

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA KAMU HİZMETİ
YAYINCILIĞININ DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜ**



Yüksek Lisans Tezi

Yasin YILMAZ

Ankara, 2020

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA KAMU HİZMETİ
YAYINCILIĞININ DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜ**



Yüksek Lisans Tezi

Yasin YILMAZ

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ**

Ankara, 2020



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI

YASINYILMAZ

GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA KAMU HİZMETİ
YAYINCILIĞININ DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ

Prof. Dr. Haluk GERAY

Prof. Dr. Cem YAŞIN

İmzası

.....
.....
.....



Tez Sınavı Tarihi: 15 Ocak 2020

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan derim.

(15.12.2020)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin

Adı ve Soyadı

Yasin YILMAZ


İmzası

ÖNSÖZ

Bu çalışma; Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığı bağlamında geleneksel medya ile yeni medya arasındaki ilişkileri irdelemiş, son yıllarda değişen medya ortamında kamu hizmeti yayıncılığının geldiği noktayı Avrupa’daki kamu hizmeti yayıncılığının tarihsel gelişimini, farklı ve birbiriyle ilişkili kavramsal ve kuramsal yaklaşımlardan yararlanarak ortaya çıkarmayı hedeflemiştir. Araştırmada, TRT’nin bu yeni medya ve iletişim döneminde, yeni medya faaliyetlerine ve yeni stratejik hedeflerine de yer verilmiştir. Veri tekniği olarak, sahada iletişim ve yayıncılık sektörünün aktörleriyle yüz yüze yapılan derinlemesine mülakatlarla çeşitli bilgi ve belgeler toplanmış, bir araştırma tasarımı başlığı adı altında, erişilen bulgulara çalışmada yer verilmiştir. Temel olarak kamu hizmeti yayıncılığının geçirmiş olduğu değişim ve dönüşüm evrelerine odaklanılmıştır.

Bir kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT’nin bir çalışanı sıfatıyla böyle bir çalışmanın içinde yer almak, akademik düzeyde böylesine bir araştırmanın öznesi, bir yönüyle de nesnesi olabilmek; kendi adıma pozitif ve sürekli değişime ve gelişime açık disiplinlerarası sosyal bir bilim dalı olan iletişim bilimleri noktasında bir anlamda önemli bir basamak olacaktır diye düşünüyorum.

Bu tez çalışmamda büyük bir sabırla bana hiçbir yardımını esirgemeyen, bana güvenen ve yapacağıma olan inancını devamlı yineleyen saygı değer hocam Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ’ye, her zaman manevi olarak yanımda hissettiğim ve benden bu yüksek lisansı yapmamı isteyen rahmetli annem ve babama, TRT’den bana bu süreçte önemli katkılarıyla destek olan Sayın Hikmet KOCAMAN, Serhat TAĞIL, Cem Tolga ÇINAR ve Mahmut YALAV gibi değerli yöneticilere, değerli ablam Hatice

YILMAZ'a, bir gün değil her gün beni çeken ve büyük bir özveriyle bana yardımcı olan çok kıymetli eşim Tuğba zkan YILMAZ'a ve biricik oğlum Ahmet Kerem YILMAZ'a her türlü destek, yardım ve inanmışlıklarından dolayı ayrı ayrı teşekkür etmeyi bir borç biliyorum.



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR.....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL MEDYA YENİ MEDYA VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

1. GELENEKSEL MEDYA.....	8
1.1. Yazılı Medya	8
1.2. İşitsel ve Görsel Medya	11
2. YENİ MEDYA.....	13
2.1. Kavram Olarak “Yeni Medya”	13
2.2. Yeni Medyada Yöndeşme Olgusu	14
2.3. Yeni Medyanın Temel Özellikleri	16
2.3.1. Karşılıklı Etkileşim (İnteraktiflik)	17
2.3.2. Kitlesizleştirme	17
2.3.3. Eşzamansızlık	17
2.3.4. Bireyselleştirme	18
3. KAMU HİZMETİ VE KAMUSAL ALAN	19
3.1. Kamu Hizmeti Kavramının Tanımı ve Kamusal Alan	19
3.2. Hannah Arendt’in Kamusal Alan Anlayışı.....	20
3.3. Richard Sennett’in Kamusal Alan Anlayışı.....	21
3.4. Jürgen Habermas’ın Kamusal Alan Anlayışı	22

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

1. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞI	25
1.1. Kamu Hizmeti Yayıncılık Anlayışına İlişkin Temel Yaklaşımlar	26
1.2. Avrupa’da Kamu Hizmeti Yayıncılığının Tarihsel Evresi	28
1.2.1. Avrupa’da Özel Yayıncılık Dönemi	30
1.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığının Üzerindeki Uluslararası Üst Kuruluşlar ve İşlevleri	31

1.3.1. ITU, International Telecommunication Union (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği)	33
1.3.2. EBU, European Broadcasting Union (Avrupa’da Yayın Birliği) .	34
1.3.3. ABU, Asian-Pacific Broadcasting Union (Asya-Pasifik Yayın Birliği).....	35
1.4. Türkiye’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı	35
1.4.1. TRT Öncesi Dönem	36
1.4.2. Radyo Yayıncılığı	37
1.4.3. Bir Kamu Hizmeti Yayıncısı Olarak TRT, TRT Kanunu ve TRT’nin Kuruluş Evresi	39
1.4.4. 1980 Sonrası TRT ve İkili Yayın Sistemine Geçiş.....	42
1.4.5. 2000’lerden Günümüze TRT’nin Yeniden Yapılanma Girişimleri	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TRT VE YENİ MEDYA POLİTİKALARI

1. TRT’NİN YENİ MEDYA STRATEJİLERİ VE UYUMLANMA SÜRECİ.....	46
2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ (SORUNSA).....	46
2.1. Zamanlama	47
2.2. Araştırma Tasarımı Ve Yöntem.....	47
2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	50
2.4. TRT’ nin Yeni Medya Stratejileri.....	50
2.5. TRT’ nin Yeni Medya Ortamlarına Dönük Tutumu.....	61
SONUÇ	63
KAYNAKÇA.....	70
EKLER	77
Ek-1: Görüşmeci 1 / Trt(Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)	77
Ek- 2: Görüşmeci 2/ Trt (Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)	85
Ek-3: Görüşmeci 3/ TRT (Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)	95
Ek-4: Görüşmeci 4 / ÇGD (Çağdaş Gazeteciler Derneği)	101
Ek- 5: Görüşmeci 5 / TGS (Türkiye Gazeteciler Sendikası)	108
Ek-6: Görüşmeci 6 / KESK Haber-Sen	113
ÖZET	123
ABSTRACT	124

KISALTMALAR

AB Avrupa Birliği

ABU Asya-Pasifik Yayın Birliği

BBC British Broadcasting Corporation

BTK Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu.

CİMER Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi

ÇGD Çağdaş Gazeteciler Derneği

DVB Digital Video Broadcasting

DVB-T Digital Video Broadcasting - Terrestrial

DVD Digital Versatile Disc

EBU European Broadcasting Union (Avrupa Yayın Birliği)

HD High Definition

HDTV High-Definiton Tv - Yüksek Tanımlamalı TV

HDTV High Definiton Television

Internet Protocol

ITU International Telecommunications Union (Avrupa Telekomünikasyon Birliği)

KESK Kamu Emekçileri Sendikaları Konfederasyonu

LAN Local Area Network

MPEG Motion Picture Expert Group Version

RRC Regional Radio Communications Conference

RTÜK Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

SD Standart Definition

SDTV Standart Definition Television

TBMM Türkiye Büyük Millet Meclisi

TİAK Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi

TGS Türkiye Gazeteciler Sendikası

TK Telekomünikasyon Kurumu

TRT Türkiye Radyo ve Televizyonu

TUENA Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Proje Ofisi

UMED Uluslararası Enformasyon Ve Medya Derneği



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Güncellenen Barr Üçlü Yakınsama Diyagramı.....	15
Şekil 2. Yeni Medya Yakınsaması	16
Şekil 3. Bilgi toplumunda kamu medya hizmeti	67



GİRİŞ

İnsanlık; tarihi boyunca sosyal bir varlık olmasından kaynaklı olarak her zaman birbiriyle bir iletişim kurma gereksinimi duymuştur. Aslında bir bakıma bu iletişim içerik üretimi ve değişimi üzerine dayalıdır. İletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte iletişim sürecinin nesnesi olan içerik ve enformasyon üretimi ölçek olarak büyümüş, diğer hizmetler gibi piyasada bir karşılığı olan araçlar seti haline dönüşmüştür.

Kamusal yarar ile kamu hizmeti yayıncılığı ilişkisi düşünüldüğünde, günümüzde iletişim alanının ekonomik yapıdaki yeri ve konumu belirleyici olmaktadır (Aydoğan, 2016:7).

1970'lerden bugüne toplumsal, siyasi, ekonomik, kültürel ve teknolojik alanlarda meydana gelen değişim ve dönüşümler yayıncılık ve kamu hizmeti yayıncılık algı ve anlayışını da ciddi biçimde etkilemiştir. Üretim ilişkilerini ve üretim süreçlerini devletin kontrolü ve koruması altında yapmaya çalışan vatandaşların toplumsal ve iktisadi haklarını koruma altına alarak tüketimi arttırmayı hedefleyen refah devleti modeli giderek zayıflamış, yerini serbest piyasa temelli bir iktisadî modele bırakmıştır (Belek, 1999:6). Tüm dünyada iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ışığında, kitle iletişim araçlarına ve demokratik katılım tartışmalarına yeni özneler eklenmiştir (Timisi, 2003:9). Bilgisayar ve bilgi ağlarının alt yapısına dayanan yeni iletişim araçlarının gündelik yaşamda da kullanılıyor hale gelmesi, enformasyonun toplanması, saklanması ve dolaşıma girmesinde geleneksel medya araçlarının neden olduğu ve bu araçların, ürettiği alışkanlıkların değişmeye başladığı yolunda bir söylemi gündeme getirmektedir. Kitle kavramının yeniden düşünüldüğü, mesaj alıcılarının, mesajın üreticileri haline dönüştüğü ve kamusal araçlarla yeniden düşünölmeye başladığı gibi görüşler dile getirilmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığı da geleneksel medyanın araçlarıyla yapılan yayıncılık anlayışının yanında kitle medyası, yeni bilgi ve

iletişim araçlarının devreye girmesiyle farklılaşan bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Bu değişim ve dönüşümü yalnızca teknolojik belirleyicilikle açıklamak yetersiz olacaktır.

Bu araştırmanın temel ilgi alanını oluşturan Avrupa' da ve Türkiye' de piyasa, politika ve yöndeşme olguları ekseninde kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim ve dönüşümü irdelemek, bunu yaparken TRT örneği üzerinden bu evrilmenin boyutlarına odaklanmak tezin ana hedefleri arasında yer almaktadır. Kamu ya da özel tüm medya ortamının yeniden belirlendiği ve şekillendiği bir süreci, toplumsal, siyasal, iktisadi, teknolojik ve sosyo-kültürel açılardan incelemek, Türkiye' de kamu hizmeti yayıncılığının gelmiş olduğu noktayı görmek açısından önemlidir.

1970'lerden itibaren neo-liberal politikaların ortaya çıkmasıyla ekonomik yapının piyasa şartlarını serbestleştirilmesi, siyasi/politik etkiler, birey-toplum, birey-devlet hiyerarşisinin evrilmesi gibi noktalar da göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla yapılan çalışma, kamu hizmeti yayıncılığındaki bu değişim ve dönüşüm, kamu yayıncılığının amaç ve yükümlülüklerini nasıl etkilediği, kamu yayıncılığının doğasını, işleyişini, süreçlerini, uygulama, strateji, faaliyet ve pratiklerini ne ölçüde nasıl dönüştürüp, değiştirdiği sorunsalı etrafında şekillenmiştir. Tüm bu gelişmeler ışığında özellikle 1980 sonrası Avrupa' da kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin yeniden yapılanma süreçleri de ele alınmıştır (Amsterdam Antlaşması, 1997).

AB tarafından 1997' de yürürlüğe konulan Amsterdam Protokolü; kamu yayıncılığının değişen medya ortamındaki yerini sağlamlaştırma noktasında önemli bir adım atmıştır. Kamu hizmeti yayıncılığı yapan kuruluşların finansmanını üye devletlerin inisiyatifine bırakmış, ancak piyasa koşullarını etkilemeden bunu yapmalarını öngörmüştür.

Geleneksel medya, yeni medya, kamusal alan, kamu hizmeti yayıncılığı, kamu medya hizmeti gibi kavramlar yeni iletişim ve medya çalışmaları kapsamında ele alınan kuramsal yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Kamu hizmeti yayıncılığı 1920'lerin ortalarından başlayan serüveninde birçok farklı gelişmeleri içine alan dönemler yaşamıştır. Bunlar içerisinde en dikkat çekenlerse kamu hizmeti yayıncı kuruluşların uyması gereken en temel ilkelerden olan evrensel erişim, haber verme ve bilgilendirme, tarafsızlık, eğitime ve editoryal bağımsızlık gibi kamu yayıncılığı için hayati önem taşıyan en temel yayın ilkeleri kapsamında değerlendirilmiştir.

Bu noktalardan değerlendirildiğinde; karşı karşıya kalınan en önemli sorunsal, kamu hizmeti yayıncılığının yeni sayısal teknolojilerin devreye girmesiyle nereye doğru ve nasıl evrileceğidir. Bilgi toplumunda yeni medyanın araçlarının hızla kullanılıyor hale gelmesi ve etkilerinin her geçen gün artması, bu alana ilişkin yeni değerlendirmeler yapma gereksinimini de ortaya koymuştur. Bu gereksinim kapsamlı şekilde ele alınıp; kamu hizmeti yayıncılığının tarihsel süreçleri dikkate alınarak analiz edilip, günümüz bilgi toplumundaki yansımalarının boyutlarını irdeleyerek doyulanma sürecine girmelidir. Teknolojinin de bu denli veri-bilgi-telekomünikasyon-iletişim süreçlerini yakınsaması, kamu hizmeti yayıncılığı konusundaki evrensel ve çoğulcu yaklaşımların da yeniden değerlendirilerek yeni güncellemelerin yapılmasını gerekli kılmaktadır.

1990'lardan itibaren kamu yayıncılığına alternatif, kimilerine göreyse rakip olarak görülen özel yayıncıların devreye girmesiyle yayıncılıkta tekelleşme resmen ortadan kalkmış, ancak farklı tartışmaların ortaya çıkmasına da sebep olmuştur. Araştırmada genel olarak geleneksel medyadan yeni medyaya evrilen sürecin tarihsel dinamikleri de göz önüne alınarak bu evrilişin nasıl gerçekleşmekte olduğu, bu sürecin hangi gerekçelerle nasıl bir değişim ve dönüşüme neden olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Örneğin 2000'lerin başında birçok Avrupa ülkesinde özel medya

kuruluşlarıyla baş etmek için yeniden canlandırılmış bir kamu medya sektörü ortaya çıktığına şahit olunmaktadır (RTÜK, Bilgi Toplumunda Kamu Hizmeti, 2007:10). Kamu yayın kuruluşları özel yayın sektöründeki kuruluşlarla sağlıklı bir rekabet etmek için yayın akış planlarını gözden geçirmişler, görev ve sorumlulukları yeniden tanımlamışlar, içyapım, ortak yapım ve dış yapım süreçlerini modernize etme yoluna gitmişlerdir. Dolayısıyla dijitalleşme sonucu ortaya çıkan yeni imkânlar, medya sektöründeki sahiplik yapılarındaki değişim, araçsal yoğunlaşma, hizmet çeşitliliği ve içerik üretimindeki yelpazenin genişlemesi gibi unsurlar, gerek medya hizmetini alan izleyiciler, gerekse o hizmeti sunan içerik üreticileri noktasında farklı tercih ve alışkanlıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yani izleyici alışkanlıklarındaki tutum değişiklikleri daha interaktif, katılımcı ve özgürlükçü bir mecraya taşınarak kişisel tercihler yapabilme potansiyeli ortaya çıkmıştır.

TRT bu bağlamda kuruluşundan bugüne siyasi, ekonomik, hukuki, teknolojik ve yönetim anlamında çok farklı dönemler yaşamıştır. TRT kurumu yayıncılık evresine ilk adımına; hizmet ve amaçlarını şekillendiren 1961 Anayasası'nın kabul edilmesi ve kaynağını bu anayasadan alan ve hukuki varlığını 01/05/1964' te, 359 sayılı TRT Yasası ile başlamıştır. 359 sayılı yasa, TRT'yi "tüzel kişiliğe sahip, özerk bir kamu iktisadî kuruluşu" olarak teşkilatlandırmıştır (Akarcalı, 1997:11). TRT'nin özellikle özerk bir kurum olarak nitelendirilmesi ve bunun kanunla güvence altına alınması kamu hizmeti yayıncılığı açısından büyük bir öneme sahiptir.

1980 Türkiye siyasal ortamındaki belirsizlikler ve sorunların çözümsüzlüğe itilmesinden kaynaklı olarak yeni rejim 1982 Anayasası'na dayandırılarak 2954 sayılı Türkiye Radyo – Televizyon Yasası'nı çıkardı (TC Anayasası, 1983).

Bu yasayla birlikte TRT kurumunun özerkliği elinden alınmış, görünürde tarafsız; ancak uygulamada iktidarın etkisi altında olan bir yayın anlayışı söz konusu olmuştur. Aysel AZİZ, 2954 sayılı yasanın TRT yasası olmadığı altını çizerek, yasanın Türkiye'deki iletişim ortamını kapsadığını, ağırlık noktasının ise TRT kurumunun yönetsel ve yayın işleyişi noktasındaki düzenlemeleri ele aldığını söylemektedir (Aziz,1991:85). Yani bu yasa sadece TRT'yi değil Türkiye' de yayın alanında olan her türlü kamu-özel kurum ve kuruluşlarını kapsadığını söylemektedir. Buna karşın Avrupa kamu yayıncılık alanı tam tersine deregülasyon politikalarının da etkisiyle piyasalarda bir serbestleştirme, teknolojik dinamiklerin etkisiyle yayın politikalarında bir dönüşüme gitme durumuyla karşı karşıyadır.

1990' lara gelindiğinde Türkiye'de de günden güne TRT'nin tekelci kamu yayın anlayışına karşı politikalar muhalefet tarafından dillendirilmeye başlamıştır. Nihayet 20 Nisan 1994' te çıkan yasa dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel tarafından onaylanmış, Türkiye' de özel-kamu ayrımı yapmaksızın tüm radyo-televizyon ortamını kapsayan yeni bir yasa ortaya çıkmıştır. Türkiye' de görsel-işitsel medya sektöründe ilk düzenleme olan 3984 sayılı kanun kabul edilerek, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu adında özel yayıncılık ve kamu yayıncılığı alanını düzenleyen ve denetleyen bağımsız idari bir otorite kurulmuştur. Bunun öncesinde Avrupa'daki gelişmelere paralel olarak 1993 senesinde Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi imzalandığı ve imzalanan bu sözleşmeyi 3984 sayılı kanunun temel referans kaynağı olarak aldığı anlaşılmaktadır (SouthEast European Media Observatory, 2016).

2011 senesinde çıkarılan 6112 sayılı RTÜK Kanunu ile TRT'nin özerkliği bir kez daha zedelenmiştir. Ayrıca bu kanun resmi olarak kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT özelinde kamu hizmeti nosyonuna ilişkin kayda değer bir vurgu yapmamaktadır (Sümer ve Adaklı, 2007:143).

Son olarak 2018'e geldiğimizde Türkiye'de yönetsel ve siyasal sistem anlamında ciddi bir değişim ve dönüşüm yaşanmış, yayıncılık alanını düzenleyen 703 No' lu KHK, tüm TRT'nin yönetim, finansman ve personel politikasını baştan aşığı değiştirmiştir. Tüm bunların yanında TRT'nin yeni medya faaliyetleri bütün ivme ve hızıyla devam etmiştir. 2011 senesinde kurulan Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü'yle yeni medya alanına yapılan yatırım ve TRT 2023 vizyonu hedefiyle yayıncılıkta ulus aşırı bir marka olma ideali gerek genel yayın planlarından gerekse de TRT'nin her yıl açıkladığı faaliyet raporlarından anlaşılmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde geleneksel ve yeni medya ilişkisi ele alınmış, kamu hizmeti yayıncılığının yeni medya araçlarının devreye girmesiyle yaşamış olduğı değişim ve dönüşüme odaklanılmıştır. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası ölçekte çeşitli değerlendirme ve yaklaşımlara yer verilmiştir. Kamusal alan tartışmalarına değinilmiş, çeşitli kuramsal yaklaşımlardan yararlanılarak kamu hizmeti yayıncılığının geldiğı nokta değerlendirilmiştir. Birinci bölüm; geleneksel medya-yeni medya kavramlarının kapsamlı ve ayrıntılı tanımlarından hareketle, kamu hizmeti yayıncılığına olan etkilerine odaklanılarak analiz edilmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde; Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığı konusundaki temel yaklaşımlar ele alınmış özellikle 1980 sonrası Avrupa kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin yeniden yapılanma stratejileri Türkiye' deki kamu hizmeti yayıncılığı, politika, düzenleme ve uygulamalarına yansımaları noktalarından ele alınarak günümüzün değişen medya ortamına dönük olarak gelişen politika üretme sürecinin analizi yapılmıştır. Aynı zamanda bilgi, iletişim teknolojileri ve kamu yayıncılığı konusunda faaliyet gösteren bazı uluslar arası üst kuruluşlara çalışmada yer verilmiş ve bunların özel ya da kamu yayıncıları üzerindeki fonksiyonlarına ve etkilerinin olup olmadığına değinilmiştir.

Üçüncü bölümde, TRT'nin yeni medya stratejilerine odaklanılmış, bu çerçevede kurumun yeni medya dönemine uyumlanma süreci değerlendirilmiştir. TRT'nin genel yayın planlarından, faaliyet raporlarından, kurum içi bilgi ve belgelerinden, sunum, konferans, konferans bildirisi ve raporlarından yararlanılmıştır. Geçmişten geleceğe TRT'nin kamu hizmeti yayıncılık vizyonu ve geleneksel medyadan yeni medyaya uzanan süreçte nerede konumlandığına odaklanılmıştır.

Bu çerçevede; çalışmanın araştırma tasarımı oluşturulmuş, yöntem olarak veri analizi noktasında araştırmaya katkı sağlayacak veri toplama tekniklerine yer verilmiş ve bunun sonucunda elde edilen bulgular çalışmaya eklenmiştir. Bu kapsamda yayıncılık ve iletişim sektörünün çeşitli aktörleriyle derinlemesine mülakat yöntemiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen ses kayıt dökümleri "ekler" adıyla araştırmaya eklenmiştir.

Kapsamlı bir sonuç ve değerlendirme yazısıyla da araştırma sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL MEDYA YENİ MEDYA VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

1. GELENEKSEL MEDYA

Günümüz dünyasında meydana gelen siyasi, iktisadi, kültürel, toplumsal ve teknolojik değişim ve dönüşüm süreci medya dünyasında da ciddi değişimlere yol açmıştır. Gazete, dergi, televizyon, radyo, telgraf gibi iletişim araçları günümüz dünyasında daha dar ölçekli kaldıklarından artık geleneksel medya iletişim araçları olarak kabul edilmektedir.

İnsanoğlunun toplumsal hayata geçiş sürecinde ilk iletişim aracı mağara duvarlarına çizilen resimlerle oluşturdukları gündelik hayata ilişkin resimleri olmuştur. Ardından papirüs kağıda yazılan hiyeroglifler ve değişen şartlar, artan ihtiyaçlar, içinde bulunulan ekonomik ve coğrafi süreçler dahilinde telgraf, gazete, radyo, televizyon gibi araçlar insan hayatına girmiştir (Törenli, 2005:7). Ve şimdi de sayısallaşma ve iletişim ağlarındaki dönüşüm eski yeni ayrımında bir noktaya getirmiştir, iletişim araçlarını. Geleneksel medya, yeni iletişim teknolojileri sonucunda haber verme, eğlendirme, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma gibi işlevlerini yerine getirirken, tek yönlü iletişime olanak tanıyan araç ve ortamları kapsamaktadır.

1.1. Yazılı Medya

1450 yılında Gutenberg'in matbaayı icat etmesiyle yazılı medya gelişmeye başlamıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısında yaşanan Sanayi Devrimi de yazılı basının gelişimini hızlandırmıştır. Ancak yine de tam anlamıyla yazılı medyadaki değişim teknolojinin de ilerlemesiyle 20. yüzyılda olmuştur (Tokgöz, 1981:V).

Yazılı medya, gazete ve dergiyi de içine alan kitle iletişim araçlarından oluşmaktadır. En önemli işlevi haber vermek olan, yazılı medyanın televizyon ve radyoya göre en önemli avantajı kayıt altına alınabilmesi ve ihtiyaç halinde tekrar ulaşılabilesidir. Yani yazılı medyanın bir belge niteliğinde saklanabilmesi ve arşivlenmesi verilere erişim noktasında önemli bir imkân tanımaktadır. Hız anlamında radyo ve televizyona oranla daha ayrıntılı bir şekilde okuyucuyla buluşmaktadır. Erişim hızı noktasında radyo ve televizyona oranla daha yavaş olmasına karşın zamanı daha elverişli kullanarak daha kapsamlı haberler vermektedir. Bu nedenle yazılı basın, ekonomik şartları izin verdiği ölçüde sayfa sayılarında artırma gitme olanağına sahip olduğunda daha çok haber malzemesine yer verebilmekte böylece diğer mecralara göre önemli bir avantaj elde etmektedir (Tokgöz, 2003: 104).

Gazete

Gazete, kamuoyunu bilgilendirme amacı taşıyan günlük ve/veya düzenli olarak yayımlanan ve geniş bir içeriğe sahip olarak üretilen, aynı zamanda kâr amacı güden basılı bir iletişim aracıdır.

Gazetenin kökeninde Avrupa'da Orta Çağ sonrasına ilişkin haber mektupları yer almaktadır. Modern anlamda ise gazete, kapitalist bir üretim şekli ve piyasa koşulları içinde sosyal bir kurum ve ticari işletme olarak varlığını sürdürmüştür (Tokgöz, 2003: 97).

17. yüzyılda ortaya çıkan ve günümüze kadar gelen gazete, bir yandan insan uğraşlarını derleyip toplayan bir kitaplık görevi görmüş, diğer yandan da halkın ekonomik düzenine yönelik ticari ya da paraya dönüştürecek haberleri ve mesajları taşıma işlevini yerine getirmiştir (Törenli, 2005: 165). Toplumunu bilgilendiren haberler

ve okuyucunun merakına dönük ve bireyin çevresiyle etkileşime geçirecek farklı türde haber değeri taşıyan içeriklere de yer vermektedir.

Gazete aracılığıyla birey, sadece kendi yaşadığı şehirde veya ülkede siyasi, sosyal ve kültürel olaylarla ilgilenmekle kalmayıp, diğer ülke vatandaşlarının yaşadığı veya başka kıtalarda olup biten günlük olaylara, canlı ve cansız dünyayı içine alan bütün konulara, olaylara ve durumlara, kendi kültürü ve yetenekleri çerçevesinde bilgi sahibi olacaktır. Gazete, sosyal bir müessese olarak toplumu haberdar etmekte dolayısıyla kamuoyu yaratmakta ve siyasi – sosyal hayat üzerinde yaptığı etkilerle topluma yön vermektedir.

Bu doğrultuda İnuğur (2005: 21)' a göre gazete; “toplumu ilgilendiren konularda halkı, kamuoyunu ve yönetici sınıfını sürekli olarak haberdar eden, bilgilendiren ve faaliyet alanı her türlü mesajı topluma ulaştıran sınırsız bir basılı yayın aracı” olarak ifade edilmektedir.

Gazetenin İşlevleri

Doğası gereği basının öncelikli işlevi, toplumu bilgilendirmek, daha doğrusu aydınlatmaktır. Olaylar ya da gelişmeler hakkında haber almak, bilgi edinmek, toplum için yaşamsal bir önem taşımaktadır. Toplum devletin temel dayanağını oluşturmaktadır ve bu nedenle toplumun bilgilendirilmesi, yönetimle ve işleyişle ilgili gelişmeleri haber alması ile mümkün olmaktadır. Böylece toplum aldığı bilgiler doğrultusunda yönetimle ilgili karar verebilme yetisine sahip olmaktadır. Basının tüm bu işlevlerine ek olarak, toplumu meydana gelen olaylar ya da olabilecek muhtemel tehlikelere karşı uyarma işlevi de bulunmaktadır. Çünkü tüm tehlike ya da felakete karşı toplumu hazırlamak, onların neticesine göre uyararak önem arz etmektedir (Arabacı, 2004: 106).

Gazete, toplum içinde çeşitli ve çok sayıda işlevi olan toplumsal bir kurum olarak işlemektedir. Gazetenin olaylar hakkında taze bilgileri elde etme isteği, birincil işlevi olan haber verme, halkı aydınlatma işlevini oluşturmaktadır. Bununla beraber toplum ve toplumlar arasındaki ticari ilişkiler ve malların değişimini ele alması gazetenin ürün ve hizmetlerin tanıtımı anlamında da bir işlevi olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ticari amacı da olan gazetenin işletmeciler açısından da yeri oldukça önemlidir. Gazete bu işlevlerinin dışında toplumu eğitme, ikna etme ve eğlendirme işlevlerini de üstlenmiştir (Tokgöz, 2000: 56).

1.2. İşitsel ve Görsel Medya

Radyo

Elektromanyetik dalgalarla bir mesajın topluma ses yolu ile aktaran araçtır. Bir başka ifadeyle, kulakla işitilebilecek sinyallerin radyo frekansları yoluyla boşlukta yayılması ve bunun sonucunda bu sinyallerin, bir takım alıcılar vasıtasıyla toplumu meydana getiren bireylerce dinleme eylemini gerçekleştiren aygıttır. (Aziz, A 1976:7).

Televizyon

Elektromanyetik dalgalar tarafından bir iletinin hem ses, hem de görüntü formatıyla aktarılmasına yarayan araçtır. (Aziz, A 1976:7).

Radyo ve televizyon işitsel ve görsel medyanın iki temel aracıdır. İşitsel ve görsel medyada kullanılan kitle iletişim araçları toplumu bilgilendirirken ve haber verme özelliğini kullanırken birtakım süreçler (bilişsel gereksinim, haberdar olma ihtiyacı, hoşça vakit geçirme) içinde işlevlerini yerine getirmektedirler.

İşitsel ve görsel medya araçları birbirlerinden ayrılan yönleriyle birlikte birbirlerine göre olumlu ve olumsuz tarafları da bulunmaktadır.

Radyoda verilmek istenen içeriğin topluma anında ulaşabilmesi gazete ve dergi okurlarını ciddi manada etkilemiştir. Bu etkiyle birlikte gazete ve dergi içeriklerinde birtakım değişiklikler yaşanmıştır. Köşe yazılarının ortaya çıkışı, haber içeriklerinin daha da detaylandırılması, resim ve görsel içeriklerle ayrıntılandırılması radyo ve televizyonun gazete üzerindeki etkilerinden kaynaklanmaktadır. Yaşanan her türlü toplumsal, siyasi ve teknolojik değişim ve dönüşümler yeni ihtiyaçlar doğurmuş ve bu ihtiyaçları karşılamak adına medya araçlarının birbirleri arasında da sürekli bir etkileşim ve değişim yaşanmıştır.

Örneğin gazetelerin sayfa sınırlılığı, reklam ilan gelirlerine ilişkin sıkıntılar ve haber içerikleri kapsamında haber sunulurken fotoğraf konusunda da birtakım sınırlılıklar söz konusudur. Bununla birlikte televizyon ve radyo yayınlarının sunumu esnasında da haber metinleri ve görüntülerinin sunumu ve süreleri konusunda belli bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilmektedir. Kitle iletişim araçlarının en temel işlevi olan haber verme, bilgilendirme yönlerinin kullanılmasında, yeni medya araçlarından sayılan internetin çoklu ortam imkânı sunması nedeniyle içerik üretimlerinde diğer araçlara göre daha avantajlı hale gelmiştir denilebilir. Aynı zamanda yeni medya araçlarında zamanla ve mekânla sınırlandırılmışlık hali söz konusu değildir. İstenilen içeriğe istenilen yerde ve istenilen zamanda erişmek mümkündür ve interaktiflik söz konusu olduğu için alıcı aynı zamanda üretici ve katılımcı da olabilir. Bu da sosyolojik anlamda geleneksel medyadan yeni iletişim ortamına geçişte yeni medya, toplumsal bir dönüşümün, katılımcılık yanıyla da demokratik bir gelişim evresinin aracısı olabilir.

