

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

BOSNA – HERSEK’TE İLETİŞİM POLİTİKALARI

Yüksek Lisans Tezi

Amir VRHOVAC

Ankara-2014

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI

BOSNA – HERSEK’TE İLETİŞİM POLİTİKALARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Amir VRHOVAC

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Funda Başaran Özdemir

Ankara – 2014

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik 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 ederim. (07/ 05/ 2014)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin

Adı ve Soyadı

ÖZET

İletişim politikaları gelişen yeni iletişim teknolojileri ile önem kazanmaktadır. Ekonomik ve ticari yönlerinin iletişim sektöründe ağır basması sonucunda iletişim politikalarında da yeni amaç ve hedeflerin belirlenmesi zorunlu olmuştur. Bosna – Hersek, 1990’larda meydana gelen sosyalizmin yıkılışı ve ardından kanlı bir savaşın ortaya çıkması, iletişim politikaları açısından kritik önem taşımaktadır. Uluslararası aktörlerin ülke içinde nihai sivil otoriteyi temsil etmesi, iletişim politikalarının yapılması ve uygulanması süreçlerini de etkilemiştir. Bu çalışmada Bosna – Hersek’teki ekonomik, siyasi ve toplumsal gelişmelerin iletişim politikaların tasarlanmasını ne yönde etkilediği, hangi aktörlerin sürece dahil olduğu ve ne gibi sonuçları getirdiği gibi sorular üzerinde çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Bosna – Hersek, Uluslararası Camia, Medya, Telekomünikasyon

ABSTRACT

With the developement of the new communication technologies, the importance of the communication policies has grown fast. With the growing influence of economy and business inside the communication sector, it became necessary to set a new set of goals and perspectives of communication policies as well. Bosnia and Herzegovina, in it's short history as independent state, has gone trough transition from socialism to market economy and a four year ethnic war, and these two developements had enourmous influence in shaping countries communication policies. As a direct result of these historical developements, international community has taken a big role in shaping the future of BiH. Aim of this thesis is to answer questions like how these historical economic and social developements influence communication policies and most of all which actors took the main role in shaping these communication policies.

Key Words: Communications, Bosnia and Herzegovina, International Community, Media, Telecommunications

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER

ÖZET

ABSTRACT

KISITLAMALAR

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM POLİTİKALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE KURUMSAL ÇERÇEVE

1.1. NORMATİF TEORİ VE MEDYA SİSTEMLERİ	22
1.1.1. Liberal Kuram	24
1.1.2. Toplumsal Sorumluluk Kuramı	27
1.2. MEDYA POLİTİKASININ TEMEL UNSURLARI	32
1.2.1. Medya Politikalarının Aktörleri	32
1.2.2. Medya Politikasının Temel Araçları	34
1.2.3. Medya Politikasının Temel Amaçları	36
1.3. KAMU YARARI.....	37
1.3.1. Siyasi Refah	40
1.3.1.1. İfade Özgürlüğü.....	41
1.3.1.2. Medya Çoğulculuğu.....	43
1.3.1.3. Erişim.....	45
1.3.2. Toplumsal Refah	48
1.3.3. Ekonomik Refah	50

1.4. DEĞİŞEN DÜNYA EKONOMİSİ, ENFORMASYON TOPLUMU VE İLETİŞİM POLİTİKALARI	51
--	----

İKİNCİ BÖLÜM

BOSNA – HERSEK’TE İLETİŞİM POLİTİKALARI

2.1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ VE İLETİŞİM POLİTİKALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ	59
2.1.1. 19 yy İkinci Yarısında Kitle İletişim Araçlarının Yayılması.....	61
2.1.2. Sosyalist Yugoslavya’da İletişim Sektörü	66
2.1.3. Özelleştirme Süreci ve Piyasa Ekonomisine Eklemlenme Sürecinin Başlaması	70
2.1.4. Savaş Dönemi	72
2.1.4.1. Bir Askeri Hedef Olarak İletişim Altyapısı.....	72
2.1.4.2. Bir Propaganda Aracı Olarak Medya.....	73
2.2. BAĞIMSIZ BOSNA – HERSEK VE YENİDEN YAPILANMA DÖNEMİ. 76	
2.2.1. Dayton Barış Anlaşması	77
2.2.2. Uluslararası Kuruluşların Medya Müdahalesi	79
2.2.2.1. OBN ve FERN Deneyimleri.....	80
2.2.2.2. MEC - Medya Uzmanlar Komisyonu.....	81
2.2.3. Yüksek Temsilci Ofisi ve Bonn Kararları	83
2.2.4. İMC – Bağımsız Medya Komisyonu	86
2.2.5. İletişim Yasası.....	88
2.3. RAK – İLETİŞİM DENETLEME AJANSI.....	93
2.3.1. Ticari Yayın Sektörünün Temel Düzenlemeleri.....	97
2.3.2. Telekomünikasyon Sektörü Temel Düzenlemeleri.....	102
2.3.3. Basın Sektörünün Düzenlenmesi	104

