda paylaşılan zararlı milyonlarca içerik karşısında peşpeşe tedbirler alarak radyo ve televizyon yayıncılığı denetimi ve düzenlemesinin yanında bu alanlarda da önlemler almıştır. İnternet, günümüz dünyasında bir iletişim alanı olmaktan çıkmış ve toplumsal bir yer haline gelmiştir. Sıradan birer yurttaş olan bireyler kendilerine sunulan bu iletişim ve etkileşim ortamında söz sahibi olarak her biri sosyal medyanın üyesi (hem tüketicisi, hem de üreticisi) haline gelmiştir (Gelan, 2014, s.91-97).

Bilim ve teknoloji her ne kadar kişiler arası iletişimi kolay erişilebilir hale getirmiş ise de bunun beraberinde bir takım riskler getirdiği de gözardı edilemez. Bireylerin özel hayatına ilişkin verilerin sosyal mecra ortamlarına kolayca sokulabilmesi, buna bağlı kişilerin özel hayat ve mahremiyet arz eden maddi-manevi haklarının ciddi boyutta zarar görmesinin yolu açılmaktadır. Kişisel Verilerin İşlenmesi Ve Bu Tür Verilerin Serbest Dolaşımına Dair Bireylerin Korunması Hakkındaki 95/46/EC Sayı ve 24/10/1995 Tarihli Avrupa Birliği Yönergesi, kişisel veri kavramına net bir tanım getirmiştir. Buna göre kişisel veri, belirli veya belirlenebilir kişilere ait tüm veriler kişisel veri olarak

tanımlanabilir. Günümüzde bu verilerin daha kolay erişilebilir olması ve bunun doğuracağı zararlar, kişilerle başlayan verilere yönelik teşebbüslerin daha sonra toplum, devlet ve kamu mekanizmalarına da kayabileceği endişesi gerek ülkemizde gerek dünya ülkelerinde bu alanda ciddi çalışmalar yapılmasına vesile olmuştur. İnternet ve sosyal medya mecralarının insanları sosyal, saldırgan ve kişisel saldırı psikolojisine daha çabuk yönelttiği ve suça meyilini kolay ve erişilebilir bir mecra üzerinden gerçekleştirdiği için kolaylaştırdığı bilinmektedir. Hukuki yönüyle karşı karşıya kaldığımız bu olumsuz tabloda en belirgin sorun internet üzerinde daha rahat bir ortam yakaladığını düşünen bireylerin ciddi suçlara karışması, usulsüz bilgi transferi, şiddet, taciz, gayri ahlaki içerik erişimi ve kullanımı, bunların yayılması, kişilik haklarına saldırı niteliğinde olacak hakaret, küfür, psikolojik şiddet içeren paylaşımları belirli/belirsiz adresler üzerinden gerçekleştirmesi dijital mecraların mutlak bir denetim ve düzenlemeye ihtiyaç duyduğunun en açık göstergesidir. İçeriklerin hukuki statüsünün ciddi anlamda tartışıldığı bu paylaşımların ifade hürriyeti, düşünce özgürlüğü gibi kavramlarla korunamayacağı ve bu referanslarla savunulacak yanı olmadığı açıktır. Dolayısı ile bir çok ülke parlamentolarında bu konu zaman zaman tartışılmaya ve tedbirlerin alınmasına zemin hazırlamıştır. İngiltere, Amerika, Avusturya, Rusya, Çin gibi ülkeler kanunlarına aykırılık teşkil eden bu durumu engellemek adına sosyal medya içeriklerini yayınlayan firmalara ciddi yaptırımlar getirerek buna engel olma yoluna gitmişlerdir.

Sosyal medyada yanlış bilgi, dezenformasyon, kişisel bilgilerin kötüye kullanımına dair endişeler ve ülkeler bazında sosyal medya kullanımına dair çarpıcı bir istatistik mevcut;

Tablo 1: Sosyal Medyada Yanlış Bilgi ve Dezenformasyona ilişkin Veriler

	Yanlış bilgi endişesi oranı % (18 yaş üstü)	Kişisel bilgilerin kötüye kullanıldığı endişesi taşıyanların oranı % (16- 64 yaş)	Bir kişiye düşen sosyal medya hesabı sayısı (16- 64 yaş)
ABD	68	42	7,1
İngiltere	63	43	6,9
Almanya	37	42	6,0
Fransa	62	45	6,8
Avusturya	40	43	6,8
İspanya	65	53	8,1
Danimarka	37	38	7,2
Belçika	49	39	7,4
Türkiye	62	29	9,4

Kaynak: Datareportal, “Digital 2021 Global Overview Report”, Erişim: 23.11.2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Sosyal medya kapsamında dünyada yapılmış bir takım düzenlemeler mevcuttur. Sosyal Medya ile ilgili Güncel Süreçler-Düzenleme ve Denetim Tedbirleri kapsamında seçili olarak Almanya, Avusturya, Avusturalya, Fransa, İngiltere ve Türkiye’nin Sosyal Medya alanında yapmış olduğu yasalar, düzenleme ve denetleme tedbirleri incelenmiştir.

3.2.1. Almanya

2014 yılında kurulan Dijital Gündem Komisyonu, internet politikası alanına dâhil olan konularda inceleme yapmak üzere oluşturulmuştur. Bu komisyonun kurulmasından önce çalışmalarını tamamlayan bir inceleme komisyonu (Enquete-Kommission) olan İnternet ve Dijital Toplum Komisyonu’nun hazırladığı rapordaki önerilerden birisinin Meclis tarafından hayata geçirilmesiyle teşkil edilen Komisyon’un gayesi, dijital dönüşümün yarattığı ortamın, dijitalleşmenin farklı boyutlarının ve giderek daha da bağlantılar üzerinden tanımlanmaya başlayan toplumsal yapının disiplinler arası bir şekilde tartışılmasına olanak sağlayacak bir forum olarak fayda sağlamaktır. Komisyon, dijitalleşmenin “özel ve dar bir alan” olmadığını düşünmekte ve tüm Parlamento’yu etkileyecek bir çatı niteliğini haiz olduğunu öne sürmektedir (Deutscher Bundestag, 2020).