2. YENİ MEDYA

2.1. Kavram Olarak “Yeni Medya”

Yeni medya, bir yanı bilgisayarlarla özgü işlemleri, bir tarafıysa iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları kapsayan çift yönlü ortamlardır. Dolayısıyla yeni medya kavramı, araçla ortamın birbirine geçirgenliği anlamında bu araçların sürekli gelişime ve gelişmeye açık yönünü tanımlamak için kullanılır.

Yeni medyanın kitle iletişim araçlarından-geleneksel medyadan metin, ses ve görüntülerin izleyicilere gazete-radyo-televizyon aracılığıyla tek yönlü dağıtılması-iletilmesi (dağıtım ağı gibi işlemesi) anlamında farklılığı, nicel açıdan (kullanılan teknoloji ve bunun altyapısı bağlamında) çok daha belirgin iken nitel açıdan çok daha görecelidir (Törenli, 2005: 87).

Bu bağlamda yeni medya 1970’ler sonrasında özellikle bilgisayar ve bilgi-işlem alanında kaydedilen gelişimlerin iletişim alanına uyarlanmasıyla biçimlenmeye başlamıştır. Bu nedenle yeni medya, Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT ya da ICT-Information and Communication Technologies) veya Bilişim Teknolojileri (BT, Informatics) olarak da adlandırılmaktadır. Sonuç olarak yeni medyayı süreklilik kazanmış teknolojik dönüşüm sürecinin ya da yöndeşmenin (convergency) birbirleriyle ilişkili, bağlantılı yeniliklerinin laboratuvar ortamından çıkartılıp pazara ya da tüketime (tüketici elektroniği pazarının en gözde parçaları olarak) sunulmuş; haberleşme etkinliğinin sosyo-ekonomik değerine koşut olarak günlük yaşamın “ayrılmaz” birer parçası haline gelmiş ürünleri olarak tanımlayabiliriz.

2.2. Yeni Medyada Yöndeşme Olgusu

Telekomünikasyon, bilgi ve iletişim dünyasında yaşanan değişimler, bu alanlarda kullanılan ürün ve hizmetlerdeki çeşitlilik, internet gibi iletişim ağlarında yaşanan hızla birlikte üretilen içerikler ve verilen hizmetler birbirleri arasında birleşip, bütünleşmekte yani yöndeşmektedir.

Sayısallaşma ile bilgi-işlem, modern iletişim sistemlerinin ana ögesi pozisyonuna gelmiş; bilgisayar-iletişim-telekomünikasyon teknolojilerine özgü işlemler noktasında ayrımlar ortadan kalkmıştır. Sayısallaşma yöntemleriyle mesajların birleştirilmesi, ayrıştırılması, gerektiğinde yeniden ve farklı kompozisyonlarda üretilmesi çok daha kolay hale gelmiş ve hız kazanmıştır. İletişim işlemlerinin aynı kanal üzerinden üretilmesine imkân tanıyan ISDN (Bütünleşik Hizmetler Sayısal Ağı) ortak şebekesinin gücü ve teknolojik yapısı günümüz dünyasında büyük bir önem taşımaktadır.

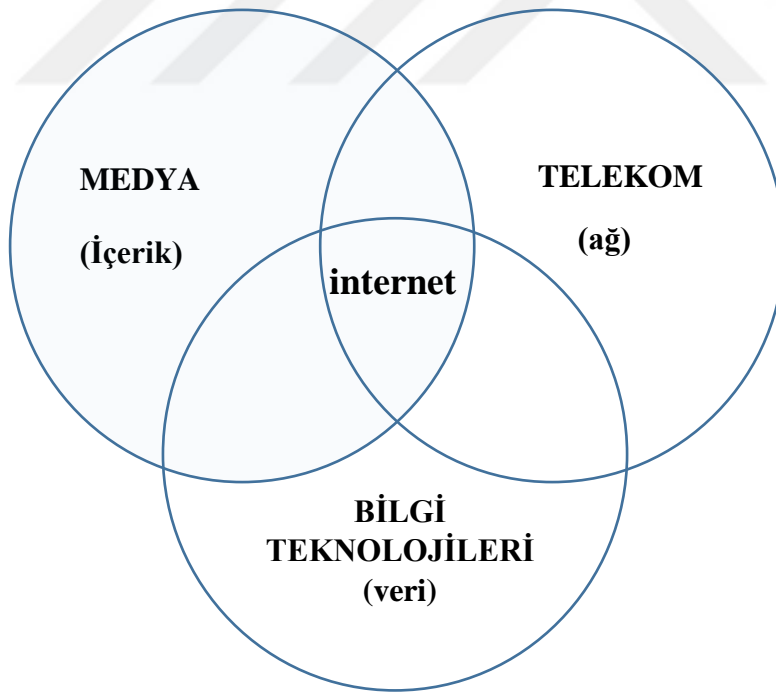
Yeni medya ile birlikte geleneksel medya diye adlandırdığımız iletişim araçlarında da ciddi değişimler yaşanmıştır. Hem teknoloji kullanımı hem de içerik üretimi konusunda radyo, televizyon, gazete gibi mecralar haber üretimi, eğlendirme, bilgilendirme gibi işlevlerini yerine getirirken günümüzün yeni medya araçlarını kullanarak sınırlılık ve olumsuz özelliklerini gidermeye ve izler kitlesini korumaya çalışmaktadır.

Teknolojik yöndeşme, elektromanyetik dalgalarla kurulan iletişimin bilgi ve teknoloji tabanlı sistemlerle yürütülmesidir. Günümüzde geleneksel (telli-tele) haberleşme teknolojisi, kitle iletişimi-yayıncılık teknolojisi ve bilgisayarlararası haberleşme teknolojilerini (veri iletişimi) yöndeştiren ya da bu yöndeşmeyi uygulanabilir hale getiren her üç altyapının da dijitalizasyonudur. Bu gelişmeyle birlikte

bilgi ve iletişim tabanlı sistemler sayısallaşmayla birlikte bir arada olma nosyonuna ulaşarak birbirleriyle olan yakınsamasını tamamlamıştır (Törenli, 2005; 95-99).

Yeni sayısal teknolojilerin bilgisayarla birleşmesiyle açığa çıkan, içeriğin üretimindeki hız ve kapasite artışıdır (Geray, 2019:13). Yani bir içeriği üretme, koruma ve sunma süreci arasındaki zaman aralığı çok kısalmış, bunun yanında maliyetler de görece düşme eğilimi göstermiştir.

Yöndeşme ile çoklu ortam, görüntü ses ve veri, tek bir kaynakta toplanabilmektedir. Bu doğrultuda, iletişim kanalları arasında kolaylıkla veri paylaşımı yapılabilmektedir. Yakınsama denilen olgu, iletişimde bundan önce ayrı altyapı, endüstri ve hizmet alanlarına işaret ederken, şu anda bu ayrışmayı ortadan kaldıran teknolojik bir belirlenimcilikle karşı karşıyadır.



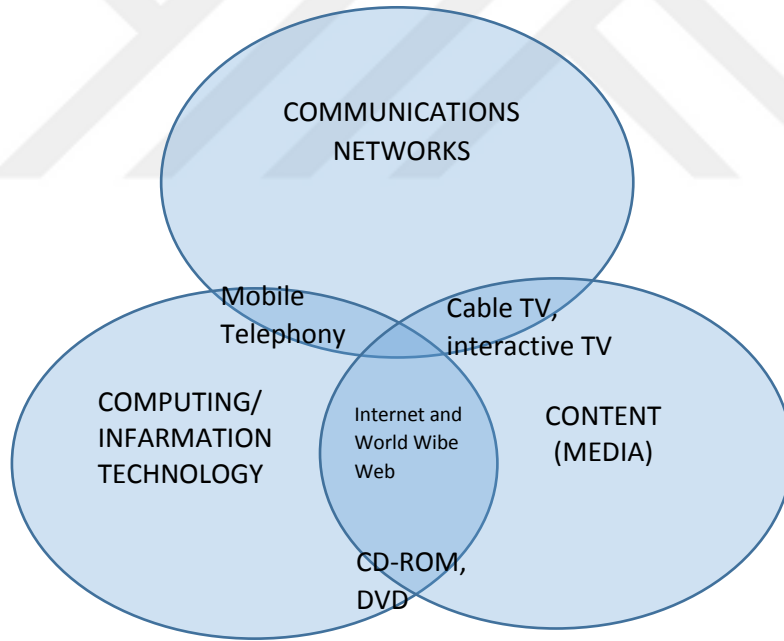
Şekil 1. Güncellenen Barr Üçlü Yakınsama Diyagramı¹

¹ "Dijital Medya", TRT Akademi Hakemli Dergi Cilt 1, Sayı 1, 2016:414.

2.3. Yeni Medyanın Temel Özellikleri

Teknolojinin büyük bir hızla ilerlediği ve bugün yeni olanın hemen yarın eski konumuna kolaylıkla gelebildiği bir dönem yaşanmaktadır. Yeni medya kavramının yerine kullanılan dijital medya, interaktif medya, sayısal medya gibi alternatif ifadeleri sorgulayan bir değerlendirme yapılarak kendi kuramsal çerçevesine oturtulması gereklidir.

Bu noktadan hareketle “teknik” manada yeni medyaya ilişkin E. M. Rogers’ ın (1986:4-5) ifade ettiği yeni medyanın temel özellikleri şöyle sıralanabilir:



Şekil 2. Yeni Medya Yakınsaması²

² “Dijital Medya”, TRT Akademi Hakemli Dergi Cilt 1 Sayı 2, 2016:412.

2.3.1. Karşılıklı Etkileşim (İnteraktiflik)

İletişim süreçlerinin çift yönlü akmasına olanak tanımaktadır. Yani iletiyi alan da gönderen de aktiftir. Örneğin çeşitli haber platformlarında öne sürülen soru, görüş ve öneri için ayrılan mecralar bu yönlü iletişim şekline örnek teşkil etmektedir. Geleneksel medya ortamında oldukça sınırlı olan bu iletişim şekli, yeni medya araçlarıyla olanaklı hale gelmiştir. Eskiden haberlerin geniş kitlelere duyurulmasının tek yolu, basının desteğinin sağlanmasıydı. Ancak günümüzde, web sayfaları, formlar, kurumsal veya bireysel web günlükleri gibi kanallar, haberlerin hedef kitlelere ulaştırılmasında tek yol olan basına mecburiyeti ortadan kaldırmıştır (Karabulut, 2009, s.108).

2.3.2. Kitlesizleştirme

Yeni medya araçları ile gönderilen iletiler, belli bir zaman ya da mekansal sınırlama altında iletişim sürecinin devam etmesine gereksinim duymaz. Geleneksel medyadan farklı olarak kitlesel gruplara ya da insan topluluklarına tek bir noktadan gönderilen mesaj, bilgi, enformasyon, data, program, içerik gibi çıktılar, veri, ses, görüntü gibi çoklu ortam araçlarıyla ortaya çıkan iletişim biçimi yeni medya düzeninde kitlelilikten çıkıp birey temelli bir iletişim sürecine evrilmiştir, yani sunulan her türlü iletişim nesnesi kişiden kişiye gönderilebilmesine olanak tanıdığı için kitlesizleştirme söz konusudur.

2.3.3. Eşzamansızlık

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte bireylere sınırsız bir özgürlük ortamı sunulmuş, iletişimi istedikleri zaman başlatıp istedikleri zaman ara vermekte ya da sonlandırmaktadırlar.

Bu özellik karşılıklı etkileşimden (mekân boyutu) farklı olarak zaman boyutuyla ilişkilidir. Zamanlama ve iletişim sürecinde etkin olma, kontrolü bir ölçüde kaynaktan

alıcıya doğru kaydırmaktadır. İnternete bağlı bir bilgisayar kullanıcısı gerekli yazılımı devreye soktuğunda, daha önceden gönderilmiş e-postalar bilgisayarındaki posta kutusuna düşerler ve okunmaya ya da yanıtlanmaya hazır hale gelirler.

Yeni medyanın eşzamansızlık fonksiyonunu iki önemli noktayı açıklayarak yapabiliriz. Bunlar birbirini art arda takip eden mesajların içsel bağlantılarının olmayışı ile bu mesajlara erişimin de belli bir zaman ya da mekâna bağlı kalmayıdır (Törenli, 2005:161).

Bu iki nokta göz önünde tutulduğunda yeni medya teknolojilerinin araçsal boyutları; birden fazla eylemde bulunmaya olanak sağlayan, kabiliyetleri yüksek ve sürekli geliştirilebilir bilgi-işlem süreçlerinden geçen araçlar olarak tanımlanabilir.

2.3.4. Bireyselleştirme

Piyasalaşma ortamının artmasıyla birlikte her geçen gün insanların birbirine olan güveni o ölçüde erozyona uğramaktadır. Toplumsal anlamda ve kültür olgusu özelinde yaşanan değişimler, toplumun fertlerini birbirine karşı yabancılaştırmakta ve bireyselleşmenin artmasına katkı sunmaktadır. Bireyin iletişim şeklini ihtiyaç ve beğenilerine göre şekillendirebiliyor olması bireyselleşmeyi artırmıştır. Yeni medyaya eklenerek yayın içeriklerini değiştiren radyo ve televizyonlar belli başlı konularda tematikleşmeye giderek bireyselleşmenin önünü açmışlardır. (Kırçıl ve Karagüler, 2008:153)

Yeni medyanın araçları ve teknolojik olarak sunmuş olduğu imkânlar birey temelli bir iletişim sürecini işaret etmektedir. Bu yeni iletişim ortamında bireyler kendi kimlik, beğeni ya da eleştiri gibi kişisel özelliklerini daha ön planda sergileme imkânına kavuşmuşlardır.

Geleneksel medyada artan rekabet koşullarında tecimsel yayın yapan özel yayın kuruluşları bu yeni iletişim ortamına eklenerek bu durumu ticari menfaatlerinin aracı haline getirip her türlü içeriği herhangi bir filtrelemeye gerek duymaksızın toplumun bireylerine sunabilmektedirler. Yani bu teknolojik olanak sayesinde kişi, mesajı iletenin doğrudan hedefi haline gelebilmektedir.

3. KAMU HİZMETİ VE KAMUSAL ALAN

3.1. Kamu Hizmeti Kavramının Tanımı ve Kamusal Alan

Kamu hizmeti, bir kamu kurumunun, bizzat kendi eliyle ya da özel bir girişimin kamu adına vatandaşa götürdüğü hizmet olarak tanımlanır. ” (Gözübüyük, A,Ş :2010)

Bir başka tanımlamaya göre kamu hizmeti; geleneksel tanımından biraz farklı olarak kamuyu oluşturan bireylere herhangi bir toplumsal, etnik, ya da sınıfsal bir ayırım yapmaksızın onların yararına olarak düşünülen hizmetleri ifade eder. Medyanın yayıncılık hizmeti de bu sınıfa girer. Kamu hizmeti yayıncılığı da, özel ya da ticari iletişim medyalarından farklı olarak, karmaşık programlar üreten, elden geldiği kadar azınlık gruplarına hitap edebilen, insanları aydınlatıp yaşam kalitesini arttıran nitelikli program yapma süreçleridir. (Keane, J 1993:111)

Kamu hizmeti ve kamusal alan tanımlamaları aslında kamu hizmeti yayıncılığı kavramıyla bağdaştırıldığında farklı anlamlar kazanır. Zira kitle iletişim araçları aracılığıyla topluma sunulan hizmetler, ürünler, programlar, iletilen bilgi akışı ya da sunulan içerikler kamu yararı, kamusal alan ve kamu hizmeti gibi kavramların içine dâhil olduğu bir süreci barındırır. Dolayısıyla gerek geleneksel medya gerekse yeni medya aracılığıyla sunulan her türlü hizmet kamu hizmeti yayıncılığı kapsamında değerlendirilecektir.

3.2. Hannah Arendt'in Kamusal Alan Anlayışı

Arendt'e göre (2012: 60) kamusal ve özel alan ayrımı ilk kez kent-devletin doğuşuyla birlikte ortaya çıkmıştır. Kent-devletlerle birlikte artık her yurttaş iki var oluş düzenine aittir. Yurttaş kendinin olan ve kamusal olan ayrımıyla ilk kez kent-devletlerinin ortaya çıkışıyla karşılaşmıştır. Arendt, kamusal ve özel alanın var oluşunu kent-devletin ortaya çıkışına dayandırırken, toplumsal alanın var oluşunun modern dönemde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Arendt toplumsal alanı, olumsuzlayarak öne çıkarmaktadır. Toplumsal olan, kamusal ile özel arasında bir yerde konumlanmaktadır. Toplumsal olan kamusala veya özele sızarak insanları davranışa kilitler. Arendt'in en çok eleştirdiği üretim ilişkileri, meta üretimi ve kitle toplumu alanıdır. Toplumsal alanı olumsuzlaması da bu sebeptir.

Arendt'e göre modern dünyada toplumsal alan ile siyasi alan arasındaki mesafe, Antik Yunan'dakinden azdır. Ona göre toplumun, yani hanenin veya ekonomik etkinliklerin kamu alanına çıkışlarıyla, ev idaresi ile daha önceden ailenin özel alanına dahil olan bütün meseleler kolektif bir mesele haline gelmiştir. Arendt'e göre modern dünyada bu iki alan birbirine karışmıştır (Arendt, 2012:71). Arendt kamusal ve özel alanın tarihsel dönemler içerisinde zaman zaman birbirinin içine geçtiğini anlatmaktadır. Arendt İnsanlık Durumu'nda kamusal alanda iş, emek ve eylem üzerinde durmaktadır. İş ve eylemin gerçekleşebilmesi için çoğulluğa ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Bu çoğulluğun gerçekleşebilmesi kamusal alandaki etkinliklerle mümkündür. İnsanların plansız olarak ortak meseleler hakkında bir araya geldikleri yer kamusal alandır. Arendt'te 'Birlikte yaşamak için ne yapılmalı?' sorusuna bir yanıt üretme çabası söz konusudur.

Arendt'e göre insani hali anlamak özeline işidir. Dolayısıyla insanın yaptığı iş/eylemine iyiliğini veya kötülüğünü yansıtmaması mahrem bir durumu ifade eder. Kamusal alan ise iyilik ve kötülükle ancak ikincil düzeyde ilişkilendirilebilir. Son olarak Arendt'e göre, insan kamusal alan içerisinde eyleyebildiği sürece özgürdür (Biçer H. O, 48-49).

3.3. Richard Sennett'in Kamusal Alan Anlayışı

Sennett (2009:300), aktörlerin azalıp izleyicilerin arttığı 19. yüzyıl ortamının kamusal alanın boşalması açısından sanatçıyla/ politikacıyla takipçileri arasında yeni türde bir ilişki doğurduğunu vurgulamakta ve bu nedenle kamusal alanın hem tarihsel gelişmeleri açıklığa kavuşturmak hem de sosyo-psikolojik bir analize olanak tanımak anlamında farklı biçimde incelenmesi gerektiğini dile getirmektedir. Modernliğin kamusal alanı boşaltması "izleyici" olan kişilik tipinin artması yani kişiliğin/benliğin kutsanması anlamına gelmiştir. Politika/sanat modernlikle birlikte icracılarının kişiliğine odaklı olarak "tüketilen" birer meta olma özelliğini kazanmaya başlamıştır. "İzleyici" kişilik tipi, benliğin kutsandığı bir havada hem kendine dönüklüğü, kamusal alandan çekilmeyi ve hem de politikacının/sanatçının olağanüstü bir kişiliğe sahip olması marifetiyle kamusal alanı doldurduğunu kabul etmektedir. Sennett (2009:316) burada kent yaşamının karmaşıklığı, bilinmezliği ve daha fazla kişiyle daha düşük yoğunlukta ilişkiler içerisinde olmanın kamusal alanda daha az kişinin -olağanüstü özelliklere sahip olduğu kabulüyle- görünmesine ve dış görünüşlere daha fazla anlam yüklemesine yol açtığını kastetmektedir. Başka bir deyişle dış görünüşün duyguları/kışiliği ele verdiği inancı, kamusal alanı uygar kayıtsızlıkla geçiştirilen bir alan haline getirmiştir.

Sennett (2010:89), modernliğin kamusal alandaki ilişkileri yeni formlara dönüştürmesindeki kültürel basamakların inşasına dikkat çekmektedir. Sessizlik kültürü de bu basamaklardan biridir. Sennett'e (2010: 281) göre "sessizlik, sosyalliğe karşı kamusal bir savunma hakkıydı". Dolayısıyla kamusal alanın toplumsallaşma anlamından uzaklaşarak modernliğin sosyalleşme normlarını ifade edici bir kavrama dönüşmesinin analiz edilmesi gerekmektedir. Kamusal alan, insanların kalabalık içerisinde de yalnız kalmasını ve uygar kayıtsızlığı ifade eden bir muhtevayla dolmuştur. Sennett (2011:28), kamusal alanın "sessizliğini", 19. yüzyıl siyasal olaylarının politik aktörler aracılığıyla sağlanması bağlamında açıklamaktadır. Olağanüstü yeteneklere sahip olduğu düşünülen sanatçı örneğindeki gibi politik aktör de kamusal alanı "izleyiciler" adına doldurma işlevini görmektedir. Ayrıca "izleyicinin" kendi toplumsallaşma "yükümlülüğünü" aktörlere bırakma yönelimi de siyaset örneğinde daha belirgin görünmektedir.

Sennett (2011:35) ayrıca, siyaset ve toplumsallaşmanın kesişim alanını ifade edici bir kavram olarak cemaatin de kamusal alanı boşaltıcı bir yapıya dönüştüğünü düşünmektedir. Cemaat, ortak kabullerin, duyguların yönlendirdiği birlikte eylemlerle inşa olmaktadır. Birlikte eylemleri yönlendiren asıl referans alanları yitirilince cemaat de bir gruba ait olma istenci gibi aslen toplumsallaşmadan kaynaklanmayan bir dokuya bürünmüştür. Bu durumda cemaat, öznel kabuller ve hedeflere bağlanmaktan çok olumlanan ya da ahlaki olarak iyi kabul edilen herhangi bir karakteristiği savunmayı/temsil etmeyi hedefin kendisi haline getirmektedir. Sennett'e (2011:55) göre bu durum en yakın çevremizle olan ilişkimizden siyasal davranışa kadar dış dünyayla etkileşimimizin kopmasına yol açan yeni bir gelişmedir.

3.4. Jürgen Habermas'ın Kamusal Alan Anlayışı

Kavram olarak kamusal alan; farklı siyasal çevrelerin yaklaşımları ve tarihi köklerinden yola çıkılarak anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Jürgen Habermas, gündelik

yaşam döngüsünde bireylerin düşünce, fikir ve duygularını yansıtan bir şeylerin üretildiği, tüm bireylerin ya da yurttaşların ulaşabildiği bir mekanı kastetmektedir. Habermas'a (2004: 95) göre kamusal alanı oluşturanlar, birbirinden farklı kişi ve kişilerin iletişim kurdukları andan itibaren çevrelerinde somutlaşan bir alan vücuda gelmektedir. Habermas (2013) toplumda, insanlara ve insanlar arası eylemlere bakmaktadır ve 'rasyonel insan'dan bahsetmektedir. Rasyonel insan, hareketleri, eylemleri o bağlama ait geçerlilik kıstasından herhangi birine uyan, ilkesel olan rasyonel ilkelere uyumlu olan insandır.

Habermas toplumda burjuva kamusunu incelerken, o dönemin rasyonelitesini anlamaya çalışmaktadır. Toplumdaki çoğunluk açısından insanların yapıp etmelerini kabul edilebilir kılan kodlara bakmaktadır. Bu aşamada üç temel yapıp etme biçimi tespit etmektedir (Habermas, 1995).

1. Normatif eylem: Topluma uygun davranmak,
2. Stratejik eylem: İnsanların amaçlarına yönelik hareket etmesi,
3. İletişimsel eylem. Bu üç ilişkilene biçimi birbirinden bağımsız değilken, iletişimsel eyleme özel bir önem atfedilmektedir.

Habermas'ın (1995) 'siyasal söz söyleme' manasında ele aldığı kamusal alanda iletişimsel eylem temel eylem biçimi olarak görülmektedir.

Habermas'ın kamusal alan kavramının aslında burjuva toplumunun ortaya çıkışıyla ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Kamusal alan ve kamuoyu kavramlarını tarihsel gelişmeler üzerinden değerlendiren Habermas'ın (2004: 98) incelediği, anlattığı ve idealleştirdiği kamu da burjuva kamusudur. Feodal toplumsal formasyonda lider birey üzerinden tanımlanan temsili kamusal alan ulusal ve bölgesel devletlerle birlikte yerini toplumsal kesimler düzeyinde kamusal otoriteye bırakmıştır. Bu andan itibaren

kamu artık kendisine bu kesimler tarafından otorite bahşedilmiş bir prensin temsili sarayını ifade etmemektedir, artık kamu denince otoritenin yasal kullanımıyla var olan bir kurum anlaşılmaktadır

Habermas'a (2004:102) göre kamusal alan, tarihsel olarak anlattığı bu süreçte değişime uğramıştır, burjuva kamusal alanının ortaya çıkmasından sonra da, yeni toplumsal gelişmelerle birlikte kamusal alan dönüşüm yaşamıştır. Bu süreçte burjuva kamusal alanından sonra, liberal kamusal alan ve sosyal refah devleti içindeki kamusal alanlar ortaya çıkmıştır. Ona göre sosyal refah devleti içerisinde saklanan kamusal alan fikri (özel bireylerin arasındaki kamusal tartışma ortamı aracılığıyla iktidarın rasyonelleştirilmesi fikri), kamusal alanın yapısal dönüşümü içerisinde ortadan kalkma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu tehlikenin ortadan kaldırılması için toplumsal ve politik iktidarın farklı bir biçimde, rasyonel olarak yeniden örgütlenmesi gerekmektedir.

Habermas, gündelik karşılaşmaların, değerlerin, fikirlerin dünyasına önem vermektedir. Tüm bunlar arasında aslolanın kamusalılık (siyasal söz söyleme anlamında) olduğunu söylemekte ve çabası 'kamusal aklı' açıklamak üzerinde yoğunlaşmaktadır. Habermas, bireylerin kamusal alandaki politik ifade gücünden bahsetmektedir, dolayısıyla kamusal alanda bireylerin kendilerini ifade etmesi anlamında kamusal alanının politik yönünü vurgulamaktadır. Oysa Arendt'te kamusal alanın politik yönü insanın kendini doğrudan temsil etmesi anlamında daha ön plana çıkmaktadır. Çünkü Arendt insanı politik bir hayvan olarak gören felsefi anlayışa yaslanarak, insanın kamusal alandaki politik ifade gücünün önemini vurgulayacaktır.

Bu temel tartışmalarda da görüleceği üzere günümüzde "kamu" ve "kamusal" kavramları, değişik tarihsel evrelerden kaynaklı olarak, farklı siyasal aktörlerin farklı anlamlar ürettiği çeşitli görüşleri içermektedirler.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

1. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞI

İkinci Dünya Savaşı neticeleri itibariyle çok acı tecrübelerle doludur. Bir kitle iletişim aracı olarak radyonun o dönemde ve öncesinde devletler tarafından çok ciddi bir şekilde kullanılan bir propaganda aracı olduğu bilinmektedir. Bunu fark eden ticari girişimciler 1945'ten sonra yayıncılık alanında yatırıma yöneldiler. Bu yeni gelişmeler ekonomik liberalizm politikalarının güçlenmesine neden olmuştur. Bunun yanında toplumun siyasal iktidardan bağımsız bir yayın hizmeti modeli geliştirilmesi talebi karşılık bulmuş ve BBC tarafından benimsenen ve tüm dünya için kamu hizmeti yayıncılığının başlangıcı olarak referans alınan kamu hizmeti yayıncılık modeli doğmuştur.(Akgüner, T: 1996)

Kamu hizmeti yayıncılık modelleri farklı coğrafi bölgelerde yer alan ülkelerin sahip oldukları siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel ve demokratik yapılarına göre farklılıklar arz eder. Örneğin radyo yayıncılığının öncüsü sayılan İngiltere'de kamu hizmeti yayıncılık anlayışı, karşılaşılan kriz zamanlarında, ulusal menfaatlerin ön planda olduğu uzlaşmacı bir yaklaşımı kendine model olarak alır. (Akarcalı, S 1997 s:60)

Almanya'da bu anlamda farklı uygulamalar söz konusudur. Radyo yayınları dâhil yayıncılığın bütün sorumluluk ve icrası eyaletlerde, teknik standartların düzenlenmesi ve uygulanması sorumluluğu ise merkezi otoritede olan ikili bir kamusal alan düzenlemesi söz konusudur.

Fransa’da kamu hizmeti modelinin kilometre taşı olarak görülen radyo yayınları siyasal erkten bağımsız bir yayın politikası izleyememiştir. Radyodan sonra ikinci dünya savaşı sonrası tam anlamıyla yayınlarına başlayabilen Fransız televizyon kanalları da siyasi gücün propaganda aracı olarak iktidarın sürekli ellerinde tuttıkları bir silah olarak görülmüştür.

İtalya’da ki durum ise daha da farklıdır. Ulusal yayın sistemleri tamamen devlet tekelinin kontrolü altındadır. Çünkü radyo ve televizyon yayınları tamamen kamusal nitelikte görülür ve bu durumun başka ticari ya da ekonomik bir güç odağının eline geçmesi istenmez. (Akarcalı, S 1997: s:65)

1.1. Kamu Hizmeti Yayıncılık Anlayışına İlişkin Temel Yaklaşımlar

Kamusal alan nosyonunu koruma adına kamu yayıncılığı konusu başlıca üç sebepten ötürü büyük bir öneme sahiptir:

1. Tarihsel olarak hem ekonomiden hem de devletten bir ölçüde bağımsız bir kurumsal alan işgal etmiştir.
2. Kamu yayıncılığı, çeşitli toplumsal grupların birbirleriyle iletişim kurmaları için potansiyel bir ulusal saha sağlar.
3. Kamuya tüketicilerden ziyade yurttaşlar olarak hitap ederler.

1930’ların en çok seyredilen bir ulusal radyo programı olan *Time to Spare* üzerine yaptığı bir çalışmada Paddy Scannell (1986), kamu yayıncılığının ilk türlerinin, devletten bir ölçüde özerk olduğunu göstermiştir. Programda, başlangıçta kitlesel işsizliği hafifletmeye yönelik çabaları teşvik etmek ve işsizlerin tecrübeleri için “kamusal” bir perspektif sağlamak amaçlanmıştır

Dönemin tartışmalarına katılan Curran (1991) ve Garnham (1990), yeniden biçimlendirilecek bir kamusal alanın, farklı grup ve sınıfların ortak bir kamusal iletişime katılmalarına olanak sağlayabileceğine işaret etmişlerdir. İfade ettikleri yeni modelde, kamu hizmeti yayıncılığı, çoğulcu birey gruplarının ortak çıkarlarına hizmet edebilecek nitelikte olup olmadığını farketmeleri için ortak bir alan olarak kullanılabilir. Ancak bu ileriye sürülen bu sav, daha önce belirtilen kültürel ayrışma sorununu yeteri kadar hassasiyetle ele almadığı ve modern post-endüstriyel bir toplumda var olan enformasyonun artarak-çeşitlendiğini göz ardı ettiği için çok fazla karşılık görmemiştir.

Buna karşın Golding (1990), gerçekleşmesi çok mümkün olmayan bazı beklentilerin aksine, modern enformasyon şekillerine erişimin toplumsal sınıf, etnik ve cinsiyet ayrımları kadar, devlet uygulamaları tarafından da şekillendirildiğini ifade ederek daha akıllıca ve mantıklı bir düşünce geliştirmiştir.

Habermas ve Granham'a göre yurttaş, içerisinde toplumsal birlik sağlanmış kuralların, kamusal diyalog ve fikir alışverişi yönleri aracılığıyla birlikte olarak tartışılabilirdiği bir siyasal alanın aktörü olarak tanımlanabilir. O halde, kamusal alanda genel eylem tarzlarının karşılıklı kabule dayalı üretimi önemli bir öncelik haline gelmektedir. Bugün modern dünyada, belli politik yaklaşımların meşruiyeti, bitmez bir mitsel egemenlikten ziyade, yapıcı ve üretken uyarlamalara bağlıdır. Ya da ekonomik alandaki aktörleri esas olarak kamusal değil, özel çıkarları olan özneler veya nesnelere hitap edilmektedir. Kamu yayıncılığının engellenmesiyle ilgili problem aslında, bireylerin giderek hak ve sorumluluk sahibi etkin yurttaşlardan ziyade tüketen bireyler olarak ele alınmasıdır.