2.4. KAMU YAYINCILIK SEKTÖRÜ	106
2.4.1. Kamu Yayıncılık Sistemine Giden Yol	108
2.4.2. Kamu Yayıncılık Sistemi	110

3. BOLÜM

BOSNA – HERSEK İLETİŞİM POLİTİKALARI: TEMEL DİNAMİKLER, AKTÖRLER, AMAÇLAR VE SONUÇLAR

3.1. BOSNA – HERSEK İLETİŞİM POLİTİKALARINI ETKİLEYEN TEMEL TARİHSEL DİNAMİKLER	114
3.1.1. 1992 – 1995 Savaşı	116
3.1.2. Ekonomik ve Siyasi Olarak Kapitalizme Eklemlenme Süreci	117
3.1.3. Avrupa Birliği Üyeliği Müzakere Süreci	119
3.2. İLETİŞİM POLİTİKALARININ TEMEL AKTÖRLERİ	121
3.2.1. İletişim Politikalarının Oluşturulması Sürecinin Aktörleri	122
3.2.2. İletişim Politikalarının Uygulanması Sürecinin Temel Aktörleri	125
3.2.2.1. RAK	124
3.2.2.2. Bosna-Hersek İletişim Bakanlığı ve Entite Bakanlıkları	127
3.2.2.3. Basın Komisyonu	128
3.3. İLETİŞİM POLİTİKALARININ TEMEL AMAÇLARI	130
3.4. İLETİŞİM POLİTİKALARININ UYGULANMASI SÜRECİNDE AÇIĞA ÇIKAN SORUNLAR/SONUÇLAR	134
3.4.1. Temel Siyasi Ve Toplumsal Koşullar	136
3.4.1.1. Devletin Karmaşık Siyasi Yapısı	135
3.4.1.2. Demokratik Kurumların Oturmaması	136
3.4.1.3. Yolsuzluk Sorunu - Hapsedilmiş Devlet	138
3.4.1.4. Komünizm Geçmişi ve Bugüne Etkisi	139
3.4.2. İletişim Politikalarının Uygulanmasında Çıkan Temel Sorunlar	141

3.4.2.1. Kamu Yayıncılık Sektörü Sorunu.....	141
3.4.2.2. Medya Çoğulculuğu ve Medya Sahipliği.....	143
3.4.2.3. Sayısallaşma Projesi.....	146
3.5. DEĞERLENDİRME YA DA BİR BÖLÜNÜMLÜK HİKAYESİ	149

SONUÇ

KAYNAKÇA

KISITLAMALAR

AB – Avrupa Birliği

ABD – Amerika Birleşik Devletleri

AGİK – Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Konferansı

AİHM – Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi

AİHS – Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi

BHT – Bosna – Hersek Radyo Televizyonu

DPA – Dayton Barış Anlaşması

FBİH – Bosna – Hersek Federasyonu

FTV – Bosna – Hersek Federasyonu Radyo Televizyonu

İMC – Bağımsız Medya Komisyonu

MEC – Medya Uzmanlar Komisyonu

OHR – Yüksek Temsilcilik Ofisi

PİC – Barış Uygulama Konseyi

RS – Sırp Cumhuriyeti

RTRS – Sırp Cumhuriyeti Radyo Televizyonu

SFRY – Sosyalist Federatif Yugoslavya Cumhuriyeti

GİRİŞ

İletişim politikaları araştırmaları, özellikle son dönemlerde, sektörün hızlı büyümesiyle ve toplumsal ve siyasi, ve de özellikle ekonomik anlamda öneminin artmasıyla birlikte, büyük önem kazanmıştır. Bunun yanında, sektörün genişlemesi ve yöndeşmesi ile birlikte, alanı ilgilendiren düzenlemelerin de çoğalmasıyla, iletişim politikaların belirlenmesi ve doğru bir şekilde saptanması her gün zorlaşmaktadır.