2018 yılında yürürlüğe giren ve NetzDg olarak bilinen yasal düzenleme ile iki milyondan fazla kullanıcıya sahip dijital şirketlere alakalı yükümlülükler mevcut. Yasa, sosyal ağlarda nefret söylemi, sahte haberler, hakaretler, tehditler, insanları suça veya şiddete teşvik eden yasadışı içeriklerle mücadeleyi için hazırlandı. Yasaya göre, bu platformlarda şikayete konu bir durum meydana geldiğinde bu şikayetlerin değerlendirmeye alınması, ilgili prosedürlerin oluşturularak bahse konu içeriğin 24 saat içinde yayından kaldırılması ve bu konuda atılan adımların takibi amacıyla 6 aylık periyotlarda düzenli raporlama talep edilmektedir. NetzDG yasasında, kullanıcıların taleplerini inceleyecek şikâyet mekanizması oluşturmayan, suç niteliği taşıyan içerikleri zamanında silmeyen sosyal ağlar için (BBC, 2020),

- Para cezaları,
- Ağır ve sistematik ihlallerde şikâyet mekanizması sorumlusuna 5 milyon Euro, platforma 50 milyon Euro tutarında ceza öngörülüyor.

- Yasanın getirdiği bir başka yükümlülük de Alman makamları nezdinde temsil ile yetkilendirilmiş bir kişi ile yine Alman adli kovuşturma makamlarının bilgi taleplerine yanıt verebilecek bir irtibat görevlisinin, Almanya'da görevlendirilmesi zorunluluğu. Sosyal medya platformlarının hukuken Almanya'da en az bir temsilciye sahip olmaları gerekiyor.

Mevcut yasaya ek olarak nefret suçları ve aşırı sağ ile mücadele, ölüm tehdidi ve şiddete çağrı niteliğindeki paylaşımlar, halkı şiddet ve düşmanca tutuma teşvik eden, çocuğun cinsel istismarını teşvik eden, terör örgütü propagandası içeren paylaşımlar, internet üzerinden hakaret gibi konular da dahil edilerek NetzDg kapsamı genişletilmiş, ayrıca bazı suçlar katalog suç dosyalarına dahil edilmiştir. Bu yasa beraberinde birçok eleştiriyi de getirmiştir, nitekim platformların şikayete konu içerikleri düzgün inceleme fırsatı bulamadan tamamen silmesinin ifade özgürlüğüne zarar vereceği, suç teşkil eden paylaşım sahipleriyle ilgili adli merciler ve emniyet birimlerinin devreye girecek olmasının tek kriterinin platformun suç olarak kayda geçeceği paylaşımlara dayandırılması da hak ihlali olarak nitelendiriliyor.

3.2.2. Avusturya

Sosyal medya platformlarını kanunla düzeneleyen sınırlı ülkeler arasında yerini almıştır. 1 Ocak 2021 itibarıyla yürürlüğe giren federal kanunla birlikte sosyal medya şirketlerinin yükümlülükleri düzenlenerek paylaşımların kaldırılması veya engellenmesi ile alakalı düzenlemeler yer almıştır. Kanunun tam adı İletişim Platformundaki Kullanıcılar İçin Koruyucu Tedbirlere Dair Federal Kanun (Federal Law on Protective Measures for Users of Communication Platforms) olup bu kanunla birlikte bahse konu mecralar şeffaf, hesap verebilir ve denetime açık olmuştur.

Bu platformların Avusturya'da yerel otoritelerle çalışabilmek için gerekli şartlara haiz, kanun gereği getirilen talimatlara uyan ve iletişim kurabilmek adına Almanca bilen bir sorumlunun tayin edilmesi gibi kuralları içermektedir. Ayrıca platformların;

- Şeffaf bir şikayeti ele alma mekanizması oluşturma,
- Şikayet süreciyle alakalı bilgi verme,
- Yasa dışılığın açık olması halinde en geç 24 saat içinde yayından kaldırma ve erişim engeli getirme yetkisi mevcuttur

(Gallo, J. A., Cho, C. Y., 2021: 6).

Kullanıcılar, sosyal medya platformuyla irtibat kurmalarına rağmen mevzu bahis ihtilafın çözilememesi durumunda konuyu Avusturya’da medya, telekomünikasyon posta hizmetlerinin denetimi ile geliştirilmesine ilişkin faaliyet gösteren Radyo ve Telekomünikasyon Düzenleme Kuruluna (Rundfunk und Telekom Regulierungs GmbH kısa ismiyle RTR) taşıyabilir.