Burada çeşitli biçimlerde kamu hizmeti yayıncılığı nosyonunun farklılıklarına değinilmiştir. Kamu yayıncılığı aslında halk tarafından yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından denetlenen en temel yayıncılık türüdür. Ancak zaman

içerisinde gerek Avrupa’da gerekse Türkiye’de yaşanan toplumsal, siyasi, iktisadi ve teknolojik gelişmelerin ışığında kamu yayıncılığı dönüşmüş ve gittikçe özünden uzaklaşan bir duruma doğru evrilmiştir. Kamusal alan ile kamu hizmeti yayıncılığı arasındaki ilişki; birbirini tamamlar niteliktedir. Kamusal alan; ilgili siyasal otoriteden bağımsız olarak, toplumu oluşturan fertlerin özgürce toplanıp, birbirlerine fikir ve düşüncelerini aktardığı yer/mekan olarak tanımlanırken, kamu hizmeti yayıncılığı ise; adeta bunu güvence altına alan, kamuyu bilgilendirerek kamusal alanın bir anlamda eylemsel ve görünür sahası gibi düşünülebilir.

Burada söylenenlerden farklı olarak kamu diye adlandırılan ve toplumu oluşturan bireylerin kamu hizmeti yayıncısı karşısındaki durumuna da eleştirel bir yaklaşım getirilmiştir. Yani ‘’Kamu’’ bir bakıma yayın karşısında vatandaş statüsüyle yer alan bir birey değil, tüketici konumunda olan bir bireye dönüşmüştür.

1.2. Avrupa’da Kamu Hizmeti Yayıncılığının Tarihsel Evresi

Avrupa’da ve dünyada kamu hizmeti yayıncılığı konusunda ortak bir tanım mevcut değildir. Ancak bir kamu yayın hizmetinin neler sunması gerektiği konusunda çerçeve oluşturacak birçok belge mevcuttur. Avrupa ülkelerinde yayıncılık, devlet tarafından düzenlenmiştir. Gerek mevcut iktidarın propaganda aracı, gerekse ulusal birliği koruma içgüdüsüyle olsun, kamu hizmeti yayıncılığı Avrupa ‘da her ülkenin kendi çıkarlarını yansıtan bir çizgide ilerlemiştir. Örneğin haber üretim süreçlerinde haberlerin aktarılış biçimleri her ülkenin kendi menfaatlerini koruyan bir biçimle sunulduğu için çeşitli tepkileri de beraberinde getirmiştir.

15 Nisan 2010 tarihli Avrupa Birliği Görsel İşitsel Medya Yönergesi’nde kamu hizmeti yayıncılığıyla ilgili şu temel ilkeye yer verilmiştir: (5 - AB Konseyi ve Üye Devletler Hükümet Temsilcileri toplantısında alınan İlke Kararı (RG C 30, 5.2.1999, s.

1.) “Halkın hiçbir kültür, sınıf, etnik farklılıklar, cinsiyet gibi ayrımlar yapılmaksızın eşit koşullar altında farklı yayın ve hizmetlere engelsiz erişiminin sağlanması için her türlü imkânın oluşturulması kamu hizmeti yayıncılığının temel koşuludur”. Kamu hizmeti yayıncılığı gerçekleştirilirken, bilgi ve iletişim teknolojilerine dair yeniliklere eklenmeli ve kamu bilgilendirilmesi yapılırken en son teknolojik sistem kullanılmalıdır. Kamu hizmeti yayıncılığı yayın sistem ve politikalarında yeni medya hizmetlerinde yer alan mecraların kullanımı ve gelişiminden de sorumlu olmalıdır. Kamu hizmeti yayıncılığı temel nosyonu olan kamunun fertlerini bilgilendirme rolünü hiçbir zaman bırakmamalı ve olabildiğince geniş bir kitlesel topluluğa hitap edebilmelidir (Avşar,2005:98) .

Dünyada her ülke farklı bir iletişim sistemi kullanmaktadır. Bu iletişim sistemleri her ne kadar birbiriyle benzerlik gösterse de aralarında ciddi farklılıklar yer almaktadır. Oluşan bu farklılıkların temel nedeni siyasi, kültürel, ekonomik ve coğrafi bağlamda yaşanan değişimlerdir. Kamu ve özel yayıncı kuruluşlar kamu yayıncılığı felsefesinden hiç çıkmadan bir arada yayıncılık faaliyetlerini sürdürmelidirler. Bu değişimlerdeki farkı en aza indirmek ve birbirlerine en yakın iletişim sistemlerini oluşturmak adına birçok hukuksal düzenlemeler de yapılmaya çalışılmaktadır.

Batı Avrupa’ da 1980’li yıllara kadar kamu eliyle yürütülen yayıncılık faaliyetleri 1980 sonrası dönemde özel yayın kuruluşlarının devreye girmesiyle yeni bir yayın sistemini ortaya çıkmıştır. İkili kamu yayıncılık sistemidir. Bununla birlikte pek çok Avrupa ülkesinde görünürde özgürlükçü ve çoğulcu bir yapı varken, aslında uygulamada devlet denetiminin de yoğun olarak yaşandığı bir yayın iletişim sistemi kurulmuştur. Tüm dünyada olduğu gibi Avrupa’da da bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşüm süreci televizyon yayıncılığına da yansımıştır. Elektronik iletişim ve haberleşmenin önemini kavrayan Avrupa Birliği üye devletleri bu dönemde

ülkelerin uyacağı ortak politikalar belirlemeye başlamıştır (V. Çakır, B. Gülnar, 2007: 209).

1.2.1. Avrupa’da Özel Yayıncılık Dönemi

1990 öncesi televizyon yayıncılığı alanında yaşanan kuralsızlaştırma politikaları nedeniyle köklü bir değişim yaşayan ve her geçen gün artarak çoğalan özel kanalların devreye girmesiyle rekabet alanın ortaya çıkması ve teknolojik yakınsama olgusunun araçsal altyapı üzerinde birleştirici etkisi 1990’lardan itibaren yine yayıncılık sistemlerinde büyük çaplı bir değişim yaşatmıştır. Bu durum pazar ve piyasa temelli kâr amacı güden ticari medyaların sayısını artırmış, izler kitlenin beğenilerine dönük program yapma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Avrupa’nın doğusundaki ülkelerde, mevcut siyasi rejimlerin sona ermesi, devlet eliyle sürdürülen yayın hizmetlerini durdurmuş, bunun sonucunda yayıncılık alanındaki coğrafi erişim sahası genişlemiş ve pazar koşullarının da etkisiyle kamu hizmeti yayıncılığı zayıflayarak, özel yayıncılığın önü açılmıştır. Rekabet şartlarının kızışmasıyla, bu geleneksel medya ortamında var olmaya çalışan kamu yayıncıları kendi varlıklarını koruma açısından büyük bir problemle karşı karşıya kalmışlardır.

Avrupa’nın ileri iletişim teknolojileri alanındaki temel projesi “RACE” (Research for Advanced Communications Systems) ve enformasyon teknoloji projeleri kapsamında geniş bant yani hareketli görüntüler, videolar dâhil enformasyonun uydular, fiber optik kablolar ve sayısal yönlendiricilerden yararlanarak iletilmesi süreçlerini de içine alan yeni bir iletişim ortamı oluşmaya başlamıştır. (Geray,1994:148).

Yeni medya alanında kullanılan sayısal teknoloji; metin ses ve görüntüleri sıkıştırma ve tek bir formata çevirerek sınırsız sayıda kullanım ve uygulamaya imkân vermektedir. Bu yeni teknoloji ülkeler bazında birtakım kaygılara sebep olsa da bilgi

teknolojilerine adaptasyon süreci çok kısa sürede tamamlanmış ve sayısal teknoloji her alanda kullanılmaya başlanmıştır. Artık Avrupa’da gerek neo-liberal politikaların etkisi, gerek özelleştirme politikalarıyla ortaya çıkan deregülasyon uygulamaları, ikili yayın sisteminin başlaması, gerekse de bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, dünyadaki yeni iletişim düzeninde kamu yayın hizmetlerinin doğasını değiştirmiş ve yeni bir dijital yayın hizmetleri dönemini başlatmıştır.

1.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığının Üzerindeki Uluslararası Üst Kuruluşlar ve İşlevleri

Bu örgütlü yapılar, kamu hizmeti yayıncılığı yapan kurum ve kuruluşlar için bir takım standartlar ve tavsiye niteliğinde kararlar yayınlamaktadırlar. Örneğin; kamu yayıncılığı yapan üye ülkelerin hangi teknik standartları uygulayacağı, uluslararası yayın frekans bilgileri, şifreleme işlemleri ve tavsiye niteliğinde olan bir takım karar, bildiri ve görüşleri de içine alan yayın politikalarının belirlenmesinde etkin rollere sahiptirler.

Nitekim; *TRT’den Görüşmeci2’ye göre, EBU gibi ITU gibi aktörler yıllık olarak bir takım içerikler ve o içeriklerin hangi standartlarda olması gerektiğine ilişkin projeler üretiyorlar, Ve üye olan ülkelerin Kamu Hizmeti yayını yapan kanallarına bunları gönderiyorlar. Ancak üye olan ülkelerin kanalları bunları yayınlıyor mu? Aksine yayınlamadıklarında ne gibi bir yatırımla karşı karşıya kalırlar?, bilgim yok. Ama sinema, dizi ya da uluslararası maç yayınları gibi bir takım programlarda şifreleme talepleri geliyor. Yapıyor musunuz? Yapmaya çalışıyoruz. Bu arada bu birliklerin yaptırım noktasında bir etkilerinin olduğunu düşünmüyorum, Şu olabilir; bir takım yönlendirmeler, bilgi paylaşımları ve tavsiyelerde bulunabilirler. Bunlar zaten var. Ancak reel bir etkileri yok.*

TRT'den Görüşmeci 1 ve Görüşmeci 3'te benzer görüşlere katıldıklarını yüz yüze yapılan görüşmelerde ifade etmişlerdir.

(Görüşmeci 1)

Tabi yani, etken bir role sahip olduğumu düşünüyorum. Çünkü baktığımızda TRT genel müdürümüz EBU'da da ABU'da da yönetim kurullarında görev almakta. Bunlarla ilgili olarak yayıncılık ve idari anlamdaki sözleşmelere çok hakim değilim, benim alanım dışında ama bunların teknik yansımalarını yaşıyoruz. Mesela EBU bize standartları (teknik) veriyor. Bu da bir tür kamu yayıncılığına giriyor. Sizin yaptığınız yayının kalitesi, izleyiciye kaliteli yayın sunmak da bir tür kamu hizmeti yayıncılığına girer. Mesela yayındaki ses seviyesini belli bir standartta tutmak (bu konuda EBU bir standart belirledi). RTÜK bu standartları kabul etti ve TRT de bu standartlara uyulması konusunda kanallarımıza talimatlar yayınlandı, TRT olarak da biz bu standartları yerine getirebilmek için donanımlarımızı yeniledik. Bu ses seviyesinde olduğu gibi renklerde de olabiliyor. Video formatlarında da oluyor, Aslında biz bu teknik standartlar anlamında da kamu yayıncısı olarak kamu hizmeti yayıncılığını yaptığımızı düşünüyoruz.

(Görüşmeci 3)

Bunu bence ikiye ayırmamız lazım. Şimdi politika ve uygulamalar. Tabi uygulamalar konusu bu örgütlerin, organizasyonların tavsiyeleri ve öngörülleri mevcuttur. Özellikle bizim üyesi olduğumuz EBU, ABU bu konularda çeşitli tavsiye ve regülasyonlar yayınlamaktadırlar, Ancak bu tavsiyeler genellikle teknik alt yapı ve program üretim süreçlerine katkı verecek şeyler konusunda. Yani daha çok teknik standartlar bağlamında olmaktadır, İkincisi; politika olarak kamu yayın politikalarına doğrudan bir etkiden söz edemeyiz, Olmaması da normaldir, aslında, Çünkü bir Afrika

ülkesiyle aynı yayın politikasını gütmemiz beklenemez. Dolayısıyla bu birlikte daha çok teknoloji gelişmelere paralel olarak yayıncılık teknoloji ve üretim kaynaklarının geliştirilmesi noktalarında karşımıza çıkıyor.

Yani uluslararası kuruluşların görüşleri ya da söylemleri, tavsiye niteliğindedir. Herhangi bir bağlayıcı tarafları söz konusu değildir. Zira her üye devletin kendi toplumsal dinamikleri, gelenek ve görenekleri, kamu hizmeti anlayışı ya da kamu yararı algısı, bulunduğu coğrafyanın da etkisiyle değişkenlikler gösterebilir. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığı için ortak bir tanım ya da standartlaştırılmış bir politika belirlemek ve bunu uluslararası bu kuruluşların aracılığıyla üye devletlere zorlayıcı bir dayatma politikası gibi sunmak beklenen bir durum değildir.

1.3.1. ITU, International Telecommunication Union (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği)

Merkezi Cenevre’ de olan ITU (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği), 1865 yılında Osmanlı Devleti’ nin de aralarında bulunduğu 20 Avrupa ülkesi tarafından kurulmuştur. Dünyanın en eski telekomünikasyon birliğidir.

Radyo yayın istasyonlarının sayıca çoğalması ve radyo frekanslarının birçok alanda kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkan karışıklık ve niteliksiz yayın sorunlarını çözmek, radyo frekanslarının kullanış amaçlarına göre düzenlenmesini sağlamak, (Aziz, :52), dünya genelinde telekomünikasyon standardizasyonunu sağlamak amacıyla kurulmuştur. Örgüte üye devletlerin katılımıyla gerçekleşen Tam Yetkili Temsilciler Konferansı (PP-Plenipotentiary Conference), ITU (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği) tarafından 4 yılda bir düzenli olarak gerçekleştirilmektedir ve örgütün en üst düzey ve en yetkili konferansıdır. 6-24.11.2016 tarihinde 17. si yapılan Tam Yetkili Temsilciler Konferansı, Türkiye’ nin ev sahipliğinde Antalya’ da düzenlenmiştir.

Konferans' ta alınan kararlarla 2015 yılına kadar Avrupa' da yer alan bütün devletlerin karasal yayıncılığa geçişinin tamamlanması planlanmıştır.

1.3.2. EBU, European Broadcasting Union (Avrupa'da Yayın Birliği)

1950 yılında EBU (Avrupa Yayın Birliği), Avrupa ülkelerindeki radyo ve televizyon kurumlarında üretilen içeriklerin hukuki ve teknik manâda işbirliği içinde hareket etmesi ve bir standardın oluşturulması amacıyla kurulmuştur. Avrupa Yayın Birliği öncesinde aynı amaçla IBU (Uluslar arası Yayın Birliği) kurulmuştur. 1925 yılında kurulan IBU, ilk radyo yayınlarının yapılması ile birlikte kurulmuş ve Avrupa ülkelerindeki frekans düzenlemelerine ilişkin ortaya çıkan teknik sorunları çözümlenmeyi hedeflemiştir. IBU (Uluslar arası Yayın Birliği)' nun çalışmaları 1939 yılına kadar etkin bir şekilde sürmüş, yayıncılık alanında yürütülen faaliyetlere ciddi katkılar sağlamıştır. Ancak II. Dünya Savaşından sonra, Avrupa'da ortaya çıkan ve değişen siyasi durum IBU (Uluslar arası Yayın Birliği)' nun işlerliği azalmıştır. Bu doğrultuda getirilen düzenlemelerin tekrar aktif bir şekilde ilerlemesi adına bir değişikliğe gidilerek 1950 yılında İngiltere' de gerçekleşen bir toplantıyla IBU (Uluslar arası Yayın Birliği), EBU (Avrupa Yayın Birliği) olarak değiştirilmiştir. EBU (Avrupa Yayın Birliği)' nun ilk kurulduğundaki üye sayısı Avrupa ve Akdeniz çevre ülkelerindeki üye devletlerle 24' tü. Ancak zaman içinde EBU (Avrupa Yayın Birliği)' nun faaliyetlerinin artması ve çalışmaların etkin bir şekilde sürdürülmesiyle birlikte Avrupa dışındaki devletlerin de EBU (Avrupa Yayın Birliği)' ya ilgisinin artmasını sağlamıştır. Böylelikle kuruluşunda 24 olan üye sayısı 1976 yılına gelindiğinde 104' e çıkmıştır. Birliğin teknik merkezi Brüksel' de yer almaktadır. Yönetim merkezi ise, Cenevre' de yer alır ve birliğin faaliyet alanı, üye ülkelerin çalışmalarını yürütürken yaşadığı sorunları uluslar arası arenada çözümlenmek ve üye devletlere yardımcı olmanın yanı sıra yayıncılığın gelişmesi, teknik anlamda hem gelişim hem düzenlemelerin sağlanması ve üye devletler

arasında program alışverişinin gerçekleşmesini sağlamaktır. Aynı zamanda birlik bu faaliyetleri gerçekleştirmek adına kendine bağlı örgütler kurmuştur (Aziz, :52). Türkiye EBU (Avrupa Yayın Birliği)' ya üyedir, ve şuan ki TRT Genel Müdürü İbrahim EREN, birliğin yönetim kurulu üyeleri arasındadır.

1.3.3. ABU, Asian-Pacific Broadcasting Union (Asya-Pasifik Yayın Birliği)

ABU kısa adı ile anılan Asya Yayın Birliği, Asya ve Pasifik ülkeleri radyo ve televizyon örgütlerinin bir araya gelerek kurdukları bir yayın birliğidir. Amacı, EBU'da olduğu gibi, üye ülkeler arasında radyo ve televizyon yayınları ile ilgili teknik ve program konularında işbirliği sağlamak, üye ülkeler radyo ve televizyon örgütlerinin gelişmelerine yardımcı olmaktır. ABU 1962 yılında Kuala Lumpur'da yapılan 4. Asya Ülkeleri Yayıncıları Konferansında alınan bir kararla kurulmuştur.50 Örgütün başlangıçta 16 kurucu üyesi varken, bugün bu sayı 65 e yükselmiştir. Ülke sayısı ise 52 dir. Üyelerden 25 i tam üye niteliğine sahiptir, geri kalan 40 üye ise ortak (feri) üyedir.51 ABU, gerek yeni kurulması, gerekse üye ülke yayın örgütlerinin yeterince güçlü ve yaygın olmaması (bir kısım üye ülkeler kendi içlerinde radyo-link şebekesini örememiştir) ve gerekse üyeler arasında çok çeşitli dil kullanılması, EBU gibi etkili çalışmalar yapmasını engellemektedir. Örgütün bugüne dek yaptığı çalışmalar daha çok

üye ülkeler arasında folk müzik bandları değişimi şeklinde olmakta, radyo ve televizyon programları ile ilgili kimi yarışmalar düzenlenmektedir.

1.4. Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı

1961 Anayasası' nın 121. maddesi, radyo ve televizyon yayınlarının ne şekilde kim tarafından yapılacağını düzenlemiş ve özerk bir kamu tüzel kişiliği halinde oluşturulan kurumlar aracılığıyla yayınların yapılabilceği belirlenmiştir (Kili, Gözübüyük, 1985:208). Türkiye' de kamu hizmeti yayıncılığının ilk kurumsal adımı

1964'te TRT'nin kuruluşuyla başlamış, ve ilk televizyon yayını 31 Mayıs 1968' de Ankara'dan Mithat Paşa Stüdyolarından gerçekleştirilmiştir (Aziz, 1999:56).

1.4.1. TRT Öncesi Dönem

TRT öncesi yayın dönemi, yeni kurulmakta olan bir ülke olarak Türkiye' de kapitalist rejime ilişkin oluşumların yavaş yavaş devlet eli ve denetimiyle şekillenmeye başlamıştır. Bu dönemde (1920' li yıllar) radyo yayıncılığı yeni başlamış ve uygulama şekline ilişkin ilk kriterler oluşmaya başlamıştır.

1937 yılında 3222 sayılı Telsiz Yasası çıkana kadar geçerliliğini korumuş olan İnşaatı Elektrikiye Vasıtasıyla Telsiz Telgraf ve Telsiz Telefon Hakkındaki Kanun'da, telsiz telgraf ve telsiz telefonun işletilmesi devlet eline bırakılmış, uygulama ve başvuru esasları devlet denetiminde gerçekleşmiştir (Kocabaşoğlu, 2010: 43).

Bu geçici yasayla, telsiz, telgraf ve telefon iletişimine ilişkin uygulamada devletin denetimi kesin olarak kabul edilmiş ve bu durum, “genel yarar ve/veya vatan savunması (ulusal güvenlik)” gibi nedenlere dayandırılmış ve devletin, ruhsat sahiplerinden geçici veya sürekli olarak iletişi durdurma hakkı saklı tutulmuştur (Kocabaşoğlu, 2010: 43).

Buradan hareketle Türkiye' de ilk yayıncılık faaliyetleri Cumhuriyetin kurulduğu dönemlerle başlamakla birlikte dönemin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve kültürel koşullar göz önünde bulundurularak devlet denetimi ve desteğiyle sürdürülmeye çalışılmıştır.

1940'lı yıllara gelindiğinde tüm dünyada iletişim sektörü yoğun bir denetim altına alınmıştır. İkinci Dünya Savaşı yılları sonrasında ise özellikle Avrupa'da esas alınan sosyal refah devleti modeli, devletçi politikalara verilen önemi artırmıştır.

Bununla birlikte bu süreçte Türkiye’de devlet, kamu hizmeti yayını olarak tanımlanan yayın ve kanallara doğrudan ve dolaylı oranlarda müdahalede bulunmaya devam etmiştir. Devletin medya üzerindeki denetiminin hiçbir zaman ortadan kalkmaması ve her dönemde doğrudan müdahalede bulunma yetkisini yasal düzenlemelerle veya denetleyici kurulların üye çoğunluğunu belirleme yetkisi gibi imtiyazlarla elinde bulundurması ise Cumhuriyet’in kurulduğu bu ilk yıllardan günümüze kadarki süreçte Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının şekillenmesinin önemli bir engelini oluşturmuştur. Gerçekleştirilen kalkınma modellerinin sınai mallar üzerinden gerçekleştirilmemesi ve çoğunlukla tarıma dönük politikalar üzerinde durulması ise tarımda gerçekleştirilen bu gelişmelerin kısa vadeli olmasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Yine de bu geçici bir dönem olarak tarihte yerini almış, İkinci Dünya Savaşı yıllarında uygulanan savaş ekonomi politikalarının da etkisiyle Türkiye önemli zararlara uğramıştır.

1.4.2. Radyo Yayıncılığı

Ses unsurunun elektro manyetik dalgalarla iletimi sonucu ortaya çıkan yayın sürecine aracılık eden radyo şimdilerde de gündelik hayatımızın önemli bir kitle iletişim aracı konumundadır. 1870’li yıllardan bugünlere kadar radyo yayıncılığının gelişmesine katkı sağlayan bilim insanları, farklı coğrafyalardan farklı zaman ve tarihlerde bu icadın bugünlere gelmesine katkı vermişlerdir. En önemli temsilcileri; *James Clerk Maxwell*, *Heinrich Hertz*, *Guglielmo Marconi*, *Lee de Forest*’ir (Aziz, A 1976:16).

İki dünya savaşının ardından çeşitli siyasi aktörlerce radyonun propaganda gücünün keşfedilmesiyle radyoya ait olan ilgi artmış, Avrupa bloğunun çoğu ülkesi radyo yayıncılığını kitle iletişim araçlarının en önemli propaganda aracı olarak görmüşlerdir. Endüstriyel devrim sürecini çok önceden tamamlayan Fransa, ABD ve İngiltere ekonomik çıkarlarının korunması ve artan piyasa yönlü rekabet ortamındaki

rollerinin devamlılığı açısından radyoyu son derece önemsemişlerdir. Daha net ve daha anlaşılır bir ses teknolojisi modülünün (FM) radyo için keşfiyle beraber kesintisiz bir radyo haberleşme sürecinin önü açılmıştır (Aziz, A 1979:14).

Türkiye'deki durum biraz farklıdır. Türkiye'de ilk radyo yayınları tekeli bir anlayışla mevcut siyasi otoritenin gözetimi altında başlamıştır (Akarcalı, S, 1997:97). 1924 tarihli 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu bu yayın hizmetlerine ilişkin düzenlemelerin yapıldığı ilk kanundur. Bu kanunla radyo hizmet tekelinin hükümete ait olduğu belirtilen bu kanunun ilk maddesinde “karasuları ile birlikte Türkiye Cumhuriyeti içinde telgraf ve telefon kurulması ve işletilmesi hükümetin yetkisi altında olup, gerek mevcut, gerekse daha sonra vücuda getirilecek bütün telgraf ve telefon haberleşmesi tarz ve usulü için kullanılacak vasıta ve şekillerin nitelikleri ne olursa olsun, bu tekelin uygulanması ve kullanılması şekillerini ve kurallarını yönetme, hükümete ait olarak, Posta Telgraf ve Telefon idaresine verilmiştir” hükmü öngörülmüştür.

Kamusal, tekeli sistem, alanı düzenleyen ilk yasa ile birlikte, ilk maddede, tekelin hükümete ait olduğunu belirlemekte ve iktidar bu iletişim aracının kendisini kullanmak istemekte bu alanda rakip yaratmak istememektedir.

1924 tarih ve 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu, yurt içi ve dışı haberleşmeyi kolaylaştırmak amacı ile çıkartılmıştır ve yetki radyo yayınları da göz önünde bulundurularak PTT Genel Müdürlüğüne verilmiştir. İçişleri Bakanlığı, çeşitli istekleri incelemiş, Ankara ve İstanbul’ da 1926 yılında montajı tamamlanarak hizmeti giren 5’er kilovat gücündeki verici istasyonların yapımının ihale edildiği bir Fransız firması ile İş Bankası, Anadolu Ajansı ve bazı özel şahısların katılmaları ile kurulan Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketine (TTTAŞ) 8 Eylül 1926 tarihinde imzalanan on yıl süreli sözleşme ile radyo hizmetlerinin yürütülmesi izni verilmiştir.

Sözleşme ile Ankara ve İstanbul'daki iki istasyonun kullanım hakkı TTTAŞ'ye devredilerek, 1927 yılında önce İstanbul'da, sonra 1928 yılında Ankara'da Musiki Muallim Mektebi yanındaki bir dairede kurulan stüdyoda, bu şirketin yönetiminde ilk radyo yayınları başlamıştır.

İtalya, Avusturya, Almanya, Yugoslavya ve İsveç gibi ülkelerdeki uygulama Türkiye ile benzerlikler göstermektedir. Avrupa ülkelerinin büyük çoğunluğunun radyo işletmeciliğini özel şirketlere bırakmış olmasının, Türk Radyoculuğu'nda ilerdeki yıllarda daha net olarak gözlenecek olan program tür ve biçimlerine etki yapmıştır.

Siyasal İktidarın İzmir İktisat Kongresi kararları ışığında özel teşebbüsü destekleme amacı ile 1924 yılında İş Bankasını kurması ve bu bankanın TTTAŞ'nin sermayesinin %70'ine Anadolu Ajansı ile birlikte sahip olması, kapitalist yoldan kalkınmayı amaçlayan ülke iktidarının tekel niteliğinde birçok girişimin niçin sahibi olduğunu da açıklamaktadır.

1.4.3. Bir Kamu Hizmeti Yayıncısı Olarak TRT, TRT Kanunu ve TRT'nin Kuruluş Evresi

Türk radyo yayın hizmetlerinin gelişimindeki kamusal kuruluş dönemi, TRT Kurumu'nun hizmet ve amaçlarını şekillendiren 1961 Anayasası'nın kabul edilmesi ve kaynağını bu anayasadan alan 24/12/1963 tarihinde kabul edilen ancak hukuki varlığına 01/05/1964 tarihinde kavuşan 359 sayılı TRT Kanunu ile başlamıştır.

359 sayılı yasa, TRT'yi "tüzel kişiliğe sahip, özerk bir kamu iktisadi kuruluşu" olarak teşkilatlandırmıştır.

1961 Anayasası bilindiği gibi demokratik bir hukuk devletini, hukukun üstünlüğünün egemen olduğu devlet düzenini, gerekli bütün kurumları ile kurma amacına yöneliktir.

Anayasa'nın, "kişinin hak ve ödevleri" başlığı altında yer alan 2. Bölüm 25. Maddesi ile devletin toplum üyelerine haberleşme araçlarından faydalanma hakkını tanıma ve kamuoyunun serbestçe oluşmasını engelleyici kayıtlar koymama zorunluluğunu getirmektedir. Anayasa'nın 121. Maddesi "... radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi özerk kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Her türlü radyo televizyon yayınları tarafsızlık esasına göre yapılır. Radyo ve Televizyon kültür ve eğitime yardımcılık görevinin gerektirdiği yetkilere sahip kılınır" hükmü ile 27 Mayıs 1960 öncesi sorunlara kalıcı bir çözüm bulma amacındadır.

Bu düzenlemeler, Türkiye'nin o güne kadar yaşamadığı kadar çoğulcu demokrat ve özgürleştirici düzenlemelerdi. TRT'nin özerkliği hizmetin kamusal niteliği için büyük fırsattı. Toplum, taleplerine cevap verebilecek bir Rd-Tv düzenine sahip olmuş, gelişmeleri memnunlukla izliyordu. TRT Kurumu'nun 1961 Anayasasından kaynağını alan özerk bir kuruluş olarak teşkilatlanmasında siyasal ve sosyal nedenler rol oynamıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye' de çok partili siyasal hayatın başlaması, radyo uygulamalarını dolaylı olarak etkilemiş, bazı Avrupa ülkelerinde ve Doğu Blok'u ülkelerinde olduğu gibi kitle iletişim araçlarının o dönem için en güçlü kitle iletişim mecrası olan radyoyu kendi kontrolünde tutan siyasal iktidar, bir başka partinin propaganda aracı olarak kullanmaması için radyo üzerindeki hâkimiyetini sürdürmek istemiştir, bu sebeple radyonun yayın ve yönetiminde bazı değişiklikler yapılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Dolayısıyla 5392 Sayılı Basın Yayın ve Turizm Kanunu çıkarılmış ve 28.05.1949 tarihinde Resmi Gazete' de yayımlanmıştır (Ertuğ,1951:29).

Sonuçta radyo hizmetlerinin siyasal iktidarın bir aracı olarak ya da onun etkisi altında kullanılmasına engel olmak ve bunu önlemek amacıyla yönelik mücadele siyasal bir öge olarak, sonraki tarihlerde TRT yasasına yönelik gelişmelerin ve olayların çıkış noktasını daha o zaman belli etmiştir.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu gibi bir örgütün kısa sürede gerçekleştirilmesi kuşkusuz kolay değildir. Özellikle radyo yayın hizmetlerindeki son derece süratli ve yeni gelişmeler karşısında örgüt yapısının bir dinamizme kavuşturulması ve bu nedenle de yayın hizmetinin tanımlanıp, sonra bu tanıma göre örgüt düzenlemesine gidilmesi gerekmektedir.

TRT döneminin başlaması ile özerk kimliğine kavuşan radyolar adından da televizyon yeterli, doğru ve tarafsız yayın yapmakla yükümlü kılınıyorlardı. Bu şekilde tarafsızlık anlayış ve uygulamasının ancak özerklik kavramı ile birlikte anlamlı olacağı gelecekte ortaya çıkacaktı.

Tarafsızlık konusu, toplumun hassasiyetle üzerinde durduğu bir kavramdı. Çünkü, Türkiye radyoları özellikle Demokrat Parti'nin “partizan radyo” anlayışı ile iktidarın bir yayın organı gibi uzun yıllar kullanılmış, yeterli ve doğru haber alma ve bilgilendirme işlevi yerine getirilememiş, halk radyoya güvenini kaybetmiştir. Kurum özerk bir yapıya kavuşturularak, TRT'nin güveni tekrar sağlaması için çok büyük avantajlarla donatılmıştır. Hükümet, radyo ve televizyon hizmetlerinin düzenleyen kitle iletişim ortamını kamu hizmeti kavramı içinde, toplumun istemleri doğrultusunda ele almış, geçmişe oranla daha demokratik bir yapı planlamıştı. Buradaki soru, hükümetin ve toplumun bu konuda tepkiler ötesinde, gerçekten de bilinçli olarak mı bu talepleri dile getirdiği sorusudur. Bunun için “özerklik” kavramı üzerinde durmak gerekir.