İletişim sektörü, elektronik medya ve özellikle telekomünikasyon sektörü, son otuz yıl içerisinde ciddi anlamda bir patlama yaşamaktadır. Dünya endüstrisinin en önemli ve en hızlı gelişen dallarından biri olan bu sektör, bir ülkenin toplumsal ve ekonomik gelişmesinin önemli ayağı haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasından itibaren, veya daha doğrusu toplumsal ve siyasi etkisi keşfedildiğinden itibaren, bu alan devletler tarafından kontrol altına alınmaya çalışılmış, farklı şekillerle düzenlenmiştir. İletişim sektörünü şekillendiren ve sınırlarını çizen bu düzenlemelerin toplamı, iletişim politikaları olarak ifade edilebilir. İletişim politikaları, tarih boyunca farklı dönemlerden geçerek, değişen siyasi, toplumsal veya ekonomik koşullara bağlı olarak değişim göstermiştir. Aynı anda, farklı ülkelerin farklı yapısal ve ideolojik koşulları, iletişim politikaların ülkeden ülkeye değişim göstermelerine neden olmuştur.

İletişim politikaları, en basit şekilde bir devletin iletişim alanını düzenleyen kuralların toplamı olarak ifade edilebilir, fakat ne devlet tek aktör olmakta, ne de bu kurallar o kadar kolay belirlenebilmektedir. Özellikle bugünkü iletişim politikaların belirlenmesinde, devletin yanında, birden çok önemli aktör daha bulunmaktadır.

Bunların başında farklı ekonomik güçler gelmekte, devasa uluslararası medya şirketleri, farklı lobiler vs. Devlet ve iş dünyası bu alanda adeta birbirine rakip olarak hareket etmektedir. Devlet bu alanı olabildiğince çok kontrol etmeye çalışırken, iş dünyası ise de regülasyonu ve serbest ticaret piyasasının kurulmasını tercih etmektedir. McQuail ve Cuilenburg'un deyişiyle iletişim politikaları, devlet ve iş dünyası çıkarlarının birbirindeki rekabet sonucunda belirlenmektedir.

1980'li yıllarda başlayan neo liberalizm süreci çerçevesinde, iletişim politikaları alanında da bir değişim gerçekleşmiştir. Sektör içinde serbestleşme ve de - regülasyon ile birlikte, sektörün ekonomik yanı öne çıkmıştır. Bundan sonraki dönemde iletişim politikalarında ekonomik değerlerin ve mantığının hakim olduğu görülmektedir. Özellikle Soğuk Savaş'ın bitmesi, bu mantığının ve kapitalist değerlerinin tüm dünyaya yayılmasını mümkün kılmıştır. Serbest piyasa, ifade özgürlüğü, medya çoğulculuğu, kar maksimizasyonu gibi liberal kapitalist demokrasilerin değerleri, dünyanın kalanına iletişim politikalarında alternatif olmaya en iyi yol olarak empoze edilmiştir.

Batının, yani ABD ve AB'nin bu girişimi, belki de en iyi şekilde Orta ve Doğu Avrupa eski komünist ülkelere yapılan "medya müdahalesi" olarak gösterilebilir. Komünizmin yıkılışı ve bölgenin demokratik kapitalist sisteme eklemlenmesi sürecinde, medyanın kritik rol oynayabileceği fikri, uluslararası toplumu iletişim alanında aktif bir aktör olarak rol alıp, bu ülkelere kendi iletişim sistemlerinin benzerlerini kurma yoluna itmiştir. 1990'lı yıllarına damga vuran bu süreç, Batı ülkelerinde yüzyıllar süren değişiminin 10 yıllık bir sürede gerçekleştirilmesini öngörüyordu.

Balkanlarda bulunan ve eski Yugoslavya'nın bir parçası olan Bosna - Hersek de bu sürecin en belirgin örneklerinden biridir. Yugoslavya'nın dağılışı, komünist sistemin çöküşü ve ardından ülkenin dört yıllık kanlı bir etnik savaşa sürüklenmesi, ülkeyi ekonomik, toplumsal ve siyasi anlamda tamamen yıpratmıştır. Bölünme eşğine gelen Bosna - Hersek'e, başta ABD ve AB olmak üzere, uluslararası toplumun müdahalesi meydana gelmişti. Amacı savaşı durdurmak ve daha fazla kişinin öldürülmesini önlemek olan bu uluslararası müdahale, 1995 yılında imzalanan Dayton Barış Anlaşmasının yürürlüğe girmesiyle başarıyla sonuçlanmıştır. Yine de, etnik açıdan fazlasıyla bölünmüş bir ülkenin uluslararası desteği olmadan ayakta kalması ve Dayton'da kurulan düzenin oturması mümkün değildi. Bu yüzden savaş sonrası yıllarda da uluslararası aktörler, barışın korunması adına, Bosna - Hersek'te adeta bir 'manda' sistemini kurmuş, ve ülke içindeki toplumsal, ekonomik ve özellikle siyasi süreçlerini kendi kontrolü altına almıştır.