3.2.3. Fransa

2020 Mayıs ayında nefret söylemini temel alan bir yasal düzenlemenin yürürlüğe girmesiyle birlikte 24 saat içinde ilgili sosyal medya platformlarından ırk, din, cinsiyet temelli yaklaşımları içeren paylaşımların kaldırılması, çocuk istismarı ve terör konusundaki paylaşımlar için ise öngörülen sürenin 1 saat olarak tanımlanması kabul edilmiştir. Yasayla, her ne kadar muhalefetin iktidarı internet içeriklerini sansürleme yetkisini fazlasıyla aldığı konusunda suçlasa da sosyal medya şirketlerine bu durumlardaki ihlallerde gereğini yapmamaları durumunda ciddi para cezaları öngörülmüştür. Sosyal medya platformlarına yönelik uygulanması öngörülen 250 bin Euro tutarındaki cezalara ek olarak bu mecraların denetiminden sorumlu olan Yüksek Yayıncılık Kurulu’nun yükümlülüklerini yerine getirmeyen ilgili şirketin yıllık cirosunun yüzde 4 oranındaki kısmına veya 20 milyon Euro tutarındaki bir cezaya çarptırılması öngörülmüştür. Anayasa konseyi, içeriklerin kaldırılması hususunda ortaya konan bu cezaların gereklilik, ölçülülük ve amaca uygunluk açısından ifade özgürlüğüne aykırı bulmuş, gerek zaman diliminin belirli bir içeriğin yasadışılığına hükmedebilmek için yeterli olmayacağına kanaat getirmiş gerek mahkeme süreçlerini pas geçen bu hızlı karar alma ve yaptırım uygulama süreçlerinin yargı sistemine alternative bir yol oluşturacağı tereddütünü ortaya koymuştur. Konsey tarafından her ne kadar bahse konu içeriklerin ifade özgürlüğüne aykırılığı kabul edilmiş olsa da “aşırı sansür” endişesi ifade özgürlüğüne karşı bir tehdit olarak algılanmıştır.

3.2.4. Türkiye

Türkiye’de internet ile ilgili en kapsamlı düzenleme 2007 yılında 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile yapılmıştır (Mevzuat, 2007).

5651 sayılı Kanun ile ilk defa;

- İnternet aktörlerinin (içerik sağlayıcı, yer ve erişim sağlayıcı, toplu kullanım sağlayıcı) tanımı yapılmış ve bu aktörlerin hak ve sorumlulukları belirlenmiştir.

- Yasada suçlar bakımından erişimin engellenmesi usul ve esasları düzenlenmiştir.
- Konusu suç teşkil eden (ve/veya küçükler için zararlı olan) içerik kapsamında filtreleme usulü öngörülmüştür.
- Türkiye'de internet ortamındaki yayınlardan kanunda belirtilen katalog suçlara ilişkin şikâyetlerin yapılabileceği internet bilgi ihbar merkezi (ihbarweb.org.tr) kurulmuştur (BTK, t, y.)

5651 sayılı Kanun'da 2020'de yapılan değişiklikle getirilen yeni düzenlemelere bakıldığında ise kamuoyunda “Türkiye’de Sosyal Medya Düzenlemesine Alman Modeli” şeklinde lanse edilmesine rağmen önemli kararlar hayata geçirilmiştir.

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da (İnternet Kanunu) Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Sosyal Medya Kanunu) 29 Temmuz 2020'de kabul edilerek, konuya ilişkin kapsamlı yenilikler getirilmiştir (Resmi Gazete, t, y)

Sosyal Medya Kanununun 6. maddesi ile sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik birçok yükümlülük getirilmiştir. Bunlar;

- Temsilci bulundurma zorunluluğu,
- Başvuruya 48 saatte cevap verilmesi zorunluluğu,
- 6 aylık dönemlerde kuruma raporlama yükümlülüğü,
- Verilerin yerelleştirilmesi,
- İçerik kaldırma ve erişim engelleme taleplerinin 24 saat içinde uygulamaya konulması olarak öngörülmüştür (Resmi Gazete, t, y).

3.3. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Denetimi

Ülkemizde uzunca bir süre devlet tekelinde yayın faaliyetlerinde bulunan radyo ve televizyon mecraları ile alakalı 1982 anayasası 133. maddede yer alan “Radyo ve televizyon idareleri ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir” hükmü ülkemizde televizyon-radyo mecralarında değişim ve dönüşümün çok geç başlamasının başat nedenlerinden sayılmaktadır (Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, 1983). Mevcut yasaya rağmen gelişen teknoloji ve dönüşüm neticesinde özel radyo ve televizyonlar ortaya çıkmış, ancak yayınlarını korsan olarak tabir edilen gayri yasal yollardan sürdürmüşlerdir. Yasama organının 1993 yılında ilgili yasada yaptığı değişiklik ile özel televizyon ve radyo yayıncılığının önü açılmış, yayın

faaliyetlerine ara vermek durumunda kalan radyo ve televizyonlar birer birer açılmaya başlamıştır. Uzun bir dönem TRT eliyle vuku bulan yayıncılık faaliyetlerinden sonra toplumun yeniliğe karşı bakış açısı tamamen olumlu olmuş, yeni akım medya hızlıca kabul görmüştür. Radyo ve televizyon yayıncılığında kontrolü kaybetme ve denetimsizlik neticesinde ortaya çıkacak olası sıkıntıları bertaraf etme adına resmi bir kuruluşa olan ihtiyaç neticesinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, TBMM tarafından kabul edilerek 20.04.1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi hükümleri esas alınarak hazırlanan 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşu ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RTÜK hakkındaki son düzenleme olma niteliği taşımaktadır. Kanun, 15.02.2011 tarihinde TBMM’de kabul edilmiş, 03.03.2011 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. RTÜK; bünyesinde İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı Destek Hizmet Birimleri, İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığı, İdari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı, Hukuk Müşavirliği, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği ile İstanbul, İzmir, Diyarbakır bölge Temsilciliklerinden oluşan bir teşkilatlanmaya sahiptir. 6112 sayılı Kanun ile birlikte RTÜK, Avrupa eserleri, bağımsız yapımcı, editoryal sorumluluk, ticari iletişim, medya hizmet sağlayıcı, isteğe bağlı yayın hizmeti, koruyucu sembol, sayısal yayın, ürün yerleştirme gibi yeni terimler kullanmaya başlamıştır. Söz konusu kanun ile müeyyide sistemi daha etkin hale getirilmiş olup kuruluşların ticari iletişim gelirleriyle orantılı idari para cezası uygulanmaktadır. Ayrıca, idari para cezasıyla birlikte ihlalin ağırlığı dikkate alınarak idari tedbir niteliğinde program durdurma yaptırımı getirilmektedir.