Türkiye’deki siyasi ortamda, TRT devletin denetim ve gözetimi altında olmakla beraber, hizmetlerin görülmesi için, her türlü etki alanından uzak kalması amacı ile özerk olarak örgütlenmiş, bu yeterli, doğru ve tarafsız yayın anlayışının önkoşulu sayılmıştır.

1.4.4. 1980 Sonrası TRT ve İkili Yayın Sistemine Geçiş

Avrupa kamu hizmeti yayıncılık alanında 1970’li yılların ortalarından itibaren başlayan neo-liberal politikaların devreye girmesi ve piyasa ortamının deregülasyon yoluyla rekabete açılması süreci sonuç vermeye başlamıştı. 2954 sayılı yasa tekelci bir kamu hizmeti yayıncılık modeli öngörüyordu. Ancak 1980’li yıllardan itibaren Avrupa’dan gelen ve ulusal sınırlar içinde yayın yapmaya başlayan yabancı ve yerli kanalların ortaya çıkışı, iç pazardan gelen ekonomik talepler, toplumsal tepki ve teknolojik gelişmeler, yayın ortamının değişmesi, reklam ve pazarlama olanaklarının ortaya çıkışı gibi nedenlerden ötürü 3984 sayılı(11) kamu ve özel yayın kuruluşlarının faaliyetlerini ve işleyişini ele alan kanunun çıkması için gerekli zemini hazırlamıştır.

Yasal olarak 1994’ten itibaren Türkiye kamu hizmeti yayıncılık ortamına özel televizyonlar da dâhil olmuş ve Avrupa’da olduğu gibi ikili kamu hizmeti yayın modeli ortaya çıkmıştır. Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Özel Yayıncılık.

1.4.5. 2000’lerden Günümüze TRT’nin Yeniden Yapılanma Girişimleri

2000’li yıllarda başlayan TRT’deki yeniden yapılanma döneminde kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı doğrultusunda bir yayın politikasının benimsenmesine ilişkin olarak çeşitli düzeylerde gayretler ve çabalar sarf edilmiştir. Ancak TRT’nin gelir kaynaklarının pozisyonu, Genel Müdür ve yardımcılarının, yönetim kurulu üyelerinin ve bir takım stratejik makamdaki yönetici sınıfının siyasi iktidar tarafından seçiliyor olması ve atanması; mali özerkliğin sınırlandırılması (Bknz: 703’nolu KHK 13. ve 37.

Maddeler/2018) ve yönetimsel bürokrasiden kaynaklı olarak yeniden yapılanma girişimleri, çeşitli engellere takılmış görünmektedir. Kamu hizmeti yayın anlayışını dikkate alan ve tecimsel yayıncılığı önleyici bir tutumun gerek yasal düzenlemelerde gerekse uygulamalarda rastlanmıyorsa TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı ilkeleriyle uyumu noktasında belirsizliklere neden olmaktadır. Sayısallaşma döneminde özellikle 2000'li yılların ikinci yarısından sonra bir başlangıç yapan TRT, internetin Türkiye'deki ilk kullanılmaya başlandığı dönem olan 1999'da Yayın Teknolojileri Merkezini (TRT-SAYTEK) kurmuş, "TRT-Net" adı ve www.trt.net.tr adresiyle de ilk internet yayınına başlamıştır. 2000 – 2006 yılları arasında TRT internet ortamı üzerinden gerçekleştirmeye başladığı yayınların yanı sıra, yeni, tematik kanallar aarak kanal sayısını artırmıştır.. 2006 yılına kadar, 4 ulusal radyo kanalı ve birçok yerel radyo istasyonunun yanında, TRT-1, TRT-2, TRT-3, TRT-4, TRT-GAP, TRT-INT, TRT-Türk (AVRASYA) kanallarıyla televizyon yayınlarına devam etmiş, Telegn ismiyle Teletext yayınına da hayata geçirmiştir. (TRT Değişim Ofisi Rapor 2006).

TRT'nin 2009 sayılı Faaliyet Raporuna göre, TRT'de tam anlamıyla dijital yayıncılığa geçiş ve yeni medya hizmetlerine yönelik kapsamlı bir yeniden yapılanma uygulamaları, 2008 yılında 2954 sayılı yasada yapılan değişlikle mümkün hale gelmiştir. 2010 yılı Mayıs ayında ilk HD kanalını yayın hayatına başlatmış, dijital platformlarda kendi kanallarını yayınlama adına anlaşmalar imzalamış, geniş bant yayıncılık uygulamalarıysa 2000'li yılların sonundan itibaren ağırlık vermeye başlamıştır. 2008 yılında 2954 sayılı TRT kanununda yapılan değişlikle birlikte TRT, bu yeni platformlarda yer edinme fırsatını ulusal ve uluslararası işletmecilerle birtakım ticari ortaklıklara yönelerek gerçekleştirme fırsatı bulmuştur (Resmi Gazete /Kanun No. 5767 /2008).

TRT'nin 2010 yılı faaliyet raporuna göre, TRT stüdyolarının teknik alt yapılarını da sayısal medya ortamına uyumlu hale getirmeye başlamış, 2008'de haber ve program geçişlerinde ses ve görüntü naklini sağlayacak şebeke ve tesisler oluşturma adına planlamalara yönelmiş, ilerleyen yıllarda da bu çalışmalarına devam etmiştir. TRT'de 2008 yılında TRT Çocuk yayına başlamış, yayına başladığı tarihten bugüne 11 yıllık bir zaman diliminde, oldukça büyük bir izler kitle edinmiş ve TRT için iyi bir örnek teşkil etmiştir.

TRT, 2009 Yılı Faaliyet Raporu'na göre, teknik altyapısını geliştirme doğrultusunda ilk HD Stüdyosunu yapılandırmış, bu stüdyolarda gerçekleştirilen yayınların ulusal/uluslararası dijital kablo ve IPTV üzerinden yapılması için ilgili şirketlerle sözleşme imzalamaya başlamıştır. Bu doğrultuda TRT, batıda TRT-Türk, TRT-1, TRT-2, TRT-4/Çocuk ve TRT-3,; Doğu'da ise 4/Çocuk, TRT-Avaz, TRT-Türk, TRT-Müzik, TRT-Belgesel, TRT-1, TRT-2, TRT-3, TRT- yayın kanallarının dağıtımını, bu bölgelerdeki faaliyet gösteren dijital yayın platformu şirketleri aracılığıyla gerçekleştirmiştir. Ayrıca 32 dil ve lehçede içeriğin üretildiği trt.world.com sitesini kurarak yayın gerçekleştirmiştir.

2011 yılında "Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü" biriminin kurulmasının ardından ise TRT'de yeni medya hizmetlerine yönelik gerek teknik altyapının geliştirilmesi gerekse yeni hizmetlerin sunulmasına ilişkin çalışmalar daha kurumsal bir nitelik kazanmıştır.

Bununla birlikte TRT bünyesinde kurum içi toplantılarda yeni medya teknolojileri ile yeniden yapılandırılan TRT'nin güçlü bir kamu yayıncısı olabilmesi adına gerçekleştirmesi gereken adımlar tartışılabilmekte ve hedefler arasına konulabilmektedir. Yine bu doğrultuda TRT'nin 50. Yıl Etkinlikleri kapsamında hazırladığı ve henüz üzerinde tartışılmaya devam edilen "2023 Vizyonu Yayın

Teknolojileri ve Editoryal Gelişmeler” başlıklı rapor önemlidir. Raporla TRT’nin 2023’ teki konumuna yönelik iki temel hedef belirlenmektedir.

Bu hedefler şöyledir:

- Ulusal ve uluslararası düzlemde tüm medya ortamlarında yayını gerçekleştirebiliyor ve herkese erişimi sağlayabiliyor olmak.(Tam kapsayıcılık ve Yüksek Erişim Kapasitesi)

- TRT’yi dünya yayıncılığında bir uluslararası bir marka haline getirmek.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TRT VE YENİ MEDYA POLİTİKALARI

1. TRT’NİN YENİ MEDYA STRATEJİLERİ VE UYUMLANMA SÜRECİ

Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecini hızlandıran iletişim ağlarındaki gelişmeler ve internetin hayatımıza girişiyle birlikte iletişim alanında yaşanan birçok yenilik bu geçiş sürecini hızlandırmıştır. Bireyler geleneksel medya döneminde daha çok tek yönlü iletişim sürecinin parçasıyken yeni medya olarak adlandırılan günümüz iletişim dünyasında çift yönlü iletişim sürecinin aktörü haline gelmiştir. Yani, mesajı sadece alan taraf değil aynı zamanda üreten pozisyonundadır.

Tüm bu gelişmeler ışığında özellikle 1980 sonrası Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin yeniden yapılanma stratejileri, Türkiye’deki kamu hizmeti yayıncılığı politika, düzenleme ve uygulamalarına yansımaları noktalarından ele alınarak araştırmanın perspektifi dizayn edilmiştir. Bu doğrultuda, günümüzün değişen medya ortamına dönük olarak gelişen politika üretme sürecinin analizi derinlemesine ve yüz yüze yapılan görüşmelerle şekillendirilmeye çalışılmıştır.

Örneğin; Türkiye’de internetin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte sektörde yeni diye adlandırabileceğimiz farklı tipte aktörler ortaya çıktı (Geray, 2019:13). Dolayısıyla özellikle 1990 sonrası özel yayın kuruluşlarının ortaya çıkmasıyla piyasa yönelimli bir iletişim politikası oluşturma gereksinimi yaşanmıştır.

2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ (SORUNSAK)

Araştırma geleneksel medya – yeni medya ilişkisi kamu hizmeti yayıncılığının, yeni medya denilen bilgi ve iletişim araçlarının devreye girmesiyle yaşamaya başladığı değişimi ve dönüşümü Türkiye bağlamında tartışmaya açma adına gerçekleştirilmiştir.

Öncelikle vurgulamak gerekir ki söz konusu değişim ve dönüşüm tek başına teknolojik determinist bir yaklaşımla açıklanamaz. Bu bağlamda piyasa koşulları, neo-liberal politikaların iletişim sistemlerine etkisi, ulusal ve uluslararası siyasetin araçlarında ve aktörlerindeki değişiklikler, birey-toplum, birey-devlet ilişkilerinin farklılaşması gibi noktalar göz önüne alınarak kamu hizmeti yayıncılığının amaçlarında ve yükümlülüklerinde ortaya çıkan farklılaşmalar dikkate alınmalıdır. Araştırma tamda bu noktada söz konusu dinamiklerin Türkiye bağlamında gösterdiği özgün yanları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın yanıtını aradığı ana soru, sayılan faktörlerin ve olguların kamu hizmeti yayıncılığının doğasını ne ölçüde etkilediği ve dönüşüme hangi unsurların yol açtığıdır.

Araştırmada ayrıca Türkiye’de kamu hizmeti yayıncısı sıfatıyla TRT’nin kuruluş yılı olan 1964’ten bugüne ve kamu hizmeti yayıncılığının başlangıcı sayılan 1968’den günümüze TRT’nin bu dönüşümlerin neresinde konumlandığı sorusuna da cevap aranmıştır. Yanıtlardan elde edilen bulgular ışığında kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim ve dönüşümün, TRT’nin geleneksel yayıncılıkta yeni medya dolayısıyla uygulamaya soktuğu yeni modeller de değerlendirmeye alınmıştır.

2.1. Zamanlama

Araştırmada; Türkiye’de TRT’nin kuruluş yılı olan 1964’ten bugüne ve kamu hizmeti yayıncılığının başlangıcı sayılan 1968’den günümüze TRT’nin bu dönüşümlerin neresinde konumlandığı sorusuna cevap aranmıştır.

2.2. Araştırma Tasarımı Ve Yöntem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’deki medya kuruluşları, örneklemini ise; TRT ve iletişim alanında faaliyet gösteren bazı sivil toplum örgütleri oluşturmaktadır. Bu çerçevede; geleneksel medyadan yeni medyaya kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim

ve dönüşüm, bu kurum ve kuruluşlardaki aktörlerle yapılan yüz yüze görüşmelerle değerlendirilmeye, analiz edilip ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Veri analizi sürecinde gerek Cumhurbaşkanlığı gerek TBMM gerekse TRT'den Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü aracılığıyla elde edilecek verilere ilişkin talepler farklı gerekçelerle değerlendirilmemiştir. Bu süreçte Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına üç kez ikişer hafta arayla başvurulmuş ancak netice alınamamıştır (12 Haziran 2019-30 Temmuz 2019). Araştırmanın kanunlar, kanun hükmünde kararname, raporlar, bildirimler, komisyon tutanakları gibi araştırmanın hukuki altyapısını oluşturacak veriler için 30 gün süreyle TBMM'ye gidilip kütüphane ve arşiv taraması yapılmıştır (1 Ağustos 2019-1 Eylül 2019). Yine araştırmanın teknolojik altyapısını ortaya çıkarmak adına Bilgi ve İletişim Kurumu'na birer hafta arayla üç kez başvuruda bulunulup yine herhangi bir sonuç elde edilememiştir (12 Haziran 2019 – 12 Temmuz 2019). Derinlemesine mülakat yöntemiyle yüz yüze görüşmeler yapılarak bilgi toplamaya çalıştığımız kurumlar arasında yer alan Radyo Televizyon Üst Kurulu'na da bizzat gidilip araştırmanın muhataplarıyla farklı gün ve saatlerde randevular talep edilmiş ancak herhangi bir geri dönüş alınamamıştır (21 Ekim 2019- 21 Kasım 2019). Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu TRT çatısı altında çalışmamıza katkı sağlayacak TRT'nin üst düzey yönetici sınıfıyla derinlemesine mülakat için randevu talep edilmiş olup sadece 3 yöneticiyle görüşme sağlanabilmiştir (Eylül 2019 – Ocak 2020). Bunun yanında TRT'nin yeni medya dönemindeki politika ve stratejilerinin en önemli göstergeleri arasında sayılan 2023 TRT Vizyonu adlı belge Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü'nden talep edilmiş olup talebe herhangi bir dönüş yapılmamıştır. Devamında TRT'nin kütüphane ve arşiv hizmetlerinden TRT'nin geleneksel medya ve yeni medyaya ilişkin bilgi ve belgeler taranmış, kamu hizmeti yayıncılığı alanındaki görev ve misyonunu içeren tarihsel bilgiler ve geçmiş olduğu politik evreler ve

günümüze kadar gelen süreçte geleceğe ilişkin politika ve vizyonunu ortaya çıkaracak her türlü stratejiye ilişkin bilgi, belge, rapor, sunum, bildiri gibi kaynaklara ulaşılmıştır.

Araştırmada kaynakça bölümünde yer alan birçok kitap, uluslararası ve ulusal makale ve bildirimler ve kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin politika ve değerlendirmelerde belirleyici çeşitli uzmanlık tezlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Literatür taramasının yanı sıra tezde, uluslararası düzlemde, Avrupa Birliği, Avrupa Komisyonu gibi kurum ve kuruluşların karar, strateji, bildiri, rapor ve düzenlemelerinden yararlanılmıştır. Benzer biçimde araştırmada ulusal düzlemde TBMM ve RTÜK gibi TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin düzenlemelerinde belirleyici olan kurumlar bünyesinde hazırlanmış çeşitli ulusal programlar, stratejik planlar ya da raporlar, TRT'nin faaliyet raporları, genel yayın planları gibi düzenlemelerden yararlanılarak detaylı bir çözümlemesi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Ayrıca araştırmada, TRT'nin yeni medya döneminde geleceğe dönük politika strateji belirleme çabası olarak ortaya çıkan, TRT'nin kurum içi gerçekleştirdiği toplantılardaki sunumlardan ve henüz hazırlanma aşamasında olan “2023 Yılı TRT Vizyonu” başlığı ile hazırlanmış olan stratejik plandan da yararlanılarak TRT'nin yeni medya uygulamaları olarak geleceğe yönelik hangi eğilimler üzerine yoğunlaştığına ilişkin veri edinilmeye çalışılmıştır. Araştırmada tüm bu bilgi ve belgelerin değerlendirilmesinin yanı sıra Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin politikaların belirlenmesinde ve uygulanmasında etkili olan iletişim sektörünün önemli aktörleri ve TRT'nin yeni medya çalışmalarında stratejik rollere sahip çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılarak TRT'nin günümüz yeni medya piyasasındaki konumu analiz edilmiştir. Bu görüşmeler sonucu elde edilen değerlendirme ve bulgular araştırmada değerlendirilerek TRT politika ve pratiklerinin çözümlemesi, gerçekleştirilecek hedefler arasında yer almıştır.

2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma; genelde Avrupa’da ve Türkiye’deki kamu hizmeti yayıncılık algısındaki değişim ve dönüşümleri geleneksel medya- yeni medya kavramları üzerinden irdelemekle, özelde ise; Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, TBMM, RTÜK, BTK ve TRT gibi resmi kurumlar; TİAK, UMED, ÇGD, TGS, KESK gibi sivil toplum kuruluşlarıyla sınırlıdır. Araştırma boyunca ismi geçen tüm kurum ve kuruluşlarla yüz yüze görüşmeler sıklıkla talep edilmiş olup, bazılarıyla bu mülakatlar farklı gerekçelerle gerçekleştirilememiştir.

2.4. TRT’nin Yeni Medya Stratejileri

Geleneksel medyadan yeni medyaya kamu hizmeti yayıncılığının değişim ve dönüşümü kapsamında TRT birçok yeniliğe imza atmıştır ve ulusal sınırlar bağlamında öncü konumdadır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere ilişkin dinamikler, yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin söylemler ve bu süreci anlatan tarihsel gelişmeler TRT için temel bir ilgi alanı olarak değerlendirilmiştir. TRT; 2000’li yıllarda başlayan yeniden yapılanma stratejileri ve 2011 yılında kurmuş olduğu Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü ile bu yeni alana ne kadar önem atfettiğini açıkça ortaya koymuştur. Gerek genel yayın planlarındaki yayın akış planlaması, gerekse yıllık faaliyet raporlarında tamamen ayrı bir başlık olarak ele alınan yeni medya ve sunulan içerikler, TRT’nin bu yeni alan için oluşturduğu politika, strateji ve uygulamalar, TRT’nin bu alanla ilgili çalışanlarıyla yapmış olduğumuz yüz yüze görüşmeler ve sahada karşılığını bulduğumuz somut adımlar, bu yeni kamusal yayın ortamının nasıl şekillendiğini ve dönüştüğünü anlamak için, bu araştırmaya ciddi bir bilgi ve bulgu seti sunmaktadır.

TRT'den Görüşmecil'e göre; *günümüzde bilgi teknolojileri çok fazla düzeyde gelişim ve ilerleme göstermektedir, Daha önce çok büyük donanımlar ve ekiplerle yaptığımız işleri daha küçük donanımlı, portatif cihazlarla ve daha küçük ekiplerle yapabilmekteyiz. Naklen yayınlarda bir çeşit linkler kullanılırdı önceden, şimdi uyduyu kullanıyoruz, fiber alt yapılarını kullanıyoruz. İletişim de kolaylaştı, çekim teknikleri de. Bunun yanı sıra görüntü kalitemiz de arttı. Örneğin; siyah-beyaz olan yayınlar renkli, SD yayınlar HD, hatta yayın formatı olarak ilk defa TRT aracılığıyla 4K yayınlar başladı. Yani bu alandaki teknolojik gelişmeler aracılığıyla bu gelişimi izleyicilere aktarabiliyoruz. Yine herhangi bir kişi cep telefonu aracılığıyla bir nevi kameradan ya da bir takım uygulamalar aracılığıyla bir kurgucu ya da montajcı olabilir. Yani yayıncılık bir hayli bu sayede kolaylaştı.*

Yani, TRT'de yeni medya alanında yaşanan teknolojik gelişmeler (Uydu, fiber altyapı kullanımı, dijitalleşmiş yayın teknolojisi, E-Televizyon, TRTWEB, TRT E-Arşiv, SD' den HD yayına geçiş ve sonrasında 4K yayını, 5+1 Surround ses kalitesi) sayesinde araçsal ve ölçek büyümesi gibi imkanlarla yayınların daha hızlı ve daha verimli, kapasite ve bant genişliği sayesinde de daha rahat yapılabilirdi sonucuna varılmıştır. Daha küçük donanım ve ekiplerle daha az maliyetli ürünler, daha kaliteli şekilde ortaya çıkmaya başlamıştır.

Başka bir bakış açısına göre ise; yeni medya döneminde baş döndürücü hızla gelişen yeni iletişim ortamı herkesi olduğu gibi bir kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT'yi de ilgi alanına çekmektedir. Nitekim TRT'den Görüşmecil 2 bu durumu şöyle özetlemektedir:

Bana göre teknolojinin kendisinin getirdiği bir dinamik var. Çünkü çağımızın da getirdiği bir şey., Bundan 20 sene önce cep telefonu yoktu, bu gün var. Bu kadar televizyona düşkün değildik. Bu kadar iletişim ve sosyal medya araçları yokt., İnsanlar

bir birlerine dokunarak iletişim kuruyordu. Ya da daha yakın ilişkiler kuruyordu. Şimdi teknolojinin gelişimiyle birlikte iletişimdeki argümanlar çeşitlendi ve farklılaştı. Dolayısıyla iletişim araçlarında da bir gelişme meydana geldi. Bunun medya ve televizyon kısmına baktığında, aynı şekilde o mecralarda da bir takım gelişmeler meydana geldi. Kurumumuzda da SD yayınlar varken HD yayınlara geçildi. HD yayınlardan bu gün 4K yayınlara geçildi. Şimdi 8K yayınlar konuşuluyor, deneniyor, dünya genelinde de böyle. Buna öncülük yapan kurumlar var. Bunlardan bir tanesi de Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) Her zaman bu anlamda öncülük yapmış bir kurum. Hani o ilk yayınında bu güne, yarışa ilk başlamanın getirdiği avantajla, sonra ki gelenler de hep bizim arkamızdan geliyor. Ama bizim bir farklılığımız daha var. O da nedir ? Kamu Hizmeti yayıncılığı. Bu bizi değerlerinden kulvar olarak ayırıyor. Hem böyle bir pist yarışı düşünün. Biz kulvarın en içindeyiz. En iç kulvarda olduğumuz için yarışı hep önde götürüyoruz. Hem de yarışı hiç bırakmamak durumundayız Kamuya karşı bir sorumluluğumuz var. Aynı zamanda bir de stratejik açıdan bir sorumluluğumuz var.(TRT Görüşmeci 2)

TRT'nin buradaki sorumluluğu; bir kamu hizmeti yayıncısı olması ve dolayısıyla topluma karşı bir büyük bir sorumluluk taşımasıdır. Yayıncılık anlamında yaşanan her türlü teknolojik gelişmeyi öncü olarak tanıtan ve kamu yararına kullanan bir yönü olduğunu görmekteyiz. Dolayısıyla bu anlamda TRT her türlü teknik gelişmenin ilk yayıncısı olarak karşımıza çıkmaktadır.

TRT'den diğer bir yönetici (Görüşmeci3), bilgi ve iletişim yakınsamasını, tek başına teknolojinin belirlediği yeni medya ortamı ya da iletişimin doğasının ve mecrasının değiştiği fiziksel bir değişim olarak değil, doğrudan bireyin kendi içsel dürtüleriyle ilişkili olarak, iletişime ve gelişmeye açık, yenilikleri özümseyen, bilişsel

yapısından bahsedilmektedir. Kişi, istemediği sürece ne kadar yenilik ve teknolojik imkân sunulursa sunulsun verimsiz ve faydasız olacağı tezini savunmuştur.

Evet, herkese merhaba diyorum. Bana göre bilgi teknolojileri olsun, iletişim teknolojileri olsun, bütün disiplinlerde olsun, bu dinamiklerin üstünde insanın kendisi gelir. İnsanoğlu geliştirmek istediği, kullanmak istediği, arzu ettiği şeyleri gerçekleştirdiği sürece bu dinamikler de aslında kendi içinde değişerek, yoluna devam edip, zaman çizgisi içerisinde gelişme göstermiştir. Dinamiklerin en başında insan olması tabii ihtiyaçların, isteklerin ve bakış açılarının da değişmesine neden olarak her şeyi etkilemiştir. Yani buna Uzay Yolu filmindeki Kaptan Kirk karakterinin, ilk başlangıcıyla filmin bitiminde yer alan değişimi örnek gösterebiliriz, İlk Uzay Yolu filmi çıktığında 80'lerin ortaları gibi- benim de buluş çağıma denk gelir-orada mesela cep telefonunu kullandığı zaman Kaptan Kirk, bu ne deyip? garipsediği zamanla, şu anda sıradan ve ihtiyaç duyulan bir şey olması da, teknolojinin bize pozitif ya da negatif yönde yansımalarını açıkça ortaya koyuyor (TRT Görüşmeci 3).

Türkiye’ de kamu hizmeti yayıncılığının geçirmiş olduğu siyasi, teknolojik ve politik evreleri düşündüğümüzde yaptığımız görüşmelerden farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Kamu ifadesi idari bir kavram olmakla birlikte, hukuksal tanımlamaları olan, hukukla da dizayn edilen bir kavram kamu. Ama onun beslediği başka kavramlar da var. Halk, millet gibi.. Bu kavramların içerisinde kamu kavramı çıkmaktadır,. Kamu aslında halk, millet kavramlarının özdeki yoğunlaşmış halidir. Kamu içindeki toplumun öznel yoğunlaştırılması kadar, evrensel bir algıyı da içine alabilir bu yoğunlaşmada kamu denildiğinde. Bana göre belirli hakların tanımlandığı ve sınırların çizildiği bu alan aynı zamanda eşitlikçi bir yapıyla da paylaşıldığı bir alandır. Kamu hizmeti yayıncılığı ise bu kavramı biraz açmak lazım yani sonuçta gazetecilik açısından

baktığımızda gazetecilik gazeteciliktir. Yayıncılık da yayıncılıktır. Sadece bir detay vardır kamu yayıncılığında. Ticari amaç güdülmemektedir. Temeli halk tarafından finans edilen ve toplumu en doğru, en bağımsız ve en tarafsız şekilde bilgilendirmeyi amaç edinen yayıncılık türüdür kamu hizmeti yayıncılığı. Ama özünde kamu yayıncılığı özel yayıncılıkla farklılaşmaz; çünkü gazetecilikte gerçek haberi, doğru haberi aktarmak sorumluluğu vardır. Yine ilk baştaki soru gibi pratikte farklılaşan şeyler olmaktadır. Ticari amaç güden yayıncılar haberi kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirebilmektedirler.(Görüşmeci 4/STK)

Kamu hizmeti yayıncılığının temel ilkelerinden olan bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme işlevleri arasından en çarpıcı olanın doğru bilgilendirme, doğru haber verme, tarafsız, olanı olduğu gibi aktarma nosyonlarına atıfta bulunularak kamu yayıncısının sorumlulukları, bu anlamda taşınması gereken misyon ve yükümlülükler atıfta bulunulmuştur.

Türkiye’ de özel yayın hayatının başlamasıyla birlikte TRT’ nin tekel konumundaki kamu yayıncılık hizmetinin sona ermesi, özel yayıncılık faaliyetlerini başlatmış, bu bağlamda TRT’ nin yayın faaliyetlerini rekabet edebilirlik açısından yeniden gözden geçirme ihtiyacını açığa çıkarmıştır.. Ancak temelde yine de kamu yayıncılığı fonksiyonlarını sürdürme noktasında yayın içeriklerini geliştirme ve çeşitlendirme stratejisini devam ettirilmiştir.

TRT Görüşmeci 3’ e göre,

Şöyle söyleyebilirim; zamanla vatandaşlarımızın ilgi alanları değişim göstermektedir. Gelişen teknolojiyle beraber bu değişime ayak uydurmanız gerekiyor. Dolayısıyla eskiden 8 saat tarım disiplini ile ilgili programlar yaparken bu gün bunu 2 saate indirip, kalan 6 saati psikoloji/sosyoloji, 2 saat çocuk pedagoğu, 2 saat sağlık

programları, 2 saat kültür-sanat gibi çeşitlendirmeler yaparak akışlarınızı güncelliyorsunuz.

TRT' nin kuruluş amacını oluşturan bilgilendirme, eğitime ve eğlendirme işlevlerinden vazgeçmeden yayın içeriklerini çeşitlendirdiği görülmektedir. Yayın içeriklerinde çok hızlı bir şekilde tematikleşmeye gidilmiştir. 2008'den başlayarak TRTÇocuk, TRTHaber, TRTSpor, TRTMüzik gibi tematik kanallar artmaya başlamıştır.

Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında TRT' nin tekelci yapısının kırılmasıyla beraber yönetim anlamında da birtakım değişimler yaşanmıştır. Özel yayın kuruluşlarının devreye girmesiyle medyadaki sahiplik yapısı yatay bir yoğunlaşma yaşamıştır. 90' lı yılların ortalarında başlayıp 2000' lere gelindiğinde ana akım medya dediğimiz birtakım özel medya kuruluşlarında(ATV-SHOW-STAR-KANAL D) medya sahipliği el değiştirirken, çeşitli oluşumlar ya da konsorsiyumlar aracılığıyla bu değişim gerçekleşmiştir.

Görüşmeci 5' e göre,

Burada en büyük değişim medya sahiplik yapısında yaşandı bence. 90'lı yıllara kadar TRT'nin tekelinde giden yayıncılık, özel yayıncılığın başlamasıyla başka bir evreye girdi. 2000'lere gelindiğinde ve sonrası özellikle TMSF' nin bazı kanallara el koyması sonucu, o kanalları almak isteyenler düşük kredilerle o kanallara, gazetelere, radyolara, dergilere sahip oldular. Sonrasında da siyasi iktidarlarla ilişki içinde değil, bir hayli yakında olan kişilerden oluşan bu yapı medyadaki sahiplik yapısını da bir anlamda değiştirdi. Geline nokta devletın medyasıyla özel medya kuruluşları arasında her hangi bir fark olduğunu düşünmüyorum. Türkiye'de ana akım medya

dediğimiz büyük medya gruplarının özel medya patronu yok. Sahiplik yapıları erozyona uğramış durumda.

İkinci bir durumda bu araçların propaganda aracı olarak ya da bir suskunluk sarmalına dönüşen bir durumu var. Kamu yayın hizmeti olan vatandaşlar olarak bu durum gerçek, tarafsız ve bağımsız haber ve bilgi alışınızı engelleyebilecek bir duruma yol açabilir. Dolayısıyla başka alternatif yollara yönelirsiniz. Yeni medya diye adlandırdığımız sosyal medyaya kayarsınız ancak kimse kusura bakmasın oralarda da sürekli dezenformasyona maruz kalırsınız. Bu ikisi arasındaki farkı da izleyici kolaylıkla fark edemez.

2000' li yıllardan başlayarak, Türkiye'nin siyasi ikliminde yaşanan gelişmeler ve değişimler gelinen noktada kamu medyasıyla özel medya kuruluşları arasındaki sahiplik yapısı açısından farkın, mülkiyet yapılarının erozyona uğraması nedeniyle azaldığını ortaya çıkarmıştır. Kamusal yayın hizmeti alan bireyler açısından gerçek, tarafsız ve bağımsız haber ve bilgi alışımızı engelleyebilecek süreçlerle karşı karşıya kalınabilir. İşte tam burada yeni medya denilen alternatif mecralara kişilerin yönelmesi kaçınılmazdır. Buradaki tehlike, sunulan içeriklerin gerçekleri ne ölçüde yansıtıp yansıtmadığıdır. Çünkü denetimi mümkün olmayan bir içerik üretim süreci yaşanmaktadır. Yanlış bilgi ve yalan haber yayımı durdurulamaz şekilde hızla üretilmektedir. Bireyin pasif kullanıcı düzleminden bir gazeteci ya da bir yayıncı düzlemine doğru evrilerek içerik üretimindeki aktifliği durdurulamaz boyuttadır.

İletişim dediğimiz süreç, bir bilginin, bir duygunun ya da bir düşüncenin bir kişiden diğer bir kişiye farklı kanallar aracılığıyla iletilmesini ifade eder. Bu iletişimsel eylem, kişiler arasında hayati öneme sahip olan mesajın doğru, hızlı, güvenilir ve herhangi bir engele uğramadan ulaşması gereksinimini ortaya çıkarmıştır.