Bu çalışmada görüleceği gibi, Bosna - Hersek'in bundan sonraki süreçte, her alanda uluslararası toplumun inisiyatifi olmadan, tüm süreçlerin tıkadığı görülmektedir. Dayton Barış Anlaşması çerçevesinde, tarafların anlaşmaya saygı duymaları ve onu uygulamalarını gözetmek amacıyla, uluslararası toplumu temsil eden, Yüksek Temsilcilik Ofisi kurulmuştur. Bu kurum, geniş yetkileriyle ve büyük uluslararası desteğiyle, dünyada nadir görülen kurumlarından. Yasa koymak veya seçilmiş kamu görevlilerini görevden alma gibi yetkilerle donatılmış olan bu kurum, kısa bir süre içerisinde, ülke içinde en yüksek siyasi otorite konumuna gelmiştir. Bu kurum sayesinde, uluslararası toplum, Bosna - Hersek'te belirleyici siyasi aktör olmuş, ve ilerdeki yıllarda ülkenin kaderini önemli ölçüde şekillendirmiştir. Anayasa, yargı sistemi reformu, ordu reformu ve buna benzer önemli reformların çoğu,

Yüksek Temsilcilik tarafındaki girişimler sonucunda yapılmıştır. Yüksek Temsilcilik Ofisinin en etkili olduğu konulardan biri de hiç kuşkusuz iletişim sektörünün reformu olmuştur. Uluslararası toplumun, Bosna - Hersek'teki medya müdahalesi, büyüklüğü ve niteliği açısından tarihe geçecek niteliktedir. Serbest ve çoğulcu medyanın demokrasinin oturması için olmazsa olmaz koşulu olması fikri üzerinde kurulan uluslararası toplumun iletişim sektörü reformu, Bosna - Hersek'te yepyeni bir iletişim sisteminin kurulmasıyla sonuçlanmıştır.

Bosna – Hersek, bir çok açıdan, kendine has sisteme ve kurumlara sahip bir devlet örneğini teşkil etmektedir. Uluslararası literatürde ‘sui generis’ olarak da adlandırabilecek bu durum, iletişim politikaları araştırmaları açısından önemli bir çalışma konusu olmaktadır. Ülkenin yakın tarihte savaş yaşaması, toplumun etnik açıdan bölünmüş olması, piyasa ekonomisinin gelişmemiş olması, güçlü uluslararası müdahalesinin yaşanması ve komünizm geçmişi gibi özellikleri, Bosna – Hersek’in iletişim politikalarının araştırılması, genel olarak da bu alan için önemli sorulara cevap verebilir veya bazı yeni tartışmaları alevlendirebilir.

Bu çalışma, yukarıdaki satırlarda da kısaca anlatılan iletişim politikaları ve iletişim sektöründe yaşanan bu dönüşüm içerisindeki Bosna – Hersek iletişim politikalarını saptamaya çalışacaktır. Amacımız, genel olarak iletişim politikalarının temel unsurlarını saptayıp, Bosna – Hersek iletişim politikalarını bu unsurlara göre tartışmaktır. Başka bir ifade ile, Bosna – Hersek iletişim politikaları, uluslararası standartlara göre, nasıl bir konumda bulunduğu sorusuna cevap vermeye çalışılacaktır.

İletişim politikalarının içinde geliştikleri tarihsel süreçler kritik önem taşımaktadır. Farklı ekonomik, toplumsal veya siyasi koşullar, farklı iletişim politikalarının, farklı değer ve amaçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bizim amacımız, Bosna – Hersek iletişim politikalarının temel unsurlarını saptamak amacıyla, öncelikle bu politikaların içinde geliştiği temel tarihsel süreçlerin neler olduğu sorusunu cevaplamak olacaktır. Başka bir ifade ile, iletişim politikalarını etkileyen ve şekillendiren temel siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel süreç ve koşullarını saptamak, bu çalışmanın en önemli amaçlarından biridir.