Ülkemizde Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesi ile birlikte RTÜK görev alanlarına yönelik bir takım düzenlemeler yapılmıştır. 680 sayılı KHK 58. madde ile birlikte ülkemize ait uydulardan yayın yapan ve yine ülkemize yönelik ticari iletişim yayınlarına yer veren yayıncı kuruluşların üst kuruldan yayın lisansı alması zorunlu kılınmıştır. 703 sayılı “Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ise Madde 95’te; 11/11/1983 tarihli ve 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunununda değişiklik yapılarak 11 inci maddesinin altıncı fıkrasında yer alan “Bakanlar Kurulu kararnamesi ile” ibaresi

“Cumhurbaşkanınca” şeklinde değiştirilmiştir (Mevzuat, 2018). Yine 680 sayılı KHK’nın 19. maddesinde getirilen bir diğer düzenleme ile RTÜK, lisans başvurularına ilişkin olarak ilgili kurumların görüşü de alınmak suretiyle milli güvenlik, kamu düzeninin korunması ve kamu yararı gereklerinden kaynaklanan sebeplerle lisans taleplerini reddetme yetkisine sahip olmuştur. 27 Mart 2018 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 7103 sayılı Vergi Kanunları ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun 82 inci maddesi ile internet ortamından yapılan radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi görevi RTÜK’e verilmiştir. RTÜK’ün faaliyet alanları arasında;

- Yayın içeriğine, sektörel yapısal düzenlemeler olarak gerçekleştirilen düzenleme faaliyeti,
- Yayın hizmetlerinin denetlenmesine yönelik denetleme faaliyetleri,
- Kamuoyu araştırması, bilinçlendirme ve duyarlılığın artırılması faaliyetleri,
- Politika geliştirme faaliyetleri,
- Kurumsal kaynakların geliştirilmesi faaliyeti yer almaktadır. (Mevzuat, t,y).

Avrupa Birliği’nin hızla değişen dünya düzenine ayak uydurma çabası ve bu yöndeki gayreti, kültür ağırlıklı söylem ve siyasetin ekonomik kaygılarla ekseninden sapması sonucunu doğurmuştur. ABD ile ekonomik rekabet hayaliyle türlü evrelerden geçirilerek bugün mevcut haline dönüşen Avrupa Birliği’nin bu alanda başarılı olduğunu söylemek eksik sayılabilir. Avrupa, hak ve özgürlükler, bireysel standartların düşüncel, iktisadi, sosyal olarak yüksek sayıldığı, ifade ve düşünce hürriyetinin yılmaz savunucusu olarak kabul ettirmeye çalıştığı pozisyonunu bugün yerleşik demokratik düzen ve teamüllerle kurmaya çalışsa da nihai kuruluş hedefi olan ortak bir Avrupa pazarı oluşturmak, sadece üye ülkelerin değil kıta coğrafyasındaki ülkelerin ham maddeye, ekonomik gelir getirici sektörlere erişim noktasında kolaylaştırıcı, birleştirici politikalar endeksinde varılan süreçte çok ciddi bir başarı sağladığı söylenemez. İkinci Dünya Savaşının yorgun askerleri olan Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda’nın savaş kayıplarını telafi etmek, kömür ve çelik madenlerinin etkin kullanımını sağlayarak kalkınma hamlesi başlatmak üzere kurdukları ilk oluşum ve beraberinde takip eden diğer birleşmeler daha sonra malların, iş gücü, hizmet sektörü ve paranın serbest dolaşımı motivasyonu ile siyasi bir birlikteliğe evrilirken peşpeşe artan üye sayıları ile devasa bir örgütlenme modeline dönüştü. Günümüzde üye ülkelerin bu

orantısız büyümeyle globalleşen yer küre içinde kendi sorun ve sıkıntılarının da dışı yansımaları ile birlikte “birimiz hepimiz” mantığı ile iç sorunların bir anlamda AB’nin sorunları olmaya başlaması ile çatırdayan ve gelecek endişesine kapılan bir izlenim ortaya çıkmıştır. AB yardımları ile geçinen Yunanistan, ekonomik sıkıntılarla boğuşan Belçika, aşırı sağcılara direksiyonu teslim eden ve birlik içinde para politikası acımasızca eleştirilen Almanya, yabancı düşmanlığının hızla tırmandığı Avusturya, yalnız ekonomik krizle değil siyasi istikrarsızlıkla da başı dertte olan İtalya, hükümet krizini çözemeyen Hollanda, cumhurbaşkanını içselleştiremeyen Fransa, bölünme sorunu yaşayan İspanya ve Brexit ile erken manevra yaparak batacağını öngördüğü gemiyi terk eden İngiltere (Akın, 2018).

Tablo oldukça karmaşık ve karamsar görünmekte, Avrupa Birliği’nin bu gidişatı medya denetiminde de açıkça hissedilmektedir. Yukarda bahsi geçen ve örnek olarak incelenen her ülke gerek yazılı gerek görsel-işitsel medya alanında onlarca düznelemeye imza atmış, hak ve özgürlükler, ifade hürriyeti, kişisel verilerin ve kişilik haklarının saygınlığı, çocuklara yönelik korumacı yaklaşım, erişkinlerin ve gençlerin zararlı içeriklerden korunması, hukukun üstünlüğü, medyanın çoğulcu ve eşitlikçi yaklaşımı, reklam ve diğer gelirlerin adil ve rekabeti teşvik edici paylaşılması, düzenleyici ve denetleyici kurulların yasal sorumluluklarını yerine getirirken hassasiyet gösterilmesi gereken usul ve esaslar etrafında ciddi adımlar atılmasına rağmen ülkeler arasındaki uygulama farklılıkları, yasal çerçevelerin ülkelerin demografik, sosyal ve kültürel yapılarına göre dizaynı gibi pek çok nedenden dolayı belli kabul görmüş bazı ortak muktesebatlar dışında ortak bir eylem ve söylem birliği oluşmamaktadır.