Söz, yazı, gazete, dergi, radyo, televizyon ve yeni medyanın araçları olan internet, bilgisayar, tablet, telefon, sosyal medya kanalları gibi... Tarihsel sürece baktığımızda iletişim ortamının doğasının değiştiğini, iletişim mecralarının çeşitlendiğini ve bunun zamansal ölçülerde yeni medya döneminde çok sık aralıklarla yaşandığına şahit olmaktayız. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığının gelmiş olduğu noktayı, geçirmiş olduğu değişim ve dönüşümü yalnızca teknolojik dinamiklerle açıklanmış olunursa, yetersiz bir açıklama olacağı aşikardır. Bu değişim ve dönüşüm, aynı zamanda siyasal, sosyal, ekonomik ve yönetsel bazda uygulama ve politikaların farklılaşması neticesinde meydana gelmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı tanımı, bu yeni medya ve yeni iletişim ortamında **Kamu Medya Hizmeti** olarak tanımlanmaya başlanmıştır.

Nitekim, STK Görüşmeci 6'nın da aşağıda yer alan ifadeleri bu değişim ve dönüşümü açıklar nitelikte karşımıza çıkmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı aslında dönüşüyor. 1920'lerde radyo yayıncılığıyla başlayan yayıncılık serüveni, 1960'ların sonunda televizyon yayıncılığının başlaması ve en son 1990'lar dan itibaren de yeni medya diye adlandırılan bambaşka bir noktaya doğru giden bir değişim ve dönüşüm geçiriyor kamu hizmeti yayıncılığı aslında. Günümüzde ortam ya da mecra olarak nitelendirdiğimiz internet, aslında bu dönüşümün en önemli aracı. Ancak şunu belirtmek gerekir ki; bu değişim ve dönüşüm yalnızca teknolojik dinamiklerle açıklarsak eksik bırakmış oluruz. Bu değişim ve dönüşüm politik anlamda ve toplumsal dönüşüm ve bu dönüşümden etkilenen bir kamu hizmeti yayıncılığı uygulama ve politikası olarak da değerlendirmek gerekir. Yani yayıncılıktan medyaya evrilişte TRT iyi bir laboratuvar. Ben kişisel olarak kamu hizmeti yayıncılığının kamu medya hizmetlerine evrildiğini görüyorum. Artık bir dönüşüm süreci söz konusu.

Türkiye’de yeni iletişim ortamı beraberinde birtakım hukuki düzenlemelerin yapılması gerektiği gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Yeni medyanın sağladığı olanaklar, yeni bir hukuksal sorunun oluşmasına sebep olmuştur. 703 No’ lu KHK’nın TRT ile ilgili 13. ve 37. maddeleriyle birlikte getirilen yönetsel düzenlemeler, personel rejimleri ve istihdam biçimlerindeki değişiklikler, mali özerklik gibi konular, yeniden ele alınmıştır.

Görüşmeci STK 6’ ya göre,

Şöyle ki ; 703 no’lu KHK, 2954 sayılı Kanun’a uyum yasası gibi çıkarıldı. Fakat bazı boşluklar ortaya çıktı. Bu boşlukları kapatmak için de CBK’(Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri)lar çıkarılmaya ve Resmi Gazete’de yayımlanmaya başladı. Buradaki sıkıntı bana göre CBK’ların yasaya göre esnek ve çabuk değiştirilebilir olması. İşte TRT gibi çok önemli bir kurum için yapılabilecek ani ya da hızlı değişiklikler ne kadar makul ya da faydalı olur, tartışmalıdır. Meclis bir şekilde bir yasayı çıkarırken teklif, tasarı, komisyon ve genel kurul gibi süreçlere tabi tutarak bir olgunlaşma sürecinden geçiriyordu. Dolayısıyla bu durum, gelinen nokta TRT için sıkıntı oluşturabilir. Bu durum özel yayıncılar için de geçerli. Nitekim 2011 yılında Türkiye’de Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınlarına ilişkin çıkarılan 6112 sayılı kanun, çok önemli görev ve sorumluluklar içermekte. Mesela “tarafsızlık ilkesi” kamu - özel bütün yayıncılar için ön görülen bir temel ilkedir. Yani hiçbir yayıncı 6112’ye göre “Ben şu siyasi partinin leh ya da aleyhte taraftarlığını yapacağım” diyemez. Seçim dönemlerinde özellikle hiçbir şekilde diyemez. Özellikle TRT bir kamu yayıncısı olarak bil hassa bu ilkeye dikkat etmesi gerekir. Sonuçta TRT bizim çok önemsedığımız bir kurum. Neticede bu dönüşüm yayıncılık alanında kaçınılmaz şekilde yaşanıyor. TRT de bu sektörün bir parçası ve umarım bu değişim ve dönüşüm TRT adına, kamu adına büyük fayda sağlar diye umuyorum.

Yapılan yeni düzenlemelerin TRT'nin özerkliği ve bağımsızlığını zedeleyebileceği gerçeğiyle karşı karşıyayız. 1964'ten günümüze kuruluş yasasına göre elde ettiği haklardan bugüne değin, bir kamu yayıncısı olarak demokratik hayata katılım, toplumun tüm kesimlerini kucaklayan tarafsız yayıncılık, farklı etnik grupların temsil edildiği bir kamusal alan platformu, editöryal özerklik, kapsayıcılık ve evrensel erişim gibi kamu hizmeti yayıncılık nosyonlarına uyum noktasında büyük çapta bir değişim ve dönüşüm yaşamıştır.

TRT'nin 2015 yılı faaliyet raporuna göre:

TRT'ye ait sosyal medya hesapları envanter çalışması yapılmış, sosyal mecralardaki tüm TRT hesaplarının kayda geçmesi sağlanmıştır. Böylelikle, halkın bütününe erişim noktasında anındalığı sağlamak için yeni medya araçlarından olan internet ve sosyal medya kullanıcı hesapları oluşturulmuştur. Ayrıca, bu hesaplar oluşturulurken erişimde karmaşa yaşanmaması adına kanal, program, dizi vb. sosyal medya hesaplarının resmî isimleriyle hesap isimleri eşleştirilmiş, farklılıklar giderilmiştir.

TRT adına açılmış olan 2000' den fazla sahte hesap kapatılarak yeni medyanın getirdiği güven ve gerçeklik ilkeleri sağlanmaya çalışılmıştır.

Google+, Youtube, Facebook ve Instagram mecralarında, /TRT URL adresine sahip hesaplar açılmıştır. Ayrıca, TRT 1'in sosyal medya hesaplarında da TRT 1 URL'sinin yer alması sağlanmıştır.

TRT' de geleneksel medya yeni medya uyumlanma süreci adına, Radyo Dairesi'nin düzenlediği TRT Radyoları Arası Koordinasyon Toplantısı'nda Radyolar için Sosyal Medya Sunumu gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, Eğitim Dairesi'nin organize

ettiği UMEP'te (Uluslararası Medya Eğitim Programı) Sosyal Medyada Güvenlik sunumu yapılmıştır.

TRT kamu hizmeti yayıncılığı rolünü aktif bir şekilde yerine getirmeye çalışırken, rekabette bulunduğu kanalların içeriklerine benzer yayın içerikleri üreterek yayıncılık piyasasındaki rekabeti kamu hizmeti yayıncılığı hassasiyetiyle sürdürmeye çalışmaktadır.

TRT yayınlamış olduğu faaliyet raporunda da her yıl Kurum yöneticilerine ve sosyal medya sorumlularına yönelik Sosyal Medya Eğitim vermeyi planladığını belirtmektedir.

Bu sayede sadece araçsal bir teknolojik yeniliği uygulamak değil aynı zamanda çalışanların da yeni medya araçlarına uyumunu kolaylaştırmak için farklı düzeylerde eğitim vermeyi planlamaktadır.

TRT'nin 2016 yılı faaliyet raporuna göre,

Geleneksel medyadan yeni medyaya olan değişimi ve dönüşü ortaya çıkaran bir uygulama da radyo kanallarının program planlamadan yayına kadar olan bütün iş sürecini sayısal ortama taşımayı amaçlayan, e-radyo projesi bütün kanallar için hayata geçmiştir. Ayrıca, yayınları saatinde takip edemeyen ve/veya beğendikleri programları arşivlemek isteyen dinleyiciler için yeni medya araçlarından olan Podcasting uygulamasına 2016 yılında da devam edilmiştir.

TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı sorumluluğuyla toplumdaki her bireye engelli/engelsiz ayrımı olmadan ulaşabilmek adına yeni medya faaliyetlerini belirtilen doğrultuda düzenleyerek, 2011 yılında oluşturulan Koordinatörlük tarafından kuruma ait sosyal medya hesapları ve web sitelerinin işletilmesi ile yönetilmesi

gerçekleştirilerek gerekli içerik sağlanmıştır. Mobil ve Smart tv uygulamaları planlanarak hayata geçirilmiş, **engelsiztrt.tv**, **trt.tv** ve **HBB TV (Hibrit TV)** gibi projelerin süreçlerinin yönetimi gerçekleştirilmiştir.

2.5. TRT'nin Yeni Medya Ortamlarına Dönük Tutumu

TRT'nin özel yayın kuruluşlarıyla girdiği rekabet döneminden bugüne, yani 1990' ardan başlayarak yayın içeriklerinde günceli yakalamak, toplumun bütün kesimlerine hitap edebilecek bir kapsayıcılığı sağlayacak anlayışla ve aynı zamanda Avrupa'daki kamu hizmeti yayıncılığı algısından uzaklaşmadan yeni bir döneme girmiştir.

1993' te Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olması (Resmi Gazete,1993:21786 sayı), 1997 Amsterdam Antlaşması (Avrupa Komisyonu Yeşil Rapor) imzalanmış. Ayrıca, "Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi" adını alan Avrupa Sınırsız Televizyon Direktifi 18 Aralık 2007 tarihli AB Resmi Gazetesinde yayınlanmış ve 19 Aralık 2007 tarihi itibariyle yürürlüğe girmiştir (RTÜK, AB Bünyesinde Yürütülen Faaliyetler Raporu). Bu direktif, 2007 yılında güncellenerek, yeni medya faaliyetlerinin uygulamaya konulabilmesi için değiştirilip genişletilmiştir. İnternet yoluyla sunulan elektronik hizmetlerin üretimi ve dağıtımını gibi fonksiyonlarını kapsayacak şekilde genişletilerek Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi (GMHD) adını almıştır. 2011 yılında Türkiye'de kamu ve özel yayın kuruluşlarını düzenleyen ve denetleyen kurum olan RTÜK özelinde çıkarılan 6112 sayılı RTÜK yasası (Resmi Gazete, 2011: 27863 sayı) yayıncılık alanında yaşanan birçok kamusal sorunun kaynağına inmeden ve/veya kamu yayıncılığını ilgilendiren konulara odaklanılmamış bir çizgide yer alan anlayışıyla TRT için sorunların çözümleri noktasında herhangi bir referans vermemektedir.

TRT, yeni medya döneminde, yeniden yapılanma stratejileri, yayın içeriklerinde ve türlerinde çeşitlilik gibi yeni politikalara yönelmiştir. Özellikle 2000' li yılların ortalarından itibaren yeni medya teknolojilerinin kullanımı ve yeni medya mecralarında yer almaya dönük faaliyetler hız kazanmıştır.

Bu doğrultuda, TRT yeniden yapılanmanın ilk adımı olarak TRT'de Değişim Ofisini kurmuş ve TRT'nin piyasa yönlü yeniden yapılanma süreçlerine ve uygulamalarına ilişkin profesyonel bir yönetim anlayışı kazandırılmıştır.

Ayrıca, TRT'nin bu yeni iletişimsel mecralara dönük strateji, eylem ve planlarının kurumsal bazda uygulanabilmesi için 2011 yılında Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü kurulmuştur. 2011' den bugüne sadece geleneksel medya anlayışıyla kamu hizmeti yayıncılığı yapmamakta aynı zamanda yeni medya diye adlandırılan internet, youtube, instagram, facebook, twitter gibi mecralarda faaliyetlerini büyük bir kararlılıkla sürdürmektedir.

SONUÇ

Günümüzde kitle iletişim/kitle medyası araçlarıyla yapılan iletişim ortamı; geleneksel medya alanı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yakınsaması sonucu ortaya çıkan iletişim ortamı ise; yeni medya alanı olarak adlandırılmaktadır. Burada iletişim ve iletişim süreçlerinin doğası bir değişim ve dönüşüme uğramış, tek başına teknolojik dinamiklerle açıklayamayacağımız bir evrimleşme süreci içine girmiştir. Çoklu ortamlar aracılığıyla, bir kaynaktan birçok kaynağa yapılan kitlesel iletişimin yerini artık; bir/birçok kaynaktan bir/birçok kaynağa yapılan yeni bir iletişim modeli almıştır.

Kamu hizmeti yayıncılığı da bu değişim ve dönüşümden etkilenmiş, Kıta Avrupası başta olmak üzere kamu yayıncısı kurum ve kuruluşlar yayın stratejilerini yeni medya düzenine eklemeye şeklinde yeniden ele almaya başlamışlardır. Sırasıyla 1929 (Dünya Petrol Krizi), 1945 (İkinci Dünya Savaşı Sonrası), 1970 (Refah devleti modelinin ortaya çıkması) ve son olarak 1980 (Neo-liberal politikaların ve deregülasyon süreçlerinin başlaması) sonrası Avrupa siyasal iklimi, ekonomik dar boğazlar yaşamış, bu ekonomik çıkmazlardan kurtulmak için yeni politikalar ve yeni üretim şekilleri geliştirmeye başlamışlardır. Özellikle 1970' li yıllardan itibaren refah devleti modelinin ortaya çıkması, neoliberal politikaların devreye girmesiyle piyasalarda yaşanan deregülasyon süreçleri üretim tarzlarını etkilemeye başlamış, tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir.

Kavramsal olarak, iletişim biçiminde hız, kontrol ve denetim, gizlilik ve güvenlik tanımları kaynakla - alıcı arasında sürekli değiştiği için iletişim araçlarının da değiştiğini söyleyebiliriz (Törenli, 2011: 344).

Buradan hareketle yayıncılık politika, pratikleri/uygulamaları da iletişim araçlarındaki değişime koşut olarak bir değişim ve dönüşüme uğramıştır. Bu durumun

altında yatan olgusal gerçekleri, tarihsel süreçleri, teknolojik dinamikleri, politik sebepleri, ekonomik şartları ve etmenleri de değerlendirerek muhtemel sonuçlar ortaya çıkarılmaya çalışılmış; kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim ve dönüşümün boyutlarına odaklanılmıştır.

Kitle medyası, yeni medya, kamu hizmeti ve kamusal alan kavramsallaştırmalarını kamu hizmeti yayıncılığı şemsiyesi altında kuramsal tartışmalardan yararlanılarak bu kavramlar irdelenmiştir. H. Arandt, R. Sennett ve J. Habermas gibi kuramcıların kamusal alan tanımlarını inceleyerek tanımlara ilişkin benzerlikler ve farklılıkların değerlendirilmesi yapılmış ve kamu hizmeti yayıncılığının geldiği nokta analiz edilip, bu kuramlardan elde edilen anlamlandırma ve söylemsel çıktılara göre yeni sonuçlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. İletişimsel eylem, toplumsal birliktelik ve uyum, bireysellik ve özel alan gibi kişilere ait özellikler, bireylerin fikir ve düşüncelerini kamusal alandan uzak mecralarda ifade etmelerine zorlayan geç kapitalizmin üretim biçimleri; şehir/kent tasarımlarının kamusal alanları yok ettiği, bireylerin duygu ve düşüncelerini özgürce ve hiçbir baskı aracı olmadan serbestçe söyleyebilmelerinin önünün açık olup olmadığı varsayımları gibi düşünsel çıktılar göz önüne alınarak ele alınmıştır.

Bir kamu yayıncısı olarak TRT' nin kuruluşundan günümüze kadar yaşamış olduğu evreler, önemli tarihsel süreçleri barındıran dönemler şeklinde ele alınmıştır. 399 sayılı Kanun' dan 2954 sayılı Kanun'a 3684 sayılı Kanun ile TRT' nin tekeli yayıncı kimliğinin sona ermesinden 2011' de yürürlüğe giren 6112 sayılı düzenleyici ve denetleyici kanuna ve sonrasında Temmuz 2018' de olağanüstü hal koşullarında ilân edilen 703 nolu KHK' ya kadar hukuki, siyasi, iktisadî, sosyo-kültürel ve teknolojik anlamda yaşanmış her türlü gelişme ayrıntılarıyla ve çeşitli yorumlarla değerlendirilmiştir.

1980 sonrası dönemde TRT' nin özerkliğinin kaldırılarak tarafsızlık ilkesinin getirilmesi yönetişimsel anlamda siyasi müdahalenin göstergelerinden biridir. Görünürde demokratik, uygulamada evrensel kamu hizmeti yayıncılık anlayışından yoksun bir politikayla kamu yayıncılığının devam ettirilmesi, üzerinde tartışılması gereken bir durumdur. 1990' lara gelindiğinde özel yayıncıların devreye girmesiyle TRT' nin tekelci hâkimiyetinin sona ermesi yayıncılık piyasasının da yeniden şekillenmesinin önünü açmıştır. Serbest piyasa koşullarının etkisiyle 2000' lere kadar, rekabet ve piyasalaşma olgusu ortaya çıkmış, izlenebilirlik, reyting kaygısı TRT için düşünülmesi gereken unsurlar haline gelmiştir.

TRT'nin 2000'lerde başlayan yönetimde yeniden yapılanma çalışmaları, 2007' de Genel Müdürlük makamına asaleten yapılan atamayla hız kazanmıştır. Bu dönem aynı zamanda yeni medya teknolojilerinin de başladığı dönemdir. 2008 yılından itibaren yayıncılıkta sayısallığa geçilerek, TRT'nin tüm yayın planları ve akışları SAYTEK denilen bir yazılımla kontrol altına alınmıştır.

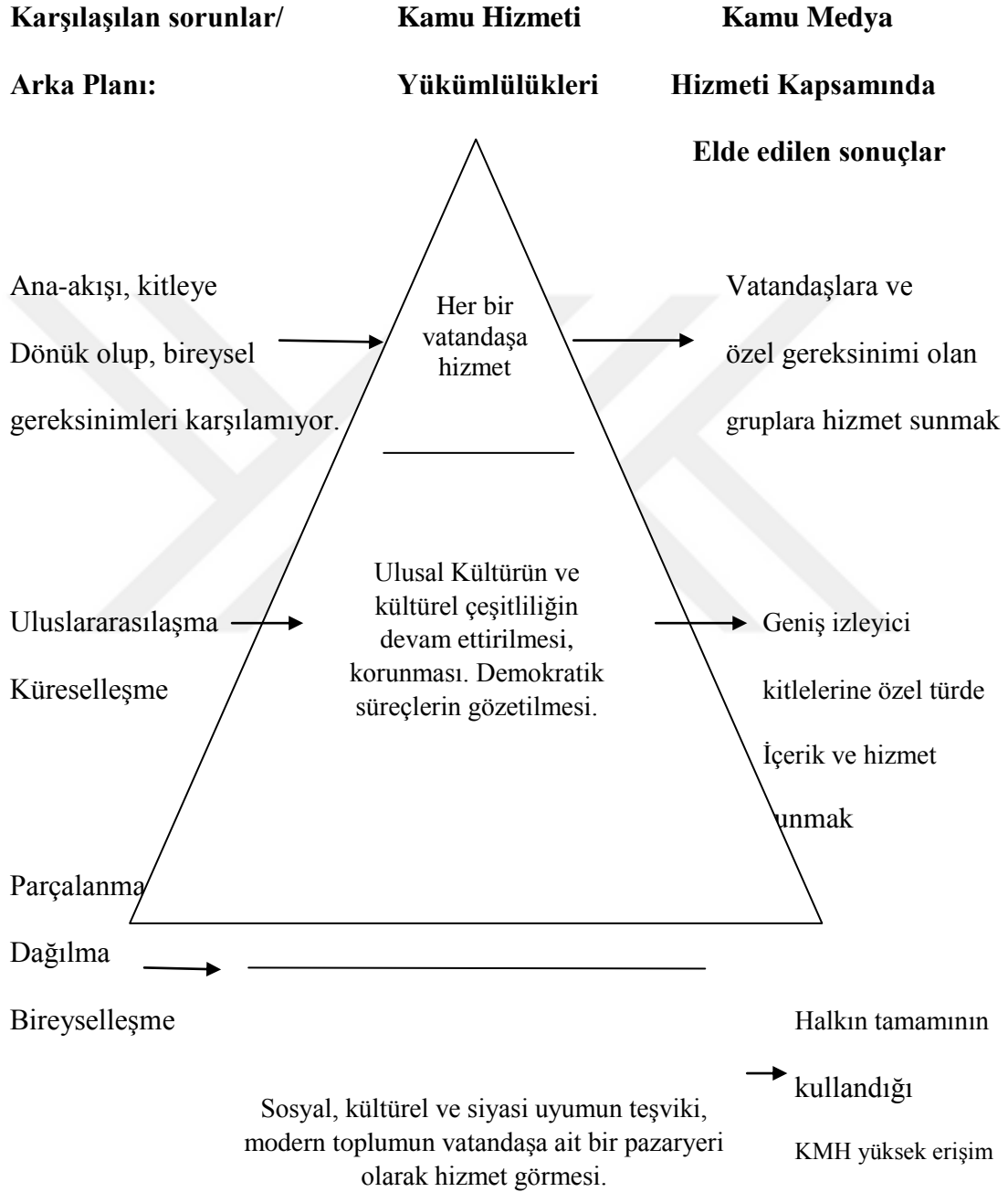
Tüm bu gelişmeleri takiben, değişen piyasa koşullarını ve medya ortamlarını dikkate alarak hızla tematikleşmeye giden TRT, sırasıyla Haber, Kürdî, Türk, Çocuk, HD, Müzik, Avaz, Spor, World, TRT2, Spor2 gibi toplumun farklı kesimlerine hitap edebilecek, uluslararası medya ortamına seslenmesi hedeflenen, kültür-sanat izleyicisini dikkate alan, yeni medyanın imkânlarından yararlanarak, tam sayısal ve tam HD, analog-dijital yayınlara devam ederek birçok ulusal ve uluslararası yayın sektöründe öncü olma konumunu güçlendirmeye çalışmıştır.

Bununla birlikte TRT' nin yeni medya alanına yapmış olduğu E-televizyon, SAYTEK, TRT.net.tr, TRTWeb, TRTWebArşiv, Podcast Yayınları, TRT Youtube, sosyal medya hesapları, izleyici temsilciliği gibi yeni medya yatırımları da TRT' nin yeni medya alanına vermiş olduğu önemi göstermektedir. 2023 TRT vizyonu

belgesinde; ulusal sınırları aşarak uluslararası düzeyde bir dünya markası olma hedefinden açıkça bahsedilmiş ve bu hedef için uygulanması planlanan stratejilere gerek genel yayın planlarında gerekse de yıllık açıklanan faaliyet raporlarında yer verilmiştir.

Tüm bu gelişmeler ışığında geleneksel medyadan yeni medyaya eklenme sürecinde TRT' nin bir kamu yayıncısı olarak, yeni medya mecralarında izlenme oranları, izleyici alışkanlıkları, izleyicilerin tutum ve davranışları, beğeni ve yorumları noktasında nasıl konumlandığını da dikkate almak gerekir. 2011 yılında Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü'nün kurulmasıyla birlikte kurumsal bir misyon ve vizyon şekline dönüşen yeni medya faaliyet ve stratejileri yukarıda belirtmiş olduğumuz yeni medya parametrelerini nasıl ölçümlüyor, ne kadar dikkate alıyor ve buna ilişkin nasıl bir yeni medya politikası üretiyor bu konudaki belirsizlikler tam anlamıyla giderilememiştir. Örnek vermek gerekirse TRT' de yayınlanan eğlence içerikli programlar (diziler), kültür ve sanat programları, spor programları, haber programları gibi kamu hizmeti yayıncılık içerikleri için yeni medya araçlarından yararlanılarak her biri adına sosyal medya hesapları oluşturulmuştur. Bu yolla geleneksel ölçümleme/rejting yöntemiyle elde edilmeye çalışılan bulgular, yeni medya araçlarının klasik medya araçlarına eklenmesiyle yeniden elde edilmektedir. Ancak, bu yolla elde edilen bulguların niteliği ve güvenilirliği tartışmalıdır. Başka bir örnek vermek gerekirse TRT Haber'in, haber üretim süreçlerine ilişkin geleneksel medya üzerinden yapmış olduğu yayın içeriği, bir başka şekilde yine yeni medya üzerinden sosyal medya hesapları gibi TRT web gibi youtube gibi yeni iletişim mecraları üzerinden de yapılmaktadır. Buradan hareketle, yeni haber üretim süreçlerine ilişkin izleyici beğenilerini, yorumlarını, şikâyet ve eleştirilerini ve aynı zamanda beklentilerini bilimsel yöntemin norm ve kuralları açısından değerlendirmek şuan için yine tartışmalı bir durum oluşturmaktadır. Yeni iletişim ortamlarının bireyselleşme ile beraber daha katılımcı daha demokratik daha interaktif ve daha çoğulcu yanı, yeni iletişim sürecinin

doğası gereği potansiyel olarak mümkündür. Bu potansiyeli harekete geçirecek, kaynakla alıcı arasındaki süreci daha katılımcı ve özgürlükçü kılabilen bir kamu medya hizmeti beklenmektedir.



Şekil 3. Bilgi toplumunda kamu medya hizmeti³

³ "Bilgi Toplumunda Kamu Medya Hizmeti", RTÜK, 2007.

Tablodan da anlaşılacağı üzere, geleneksel kamu hizmeti yayıncılığı, toplumu bilgilendirme, eğitme, haber verme ve kamuoyu oluşturma gibi evrensel ölçekte sayılabilecek nosyonlar etrafında şekillenirken, yeni medya araçlarının devreye girmesiyle toplumu oluşturan fertlerde bireyselleşme, parçalanma, farklı beğeni ve gereksinimlerin karşılanamaması gibi sorunlar ortaya çıkmıştır. Yeni medya döneminde kamu eliyle sürdürülmesi beklenen medya hizmetlerinde ise, toplumsal birlik ve bütünlük, ulusal kültürün inşası, farklı birey ya da kişilerin beğeni ve gereksinimlerinin dikkate alınması, farklı etnik ve azınlık gruplarının temsil edilmesi ve çoğulculuk ve demokratik katılımın teşviki gibi hizmetlerin amaç ve yükümlülükler kapsamına alınması gerekir. Diğer bir taraftan söylediğimiz bu amaç ve yükümlülüklerin uygulanması noktasında evrensel ve engelsiz erişim, editoryal bağımsızlık, toplumun bütününe kapsayıcılık, farklı etnik ve azınlık gruplarının da toplumsal bütünlük içinde temsili ve toplumu oluşturan vatandaşların her birinin ayrı ayrı ve farklı farklı beğeni, ihtiyaç, görüş, eleştiri ya da yorumlarını da dikkate alan bir vizyoner bakış açısıyla sürdürülebilir bir kamu medya hizmeti hedeflenmelidir.

Görülüyor ki geleneksel medyadan yeni medyaya doğru uzanan süreç hızlı bir şekilde değişerek ve dönüşerek ilerlemektedir. Gazete ile radyo, radyo ile televizyon arasındaki değişimde geçen zamanla, sayısal bilgi teknolojileri arasında geçen ve yaşanan zamansal hız ve farklılık her geçen gün azalmaktadır. Teknolojinin belirlenimciliği ile bu, her geçen saat belki dakika belki de saniyeler sonra yeni bir iletişimsel ve bilgisel değişim ve dönüşümün haberi gelecek gibi bir durumla karşı karşıyayız. Bu bağlamda, geleneksel' den yeni' ye olan dönüşüm; tek başına teknolojinin belirlediği bir evrimle ya da değişim süreci olarak düşünülmemelidir. Bu dönüşüm teknolojik belirlenimciliğin yanında dört ana başlık altında özetlenebilir:

- birincisi, yeni medya döneminde üretilen içeriğin üretim kapasitesi,

- ikincisi üretilen içeriğin organizasyon, dağıtım ve pazarlanması,
- üçüncüsü siyasi erkin buna müdahalesinin düzeyi ve boyutları,
- dördüncüsü de tüm bunlara maruz kalan ve son kullanıcı olan bireylerin/vatandaşların tutum ve davranışlarındaki değişikliklerdir.

Yeniden biçimlenen ve bilgi, telekomünikasyon, iletişim gibi olguları içine alan yöndeşme sonucunda geleneksel medya, yeni medyaya eklemlenmiş, yeni medya yeni araçlarıyla yeni bir toplumsal dönüşüm inşa etmeye başlamıştır. Burada birey – toplum, birey – devlet ilişkileri de yeniden şekillenmiştir.

Sonuç olarak, kamu hizmeti yayıncılığı; politika, piyasa, teknoloji gibi değişkenlerin bileşkesi konumuna gelmiştir. Evrensel erişim, kapsayıcılık, finansal enstrümanlar, editoryal bağımsızlık, azınlık gruplarının temsili, etnik unsurların temsili, ulusal kültürün inşası gibi temel demokratik ve evrensel yayın ilkelerine göre Avrupa kamu hizmeti yayıncılık sektörü ve TRT bu nosyonlar etrafında birleşecekler mi, zaman içinde göreceğiz.

KAYNAKÇA

- ADAKLI, G: 2006, **“Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri”**, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- AHMAD, F: 2005, **“Modern Türkiye’ nin Oluşumu”**, Çeviren Yavuz Alogan, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- AKARCALI, S: 1997, **“Türkiye’ de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyon’ a Geçiş Süreci”**, Punto Matbaacılık, Ankara.
- ALVER, F: 2011, **”Gazetecilik Bilimi ve Kuramları”**, Kalkedon Yayınları, İstanbul,1. Baskı.
- ARABACI, C: 2004, **“Basın ve Siyaset Üzerine...”**, Medyada Yeni Yaklaşımlar, edt. Metin Işık, Eğitim Kitabevi, Konya, 1. Basım.
- ARENDRT, Hannah. (2012). **“İnsanlık Durumu”**. Çev. Bahadır Sina Şener. İstanbul: İletişim Yayınları.
- AVŞAR, Z: 2005, **“Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu”**, Yeni Düşünceler, Yıl 1, Sayı 1.
- AYDOĞAN, A: 2005, **“İnternette Geleneksel Medya”**, İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet, der. Funda Başaran-Haluk Geray, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- AZİZ, A: 1999, **“Türkiye’ de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı”**, TRT Kurumu Yayını, Ankara.
- BALİBEYOĞLU, L, U: 2009, **”Türkiye’de Radyo Yayıncılığı”**, Radyovizyon, TRT Yayınları.
- BAŞKUT, C: 1966, **“Gazetecilik Dersleri”**, Sermet Matbaası, İstanbul.
- BAŞARAN, F, GERAY, H: 2005, **“İletişim Ağlarının Ekonomisi Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet”**, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- BİNARK, M: 2007, **“Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu”** Yeni Medya Çalışmaları, der. Mutlu Binark, Dipnot Yayınları, Ankara, 1. Baskı.
- BRUNS, A: 2006, **“Belogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond”**, Peter Lang Publishing, New York.
- BÜLBÜL, R: 2000, **“Genel Gazetecilik Bilgileri”**, Nobel Yayınları, Konya, 2. Baskı.
- ÇAKIR, H: 2012, **“Gazeteciliğe Giriş”**, Tablet Yayınları, Konya, 2. Baskı.

- ÇAKIR, H, BİROL, G: 2007, “**Avrupa Birliği’ ne Uyum Sürecinde Türkiye’ de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:18.
- ERTUĞ, H. R: 1951, “**Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri**”, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- FISKE, J: 2003: “**İletişim Çalışmalarına Giriş**”, Bilim ve Sanat, Ankara.
- GERAY, H: 1994, “**Yeni İletişim Teknolojileri**”, Kılıçaslan Matbaacılık, Ankara.
- GERAY, H: 2003, “**İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- GERAY, H: 2006, “**Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle**”, Siyasal Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- GERAY, H, BAŞARAN F, AYDOĞAN A: 2016, “ **İletişim Ağlarında Yeni Hizmetler Kapitalist Çıkarlar, Kamusal Politikalar**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- GERAY, H: 2019, “**Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim Gazeteler, Televizyonlar, Reklamcılık ve Halkla İlişkilerde Dijital Dönüşüm**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- GÜLNAR, B. & BALCI, Ş: 2011, “**Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum**”, Literatürk Yayınları, Konya,1. Baskı.
- IŞIK, M. & ÖZTEKİN, H: 2010, “**Kitle İletişim Araçları, İşlevleri ve Etkileri**”, Genel ve Teknik İletişim, edt. Metin Işık, Konya: Eğitim Akademi Yayınları, 3. Baskı.
- INNIS, H. A: 2006, “**İmparatorluk ve İletişim Araçları**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- İNÜĞUR, N: 2005, “**Basın ve Yayın Tarihi**”, Der Yayınları, İstanbul, 5. Baskı.
- İÇEL, K. (1983), “**Devletle Basın Arasındaki İlişkiler**”, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.
- İSPİRLİ, M: 2000, “**Medya Gerçeği ve Haberciler**”, Akçağ Yayınları, Ankara 1. Baskı.
- HABERMAS, J. (2007). “**Kamusalın Yapısal Dönüşümü**”, (çev.), Bora, T., Sancer, M., İstanbul: İletişim Yayınları.
- KAPLAN, Y: 1991, “**Enformasyon Devrimi Efsanesi, Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi**”, Rey Yayınları, Kayseri.
- KARABULUT, N: 2009, “**Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler**”, Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayını, İstanbul.

- KEANE, J: 1993, “**Medya ve Demokrasi**”, Çeviren: Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- KEJANLIOĞLU D, B: 2005, “**Frankfurt Okulu’ nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya**”, Bilim ve Sanat, Ankara.
- KIRÇIL, A. G ve 2008, “**Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: KARAGÜLER, T: Online Gazetecilik**”, İstanbul.
- KİLİ S, GÖZÜBÜYÜK Ş:1985, “**Türk Anayasa Metinleri**”, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara.
- LAUGHEY, D: 2010, “**Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar**”, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- MUTLU, E: 1994, “**İletişim Sözlüğü**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- MUTLU, E: 2005, “**Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- RTÜK : 2007, “**Bilgi Toplumunda Kamu Medya Hizmeti**”, Grafiker Ltd Şti., Ankara.
- SENNETT, R. (2010). “**Kamusal İnsanın Çöküşü**”. Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SENNETT, R: 2009, “**Zanaatkâr**”, çev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- STEVENSON, N: 2006, “**Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- TİMİSİ, N: 2003, “**Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**”, Dost Kitabevi, Ankara.
- TRT AKADEMİ: 2016, “**Dijital Medya**”, Hakemli Dergi, Mattek Matbaacılık, Ankara.
- TRT AKADEMİ: 2018, “**Ekran Kültürü**”, Hakemli Dergi, Mattek Matbaacılık, Ankara.
- TRT AKADEMİ: 2019, “**Geçmişten Geleceğe Televizyon Yayıncılığı**”, Hakemli Dergi, Mattek Matbaacılık, Ankara.
- TOKGÖZ, O: 2000, “**Temel Gazetecilik**”, İmge Kitabevi, Ankara, 4. Baskı.
- TOKGÖZ, O: 2003, **Temel Gazetecilik**, İmge Kitapevi, Ankara, 5. Baskı.
- TORAMAN, C: 2006, “**Türk Hukukunda Radyo ve TV Yoluyla Kişilik Haklarının İhlali ve Korunması**”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk ABD.
- TÖRENLİ, N: 2004, “**Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye**”, Bilim ve Sanat Yayınevi, Ankara.
- TÖRENLİ, N: 2005, “**Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**”, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

- TÖRENLİ, N: 2011, “**Küreselleşmenin Yol Haritaları Tekno-Siyasal Paradigmalar**”, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- YALÇIN, Ö: 2015, “**Değişen Medya Ortamında Avrupa’ da Kamu Hizmeti Yayıncılığı Politika ve Uygulamaları: Avrupa Ekseninden TRT’ nin Dijital Medya Uygulamalarının Değerlendirilmesi**”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- YAŞIN C, HÜLÜR, H: 2016, “**Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi**”, Ütopya Yayınevi, Ankara
- YÜKSEL, E. & GÜRÇAN, H. İ: 2005, “**Haber Toplama ve Yazma**”, Tablet Yayınevi, Konya, 1. Baskı.
- WEBER, M: 2002, “**Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**”, Çeviren: Zeynep Gürata, Ayraç Yayınevi, Ankara.

RAPORLAR, STRATEJİLER, PLANLAR VE PROGRAMLAR

TRT 2009 FAALİYET RAPORU

TRT (2014). TRT 2013 Yılı Faaliyet Raporu, www.trt.net.tr

TRT 2015 FAALİYET RAPORU

TRT 2016 FAALİYET RAPORU

TRT 2015 GENEL YAYIN PLANI

TRT 2016 GENEL YAYIN PLANI

TRT 2017 GENEL YAYIN PLANI

**KANUNLAR, KANUN HÜKMÜNDE KARARNAMELER VE
CUMHURBAŞKANLIĞI KARARNAMELERİ**

Türkiye Cumhuriyeti Kanun ve Düzenlemeleri

Kanun No: 2954, Kabul Tarihi: 11/11/1983, TRT KANUNU, Sayı: 18221

Kanun No: 3984, Kabul Tarihi: 13/04/1994, RTÜK KANUNU, Sayı: 21911

Kanun Hükmünde Kararname: ‘‘703 Nolu KHK’’, Kabul Tarihi: 20/07/2018,
Resmi Gazete, 13. - 37. Madde

Avrupa Birliği Kanun, Düzenleme, Rapor ve Bildirileri

Avrupa Sınırötesi Yayın Sözleşmesi (1993)

Avrupa Komisyonu (1997) **Telekomünikasyon, Medya ve Bilgi
Teknolojilerinde Yöndeşme ve Düzenleme Uygulamalar Hakkında Yeşil Rapor**

Avrupa Komisyonu (2007) **Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi**

EBU (2002). Media with A Purpose: **Public Service Broadcasting in the
Digital Era, Version DSG 1.0, November 2002.**

Avrupa Birliği **Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi /15.4.2010 /TR L
95/1**

ITU (2013). **Report on Results of the Questionnaire Regarding Transition to
Digital Terrestrial Television Broadcasting and Digital Dividend.**

DİĞER KAYNAKLAR (İNTERNET KAYNAKLARI)

www.cimer.gov.tr (Erişim Tarihleri: 12/06/2019 – 13/07/2019 – 25/07/2019)

www.tbmm.gov.tr (Erişim Tarihi : 08/08/2019)

www.trt.net.tr (Erişim Tarihleri: 13/09/2018 – 21/01/2019 – 25/05/2019 -
25/10/2019 – 03/01/2020)

www.çgd.org.tr (Erişim Tarihi: 19/10/2020)

www.btk.gov.tr (Erişim Tarihleri: 15/06/2019 – 02/01/2020)

www.kesk.org.tr (Erişim Tarihi: 13/19/2019)

www.rtük.gov.tr (Erişim Tarihleri: 11/10/2019 – 04/01/2020)

www.tgs.org.tr (Erişim Tarihi: 15/10/2019)

AZİZ, A: 1979, "Radyo ve Televizyona Giriş",

<http://kitaplar.ankara.edu.tr/dosyalar/pdf/108.pdf> (Erişim Tarihi: 20.12.2019)

BİLGİR, M, T: "Richard Sennett' in Çalışmalarında Toplumsallaşmanın Bazı Referans Alanları ve Modernlik", Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi, Yıl 2015, Sayı 34, (Erişim Tarihi: 1 Ocak 2020).

SÜMER, B: "Avrupa Birliği' nde Kamu Hizmeti Yayıncılığının Finansmanına İlişkin Politika Gündemi: Amsterdam Protokolü ve Etkileri", Kültür ve İletişim, 2014 (Erişim Tarihi: 9 Ocak 2020).

OLGUN, H, B: "Jürgen Habermas, Hannah Arendt Ve Richard Sennett'in Kamusal Alan Yaklaşımları", <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/324290> (Erişim Tarihi: 1 Ocak 2020).

YÜKSEL, U: 2012, “**Geleneksel Medya ve Yeni Medya**” Anadolu Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Eskişehir
[http://dijitalkulturgra331.blogspot.com/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-](http://dijitalkulturgra331.blogspot.com/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-medyasunum.html)
medyasunum.html (Erişim Tarihi: 25 Aralık 2019).



EKLER

YÜZ YÜZE YAPILAN GÖRÜŞMELERİN SES KAYIT DÖKÜMLERİ

Ek-1: Görüşmeci 1 / Trt(Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri hangi dinamiklerle açıklamak mümkündür?

- Günümüzde bilgi teknolojileri çok fazla düzeyde gelişim göstermektedir, Daha önce çok büyük donanımlar ve ekiplerle yaptığımız işleri daha küçük donanımlı, portatif cihazlarla ve daha küçük ekiplerle yapabilmekteyiz. Naklen yayınlarda bir çeşit linkler kullanılırdı önceden, şimdi uyduyu kullanıyoruz, fiber alt yapılarını kullanıyoruz. İletişim de kolaylaştı, çekim teknikleri de. Bunun yanı sıra görüntü kalitemiz de arttı. Örneğin; siyah-beyaz olan yayınlar renkli, SD yayınlar HD, hatta yayın formatı olarak ilk defa TRT aracılığıyla 4K yayınlar başladı. Yani bu alandaki teknolojik gelişmeler aracılığıyla bu gelişimi izleyicilere aktarabiliyoruz. Yine herhangi bir kişi cep telefonu aracılığıyla bir nevi kameradan ya da bir takım uygulamalar aracılığıyla bir kurgucu ya da montajcı olabilir. Yani yayıncılık bir hayli bu sayede kolaylaştı.

- Yani teknolojinin bu denli ilerlemesi yapılan işleri kolaylaştırdı mı sizce?

- Aynen öyle. Bu gelişim yayıncılık işlerini daha kolaylaştırdı. Daha küçük donanımlarla, daha küçük ekiplerle, daha ucuz, daha az maliyetli işler, daha kaliteli ürünler ortaya çıkmaya başladı,

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz ?

- Kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde bizim toplumumuzu bilgilendirmemiz gerekiyor. Bilgilendirme derken; yetişmekte olan çocuklarımız var. Çocuklarımızı daha eğitilmiş, daha kültürlü yetiştirmemiz gerekiyor. Çocuklarımız maalesef tablet ya da bilgisayar oyunları aracılığıyla olumsuz yönde etkilenebiliyor. Bunlarla ilgili çok örnekler var. Mesela bazı çocukların (bu oyunlar aracılığıyla) intihara teşebbüs edebildiği gibi.. Bizler kamu yayıncısı olarak daha seviyeli, daha eğitici yayınlar yapmamız gerekiyor. Bunların yanında çiftçilerimize dönük de, onların bilgi ve eğitim seviyelerini artıracak yayınlar yapabiliriz. İşte sağlık programlarıyla halkın sağlık anlamında yaşadığı sorunlara ışık tutacak programlar yapabiliriz. Mesela kanser taramalarıyla ilgili bilgi vermek, toplumumuzun bu konuda bilinçlenmesine neden olacaktır.

İşte yaptığımız haberlerle, tarafsız haberlerle toplumumuzu haberdar edebiliriz olaylar hakkında. Bu sayede toplumun refah ve bilgi düzeyini arttırabiliriz diye düşünüyorum.

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür?

- GemiŖte, alıŖtıđımız dönemlerde daha bir kuralcı idik, Yazılı kurallarımız vardı, Haberleri veriŖ Ŗeklimizde bir protokol sırası vardı, Mesela nce Cumhurbaşkanı'nın haberi gelirdi, sonra BaŖbakan'ın, bakanların vesaire.. Mesela; o gün çok önemli bir olay olduğunda ,hemen sıraya girerdi, Ŗu anki yayıncılık politikalarına baktığımızda, bu yazılı silsileye gereklikten ziyade, izleyiciye bilgileri en hızlı Ŗekilde ulaŖtırmak mühim. Ŗu anda mesele bu kamu hizmeti yayıncılığını yaparken amaç izlenebilirlik olmalı. Yeni bir kanaldan her hangi bir Ŗeyin yayınını yaptığınızda hedef kitlesine ulaŖamayabiliyorsunuz. O yüzden kanalın izlenebilir hale gelmesi gerekiyor,

- Buradan izlenebilirlikten kasıt reytinglerin yüksek olması mı ?

- Aslında değil. Reyting bir ldr ama asıl vermek istediğimiz mesajı örneğin çok izlenen bir programın arasına bir kamu spotu koyduğunuzda siz hedef kitlenize ulaŖmıŖ oluyorsunuz, Ama hiç izlenmeyince bir programın arasına çok iyi bir kamu spotu ya da bilgilendirici bir Ŗeyler koyun, hedeflediğiniz kitleye izlenmediğiniz için ulaŖamıyorsunuz, Bence Ŗu anda yapılan Ŗey izlenebilirlik, TRT olarak da çok izlenen popüler diziler yayınlıyoruz, DiriliŖ Ertuğrul gibi diziler çok izleniyor, Mesela dizinin öncesinde yaptığımız programlarla ya da arasına koyduğumuz spotlarla izleyiciyi bilgilendiriyoruz, Yani önce izlenebilir olmak önemli bence, ocuk programlarına baktığımızda mesela, biz TRT ocuk diye bir kanal kurduk, çocukların bu kanalı izlemesi için onlara hitap eden programlar yayınlıyoruz, Bunu yaparken de çocuklarımızın geliŖime katkı sağlayacak eğitici, bilgilendirici, öğretici ve kültürel mesajları buradan veriyoruz,

Evet devam ediyorum.

- Kamu hizmeti yayıncılığı ile özel yayıncılığı kıyasladığımızda kamusal yararın sağlanması anlamında bir fark olduğundan söz edilebilir mi ?

- Yani şöyle bir farktan bahsedilebilir, TRT (o sırada cep telefonu çaldı) kamu yayıncısı, Hani özel televizyonların yayınlayamadığı- pardon !! -ğını yayınlıyoruz aslında, Çünkü özel televizyonlar reyting kaygısının çok yüksek olduğu kuruluşlar, Onlar ticari kuruluşlar, Sonuçta bu işten para kazanmak için yapıyorlar, Çok da doğal, Onalar için önce ilk kazandıkları para oluyor, Ama TRT olarak baktığımızda önce kamuyu bilgilendirmeliyiz, kamuya vermemiz gereken mesajları vermeliyiz, Yani bunlarla ilgili zaten TRT nin görevleri var, Yapması gereken belli oranda haber programlarına, belli oranda çocuk programlarına, belli oranda müzik programlarına yer vermeliyiz ama müzik programları yaparken sadece popüler olana değil, Türk Halk müziği, Türk Sanat müziği gibi müzik türlerine de yer vermeliyiz.

- Müsaadenizle bir önceki soruyla bağlantılı olarak izlenebilirlik ön planda olmalı dediniz. Özel yayıncılıkla kıyasladığımızda da sağlık gibi, çocuk gibi, kültür programları gibi programların ön planda olması lazım, Dolayısıyla burada içeriğin kalitesi içeriğin çeşitliliği ve izlenebilirlik,,,,, Bu kıyaslamayı hangi açıdan yapıyorsunuz ?

- Gülümseme...

- Bir önceki soruyla bağlantılıdırsak; müzik yayıncıları, çocuk yayıncıları, kültürel yayıncılar ve izlenebilirlik.. Bunları öncelemek gerekiyor. Ama izlenebilirlik olmadan bunları vermek çok da mümkün olmuyor. Bu denge nasıl sağlanacak ?

- Şimdi şöyle: Siz bir sağlık programı yaparsanız, bu programın içeriği, gelen konuklar, hatta dekor izleyiciye hitap etmiyorsa zaten program izlenmeyecektir. İzlenmeyen program aslında bizim için çok değerli değil, Öncelikle izlenir hale getirmemiz gerekiyor, Bunu yaparken de, mesela programa davet ettiğiniz konukların daha akıcı konuşması, konuyu daha değişik biçimde anlatması, insanların ilgisini çekecek şekilde bu programı izleyiciye sunmak, o programın izlenirliğini artıracaktır, Mesela çocuk programlarında da öyle mesela, Siz çocuk programı yaparsanız, bugünün çocuklarına, bugünün çocuk program izleme kriterlerine uymuyorsa, zaten o çocuk izlemeyecektir o programı ve boşu boşuna bir yayın yapmış olacaksınız. Önce izlenebilirlik aslında. Çocuklar neden hoşlanıyorsa önce onu onlara verelim, ama bunu yaparken de asıl vermek istediğimiz mesajı da iletelim onlara, gibi bir ifade kullanmak istedim.

- Avrupa Birliği, Avrupa Yayın Birliği, Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslar arası aktörler kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkin bir rol oynamakta mıdır?

- Tabi yani, etken bir role sahip olduğumu düşünüyorum. Çünkü baktığımızda TRT genel müdürümüz EBU'da da ABU'da da yönetim kurullarında görev almakta. Bunlarla ilgili olarak yayıncılık ve idari anlamdaki sözleşmelere çok hakim değilim, benim alanım dışında ama bunların teknik yansımalarını yaşıyoruz. Mesela EBU bize standartları (teknik) veriyor. Bu da bir tür kamu yayıncılığına giriyor. Sizin yaptığınız yayının kalitesi, izleyiciye kaliteli yayın sunmak da bir tür kamu hizmeti yayıncılığına girer. Mesela yayındaki ses seviyesini belli bir standartta tutmak (bu konuda EBU bir standart belirledi). RTÜK bu standartları kabul etti ve TRT de bu standartlara uyulması

konusunda kanallarımıza talimatlar yayınlandı, TRT olarak da biz bu standartları yerine getirebilmek için donanımlarımızı yeniledik. Bu ses seviyesinde olduğu gibi renklerde de olabiliyor. Video formatlarında da oluyor, Aslında biz bu teknik standartlar anlamında da kamu yayıncısı olarak kamu hizmeti yayıncılığını yaptığımızı düşünüyoruz.

- Teknik standartlar noktasında bir kamu yararının olduğundan söz edebiliriz değil mi ?

- Aslında evet; izleyiciye biz teknik anlamda da bir konfor alanı sağlayabilmeliyiz. Örneğin siyah-beyaz yayından renkli yayına geçtik. SD yayından HD yayına geçtik, İzleyiciye bunları da sunmalıyız. Bu da bir kamu hizmetidir. Biz hala siyah-beyaz yayına devam etseydik, kamuyu doyurmuş (tatmin) etmiş olmazdık herhalde. Kamuyu çok önemsemiş olmuyoruz. Bu teknik standartların da kamu hizmeti yayıncılığına girdiğini düşünüyorum. Ama sorunuzda da geçen yayıncılık politikaları ve idari sözleşmeler konusunda bilgi sahibi değilim.

- Türkiye'deki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz?

- Türkiye'de Kamu hizmeti yayıncılığı konusunda tabii ki ve doğal olarak TRT diyeceğiz. Özel televizyonlarla kıyas götürmeyecek şekilde bu konuda farklılıklarımız var, ama onlar kamu hizmeti yayıncılığı yapmıyorlar da diyemem. Ama büyük oranda TRT yapıyor, Diyanet İşleri Başkanlığı ile koordineli olarak TRT Diyanet,(Gerçi şu anda durum değişti) işte Meclis TV(TRT3)..Bunun dışında TRT AVAZ, Türki Cumhuriyetlere ulaşıyor, bütün bir dünya coğrafyasına yayın yaptığımız TRT TÜRK gibi kanallarımız var artık.

Spor kanalımız var, TRTSPOR.. Ve hazırlığını yaptığımız, futbol dışı spor organizasyonlarını vereceğimiz(engelli-engelsiz tüm branşlar) TRTSPOR2.. TRT Müzik kanalımıza baktığımızda, orada da müzik kültürümüzü yansıtan müzik programları yapıyoruz. THM, TSM, Tasavvuf Müziği gibi.. Mesela bunları özel televizyonlar yapmıyor. Çünkü yaptığımız yayınlara baktığımızda izleyici temelli onları bilgilendiren her türlü programı yaptığımızı düşünüyorum.

- Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz ?

- Bir süre sessizlik..

Soruyu şöyle açarsam, mesela TRT'nin sosyal hesabından, bir kişinin yanlış bilgi ya da yalan haber yayması durumunda karşılaşıcağı durum ne olur? şeklinde bir detayı soruya ekleyebiliriz.

- Yeni medya günümüzde çok önemli aslında, 1, soru ve cevabı da aslında günümüze ışık tutuyor. Linear yayıncılık (kitle iletişimi - bir noktadan-çoklu noktalara) biz izleyiciye ne veriyorsak onu alıyoruz. Şimdiyse yeni medya bu gelenekselden farklı olarak, kişiye özel, kişiye özel zamanlarda da izleyebileceği yeni alanlar sunuyor. Mesela Youtube diye bir şey var ki, kişi istediği veriye istediği zaman ulaşabiliyor. Mesela bir videoyu yüklediğiniz de onu sizin istediğiniz zaman diliminde izlemek zorunda değil. TRT'nin de bu tarz uygulamalı var. Bence geleneksel yayıncılık bitecek. OTT, IP tabanlı, seç-izle şeklinde yayıncılık gelmiş olacak. Yeni medya kapsamına giren sosyal medya alanında sorun olacak teklif haklarıyla ilgili şeyler, orada bazı

sosyal medya mecraları teklifli ya da ya da teklifsiz yayımlayabiliyor. Bence en önemli hukuki düzenlemeler bunlarla ilgili olacaktır. Zaten bunlarla ilgili çok ciddi çalışmalar yapılmakta. Bana göre öncelikle çözülmesi gereken sorun, telif haklarıyla ilgili olacaktır. Diğer sorunuza gelecek olursak, biz kendi (TRT) sosyal hesaplarımızda paylaşım yaparken belirli kriterleri göz önüne alıyoruz. Yanlış yaptığımız zaman bunu hemen düzeltmek öncelikli görevimiz. Sosyal medya gerçekten çok riskli, çok önemli bir mecra. Orada (gülümsedi görüşmeci) üç kere düşünüp bir kere paylaşmak önemli.

- Son sözlerinizi almak istersek neler söylemek istersiniz?

- Teşekkür ediyorum Yasin, umarım faydalı bir katkı vermiş olmuştumdur.

Ek- 2: Görüşmeci 2/ Trt (Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri hangi dinamiklerle açıklamak mümkündür ?

- Bana göre teknolojinin kendisinin getirdiği bir dinamik var. Çünkü çağımızda getirdiği bir şey, Bundan 20 sene önce cep telefonu yoktu, bu gün var, Bu kadar televizyona düşkün değildik, Bu kadar iletişim ve sosyal medya araçları yoktu, İnsanlar bir birlerine dokunarak iletişim kuruyordu, Ya da daha yakın ilişkiler kuruyordu, Şimdi teknolojinin gelişimiyle birlikte iletişimdeki argümanlar çeşitlendi ve farklılaştı, Dolayısıyla iletişim araçlarında da bir gelişme meydana geldi, Bunun medya ve televizyon kısmına baktığında, aynı şekilde o mecralarda da bir takım gelişmeler meydana geldi, Kurumumuzda da SD yayınlar varken HD yayınlara geçildi, HD yayınlardan bu gün 4K yayınlara geçildi, Şimdi 8K yayınlar konuşuluyor, deneniyor, dünya genelinde de böyle, Buna öncülük yapan kurumlar var, Bunlardan bir tanesi de Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) Her zaman bu anlamda öncülük yapmış bir kurum, Hani o ilk yayınında bu güne, yarışa ilk başlamanın getirdiği avantajla, sonra ki gelenler de hep bizim arkamızdan geliyor, Ama bizim bir farklılığımız daha var, O da nedir ? Kamu Hizmeti yayıncılığı, Bu bizi değerlerinden bulvar olarak ayırıyor, Hem böyle bir pist yarısı düşün, Biz kulvarın en içindeyiz, En iç kulvarda olduğumuz için yarışı hep önde götürüyoruz, hem de yarışı hiç bırakmamak durumundayız, Kamuya karşı bir sorumluluğumuz var, Aynı zamanda bir de stratejik açıdan bir sorumluluğumuz var.

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz?

- Şimdi kamu hizmet yayıncılığı denildiğinde buna göre birinci nokta stratejik önem, Çünkü gerek jeopolitik kanun, gerek çevresel faktörler, gerekse de toplumun katmanlarını (çeşitlilik) düşündüğümüzde bir tarafımız orta doğuya yakın, bir tarafımız Asya ya yakın, bir tarafımız Avrupa ya yakın, üç tarafımız denizlerle çevrili, aşağıda bir Akdeniz, yukarıda Ege var, ötesinde Yunanistan ve Balkan ülkeleri vs, Dolayısıyla bizim en önemli üzerinde durmamız gereken şey kamu hizmet yayıncılığı noktasında, bu jeopolitik faktörlerden ötürü stratejik dolması diye düşünüyorum, Çünkü TRT nin yayıncılığın başladığı dönemleri düşünürsek sağ- sol olayları, alevi-sünni ya da terör olayları gibi bir takım siyasi olayları düşündüğümüzde, kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT nin yaptığı stratejik yayınlarda bu güne kadar hep böyle bakıldı bu olaylara,

- Ulusal güvenlik noktasında değerlendiriyorsunuz, öyle mi ?

- Aynen, (ortamda cep telefonu çaldı –ALO!) bizim toplumu bu yönde yönlendirmemiz gerekiyor. Medyanın çok önemli bir gücü var. toplum üzerinde, bu türden terör olayları stratejik olarak toplumu yanlış yönlendirirseniz, yanlış yönlere kanalize ederseniz, toplumunda davranış biçimlerini etkiler, Buna göre TRT'nin bir de toplumu yukarıya çekme gibi bir özelliği var, Yani diğer yayın kuruluşlarına baktığımızda işte eğlence olsun, reklam gelsin, para kazanalım..

- Özel yayıncılığı mı kastediyorsunuz?

- Evet tabii ki.. Onlar bir yatırım yaptığı için karşılığında bir para almayı düşünenler var, Hem, özel yayıncıların içerisinde bir takım siyasi kanatlara yaklaşan medya kuruluşları da var. Onların da kendilerine göre siyasi, stratejik düşünceleri hamleleri var. Devlet televizyonu olarak TRT'nin toplumu(bilgi, eğitim, kültür) stratejik olarak yukarı çekme anlamında bir sorumluluğu olduğunu düşünüyorum.

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür ?

- Bence kamu hizmeti yayıncılığı yaptığını söyleyen bir kurumun hiçbir şekilde herhangi bir siyasi etkinin ya da iktidarın gölgesi altına girmemesi gerekir. Ama geçmişten beri şöyle bir durum var: Eğri oturup doğru konuşmak gerekirse; TRT iktidara biraz daha yakın durmuştur diye söyleyebiliriz. Yakın durmasının nedeni de şöyle: Belki bir devlet kurumu olması nedeniyle, buraya da siyasi bir otorite hükmediyor. Yani ya bir bakın oluyor bu, ya atanan bir genel müdür ya da bürokratlar oluyor. Bu aslında genel hatlarıyla baktığımızda çok anormal bir şey değil. Ama bunu çok ileri seviyeye taşırsanız, hiçbir şeyi görmezden gelerseniz, sadece siyasi bir otoritenin etrafında yayın yapmaya çalışırsanız, bu sefer kamu hizmeti yayıncılığından uzaklaşmış olursunuz. Aslında bu kıldan ince kılıçtan keskin gibi bir şey. Yapılması gereken toplumun tüm kesimlerine eşit mesafede bir yayıncılık hizmeti vermesi gerekiyor. Ama genel anlamda TRT zaman zaman bu çizgisinden kaysa da, bu kucaklayıcı ve kapsayıcı tarafını korumaya çalışmıştır. Bu, geçmişte gözlemlenmiş bir şeydir.

- Kamu hizmeti yayıncılığı ile özel yayıncılığı kıyasladığınızda kamusal yararın sağlanması anlamında bir fark olduğundan söz edilebilir mi ?

- Kuşkusuz fark var. Önceden de dediğim gibi özel yayıncılıkta bu işe yatırım yapan, para harcayan bir patron var. Bazı siyasi gruplara angaje olmuş bir medya yapısı var. Önlerinde kendi amaçları, hedefleri ve idealleri var. Buna yönelik yayın yapıyorlar. Ama bizi onlardan ayıran şey toplumun tüm kesimlerini kapsamamızdır. Mesela 80'li yıllarda Kürtçe yayın yasakları vardı. Ama uydu yayıncılığıyla tanışıldıktan sonra Avrupa'da MED TV özellikle AMED TV gibi kanallar türemiş, Doğu ve Güneydoğu'ya gittiğim dönemlerde evlerde çatıdaki antenlerin yönünün o yöne döndürüldüğüne şahit olmuştum o yayını alabilmek için. Çünkü orda şöyle bir şey vardı; sen beni istediğin kadar baskıla kardeşim. Ben bu yayını izlerim diyordu. Ama siyasi otorite ve iktidar ne yaptı ? Sen Kürtçe yayın mı istiyorsun ? Sana Kürtçe yayın sunuyorum. Kim yapacak? Benim kamu hizmeti yayıncılığı yapan televizyonum TRT yapacak, O bölgede yine ARAP ağırlıklı bir toplum var. İşte sana TRT Arapça dedi. TRT WORLD var. Dünyaya yayın yapmaya çalışıyor. Dolayısıyla ulusal birlik ve kültürel çeşitlilik. Bunu bence TRT son dönemde başarıyla yapıyor. İşte bugün bir Kürt vatandaşı Kürtçe izlemek istiyorsa, TRT Kürdi'yi çok rahat izliyor.

- Dolayısıyla ulusal birlik ve kültürel çeşitlilik noktasında kamusal yarar anlamında özel yayıncılarla TRT arasında bir benzerlikten söz etmek mümkün müdür?

- Hayır mümkün değildir. Belki tek tük kamusal yararı gözeterek yapılan programlar vardır; ama TRT ile kıyaslarsak aynı kulvarda olmadıklarını çok rahat söyleyebiliriz.

- Avrupa Birliği, Avrupa Yayın Birliği, Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslararası aktörler kamu hizmet yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkin bir rol oynamakta mıdır?

- Yani ben bunu Türkiye özelinde düşüncecek olursam bu aktörlerin çok etkin olduğunu düşünmüyorum. Tabiki bu birliklere üyeyiz, belli etkiler olabilir. Ancak TRT özelinde bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.

- 1993 Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi imzaladık ve bunun tarafıyız. Meclisteki kanun ve kararnamelerden de bu anlaşılıyor. 80'li yıllarda uydu teknolojisinin kullanılmaya başladığından bahsediyoruz. Dolayısıyla üretilen bir içeriğin ticari ya da kültürel olarak dolaşıma çıkması için bu aktörlere ihtiyaç yok mu ?

- EBU gibi ITU gibi aktörler yıllık olarak bir takım içerikler ve o içeriklerin hangi standartlarda olması gerektiğine ilişkin projeler üretiyorlar, Ve üye olan ülkelerin Kamu Hizmeti yayanını yapan kanallarına bunları gönderiyorlar. Ancak üye olan ülkelerin kanalları bunları yayınlıyor mu? Aksine yayınlamadıklarında ne gibi bir yatırımla karşı karşıya kalırlar?, bilgim yok. Ama sinema, dizi ya da uluslararası maç yayınları gibi bir takım programlarda şifreleme talepleri geliyor. Yapıyor musunuz? Yapmaya çalışıyoruz. Bu arada bu birliklerin yaptırım noktasında bir etkilerinin olduğunu düşünmüyorum, Şu olabilir; bir takım yönlendirmeler, bilgi paylaşımları ve tavsiyelerde bulunabilirler. Bunlar zaten var. Ancak reel bir etkileri yok.

- Türkiye deki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz?

- Dediğim gibi TRT, Kamu Hizmeti yayıncılığında liderdir. Belki de bu ana kadar dünyada bunu en iyi şekilde yapmaya çalışan kurumların başında gelir. Geçmişte çok önemli yapıtlara imza atmakla birlikte, günümüzde özel yayıncı kuruluşlara hem teknolojik anlam da hem de insan kaynağı olarak büyük destek vermiştir. Bu gün de aynı desteği sürdürmektedir kamu hizmeti yayıncılığında. Daha doğrusu yayıncılık apoleti TRT'nin omuzlarımızda yükseldi. Bizim de bu apoleti hakkıyla taşımamız gerekiyor. Ben TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı görevini layıkıyla yerine getirdiğini düşünüyorum. 15 tane kanalıyla toplumun bütün kesimlerine hitap etmeye çalışıyor. Çünkü yayıncılık zor bir iş. Hele hele kamu hizmeti yayıncılığı meşakkatli ve pahalı (mecazi) bir iş. Özverili bir iş. Ve bunlara dayanan tecrübesiyle TRT yıllardır büyük bir özveriyle bu işi götürüyor.

- Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz ?