Keza dış bir örnek olarak ele almak gerekirse; üyelik yolunda ülkemizin radyo ve televizyon yayıncılık faaliyetleri hak ve özgürlüklerin ihlali, sansür, ifade hürriyeti, basın özgürlüğü, eşitlikçi yaklaşım gibi pek çok kriter baz alınarak eleştirilmekte, yasal düzenlemelerin gecikmesi suçlaması yöneltilmektedir. Son dönemlerde sosyal medya ve internet alanında Almanya ile hemen hemen aynı modelin uygulanmak istenmesine rağmen adeta sadece Türkiye’de bireysel özgürlük alanlarının zarar gördüğü, düşüncenin yasaklandığı, sansür ve benzeri yaptırım mekanizmaları vasıtası ile basın ve toplum üzerinde bir kontrol olduğu, çocuk ve gençlerin, kadınların korunmasına yönelik önleyici ve caydırıcı tedbirlerin alınmaması, gazetecilerin ve yazarların düşüncelerinden dolayı tutuklanarak cezaevlerine gönderildiği, yayın politikası beğenilmeyen radyo ve televizyonların ağır yaptırımlarla cezalandırıldığı bir ortam gündeme getirilmektedir. Avrupa Birliği ile ortak toplumsal, kültürel, dini, siyasi ve ekonomik alanları olmamasına

rağmen Türkiye, bulunduğu coğrafya itibariyle, halkının ve demografisinin farklılığı, inanç, kültür ve sosyal dokunun çeşitliliği, yaşanan siyasi ve sosyal hadiseler, travma oluşturan bir takım yaşanmışlıklar (darbeler, sokak eylemleri vs) ve bir çok nedenden dolayı ayrı ele alınması gereken başlı başına bir olgudur. Türkiye’de medyanın uzun bir süre devlet tekelinde olması, sürekli askeri vesayet altında gerçekleştirilen ve zaman zaman toplumsal karşılığı tepki olarak gören tekелci, devletçi yayıncılık mantalitesi çok geç dönemlerde değişmiş, liberal ekonomi politikaların gelişmesi ile birlikte artan refah seviyesi, yazılı basındaki deneyim ve tecrübenin çok geç bir vakitte çeşitlilik arz eden çok renkli-çok sesli yayıncılık kapsamına girmesi bazı kazanımların geç elde edilmesine yol açmıştır. AB üyelik müzakereleri ve katılım sözleşmesiyle birlikte hukuksal, sosyal, iktisadi alanlarda olduğu gibi medya ve özgürlükler alanında da önemli gelişmeler yaşanmış ve Türkiye bu anlamda oldukça ciddi mesafe kaydetmiştir. Bahsi geçen ve eleştiriye sebep bir çok konu bu minvalde sadece Türkiye’ye has sorunlar olmayıp bugün Avrupa Birliği içinde üye ülkelerde de sesli bir şekilde eleştirilmeye ve sorgulanmaya başlanmıştır.

Avrupa medyasında özellikle “Avrupalılaştırılma” ideası üzerinden gerçekleştirilmeye çalışılan tek kimlik hayali teoride kalmış, nüfusun yaşlanması ve ekonomik sıkıntıların baş göstermesi, küresel kapitalizm içinde rekabet argümanlarını kaybeden Avrupa yavaş yavaş söylemlerini farklılaştırmaya başlamıştır. Bir dönemlerin özgürlükçü, insan hak ve hürriyetlerini esas alan Avrupai bakış açısı günümüzde aşırı sağ tarafından birarada tutulmaya çalışılan ve neofaşist ifadeleri çokça kullanmaya çalışan bir güruha teslim oldu. Basın ve medyada köpürtülmeye çalışılan İslamafobi, yabancı karşıtlığı, ötekileştirici söylem ve ifadeler Avrupa’da yazılı ve görsel-işitsel medyayı taahhüt ve güvence altına alan yasaları adeta kendi eliyle çiğnemektedir. Batı medyasının bugüne dek tarafsız, doğru ve adilane habercilik anlayışı ile hareket ettiğine dair algı, internet, sosyal medya alışkanlıklarının yaygın hale gelmesiyle değişmeye başladı. Batı medyasında karşılık bulan ifadelerin göçmenlere, müslümanlara, yabancılara ve farklı coğrafyalarda yaşayan halklara yönelik ayrıştırıcı, ötekileştirici bir hüviyete bürünmesi Avrupa medyasının teoride kağıt üzerinde kurgulanmış başarılı politikalarının pratikte karşılık bulamaması sorunsalını da beraberinde getirmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