- İşte yeni medya alanı diye adlandırdığımız alanlarda insanlar her şeyi fütürsüzce paylaşıyorlar. Ben bundan 20 yıl önce haber dairesinde çalışırken Süleyman Demirel Başbakanı. Mesela bir yeri açacakken sorardı, TRT geldi mi? TRT gelmediyse o açılış yapılmazdı, Çünkü vatandaşa, ulaşabileceğiniz tek nokta TRT. Özel televizyonlar varken de TRT aranır. Çünkü Kamu Hizmeti yayıncısı TRT. Özel televizyonlar olayı belki çarpıtabilir, kendi menfaatlerine uygun şekle sokabilir vb,, Ama TRT bunu bir kamu yayıncısı hassasiyetiyle aktaracağı için TRT sorulurdu burada mı diye.

Ama Şimdi sosyal medyaya gelince aynı açılıŐa ben de geldiğimde elinde cep telefonuyla o açılıŐı ben de çekiyorum. Yani ben onu haberleŐtirip haber merkezine getirene kadar sen zaten onu paylaŐmıŐ oluyorsun. Yani bir kamu hizmeti yayıncılığı hassasiyetiyle ulaŐtırmıŐ olmuyorsun aslında. Oradaki bir açılıŐı çekip paylaŐırken kendi siyasi amaçlarına uygun bir Şeyler yazabilirsin, toplumu yanlış yönlendirecek bir Şeyler yapabilirsin ve bunun herhangi bir filtreleme sistemi yok. Sansür demiyorum buna, bir filtreden geçmesi gerekiyor veyahud bir belgesel yapıyorsun ki geçmişte yaptık işte, ben onu televizyonda yayınlarken, aynı anda bilgisayarına indiriyor, sonra kendi youtube hesabından paylaŐıyor. Dolayısıyla bir yıl, iki yıl üç yıl, hatta 10 yıl çalıŐtıĐım emek (lisanslara, tebliğ haklarına atfen söylüyorum,) -ben bunun kurum olarak fikri, sinai metin, lisans vs, neyse ödemiŐ oluyorum, maddi manevi bunun külfetini çekmiŐ oluyorum- sen onu televizyon ekranından alıyorsun, benden önce sosyal medya mecralarına ulaŐtırıyorsun. Bunun üzerinden de belki milyonlarca kez izleniyorsun. Bunun üzerinden bir gelir elde ediyorsun. Halbuki bunun bütün hakları bende. Veyahud da konsere gidiyorsun, Őarkıcı Őarkı söylüyor, içeriye basın mensupları alınmasın diyor. Ama ben geliyorum, yüksek znrlkteki cep telefonumla kayıt yapıyorum, aynı anda canlı yayınlıyorum. Veya bir maa gidiyorsun. TRT olarak bir maçın yayın hakları için milyonlarca dolar para vermiŐsin, bunların hakkını almıŐsin, ben gidiyorum tribünden oturduğum yerden maçı yayınlıyorum. Şimdi aslında bütün bunların bir düzenlenmeye girmesi lazım. Bu kamu yayıncılığını da etkiliyor, diğer yayıncıları da etkiliyor.

- Burada tam da hukuki bir boŐluktan söz edilebilir mi?

- Evet, tabiki bu boşluğu da Genel Müdür ile bir görüşme, sohbetimiz, sırasında söylemiŐti. Kurumumuzda da biliyorsun Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü var,

buraya yönelik de bir takım içerikler üretmesi gerektiği konusunda, TRT'nin bir fikir, beyin fırtınası yaptığına şahitlik etmişim. Dolayısıyla kamu yayıncısı olarak bizim o yeni medya dediğim, sosyal medya dediğimiz alanlarda olmamız şart. Neden olmamız lazım? Demin örnek verdim ya, o Kürtçe yayın yapılmadığında insanlar nasıl kendilerine farklı yollar buluyorlar. Bu duruma düşülmemesi gerekir diye düşünüyorum.

- Çok çarpıcı bir örnekti bahsettiğiniz olay..

Çözüm buldular, sonra kendilerini politize edecek yayınları izlediler, ama devlet dedi ki ben bu boşluğu dolduruyorum kardeşim ben sana bu yayını veriyorum dedi. Dolayısıyla yeni medya dediğimiz, sosyal medya dediğimiz, (youtbe, facebook, twitter, instagram) alanlar için içerik üretip, boşlukları doldurup, sorun alanlarını bertaraf etmemiz gerekiyor kamu hizmeti yayıncısı olarak. Biz o alanları doldurmazsak, o alanlara farklı farklı insanlar, farklı farklı tarzlarda giriyorlar ve çalışmalar yaptığını duyuyorum. Düzenlenmesi ve denetlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Ama yine bu da kaçınılmaz bir şey yani. Televizyonculuk artık hızlı bir şeye dönüştü. En son şunu söyleyeyim:

- Kamu hizmeti yayıncılık alanının doğası değişmiş oluyor ve bu duruma göre hareket kabiliyetleri geliştirmek gerektiğini mi söylemek istiyorsunuz?

- En son şunu söyleyeyim. En son geçen yaz Rusya'ya tüm teknik ekiple (muhabir, kameraman, spiker, naklen yayın-mühendis-teknisyen) dünya kupası için gittiğimizde, Yahoo nın bir ekibini gördüm, Google'ın bir ekibini görmüştüm. Çin'den bir ekip görmüştüm. - Sosyal medya ve arama motoru ekibi- . Bunlar cep telefonlarıyla,

stadyumların önlerinden, çok da fazla bir ekipmana ihtiyaç duymadan canlı yayın yapıyorlardı. Hatta bir Çinli vatandaşla fun zone alanlarında karşılaşmıştık. Dar ekranlar kuruyorlar, eğleniyorlar, hem de maçı izliyorlar ve binlerce insan toplanıyor. Hatta final günü fun zone alanındaydım. Milyon diyebileceğim kadar insan vardı. O Çinli gazeteciyi görmüştüm yine. İki tane kamera kurmuş ama maçı çekmiyor, çünkü maçın yasal hakları onda değil.

Dedim ki; ben seni her zaman görüyorum, maçı yayınlamıyorsun, orda izleyicilerin tepkilerini yayınlıyorsun. Ya dedim, bunu kaç kişi izliyor ? Adam dedi ki, gel buraya dedi, bana orda kaç kişinin izlediğini gösterdi. Çin biliyorsun nüfusu çok yüksek. Youtube'da biliyorsun kaç kişinin izlediğini falan gösteriyor, benim gördüğüm rakam çok şaşırtıcı derecede yüksekti. Milyonlarla ifade ediliyordu. Dolayısıyla şimdi, ama şöyle, oradaki bir yayıncı kuruluş tarafından gönderilmiş Yahoo da vardı. Biliyorsun en büyük arama motorlarından bir tanesi. Yahoo kendi ekibini göndermiş, kendi sitelerinden yayın yapsın diye. Dolayısıyla bizim de, toplantıda bunu genel Müdür'e de aktarmıştım. Mesela bir sonraki Dünya kupasında, bir sonraki uluslar arası olimpiyatlar vs, olabilir, ve yahut da çok önemli bir konser olabilir, bizimde kamu yayıncısı olarak, o yayının backstage noktalarında noktalarında yeni medya olarak, farklı içerikler, farklı şeyler üretmek zorundayız. Yoksa geride kalmış oluruz.

Ben TRT'nin bu kamu hizmet yayıncılığı olayını layıkıyla yerine getirdiğine inanan bir insanım. Bundan sonrasında da çok daha iyi noktalara getireceğine inanıyorum. Kamu hizmeti yayıncısı olarak TRT'nin gerek yeni medya gerekse teknolojik olarak diğer yayın kuruluşlarının önünde olduğunu düşünüyorum. Bunun dışında kamunun tamamını memnun ya da mutlu etmek mümkün değil. Tabii ki eksik yönlerimiz olabilir. Ama kamu hizmeti yayıncılığı hizmetine ihtiyaç olduğunu düşünenlerden biriyim ben.

Çünkü mesela hiç kimse ya da hiçbir kurum ya da örgüt veya oluşum, TRT olduğu sürece bu topluma, bu toplumun hak etmediği hiçbir şeyi yapmaz, yapamaz..

Teşekkürler..



Ek-3: Görüşmeci 3/ TRT (Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler hangi dinamiklerle açıklamak mümkündür ?

- Evet, herkese merhaba diyorum. Bana göre bilgi teknolojileri olsun, iletişim teknolojileri olsun, bütün disiplinlerde olsun, bu dinamiklerin üstünde insanın kendisi gelir. İnsanoğlu geliştirmek istediği, kullanmak istediği, arzu ettiği şeyleri gerçekleştirdiği sürece bu dinamikler de aslında kendi içinde değişerek, yoluna devam edip, zaman çizgisi içerisinde gelişme göstermiştir. Dinamiklerin en başında insan olması tabii ihtiyaçların, isteklerin ve bakış açılarının da değişmesine neden olarak her şeyi etkilemiştir. Yani buna Uzay Yolu filmindeki Kaptan Kirk karakterinin, ilk başlangıcıyla filmin bitiminde yer alan değişimi örnek gösterebiliriz. İlk Uzay Yolu filmi çıktığında 80'lerin ortaları gibi- benim de buluş çağıma denk gelir-orda mesela cep telefonunu kullandığı zaman Kaptan Kirk, bu ne deyip ? garipsediği zamanla, şu anda sıradan ve ihtiyaç duyulan bir şey olması da, teknolojinin bize pozitif ya da negatif yönde yansımaları açıkça ortaya koyuyor.

-Yani burda bireyin kendi içsel dürtülerinden ya da meraktan kaynaklı şeylerin bilgi ve iletişim teknolojilerinin dinamikleri arasında sayabilir miyiz diyorsunuz?

- Tabii, tabii, Yani bütün insanlar toplu yaşama geçtiklerinde, bireysel dürtüleri toplu dürtüler haline geldiğinde ve bunun sonucunda, devletler, bölgeler, kontonlar vs,, şeklinde yaşama biçimleri oluştuğunda teknolojiyi kendi yararları ve çıkarları doğrultusunda, kendi kabiliyetleri ölçüsünde geliştirerek bugünkü günlere gelinmiştir. Bugün teknoloji bağlamında baktığımızda zaten en çok etkilenen sektörlerin iletişim,

savunma sanayi, otomotiv sektörü, endüstriyel tasarım gibi alanlar olduğunu söyleyebiliriz. Basit bir örnekle söylemek gerekirse; insanoğlu çamaşırını yıkamak istemiyor, çamaşır makinesi diye bir şey icat ediyor, bir yerden bir yere gitmek istiyor, ışınlama konusunda çalışmalar yapıyor.

- Bir anlamda bu teknolojik gelişmelerin kilometre taşlarını insanın ihtiyaç ve merakıyla ilişkilendirmek mümkün mü?

- Kesinlikle öyle. İnsan bu işin en tepesinde. O var. İnsan istiyorsa oluyor. Yani istemiyorsa böyle bir şey de (bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler) olmuyor zaten.

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz ?

- Kamu hizmeti ve Kamu Hizmet yayıncılığı denildiğinde; benim tarafımdan bakılacak yönü kamu hizmet yayıncılığı, kamu hizmeti yayıncılığı, bizde de dünyada olduğu gibi devletler ve hükümetler tarafından yapılan organizasyonel yayıncılık işleridir bir anlamda. Kamu hizmet yayıncılığı denildiğinde ülkemiz bazında düşündüğümüz zaman neler öne çıkar? Öncelikle kamu yayıncılığının ilkeleri olarak düşünersek, toplumsal kaynaşma, genel ahlak, milli gelecek ve manevi değerleri gözeterek yararlı olduğunu düşündüğünüz programları, toplumun tüm kesimlerine, bu müzik, eğitim, aile, psikoloji vs, çeşitli dallarda kamu ve toplum yararına bu hizmeti sunmaktır, Tabi burada önemli olan şey, Türkiye' nin yedi coğrafi bölgesi varsa bu coğrafyalar çeşitli açılardan (müzik, dil, kültür, şive) farklılıklar gösterir, Dolayısıyla toplumun farklı katmanlarına ulaşabilmektir amaç, Yani Karadeniz horonuyla, Doğu

bölgelerimiz davulu aynı ahenkle müzik kültürüne hizmet eder ve siz bunları yayınlarsınız,

- Kamu hizmeti yayıncılık politika, ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür ?

- Şöyle söyleyebilirim; zamanla vatandaşlarımızın ilgi alanları değişim göstermektedir, Gelişen teknolojiyle beraber bu değişime ayak uydurmanız gerekiyor, Dolayısıyla eskiden 8 saat tarım ile ilgili programlar yaparken bu gün bunu 2 saate indirip, kalan 6 saati psikoloji 2 saat çocuk pedagoğu, 2 saat sağlık programları, 2 saat kültür-sanat gibi çeşitlendirmeler yaparak akışlarınızı güncelliyorsunuz.

- Toplumun iç dinamikleri (demografik yapı) değiştikçe yayıncılık politika ve uygulamaları da değişiyor mu ?

- Kesinlikle. Aslında bunu 2 şekilde düşünmek lazım, Yararlı ya da bir negatiflik. Yani çok fazla dizi yayınlarak bir toplumun nereye varacağını kamu oyunun takdirine bırakıyorum, Diğer taraftan özel yayıncılarla bizi kıyasladığımızda da kamu hizmeti yayıncısı çerçevesinden uzaklaşılması gerektiğini düşünüyorum, Örneğin mobil telefon ve yeni medya diye adlandırdığımız sosyal medya gerçeği var, Bu gelişmeyi yok sayarak da kamu yayıncılığı yapamazsınız, Bu gerçeği kabul ederek kamu yayıncılığına devam etmelisiniz, Bir anlamda eklemelisiniz, Dediğim gibi teknolojik gelişmelere bakarak talep dengesini kurarak bir takım regülasyonlara, değişikliklere gitmelisiniz,

- Kamu hizmeti yalıncılığı ile özel yayıncılığı kıyasladığımızda kamusal yararın sağlanması anlamında bir fark olduğundan söz edilebilir mi ?

- Bence bir kamusal farktan söz edebiliriz, Özel yayıncılıkta ticari çıkarlar ve kazanç olduğu için, yayın yaptığı kitlelere karşı birincil sorumluluğu kamu hizmet yayıncılığında olduğu gibi kamusal yararın gözetilmesi değildir ve toplumun tüm kesimlerini kucaklamak gibi bir derdi yoktur, Tabi özel yayıncılık da kamu yararını, gözetmek zorundadır, Ama ticari kaygılar ön planda olduğu için bu kamusal yararı gözettiği ya da önceliği konusu tartıılır, Ama TRT olarak yapmamız gereken toplumun tüm kesimlerine ulaşılabilmek, toplumun tüm kesimlerini kucaklayabilmek en önemli kamusal yarar farklıdır diye düşünüyorum,

- Avrupa Birliği, Avrupa Yayın Birliği Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslar arası aktörler kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkili bir rol oynamakta mıdır ?

- Bunu bence ikiye ayırmamız lazım. Şimdi politika ve uygulamalar. Tabi uygulamalar konusu bu örgütlerin, organizasyonların tavsiyeleri ve öngörülerini mevcuttur. Özellikle bizim üyesi olduğumuz EBU, ABU bu konularda çeşitli tavsiye ve regülasyonlar yayınlamaktadırlar, Ancak bu tavsiyeler genellikle teknik alt yapı ve program üretim süreçlerine katkı verecek şeyler konusunda. Yani daha çok teknik standartlar bağlamında olmaktadır, İkincisi; politika olarak kamu yayın politikalarına doğrudan bir etkiden söz edemeyiz, Olmaması da normaldir, aslında, Çünkü bir Afrika ülkesiyle aynı yayın politikasını gütmemiz beklenemez. Dolayısıyla bu birlikte daha çok teknoloji gelişmelere paralel olarak yayıncılık teknoloji ve prodüksiyon kaynaklarının geliştirilmesi noktalarında karşımıza çıkıyor.

- Türkiye de ki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz ?

- Şimdi Türkiye de kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde akla gelen tek kurum TRT dir. Ama toplumsal yapıyı tüm bir konu olarak düşündüğümüzde bir hayli de ulusal televizyonumuz mevcuttur, O sırada hem telefon, hem kapı çaldı. Ben TRT'nin kuruluşundan bugüne dek bu kamu hizmeti yayıncılık görevini yerine getirdiğini düşünüyorum. Tabii ki bazı eksiklikler ve yanlışlıklar olabilir. Ama sonuçta çerçevesi bellidir. 2954 sayılı yasaya tabidir. Bu yasal çerçevenin dışına çıkmadan toplumun tüm kesimlerine ulaşabilmeyi sağlamak konumundadır, hatta zorundadır. Sağlayabildiğini düşünüyorum. Söylediğim gibi eksiklikler hatta, noksanlıklar olabilir. Ama genel çerçeveden baktığımızda sağladığını düşünüyorum.

- Soruyu birde TRT özelinde geleneksel medya-yeni medya bağlamında sarmak isterim, TRT olarak yeni medya alanına ilişkin ne gibi çalışmalar var ?

- Teknik ve yayın politikası olarak TRT nin yeni medya alanına evrildiğini düşünüyorum. Ama sosyal medya gibi yeni medya araçlarında TRT zaten var. Ben bunu kişisel anlamda vatandaşlarımız ne kadar istiyor ya da bu araçlardan ne kadar yararlanıyor bilemem. Ama biz bu alanda da varız. Ve ulaşılabilir durumdayız. Yeni Medya Kanal Koordinatörlüğü ismiyle de sadece bu olan için çeşitli çalışmalar yürüten bir birimimiz var.

- Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz ?

- Yeni medya döneminde televizyon ve radyo yayınlarını bir kenara bırakırsak, sosyal medya (youtube, facebook, tvitter) ve web uygulamalarını düşünerek konuşursak aslında tüm dünyada bu anlayış ve politika kısmında sıkıntı var. Çünkü her hangi bir gerçek kişi, kendisi özel bir televizyon gibi yayın yapabiliyor. Kendi özgürce kitlelere yayın yapabiliyor, Youtuberlar gibi. Bu yayını yaparken hangi yasal dayanağa dayanarak yapıyor? , bu tüm dünyada sıkıntılı. Bunları takip etmek de sıkıntı. Ve her geçen günde popüler hak geliyor. Bunlar için kontrol mekanizmalarının sadece Türkiye için değil tüm dünyada sağlıklı işlediğini düşünmüyorum, Ama tabi gelişen teknolojiyle beraber bu durumu tersine çevirmek bence mümkün ama bir o kadar da zor. Yasal ve hukuki zemin olarak baktığımızda bugün sizin internette özgürce yayınladığımız bir videoyu kim, neye göre, hangi kriterleri, kıstasları baz alarak denetliyor, bir bilinmezlik var. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de siber suçlarla alakalı birimler var. Bu tür yayınları denetleyecek bir takım yasa ve yönetmelik var ve çıkmaya da devam ediyor. Ama tam anlamıyla yapılıyor mu bu denetim tartışmalıdır. Türkiye olarak bakarsak Türkiye Cumhuriyeti bu alanda gerek Adalet Bakanlığı, gerekse de bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda politika üreten kurumları, birimleri aracılığıyla bu alanın yasal ve hukuki altyapısını titizlikle oluşturmalıdır. Bunu yaparken de yine kamu hizmeti yayıncılığında gözetilmesi gereken temel ilkelerin dışına çıkmadan yapmalıdır.

Ek-4: Görüşmeci 4 / ÇGD (Çağdaş Gazeteciler Derneği)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri hangi dinamiklerle açıklamak mümkündür ?

- Öncelikle teşekkür ediyorum bizi tercih ettiğimiz için. Meslekte 41 yılını doldurmuş ve ilk günkü gibi sınıf dayanışması, bağımsız ve tarafsız habercilik, halk adına haberciliği önemseyen bir bilgi ve dernek olarak, bu konularda uzun zamandır tartışmasını yürüttüğümüz konular arasında. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde inanılmaz bir gelişme, ilerleme ve hız söz konusu. Tüm mesleklerin icrasını kolaylaştırdığı gibi, gazeteciliğin de doğasını ve yapılış şeklini değiştirdi. Ancak bu mesleklerin etik ve varoluşsal gerekçelerini değiştirmez. Çünkü meslekler bir kaynaktan doğar. Asıl bir kaynaktan doğar. Zaman içinde bir takım fiziki durumları değişir ancak özü değişmez. Bilgi ve iletişim teknolojileri bu alanın etik kurallarını değiştirmez ancak yapılış biçimlerini değiştirir. Bu çok temel bir ayrım olmakla birlikte ne yazık ki yapılış şekillerinin değişmesi, etik kuralların da değişmesini beraberinde getirmiştir. Etik kuralları çok erozyonu uğrayan bir meslek haline dönüştürülmüştür, Bunun nedenini şöyle izah edebiliriz: Bilgi ve iletişim teknolojileri hayatı kolaylaştıran en basit kullanım şekillere göre dizayn ediliyor. Birçok mesleğin icrasını kolaylaştırmakla beraber mesleğin içerisini boşaltıyor, Dolayısıyla gazetecilik eskiden kültürel değerleri yüksek, entelektüel insanların yapacağı bir işken, bilgi ve iletişim teknolojileri mesleği; olgunluğa, kültürel ve kaliteye erişememiş insanların yapmaya başladığı bir duruma sebebiyet vermiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri evet hayatımızı çok değiştirdi, yönlendirdi ama açıkçası bir ara dönem midir ? bu süreç bilemiyorum bu seyir, mesleğin içini boşaltan bir süreçle de karşı karşıyayız.

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz ?

- Kamu ifadesi idari bir kavram olmakla birlikte, hukuksal tanımlamaları olan, hukukla da dizayn edilen bir kavram kamu. Ama onun beslediği başka kavramlar da var. Halk, millet gibi.. Bu kavramların içerisinde kamu kavramı çıkmaktadır,. Kamu aslında halk, millet kavramlarının özdeki yoğunlaşmış halidir. Kamu içindeki toplumun öznel yoğunlaştırılması kadar, evrensel bir algıyı da içine alabilir bu yoğunlaşmada kamu denildiğinde. Bana göre belirli hakların tanımlandığı ve sınırların çizildiği bu alan aynı zamanda eşitlikçi bir yapıyla da paylaşıldığı bir alandır. Kamu hizmeti yayıncılığı ise bu kavramı biraz açmak lazım yani sonuçta gazetecilik açısından baktığımızda gazetecilik gazeteciliktir. Yayıncılık da yayıncılıktır. Sadece bir detay vardır kamu yayıncılığında. Ticari amaç güdülmemektedir. Temeli halk tarafından finans edilen ve toplumu en doğru, en bağımsız ve en tarafsız şekilde bilgilendirmeyi amaç edinen yayıncılık türüdür kamu hizmeti yayıncılığı. Ama özünde kamu yayıncılığı özel yayıncılıkla farklılaşmaz; çünkü gazetecilikte gerçek haberi, doğru haberi aktarmak sorumluluğu vardır. Yine ilk baştaki soru gibi pratikte farklılaşan şeyler olmaktadır. Ticari amaç güden yayıncılar haberi kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirebilmektedirler.

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür?

- Yani öncelikli olarak Türkiye'nin siyasi ve sosyal hayatına ilişkin tarihsel süreci de tanımlamak lazım. Çünkü TRT'nin yayına geçtiği senelerden itibaren kültürel ve sosyolojik olarak gelişme evrimine girmiş bir ülke ama kendi geçmiş (1960 öncesi)

değerlerini taşıyan bir toplum. Dolayısıyla bunun kamu yayıncılığına değen tarafları var. Kalkınmacı, Cumhuriyetin ilanıyla beraber önüne hedefler konmuş bir toplum ve kamu yayıncılığıyla kendi özsel kodlarını da bu yayıncılığın içine taşıyan bir yayın anlayışı barındırıyordu TRT. Ve bu çerçevede de dünyadaki ideal kamu yayıncılığını esas alıp, yüzünü biraz oraya dönen, o anlamıyla biraz özerkliği önceleyen. yayıncılıkta zaten kamu anlamında rekabet söz konusu olmadığı için kendini bu anlamda önüne hedefler koyup kendisiyle yarışan bir kurumdu TRT. Fakat 90'lar ile beraber ve sonrasında özel yayıncılığın hayatımıza girmesiyle bu yapı dönüşüme ve değişime girdi, toplumsal bir dönüşümde yaşanmaya başladı ve haberin gittikçe reklam ve ticari bir unsura dönüşmesi TRT'yi 90'lar sonrası belli çeperlerini tartışma konusu haline getirdiğini görüyoruz, gördük.

- Karar verici nokta da TRT'nin 90 öncesi dönemine ait tespitlerinizi yaparken 90 sonrasına gelindiğinde bunun teknolojik ve ontolojik sebeplerin neden olduğu mu, yoksa, genel bir değerlendirme midir sözleriniz ?

- Tabii tavizler,, Bu kelimelerin içi net bir biçimde doldurulmadı. Bir taviz söz konusu ama dönemin getirdiği koşullarda var. Yani karar vericilerin özel tercihleriyle değil, süreçlerin, koşulların ittiği durumlar var. Günümüzde yaşanan tartışmalar sorunlu tarafı aslında; kanalize edilen tarafın sıkıntılı olmasıdır. Bu sadece kamu yayıncılığı alanında değil, diğer sosyal ve siyasi alanlarda da görmemiz mümkün. TRT adına da şurasını söylersek son dönemde siyasi aktörler ve karar vericiler bir anlamda kamusal sorumluluk altında TRT'yi kullanmaktan geri durmamaktadırlar. Bence taviz süreci kendi çıkarları doğrultusunda oldu. İdeal kamu hizmeti yayıncılığında taviz ederken kastettiğim bunlardır aslında.

- Kamu hizmeti yayıncılığı ile özel yayıncılığı kıyaslandığımızda kamusal yararın sağlanması anlamında bir fark olduğundan söz edilebilir mi ?

- Biraz önce de onu bahsetmeye çalıştım. Yayıncılık yayıncılıktır. Gazetecilik gazeteciliktir. Biz bundan taviz vermeyiz. Bunun aktörleri burjuva ve sermaye. Bir sermayenin gazete diye biz o sermayenin çıkarlarını değil, gazetecilik faaliyetlerini önceliriz. Orada gazeteci de gazetecilik faaliyetini işverenine karşı savunmak durumunda çünkü o da bir gazetecilik faaliyeti yapmakta, kurumsal bir yarar görmektedir. Dediğim gibi haber farklı açılardan görülebilir. Ama gerçek tektir. Haberi farklı şekillerde ele alıp verebilirsiniz. Ama gerçeği çarpıtmak ya da değiştirmek mümkün gözükmemektedir. Gazetecilik gazeteciliktir.

Şimdi günümüzde şöyle bir problem çok net olarak ortadadır. Gittikçe kamu yayıncılığı ile özel yayıncılık ortak noktaya gelmiş. Bu bahsettiğim az önce bahsettiğim ideal ortaklıkta değil. Var olan siyasi otoritenin çıkarlarını korumak ve gözetmek noktasında bir araya geldi. Bunun nedenlerini siz de araştırmışsınızdır, ancak onun dışında çok daha net bir durum ki söylediğim siyasi otorite kendi amaçları doğrultusunda kamu yayıncılığını da, özel yayıncılığı da bir nevi baskılamaktadır.

- Kamu yararının sağlanması noktasında günümüzde kamu yayıncılığıyla özel yayıncılık el ele mi diyorsunuz ?

- Evet, işte o kamusal yarar derken tam neyi kastediyoruz: Burası kritik, bugün kamusal yarar iktidarın istediklerini yansıtan anlamlar içeren faaliyetlere dönüşmüş diyebiliriz.

- Avrupa Birliği., Avrupa Yayın Birliği, Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslar arası aktörler kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkin bir rol oynamakta mıdır ?

- Yani biz etkisini görüyoruz. TRT bu örgütlerin üyesi. Ancak TRT'nin özellikle son dönemde seçimlerdeki tavrı manidar. Seçimlerde iktidarın propaganda aracı olarak çalışan fakat herkesin cebinden çıkan bir parayla finans edilen- seçim zamanı propaganda sürecinde iktidar ve muhalefete ayrılan süreler, topluma yayın yaparken muhalefeti neredeyse ciddi ve kasıtlı bir yok sayma var. Kerhen yayında süre verdikleri yerler var ama iktidara kıyasla çok az. Bu konular böyle yapılırken, yaşanırken bu örgütlerden TRT için her hangi bir telkin, uyarı ya da kınama göremedik. Örneğin bir Suriyeli göçmenler meselesi var. Kendi ördükleri duvarların içinde arasında yaşamayı tercih eden bencil bir yapıları var AB'nin zaten. Dolayısıyla Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı alanında yaşanan ihlal ya da problemlere ilişkin en fazla tavsiye niteliğinde görüş açıklarlar. Bu da bir bakıma belki de olması gerekendir.

- Türkiye deki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz ?

- Tabii ki.. Zaten üst soruda bu konuya fazlaca değindik. Burada TRT gerçekten kamu hizmeti yayıncılığı yapıyor mu ? sorusu, gerçekten yanıtlanması gereken soru. Bizce yapmıyor. TRT bize göre iktidarın bir yayın organı olarak çalışıyor. Halkın paralarıyla finans edilip propaganda aracı olarak kullanılan bir yapı. Yani yine bu durumu bolca örnekleyebiliriz. En son yerel seçimler öncesi ulusal güvenliği tehdit eden birinin röportajının yayınlanması hadisesi..Sonuçta TRT bu yayını yapabilecek bir kanal mıdır ? Değildir, Demek ki başka sebepler. İktidar o dönemin seçimlerini etkilemek için yapmış olabilir mesela. Yani bu örnek bile başlı başına bir örnek. Yani

TRT gerçekten bir yerden talimatlarla yönetilen, özerkliğini kaybetmiş, bir kamu yayıncı durumunda gözüküyor. Zaten en son doğrudan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ile ilişkili kurum durumunda. Cumhurbaşkanlığı'nın diğer bir çok alanda yaptığı uygulamalara bakarak TRT özelindeki uygulamasına da bakarsak şu çok net ortaya çıkıyor. Çünkü Cumhurbaşkanlığı kurumu gerçekten halkın genelini temsil eden bir yer değil. Dolayısıyla TRT kamu hizmeti yayıncılığı yapıyor demek doğru bir cümle değil, TRT bir kamu yayıncısı gibi davranmıyor demek daha doğru bir cümle olacaktır.

- Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz ?

- Baştaki soruyla da ilintili olarak, bilgi ve iletişim teknolojileri farklı araçlar üretmeye başladı. Özellikle iletişimsel olarak uçsuz, sınırsız bir dünyaya doğru girdik. Ben buna biraz sınırlandırılmış sınırsızlık diyorum. Yani bir ufuk sınırlılığı var ama hareket kabiliyeti olarak sanal bir sınırsızlıktan bahsediyoruz. Bu açıdan şu net söylemek gerekir. Evrimsel dünyanın evrimsel dönüşümünde belli dönemlerde pek yoğun değişimler yaşanmakta. Ama temel şeyler değişmiyor. Yayıncılıkta gazetecilikte, halk için yapılan gerçek tarafsız habercilik ya da yayıncılık faaliyetlerinin bütünü. Bunlar mesleğin özü.. Bu değişmeyecek. Yayın platformları, yayın araçları değişse de bu öz değişmeyecek. Çünkü doğru bilginin yaşamsal bir durumu vardır. Sizi yarına taşıyacak doğru bilgidir. Bu; araçların değişimiyle erozyona uğrayacak bir şey değildir aslında. Bu yeni medya araçları bunların içini (gazetecilik-yayıncılık) boşaltmamalıdır. Yani dönemle beraber yaşanan teknolojik ve araçsal gelişmelerin zamanın iktidarını bunu çok iyi okuyarak doğru mecralara taşmasının şart olduğunu düşünüyorum. Basın

özgürlüğünün bir güvenlik tehdidi değil, yarınlarımızın garantisi olduğunu düşünüyorum, Bu çerçevenin siyasi aktörlerce görünüp, iyi anlaşılması lazım. Aksi takdirde yeni teknolojilerin yayıncılıkta yapabileceği tahribatı daha da arttıracığını düşünüyorum. Çünkü doğru zamanlarda yayıncılık yapılmadığında, bu sefer yanlış şeyler üretilebilir. Sosyal medya vb.. Kamu yayıncılığının yeni medya düzeniyle yeniden değerlerini hatırlayan bir sürece evrilmelidir diye düşünüyorum,



Ek- 5: Görüşmeci 5 / TGS (Türkiye Gazeteciler Sendikası)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri hangi dinamiklerde açıklamak mümkündür ?

- İnternet yayıncılığıyla başlayalım ve buradan akan bilgilerle başlayalım. Şimdi bir deb-i deryayla karşı karşıyayız. Bir internet deryası var. Bir tarafta sosyal medya, bir tarafta kafasına göre açılan, herhangi bir denetime maruz kalmayan internet siteleri var. Diğer tarafta da bizim gibi doğru habercilik yapmaya çalışan mecralar var. Günümüzde büyük bir enformasyon ve dezenformasyonla karşı karşıyayız. Bu da bizim işimizi zorlaştırıyor mu, kolaylaştırıyor mu? bu soruların yanıtını arıyor gazeteciler. Şimdi bir taraftan internet ya da yeni medya düzeni ya da herkesin kendi sosyal medya hesabı üzerinden bilgi aktarabilmesi çok büyük bir enformasyon kaynağı bizim açımızdan baktığımızda. Artık bir kadın ben burada şurada dayak yedim diyebiliyor. Ya da whatsapp, Instagram vs. yoktu. Ben sabah gazetesinde çalışıyordum. Bize ulaşmak isteyen insanlar gazeteye kadar geliyorlardı. Sizin ona vakit ayırmanız gerekiyordu. Şimdi yeni medya aracılığıyla haberler ve bilgiler inanılmaz hızlı bir şekilde akıyor sürekli. Bilgiye ulaşmaktaki sıkıntılar da bir anlamda etkili hızlilik açısından diyebiliriz.

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz ?

- Burada ikiye ayırıyoruz değil mi ? Kamu hizmeti olarak ne yapıyoruz? Kamu hizmet yayıncılığı olarak (TRT) neler oluyor? Kamu hizmeti ve yayıncılığını birlikte ele alırsak, yayıncılığı bir kamu hizmeti olarak değerlendirirsek, son dönemde özellikle kamu hizmeti yayıncılığının bir propaganda hizmeti gören bir yayıncılığa dönüştüğünü söyleyebilirim. Özel yayıncılık da dahil bu duruma diyebilirim. Aynı zamanda TRT'nin

de halk tarafından alınan vergilerle finans edildiğini düşünürsek, o vakit halkın sesine kulak vermesi ve kapsayıcı bir yayın yapması gerektiğine vurguda bulunmak isterim.

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür?

- Burada en büyük değişim medya sahiplik yapısında yaşandı bence. 90'lı yıllara kadar TRT'nin tekelinde giden yayıncılık, özel yayıncılığın başlamasıyla başka bir evreye girdi. 2000'lere gelindiğinde ve sonrası özellikle TMSF'nin bazı kanallara el koyması sonucu, o kanalları almak isteyenler düşük kredilerle o kanallara, gazetelere, radyolara, dergilere sahip oldular. Sonrasında da siyasi iktidarlarla ilişki içinde değil, bir hayli yakında olan kişilerden oluşan bu yapı medyadaki sahiplik yapısını da bir anlamda değiştirdi. Geline nokta devlet medyasıyla özel medya kuruluşları arasında her hangi bir fark olduğunu düşünmüyorum. Türkiye'de ana akım medya dediğimiz büyük medya gruplarının özel medya patronu yok. Sahiplik yapıları erozyona uğramış durumda.

İkinci bir durumda bu araçların propaganda aracı olarak ya da bir suskunluk sormalına dönüşen bir durumu var. Kamu yayın hizmeti olan vatandaşlar olarak bu durum gerçek, tarafsız ve bağımsız haber ve bilgi alışınızı engelleyebilecek bir duruma yol açabilir. Dolayısıyla başka alternatif yollara yönelirsiniz. Yeni medya diye adlandırdığımız sosyal medyaya kayarsınız ancak kimse kusura bakmasın oralarda da sürekli dezenformasyona maruz kalırsınız. Bu ikisi arasındaki farkı da izleyici kolaylıkla fark edemez.

- Kamu hizmeti yayıncılığı ile özel yayıncılığı kıyasladığımızda kamusal yararın sağlanması anlamında bir fark olduğundan söz edebilir mi ?

- Tabii ki,,, Kamusal yararın sağlanması anlamında bir farktan söz edebiliriz. Ancak ne türden haber verdiğinize göre de değişir. Örneğin sosyal habercilikte kadına yada çocuğa şiddet haberleri konusunda özel yayıncılıkta da bu yarar gözetilir. Fakat politik haberlerde bu yarar konusu bana göre tartışmalıdır. Bir sonuç elde edemeyebilirsiniz. Örneğin devletin bütçesi,, Ne devlet bakanlıkları aracılığıyla bu bütçe hedefi tutturuldu mu diye düşünür, ne de haberciler bunu denetleyip ne oldu diye sormazlar dikkat ederseniz. Dolayısıyla kamusal yararı nerede aradığınıza bağlı. Bir Cumhurbaşkanlığı muhabiri için kamusal yarar başka bir şey, bir Polis-Adliye muhabiri için başka bir şey,,, Kitleler açısından bir kamusal yarardan tamamıyla söz edemeyiz,

- Avrupa Birliği, Avrupa Yayın Birliği, Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslar arası aktörler kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkin bir rol oynamakta mıdır ?

- Tavsiye niteliğinde deklerasyonlar, bildirimler yayınlıyorlar.

- Türkiye deki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz ?

- Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığı yasama, yürütme ve yargı. Devletin kuruluşunun ve işleyişinin asıl hedefi bütçe yapmak/tutturmak. Dördüncü güç medya. Bu bir çok teorik yaklaşımda da geçer ki burada atfedilen kamu adına devleti denetlemektir. Politik gündeme giremeyen bir medya. Propaganda ve reklam ağırlıklı giden bir yayın anlayışı var,,, Ancak bu kamu hizmeti yayıncılığını kim yapıyor? İşte

yeni medya bunun için alternatif olabilir tam yapar demiyorum. Çünkü tuzak ve tarafgirliklerle dolu olduğu için bunun farklı açılardan ele alınıp çözümlenmesi gerekiyor.

- Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışını/politikasını ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?

- Mesela hukuki anlamda internet medyasında şu önlemler alınmalı noktasında değiliz. Çünkü biz bunu söylediğimizde insanların aklına hemen sitelerin, hesapların engellenmesi, erişime kapanması geliyor. Bunun asla ve kata taraftarı olamayız. Ben daha çok burada etik kuralların geçerli olması taraftarıyım. Yasal ve hukuki anlamda çok bir şey yapılamaz. Çünkü hal-i hazırda zaten biz yeni medya ortamında özellikle internete karşı bir hayli yasaklamalarla karşı karşıya olan bir ülkeyiz. RTÜK'e yapılan en küçük bir ihbarla sizin internetle dönen videonuz mahkemeye bile gerek kalmaksızın savcılık aracılığıyla durdurulabiliyor. Zaten baktığınızda internet de sosyal medya da daraltılmış bir çerçevede hareket ediyor. Tam tersine bana göre yasal ve hukuki önlemler almak yerine bir genişleme yapılması lazım ve özellikle bu kadar çabuk erişim engellerinin verilmemesi gerekiyor. Aslında bunlar internetin doğasına da aykırı.

İnternet özellikle sosyal medya için yapılması gereken etik kurallar oluşturmaktır. Ve bu etik kuralları harekete geçirecek olan da meslek örgütleri. Basın konseyi önceden ne yapardı ? Sen şu haberi yapmışsın ama yanlış olmuş arkadaşım derdi. Şu anda da var. Ama etkin değil bence şu sıralar. İnternet sitesi açmak ve buradan bir şeyler paylaşmak artık çok kolay. Ve yönlendirme, hedef gösterme çok kolay hale geliyor. Dolayısıyla etik kurallar çok büyük önem arz ediyor. Bu sayede internet medyası ve

sosyal medya çok büyük bir dezenfarmasyon çukuruna dönüşüyor. Haberi ve bilgiyi yayanlar çok dikkatli olmalı. Aksi halde habercilik ucuzlar, insanların gerçeklere olan güveni azalır. Çok önemli bir şey de bilgi emekçilerinin emekleri de ucuzlamaz, bu sayede diye düşünüyorum.



Ek-6: Görüşmeci 6 / KESK Haber-Sen

(KAMU EMEKÇİLERİ SENDİKALARI KONFEDERASYONU)

- Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri hangi dinamiklerle açıklamak mümkündür ?

- Evet, bunu bir fotoğraf gibi, bir kesit gibi değil de bir süreç olarak ele alabiliriz. İletişim dediğimiz kavram, bilginin, bir duygunun ya da bir fikrin birinden bir başkasına ya da birinden çoğul bir kitleye iletilmesi için bazı araçların gelişmesini gerekli kılmıştır. Sözlü, yazılı dilin ortaya çıkması gerekiyor. Ya da bu dilin yazılı ya da başka kodlamalarla iletilebilir hale getirilmesi gerekiyor. Baktığımızda yazının icadı -biz tarihi de onunla başlatıyoruz- yaklaşık M.Ö. 3000’li yıllar falan. Sonra çok uzunca bir süre bu yazının gelişmesini görüyoruz. Ne zamana kadar? Aslında matbaanın bulunması, kitlesel iletişim. Bireysel iletişimin yerini kitlesel iletişim alması bir bakıma matbaanın bulunuşuyla oluyor. O da 15. yüzyıla denk geliyor. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin dönüşümü anlamında yazılı iletişimdeki bu dönüşümü, gelişmeyi kabul edebiliriz. Daha sonra 1600’lerin başında ilk gazete çıkartılıyor. Artık matbaa ile başlayan süreç kitleselleşiyor, gazete başlıyor. Bu yazılı-basılı iletişim 1800’lere kadar devam ediyor. Günümüzde hala basın kartı veriliyor medya çalışanlarına. Basın açıklamaları ya da basın bültenleri veya basın toplantıları düzenleniyor. Oysaki, bu yazılı iletişimin çok ötesine geçtik. 1800’lü yıllarda –ortaları- gibi telgraf, sonlarına doğru ise radyo keşfediliyor. 1900’lerin başında ise ilk düzenli radyolar yayın hayatına başlıyor. İşte sesli iletişim dönemi başlamış oluyor. Yine 1900 ‘erin başında televizyon icad ediliyor. 1930’lu yıllarda da radyoyu takiben düzenli televizyon yayınları başlıyor bütün dünyada. Radyo ile başlayan dönemi sesli dönem olarak adlandırabiliriz. Bu süreç ne kadar devam ediyor ? 1960’lı yıllarda Amerika da internet üzerine çalışmalar yapılıyor,

M.I.T’de hızla bu teknoloji geliyor ve 1990’lı yıllara geldiğimizde Amerika’da devlet tekelinde, 1995 sonrası ise devlet tekelinden çıkıp; artık özel sektör aracılığıyla yönetilen bir ağa dönüşüyor. Ülkemizde de 1993’te ilk internet kullanımı başlıyor. Günümüzde de milyarlarca insan internet aracılığıyla birbirine bağlı durumda. Özetlediğimiz süreç aslında teknolojik dönüşümdü. Toplumsal dönüşümü de unutmamak gerekiyor. Günümüzde ortam ya da mecra olarak nitelendirdiğimiz internet, aslında bu dönüşümün en önemli aracı.

- Kamu hizmeti ve kamu hizmeti yayıncılığı denildiğinde nelerin öne çıktığını düşünüyorsunuz ?

- Şimdi sorunun içerisinde kamu hizmeti ve yayıncılık kavramları var. Kamu hizmeti dediğimiz şey, toplumun ihtiyaçlarını karşılamaya dönük kamunun faydasına olacak faaliyetler bütünüdür, Bunların içinde ne var? Eğitim, sağlık, ulaşım, adalet vs.. Kamu hizmeti yayıncılığı ise; ilk soruda değindiğimiz gibi sesli ve görsel dönemin olduğu dönemlerde biraz bu sürecin kamu eliyle yürütülmesi gerektiği fikri var. Çünkü bunun toplumu ilgilendiren bir boyutu var. Yayıncılık da bu bağlamda bir kamusal hizmetmiş gibi değerlendirilip kamu eliyle yürütülmesinin doğru olacağı savunuluyor. (Radyo ve Televizyonun ulaştığı kitle düşünüldüğünde) Kamu hizmeti yayıncılığı dediğimizde toplumun geneline erişim sağlayan, kamu tarafından yapılan kamu tarafından finanse edilen, kamu tarafından denetlenen yayıncılık türü. Klasik tanımı budur. Burada 1920’lerde İngiltere örneğinden yola çıkarsak, BBC genel Müdürü Reith, bilgi vermek, eğlendirmek ve eğitmek; yayıncılığın temel fonksiyonu bunlardır diye açıklıyor. Aslında o dönemden bu güne bakmak gerekiyor. Herkese eşit hizmet, farklılıkları içerebilmesi, (kamu hizmeti eli ile) süreklilik arz etmesi, kalite, belli bir niteliğinin olması ve parasız olması, kamusal hizmetlerin ücretsiz bir şekilde sunulması..

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür?

- Aslında biraz bahsettik bu dönüşümden. Kamu hizmeti yayıncılığı da bu dönüşümden nasibini alıyor. Ne demiştik ? Tamamıyla kamu eliyle yürütülen bir faaliyetken, özel sektörün de bu alana girmesine bütün dünyada izin veriliyor. Anayasa gereği yayıncılık devlet tekelinde yürütülen bir alan. Bunun gerekçesini de açıklamıştık. Bunun bir kamusal yönü var. Yayıncılık tamamen kamusal bir hizmet olarak algılanıyor. Tabii özel sektöre açılıyor. Ancak kamusal sorumluluğu devam ediyor. Günümüzde de- bu soruda girmek-doğru olur mu? yayıncılık artık evrilen bir alan. Teknolojik gelişmelerden bahsettik. Bu gelişmeler; o geleneksel iletişim sürecindeki birden çoğa doğru yapılan tek taraflı süreci değiştirdi. Bugün altyapı olarak etkileşimli bir olanağa sahibiz. Pek çoğumuzda akıllı telefonlar var Onlar vasıtasıyla farklı platformlarda paylaşımlarda bulunabiliyoruz. Artık yayıncılık dediğimiz şey, birden çoğa doğru yapılan faaliyet olmaktan çok, tabiri caizse herkes bir yayıncı gibi fikirlerini, duygularını, düşüncelerini açıklayabiliyor ve bu çok fazla kişiye ulaşıyor ve bu kişiler arasında etkileşim olanağı da var. Yayıncılık dediğimiz şey biraz daha tek boyutlu iken; geldiğimiz noktada çok boyutlu etkileşimli bir süreç yaşıyoruz, Buna da aslında medya diyoruz. Yayıncılıktan medyaya evrilen bir süreç var. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığı için de böyle bir durum söz konusu. Kamu hizmeti yayıncılığı, yayıncılıktan medyaya doğru evrimleşen, Kamu Hizmeti Medyasına (PSB) ---))) (PSM) evriliyor. Ancak Türkçe çevirisinin daha doğru ve maksadını anlatması bakımından Kamu Hizmeti Medyası (PSM) yerine Kamu Medya Hizmeti (PMS) kavramsallaştırılmış. Bu kavramla karşılaşıldığında nasıl çevirisinin yapılacağı düşünülmüş, o dönemde kamu hizmeti medyası yerine kamu medya hizmeti çevirisinin daha anlamlı olacağına karar verilmiş. İşte bu teknik altyapısıyla değindiğimiz konu,

yayıncılıktan medyaya evrim, kamu hizmeti yayıncılığından kamu medya hizmetine olan evrimin de ipucunu verebiliyor bize. Tabi bu sadece teknolojik bir dönüşüm değil, aynı zamanda toplumsal yapıyı da dönüştüren bir şey. Eskiden biraz daha böyle-hani - devlet tekeli- demiştik-biraz daha dönem dönem belki o geleneksel rolden uzaklaşıp, kamu yayıncılığı devlet yayıncılığı şeklinde, biraz daha yurttaş katılımının önde olduğu, daha etkileşimli bir süreç var. Devlet televizyonu olma politikası biraz daha kısıtlanmış durumda. Kamu medya hizmetinin bu boyutunu da görmek gerekiyor.

- Kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamalarında, sizce geçmişe oranla günümüzde nelerin değiştiğini söylemek mümkündür ?

- Edilebilir, net cevap, kesinlikle edilir. Başta söylemiştik kamu hizmeti yayıncılığının temel fonksiyonları; eğlendirmek, eğitmek, bilgi vermek. Aslında yayıncılığın temel fonksiyonuydu bu. Şöyle bir ayırım var: Kamu hizmeti yayıncılığı eğlendirir, eğitir, bilgi verir, Özel yayıncılık; eğlendirir ve nadiren bilgi verir. Devlet yayıncılığı da kendi perspektiğinden eğitir, bilgi verir. Ama kendi bakış açısından. Dolayısıyla kamu hizmetinin herkese erişmek gibi özel sektörün karlı bulmayacağı alanlara girmek gibi bir işlevi de var. Dolayısıyla özel yayıncılık-kamu yayıncılığı rekabeti söz konusu olamaz. Birbirlerine alternatif de olmazlar. Amerika'da biraz daha özel sektör eliyle gelişen bir yayıncılık var. Liberal kuruluşu dolayısıyla Amerika'nın, orada dahi kamu mülkiyetinde olmayan, kamu tarafından kontrol edilmeyen; ancak kamusal hizmet ağıyla çalışan kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı var. Bizden çok farklı. Ne demiştik başta; kamu tarafından yapılan, kamu tarafından finanse edilen ve kamu tarafından denetlenen. Amerika da kamu tarafından yapılmayan, kamunun da mülkiyetinde olmayan bir yayıncılık var. Devlet, kamusal bir kaynak aktarıyor bunlara. Bunlar kar amacı gütmüyorlar. Amerika'yı aslında hiç inceleme imkanım olmadı. Biz

hep TRT-BBC kıyaslamaları yaptık daha çok. Orada da (Amerika) kamu hizmeti yayıncılığının eksikliği hissedilmiş, bunun için farklı bir mekanizma öngörölmüş, eyaletlerde yüzlerce televizyon bu ağı dahil (kamunun destek verdiği mali mekanizma) ve kamudan destek görüyorlar. Ama sahipleri kamu değil, yerel ya da merkezi hükümetler değil, özel yayıncı aslında bunlar, içerikleri kamu üretiyor. Mesela üniversiteler bu sürece dahil. Orda bile böyle bir ihtiyaç var. Amerika da bile böyle bir yapı olduğunu ancak gerçek bir kamu hizmeti yayıncılığına ihtiyaç duyduklarını rahatlıkla belirtebiliriz.

- Avrupa Birliği, Avrupa Yayın Birliği, Asya-Pasifik Yayın Birliği, Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği gibi uluslar arası aktörler kamu hizmeti yayıncılık politika ve uygulamaları konusunda etkin bir rol oynamakta mıdır ?

- Burada sayılan örgütlerin yayıncılıkla ilgili söylediği pek çok şey var. Kamu hizmeti yayıncılığı da bunlardan biri. Hatta ben şöyle birkaç örnek vermek gerekirse; kitle iletişim politikaları konusunda dördüncü Avrupa Bakanlar Konferansı'nda benimsenen kamu hizmeti yayıncılığının geleceğine ilişkin bir karar var. 1994 yılına ait, kamu hizmeti yayıncılığının bağımsızlığının güvence altına alınmasına dair yine 10 adete yaklaşan tavsiye kararı var. 1996 yılına ait, Amsterdam Antlaşmasına(kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin) AB'nin açıklayıcı protokolü var.

Yine kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin Avrupa Konseyi'nin 25 Ocak 1999 tarihli toplantısında, konseyin üye devletlerinin temsilcilerinin onayladığı bildiri var. Avrupa Komisyonu'nun kamu hizmeti yayıncılığında devlet yardımının uygulanmasına ilişkin bir tebliği var. (2001C / 320 / 4 sayılı) Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi'nin kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin 1641 sayılı kararı var. Kültürel ifadelerin korunması ve gelişmesine ilişkin UNESCO sözleşmesi, (2005) Yine Avrupa Konseyi Bakanlar

Komitesi'nin bir bildirisini var. Devletlerde kamu hizmeti yayıncılığının güvence altına alınması konusunda, (2006-Eylül) 2007 yılına ait Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin "Bilgi Toplumunda Kamu Hizmeti'nin Görevi." Tavsiye kararı bu. Ve AB'nin bu alanda temel metni olan "Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi" Burada kamu hizmeti yayıncılığının nasıl yürütüleceği, finansmanının nasıl olacağı, özellikle yeni medya hizmetleri masadayken kamu hizmetinin bunlarla birlikte nasıl yürütüleceği konusunda içerik var. Ancak bu metinlerin çoğu tavsiye niteliğinde, bağlayıcılığı yok.

Bir de şöyle bir durum söz konusu. Kamu hizmeti yayıncılığı dediğimiz de, biraz önce Amerika örneğinde olduğu gibi ülkelerin bu kavramdan anladığı şey farklı olabiliyor. Bu konuda bir örnek vermek gerekirse; 1960'larda pornografi konusunda Amerika'da görülen bir dava var. Pornografi kavramının tanımlanması isteniyor. Yargıç sanığa "Pornografi nedir ?

diye sorunca; sanık, "Tanımlayamam ancak gördüğümde söyleyebilirim" şeklinde bir cevap , veriyor, (I can't define but know when I see it) Kamu hizmeti yayıncılığı da biraz buna benziyor bir bakıma. Sınırlarını net olarak çizmek çok mümkün değil. Dolayısıyla keskin çizgilerle bir kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı açıklamak, tanımlamak, ifade etmek doğru gelmiyor bana. Bu metinlerden bunu da anlamak gerekiyor. Böyle biraz daha bu örgütlerin metinlerine baktığımızda liberal bir bakış açısı olduğunu görüyorum. Daha önceleri eğlendirme, eğitme, bilgilendirme fonksiyonlarının ön plana çıktığı zamanlara göre daha esnek, daha gevşek sınırların olduğu bir noktaya doğru gittiğini söyleyebiliriz, Biraz daha kamu hizmeti yayıncılarının esnemesi gerektiği, biraz daha rekabet edebilir hale gelmeleri gerektiği; yani liberal bir bakış açısıyla yakınsamaları isteniyor özel yayıncılara. Tabii ki işlevlerinden tamamen arınması şeklinde bir yakınsama değil, bu rekabet üzerinden biraz daha piyasanın nabzını tutmak üzerinden. Kamu hizmeti yayıncılığına biçilen bir gömlek, bir rol var. Ama bu bizim perspektifimiz açısından çok da istenilen çizgide değil.

- Bu açıklamalarınıza istinaden BBC'yi çalıştığımızı bildiğim için sormak isterim. Bu kamu hizmeti yayıncılığı yapan kanalların ya da kurumların reklam yayınlaması konusunu BBC-TRT örneği açısından nasıl değerlendirirsiniz ?

- Şöyle; BBC, “Birleşik Krallık” olarak baktığımızda pek çok bölgede yayın yapıyor hal-i hazırda. Galler, İskoçya, İrlanda gibi, farklı belgelerde farklı kitlelere yayın yapan kanalları var BBC'nin, Ve buralarda asla reklam yok. Temel gelirleri vatandaşlardan alınan ruhsat gelirleri. Televizyona sahip olan hanelerden televizyon başına ücret alıyor. 2010'ların başında bu ücret 140 paund civarındaydı yıllık olarak. Ama BBC International gibi uluslararası kanalları reklam alabiliyor. Temel olarak hitap ettiği kitle Birleşik Krallık vatandaşlarıysa onlara en iyi hizmeti sunmak, ihtiyaçlarını en güzel şekilde gidermek BBC'nin temel politikası. Bunun için de onlardan aldığı ruhsat ücretlerinin yeterli olduğu düşünülüyor. Ama BBC International'ın Birleşik Krallık'ın dışı bakan iletişim aracı olarak görülüyor. TRT açısından değerlendirdiğimiz de bu durum, TRT açısından bir eleştiri konusu. Çünkü reklam gelirleri TRT'nin diğer gelirlerine göre çok küçük bir paya sahip. TRT'nin temel gelir kaynakları; radyo-televizyon cihazlarından bir defaya mahsus olarak alınan bandrol ücretleri; oranı bakanlar kurulu aracılığıyla belirlenen şimdi ise-son durumu bilemiyorum, elektrik faturalarından alınan yüzde üçlük bir pay. Yeterli olmazsa genel bütçeden kaynak aktarılabilir. Ya da reklam veya bir takım içerik üretiminden elde edilen gelirler. En öne çıkan iki gelir, bandrol ve elektrik faturalarından alınan pay. Reklam alıyor olması ya da yayınlaması, piyasadaki rakipleriyle rekabete girmesi bir anlamda onun asli vazifeleriyle ilgili kuşku uyandırabiliyor veya enerjisini neden bu alanda harcıyor gibi eleştirilerin yapılmasına neden oluyor. Kanunun zaten finanse ettiği bir yerde, bütün

enerjisini kamu yararı gözeterek kamu hizmeti yayıncılığının geliştirilmesine katkı vermesini beklediğimizi söyleyebilirim.

- **Türkiye deki kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin neler söylemek istersiniz ?**

- Kamu hizmeti yayıncılığı aslında dönüşüyor. 1920'ler de radyo yayıncılığıyla başlayan yayıncılık serüveni, 1960'ların sonunda televizyon yayıncılığının başlaması ve en son 1990'lar dan itibaren de yeni medya diye adlandırılan bambaşka bir noktaya doğru giden bir değişim ve dönüşüm geçiriyor kamu hizmeti yayıncılığı aslında. Ancak şunu belirtmek gerekir ki; bu değişim ve dönüşüm yalnızca teknolojik dinamiklerle açıklarsak eksik bırakmış oluruz. Bu değişim ve dönüşüm politik anlamda ve toplumsal dönüşüm ve bu dönüşümden etkilenen bir kamu hizmeti yayıncılığı uygulama ve politikası olarak da değerlendirmek gerekir. Örneğin; BBC İkinci Dünya Savaşı sonrası Birleşik Krallıkla ilgili yaptığı haberlerde her türlü yaptırım göze alarak bağımsız bir yayın politikası izlemiştir. Türkiye özelinde ise özellikle seçim dönemlerinde TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı adına takınmış olduğu yayın politikası tartışmalıdır. Bu dönemlerde yaptığı yayınlarda özellikle ne kadar tarafsız ve bağımsız, ne kadar kucaklayıcı ve bütüncül bir yayın hizmeti izlediği yıllardır kamu oyununun gündemini meşgul etmiştir.

- **Türkiye bağlamında yeni medya döneminde kamu hizmeti yayıncılık anlayışına/politikasına ilişkin yasal/hukuki düzenlemeler konusunda öncelikle çözümlenmesi gereken sorun alanlarının neler olduğunu düşünüyorsunuz ?**

- TRT'nin temel yasası 2954 sayılı TRT kanunu. Bu kanunun 2018 yılı Temmuz ayında, çok büyük bir bölümü 703 no'lu KHK ile yeniden düzenlendi. Yönetim Kurulu,

Genel Müdür, mali özerkliği ve yapısı, personel rejimi ve istihdam biçimi, denetim gibi çok asli konular yeniden ele alındı.

- **“703 Nolu KHK ye ek olarak başka bir KHK daha çıktı mı? ”**

- Şöyle ki ; 703 no’lu KHK, 2954 sayılı Kanun’a uyum yasası gibi çıkarıldı. Fakat bazı boşluklar ortaya çıktı. Bu boşlukları kapatmak için de CBK’(Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri)lar çıkarılmaya ve Resmi Gazete’de yayımlanmaya başladı. Buradaki sıkıntı bana göre CBK’ların yasaya göre esnek ve çabuk değiştirilebilir olması. İşte TRT gibi çok önemli bir kurum için yapılabilecek ani ya da hızlı değişiklikler ne kadar makul ya da faydalı olur, tartışmalıdır. Meclis bir şekilde bir yasayı çıkarırken teklif, tasarı, komisyon ve genel kurul gibi süreçlere tabi tutarak bir olgunlaşma sürecinden geçiriyordu. Dolayısıyla bu durum, gelinen nokta TRT için sıkıntı oluşturabilir. Bu durum özel yayıncılar için de geçerli. Nitekim 2011 yılında Türkiye’de Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınlarına ilişkin çıkarılan 6112 sayılı kanun, çok önemli görev ve sorumluluklar içermekte. Mesela “tarafsızlık ilkesi” kamu - özel bütün yayıncılar için ön görülen bir temel ilkedir. Yani hiçbir yayıncı 6112’ye göre “Ben şu siyasi partinin leh ya da aleyhte taraftarlığımı yapacağım” diyemez. Seçim dönemlerinde özellikle hiçbir şekilde diyemez. Özellikle TRT bir kamu yayıncısı olarak bil hassa bu ilkeye dikkat etmesi gerekir. Sonuçta TRT bizim çok önemsedığımız bir kurum. Neticede bu dönüşüm yayıncılık alanında kaçınılmaz şekilde yaşanıyor. TRT de bu sektörün bir parçası ve umarım bu değişim ve dönüşüm TRT adına, kamu adına büyük fayda sağlar diye umuyorum.

- Bu dönüşümün boyutlarını biraz daha açarsanız nasıl örneklendirirsiniz ?

- Şöyle; o etkileşimin boyutunu görüp aksayan ve işleyen tarafları tespit etmek gerekiyor ki; zaten yasal düzenlemeler bu parametrelere göre arkadan gelir. Biz teknoloji boyutuyla biraz geriden takip ediyoruz bu süreci. Pek çok Avrupa ülkesinde bu işler bu açıdan önde. İşte onlar bu dönüşümü sindirmeye çalışıyor. Hem kamu otoritesi hem de kamu yayıncısı. Bu anlamda TRT de bu süreci yaşıyor. İşte farklı kesimlere sunduğu hizmetlerle, teknolojik alt yapısını dönüştürmesi, HD yayınların öncüsü ve başlatıcısı bir okul gibi aynı zamanda. Yani yayıncılıktan medyaya evrilişte TRT iyi bir laboratuvar. Ben kişisel olarak kamu hizmeti yayıncılığının kamu medya hizmetlerine evrildiğini görüyorum. Ancak yaptığımız eleştirileri de saklı tutarak bu değişim ve dönüşümün yaşandığını söyleyebilirim.

En başta yazının icadıyla mülakatımıza başlamıştık. Yazılı, basılı dönem diye. Bu süreç önceleri seyrek aralıklarla dönüşürken şimdi çok sık aralıklarla dönüşüyor. Özellikle uluslararası platformlarda (AB, EBU, ABU, ITO) bu süreç tartışılıyor. Ben 2007 yılında başlamıştım Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu'na. O dönemde kamu hizmeti yayıncılığı tartışılırken kamu medya hizmeti kavramı gündeme gelmişti. Ve Avrupa bu değişim ve dönüşümü çok daha önceden tartışmaya başlamıştı. Teknolojik dönüşüm biraz daha sosyolojik dönüşümün önünde geliyor. Cathup Tv, Paper View gibi başka başka uygulama ve platformları var. En son internet ortamından yapılan yayınlarla ilgili yönetmelik çıktı, RTÜK ve BTK'nin ortak yönetmeliği. Artık bir dönüşüm süreci söz konusu.

ÖZET

Geleneksel medya, yeni medya, kamusal alan, kamu hizmeti yayıncılığı, yöndeşme ve kamu medya hizmeti gibi kavramlar; yeni iletişim çalışmaları kapsamında ele alınan teori ve kuramlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılması planlanan çalışmada geleneksel medya- yeni medya ilişkisi irdelenerek; kamu hizmeti yayıncılığının geldiği nokta, iletişim ortamının doğasının değişmesi, iletişim mecralarının çeşitlenmesi, teknolojik belirlenimcilik, neo-liberal politikaların iletişim sistemlerine etkisi, birey-toplum, birey-devlet hiyerarşisinin evrilmesi gibi noktalar göz önüne alınarak kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim ve dönüşümün boyutlarına ve ortaya çıkardığı muhtemel sonuçlara odaklanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Medya, Yeni Medya, Kamusal Alan, Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Yöndeşme ve Kamu-Medya Hizmeti

ABSTRACT

In this study, terms like traditional media, new media, public sphere, public service broadcasting, convergency and public media service are tried to be explained with theories in new communications studies. In this research, the relation between traditional and new media is examined. The extent of the change and transformation in public service broadcasting are mainly focused, by taking several points into consideration, such as; current situation of public service broadcasting, change of the nature of communication atmosphere and sphere, technologic determinism, the effects of neo-liberal politics on communication systems, and evolution of the hierarchy between person-society and person-state.

Key Words: Traditional Media, New Media, Public Sphere, Public Service Broadcasting, Convergency and Public Media Service