AB'nin iletişim politikalarının çoğulcu anlayışa katkı sunmamakla beraber AB hukuk ve kültür geleneğine uygun olarak Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı, Avrupa Birliği Kopphenag Zirvesi kriterleri ve Amsterdam Antlaşması etrafında şekillenen demokratikleştirici etkiler içerdiği savunulmaktadır. 1980 yılında ortak Avrupa Kültürü oluşturma misyonu, daha sonra değişmiş ve yerini varolan kültürel çeşitliliği koruma güdüsüne bırakmıştır. Medyada kültür ağırlıklı politikalar etkisini yitirmiş, ekonomi merkezli yayın politikaları benimsenmiştir. Bu durum beraberinde bir takım sorunları getirmiş, yayıncılığın Avrupa içinde sınır tanımadan serbestçe dolaşımını merkeze alan yeni anlayış küçük ülkelerin süreç dışında kalmasına sebep olmuş, kamu yayıncılık hizmetlerinin ihmal edildiği, medya endüstrisine yönelik denetimlerde geç kalındığı, büyük sermaye sahiplerinin birleşme ve yoğunlaşma faaliyetlerinin önüne geçilmemesi eleştirilerin temel sebeplerinden sayılmaktadır. Buna rağmen Avrupa medya yapılanmasının rekabet etmeye çalıştığı ABD medyasına görece daha derli toplu bir yapıda olduğu “eleştiri alanını siyasal, ideolojik, kültürel ve toplumsal mecralara çok rahat bir şekilde uzatabilmesi” ile ortaya koymaktadır. Avrupa, medyayı siyasi, kültürel, ideolojik ve toplumsal gerçekleştirmelerle interaktif bir kurguda kullanabildiği halde “siyasi ve ideolojik” olmakla eleştirilir. Öte yandan bir başka eleştiri ise; bizzat birliğin içinden gelmekte, daha önce değinildiği gibi Özel Televizyoncular Birliği bünyesinde yayıncılık yapan özel teşebbüsler, Avrupa Birliği Komisyonunun birlik genelinde yayınlar üzerinde düzenleyici kurallar getirmesini red ederek, bu konunun yayıncılar tarafından kendi dinamikleriyle çözülmesi gerektiğini savunurlar. Ancak bu noktada eksik kalan husus, medya sektöründeki olası bir deregülasyonun yani serbestiyetin sorunlar çıkaracağı yönündeki hakim inanıştır. Zira bu düşünce, medyanın denetimden uzak bir alan olarak ele alınmasını red eder, sınırlamaları bazı durumlarda zaruri bir ihtiyaç olarak görür. AB medya politikalarında iki köşe başında sürekli tartışan iki ayrı yorum farkı ortak bir noktada buluşmamıştır, bu da Avrupa’da bir medya birliğinin veya ortak politika-söylem oluşturma zor olduğunu açıkça göstermektedir. Bir tarafta liberal bakış açısı ile medyanın ticarileşmesine sıcak bakan ve Amerika ile rekabetin medyada ticari oluşumların desteklenmesiyle mümkün olacağını savunan bir anlayış mevcut öte yandan çoğulculuğu benimseyen ve medyanın çok kültürlülüğünü koruyarak çeşitliliğinin yaşatılması gerektiğini savunan bir anlayış mevcut. Avrupa Birliği medya politikalarında özellikle son kısımlarda değinilen sosyal medya mecralarında düzenlemeler yaparken de yoğun eleştiriler almıştır. Ülkelerin birbirinden

farklı ve ortak bazı karar aldığı bu yeni denetim alanında benimsenen bazı kararlar, sosyal medya platformlarının yayıncılık, içerik üretme, kitlelere ulaştırma noktasında kısıtlanması olarak yorumlanmış, dahası bu kararların bir kısmının sosyal medya ve internette sansür olarak yansıtacağı inancı hakim olmaya başlamıştır. Görsel-işitsel medya denetim ve düzenleme kurullarının düzenleyici ve denetleyici argümanları arasında “devlet güvenliğine yönelik, çocuklara yönelik...”gibi uzayıp giden hassasiyetlere uyma noktasında benimsenen yarı özgürlükçü anlayış, “suç suçtur” ilkesiyle sosyal medya başta olmak üzere dijital mecralar üzerinden özellikle bireyler tarafından yapılan içerik ve paylaşımlar için aynı hassasiyetleri baz alarak bunların ilgilileri tarafından engellenmesi, kaldırılması, ihlalin devamında para cezaları gibi cezalarla yasakçı bir tutuma dönmekten sorumlu tutuluyor. Bu da Avrupa’daki bazı üye ülkelerin aldıkları bu kararlarla daha önce kendi koydukları kararları görmezden geldikleri ve daha kontrollü, daha denetimci bir tutum sergilemekle eleştiriliyor. Öte yandan Avrupa Komisyonu, dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınının basına camiasına olan etkileri, tüketici davranışlarındaki değişimler, çoğulculuk-bağımsızlık gibi alanlarda çözüm önerilerini içeren bir yasa taslağı hazırlayarak gündemine almıştır. Geleneksel medyanın yerini alan ve hızla gelişen dijital medya ve bu durumun ortaya çıkaracağı olumsuz etkiler, geleneksel medya kuruluşlarında üretim ve istihdam alanında yaşanacak olası sorunlar, demokrasinin dijital yayıncılık alanında karşılaşılabileceği problemleri kapsayan çalışmada dijital medyanın korunması ve gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca yine Avrupa Birliği tarafından gerçekleştirilmesi düşünülen bir başka proje ise Avrupa basınında birlikteliğin sağlanması ve farklı ülkelerden medya mensuplarının katılımı ile oluşturulacak bir Basın Odası/Kulübü fikri mevcuttur. Buna göre ülkeler arasında ilişkilerin daha fazla geliştirilmesi sağlanacaktır. Bu bağlamda bir önceki görüşlerde belirttiğimiz gibi sınırsız bir özgürlük alanına erişme hissiyatı ve psikolojisi sunan dijital mecraların düzenlenmesi ve denetimi geleneksel medya kadar kolay olmayacaktır. Bu aşamada;

- Yeni ve güncel bir medya yasası,
- Medyanın ticarileşmesinin yanında kültürel çeşitliliğin ve çok sesliliğin korunmasına dair tedbirler alınması suretiyle, çoğulcu ve bağımsız bir medya yönetimi oluşturulması,
- Medya sahipliği kavramının ortaya çıkaracağı editoryal bağımsızlık sorununun öngörülerek buna yönelik tedbirlerin alınması,

- İfade özgürlüğü ve işlevsel bir demokrasi için olmazsa olmazlardan Radyo, Televizyon yayıncılığı ve Sosyal Medyanın özgür ve bağımsız olması yanında, ürettiği zararlı içeriklere karşı toplumun korunmasını sağlayacak çift taraflı dengeyi sağlayacak denetim mekanizmalarının kurulması,
- Oluşturulacak sistemde; kamu denetimi (kurumsal +yargısal denetim) özdenetim ve kamuoyu denetimlerinin tamamının esas alındığı bir ortak denetim mekanizmasının tesis edilmesi,
- Medya sektörünün karşılaştıkları sorun ve sıkıntılar ile bunların çözümlerinin belirlenmesi amacıyla çalışmalar yapılması,
- Denetim ve düzenleme kurullarının medya sektörüne yönelik ticari profili koruyarak çeşitliliği arttırmaları, günceli yakalama ve buna uygun hareket etme adına yeni adımlar atılmasını sağlaması, bu kapsamda verilecek öneriler olarak gösterilmektedir.

KAYNAKÇA

Açık Toplum Enstitüsü.(2005). Avrupa’da Televizyon, Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık İzleme Raporu, Cilt 1, Ankara, 2005.

Akın,M.(2018). *Avrupa Birliği Çöküyor mu?* <https://www.kusgem.com/avrupa-birligi-cokuyor-mu/> 10.02.2018. [Erişim Tarihi: 24.12.2021].

Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, (2018). Kanun Numarası: 703, Kanun Kabul Tarihi: 9/7/2018. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.703.pdf> Erişim: 20.05.2020.

Atay, C. (1999). *Devlet Yönetimi ve Denetimi* (2. Baskı), İstanbul: Alfa.
Avrupa Birliği’nin Tarihçesi (2021, 21 Ekim). Erişim adresi <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=105>

Avşar, B.Z., Öngören G. (2003). *Radyo ve Televizyon Hukuku*, Ankara: Piramit Yayıncılık.

Avşar, Z. (2004). Medyada yoğunlaşma ve şeffaflaşma, *Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları, İletişim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 87-112.
Ayten, A. (2014). Yöndeşme ve Gazetecilik, (Ed. Müge Demir), *Yeni Medya Üzerine*, Cilt 2, Konya: Literatürk Academia Yayınları, 93-120.

Basın Konseyi, (2021). *Basın Meslek İlkeleri* <https://www.basinkonseyi.org.tr/basin-meslek-ilkeleleri/>, Basın Konseyi Erişim: 10.06.2021.

BBC, (2020). *Sosyal medya düzenlemesi: 'Almanya modeli' nedir?* <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-53414098> Erişim: 1 Ekim 2020.

Bek, M. G. (2003). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

BTK,t.y.Türkiye’de İnternet Hukuku, [Erişim: 12.06.2021].
<https://internet.btk.gov.tr/turkiye-de-internet-hukuku#:~:text=5651%20say%C4%B1%C4%B1%20Kanun%20ile%20ilk,engellenmesi%20usul%20ve%20esaslar%C4%B1%20d%C3%BCzenlenmi%C5%9Ftir.>

Bıçak, V. (2002), *Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında İfade Özgürlüğü*, Ankara: Liberal Düşünce Topluluğu.

Bilen, A. (2010). *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi İçtihatları Çerçevesinde Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü*, (http://www.danistay.gov.tr/4-AIHS_ve_AIHM.htm) (Erişim Tarihi: 04.11.2010.)

Cankaya, Ö., Batur Yamaner, M. (2012). *Kitle İletişim Özgürlüğü*, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.

Canoruç, M. Ş. (2010), *Türk Anayasa Hukukunda Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğünün Niteliği*, www.esosder.org (Erişim Tarihi: 07.09. 2010).

CNMC (2020), *What is the CNMC?*, Erişim: 14.11.2020, <https://www.cnmc.es/en/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc#origen>

Cohen- Almagor, R. (2002). *İfade Medya ve Etik*. (Çev. Şad, S. N.). Ankara: Phoenix Yayınları.

COM (2002). *Eight Report from the Commission on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package*.

Coşkun S. (2017), Avrupa Birliği'nin Görsel-İşitsel Politikası Bağlamında Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya'daki Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetlerinin Denetimi, *İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi*, Yıl 4, Sayı 13, s.205.

CSA, (2020), *Qu'est-ce que le CSA?*, Erişim: 14.11.2020, <https://www.csa.fr/Informer/Qu-est-ce-que-le-CSA>

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

Darendeli, A. (2007). *Medya Yoğunlaşması, Tekelleşmenin Denetimi ve Çoğulculuğun Kurulması*. Türkiye Barolar Birliği Dergisi, 68.

Datareportal (2021), *Digital 2021 Global Overview Report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>, Erişim Tarihi: 23.11.2021.

Deutscher Bundestag (2020), *Committee on the Digital Agenda* <https://www.bundestag.de/en/committees/a23>, Erişim Tarihi: 23.09.2020.

Deutscher Bundestag (2020), *Almanya Federal Cumhuriyeti Anayasası*, <https://www.btg-bestellservice.de/pdf/80201000.pdf> Erişim: 14.11.2020,

Die medienanstalten, Responsibilities (2020),
<https://www.diemedienanstalten.de/en/about-the-media-authorities/responsibilities>, Erişim: 14.11.2020,

Dilik C. (2019). Radyo ve Televizyon Alanında Düzenleyici ve Denetleyici Kurulların İncelenmesi: İngiltere, Fransa ve Türkiye Karşılaştırması, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Dinan, Desmond, (2008), Avrupa Birliği Tarihi, ( ev. Hale Akay) Kitap Yayınevi, İstanbul.

Dönmezer, S. (1976). *Basın ve Hukuku*, İstanbul: Sulhi Garan Matbaası.

Dönmezer, S., Bayraktar, K. (2013). Basın Hukuku. (5. baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

EPRA, (2017). *Conseil sup rieur de l'audiovisuel*,
https://cdn.epra.org/organisations/documents/2/original/Profile_BE_CSA_1117.pdf?1511187022 Erişim: 05.11.2020,

EPRA (2020), *Conseil supérieur de l'audiovisuel*, 20 Kasım 2017,
https://cdn.epra.org/organisations/documents/2/original/Profile_BE_CSA_1117.pdf?1511187022 [Erişim Tarihi: 05.11.2020].

Erdoğan, İ- Alemdar, K (1990). *İletişim ve Toplum*, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Erdoğan, İ. (1997). *İletişim Egemenlik ve M cadeleye Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi.

EUR-Lex, “Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018”, Official Journal of the European Union, L 303, s. 69-92, Erişim: 05.11.2020, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN>

European Parliament. (2018). *The historical development of European integration*. Fact Sheets on the European Union, PE.618.969.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/PERI/2018/618969/IPOL_PERI\(2018\)618969_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/PERI/2018/618969/IPOL_PERI(2018)618969_EN.pdf) [Erişim Tarihi: 02.01.2022].

Gallo, J. A., Cho, C. Y., (2021). Social Media: Misinformation and Content Moderation Issues for Congress, *Congressional Research Service*,
<https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46662> Erişim: 29 Temmuz 2021.

Gelan, Z. (2014). Dijital Dünya, Sosyal Medya ve Fikri Haklar, XIX. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, 27-29 Kasım 2014, İzmir Yaşar Üniversitesi, s. 91-97

Gencil Bek, M. (2002). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları*, Ankara: Ümit Yayıncılık,

Head, S.W. (1985). *World Broadcasting Systems*, California: Wadsworth Publishing Company.

Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara. Nobel Yayıncılık.

International Telecommunication Union (1999). *Trends in Telecommunication Reform: Convergence and Regulation*, Cenevre: ITO.

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

İKV (2007). İktisadi Kalkınma Vakfı Haberleşme Politikası, mht: 12/10/2007.

İlal, E. (1986). Düşünceleri Açıklama Özgürlüğü, Yıgınsal İletişim Araçları ve Anayasa Mahkemesi Kararları. *Anayasa Yargısı Dergisi*, Cilt 3, sayı 1, 64.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 5651, Kabul Tarihi: 4/5/2007 <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5651&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> Erişim tarihi:12.11.2021.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Kanun No. 7253 Kabul Tarihi: 29/7/20, Erişim: 22.11.2021, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200731-1.htm>)

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jongen, F. (1993). *Broadcast Regulatory Bodies in Europe*.

Medienrat, (2020). *The Advisory Chamber*, <http://www.medienrat.be/en/mediacouncil/the-advisory-chamber> Erişim: 05.11.2020.

Mevzuat, (t, y). Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, [Erişim: 12.06.2021].
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf>

OECD (2007). *Convergence and next generation networks, Ministerial Background Report*, DSTI/ICCP/CIPS (2007) 2 / FINAL, Seul.

Okumuş, A. (2006). *Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında İfade Hürriyeti*. Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Özbudun. E. (2002), *Türk Anayasa Hukuku*, Ankara: Yetkin Yayınları.

Pekman, C. (1997). *Televizyonda Özelleşme; Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*, Beta Yayınları, İstanbul.

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

Sarmaşık, J. (1993). *Radyo ve Televizyon Yayınlarını Denetim Yöntemleri*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s. 17.

Schlesinger, P. (2001). From Cultural Protection to Political Culture? Media Policy and the European Union. *Constructing Europe's Identity: The External Dimensions*. Der: Lars-Erik Cederman, London: Lynne Reiner Publishers.

Slots- og Kulturstyrelsen, (2020), The Radio and Television Board, (Google Translate aracılığıyla Dancadan İngilizceye çevrilen metin esas alınmıştır), <https://slks.dk/omraader/medier/naevn-og-udvalg/radio-og-tv-naevnet> Erişim: 05.11.2020.

Steinberger, R. et.al.(2009). An introduction to the Europe Media Monitor family of applications. Proceedings of the SIGIR 2009 Workshop July 23, 2009 Boston, Massachusetts USA.
https://www.researchgate.net/publication/256846496_An_introduction_to_the_Europe_Media_Monitor_family_of_applications [Erişim tarihi: 02.01.2022].

Severin, W. J., Tankard, J.W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları* (Çev: A. A. Bir ve N. S. Sever) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

TDK (2005). *Türkçe Sözlük*. 10 baskı, Ankara.

Ulusal Piyasalar ve Rekabet Kurumunun Kurulması Hakkında Kanun (2002), Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-5940> [Erişim Tarihi: 14.11.2020].

Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu (1983). Kanun Numarası: 2954, Kanun Kabul Tarihi: 11/11/1983. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2954.pdf> Erişim: 20.05.2020.

Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.

Vlamse Regulator voor de Media, (2020). *Sanctions*, <https://www.vlaamseregulatormedia.be/en/sanctions> Erişim: 05.11.2020.

Vural, S. (1994), *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*, Ankara: Bilim Yayınları.

Yazıcı, F. (2008). *İfade Özgürlüğü ve Avrupa Birliği Medya Politikasına Uyum Çerçevesinde Televizyon Programlarının Sınıflandırılması Sorunu*, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Radyo- Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Yılmaz, M., Doğaner, Y. (2007). *Cumhuriyet Döneminde Sansür*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Yurdusev, A. N. (1997). Avrupa Kimliğinin Oluşumu ve Türk Kimliği, *Türkiye ve Avrupa: Batılılaşma, Kalkınma, Demokrasi*, (der. A. Eralp), Ankara: İmge Kitabevi, s. 17-85.