Bunun yanında, iletişim politikaların değerleri ve amaçların saptanması açısından belirleyici rol oynayan iletişim politikaları aktörleri de büyük önem taşımaktadır. Bosna – Hersek iletişim politikalarının şekillendirilmesinde rol alan tüm aktörleri, veya en önemli olanları saptanmaya çalışılacaktır. Bu alanda özellikle politika belirleyici aktörlere önem verilecektir. Uluslararası toplumun müdahalesi altında bulunan Bosna – Hersek’in iletişim politikalarında bu uluslararası toplumun rolü ne olduğu sorusu gerçekten ilgi çeken bir sorudur. Onun için büyük bir titizlikle farklı uluslararası toplum üyelerinin Bosna – Hersek iletişim politikalarının şekillendirilmesinde nasıl bir rol aldıkları, ve bunun iletişim politikalarına nasıl yansıdığı sorusu cevaplanmaya çalışılacaktır.

Üçüncü olarak, Bosna – Hersek’in eski komünist bloku üyesi olarak, uluslararası toplumun ‘medya müdahalesine’ dahil olduğu söylenmiştir. Bu çalışmada, Bosna – Hersek’e nasıl bir müdahalede bulunulduğu ve bunun diğer Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine göre hangi fark veya benzerlikler gösterdiği tartışılacaktır. Genel olarak komünizmden kapitalizme barışçıl bir şekilde geçiş yapan Doğu ve Orta Avrupa ülkeleri ile Bosna – Hersek’in savaş tecrübesi, medya

müdahalesi ve sonrasında gelişen iletişim politikalarına nasıl yansıdığı ve hangi farklı sonuçları getirdiği sorular cevaplanmaya çalışılacaktır.

Son olarak, ama belki de en önemli olan soru ise, uluslararası toplumun, yani özellikle ABD ve AB'nin girişimleri ve kendi değer sistemlerini empoze etmeye çalışmaları, Bosna – Hersek'teki iletişim politikaları üzerinde ne tür sonuç bıraktığı tartışılacaktır. Bosna – Hersek iletişim sektörü ve genel olarak toplumu bu empoze edilen değerlere nasıl uyum sağladığı, veya daha doğrusu uyum sağlayıp sağlamadığı sorusu tartışılacaktır.

Çalışmanın konu ve amacına uygun olarak bu çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bir durum saptaması olan bu araştırmada iletişim politikalarının temel belgeleri niteliğinde olan yasalar, hükümet kararları, ilgili bakanlıkların resmi politika belgeleri vs. gibi farklı dokümanlar incelenmiştir. Bunun yanında da tarihsel modele başvurulmuştur. Belli bir olayın veya olgunun günümüzdeki etkilerini araştırmaya yönelik bu araştırma tekniği ile geçmişte meydana gelen bazı olgu ve süreçlerin iletişim politikaları üzerinde nasıl bir etki bıraktıkları ve ne ölçüde belirleyici oldukları incelenmiştir. İletişim politikaları açısından büyük önem taşıyan tarihsel süreçlerin ne yönde geliştiğinin doğru bir şekilde saptanması bu çalışmanın amacı için son derece büyük önem taşımaktadır. Araştırmanın amacına ve konusuna uygun olarak bu konu ile ilgili uzmanlaşmış ve tanınmış uzman kişilerin çalışmalarına başvurularak, ortak ve ayrıma yönleri saptanmaya çalışılmıştır. Tarihsel koşullar ve içinden gelişen iletişim politikalarının normları ve değerleri arasındaki neden – sonuç ilişkilerini saptamak amacıyla da açıklayıcı araştırma modeli de kullanılmıştır.

Birinci bölümde, genel olarak iletişim politikalarının temel unsurlarından, yani aktör, amaç ve araçlarından bahsedilecektir. Bu şekilde Bosna – Hersek iletişim politikalarını içine yerleştirebileceğimiz genel bir çerçeve oluşturulmaya çalışılacaktır. İkinci bölümde ise, Bosna – Hersek iletişim politikalarının içinde geliştiği tarihsel süreçler incelendikten sonra, Bosna – Hersek’te bugün yürürlükte olan yasa ve diğer düzenlemeler, iletişim politikalarını uygulayan kurumlar ve diğer aktörler incelenecektir. Son bölümde, bir değerlendirme niteliğinde, iletişim politikalarının temel aktörleri ve amaçları, bunların içinde geliştikleri temel tarihsel süreçler tartışılacaktır. Bunun yanında, uygulanan iletişim politikaları sayesinde nasıl bir iletişim sektörü ortaya çıktığı kısa bir sektöre bakışı ile gösterilecektir. Yani bu şekilde uygulanan iletişim politikalarının amaçları ve sonuçları arasında bir bağ kurulmaya çalışılacak, daha doğrusu uygulanan politikalarının amaçlarına ulaşip ulaşmadığı sorusu cevaplanmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM POLİTİKALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE KURUMSAL ÇERÇEVE

Kamu politikaları, belli bir niyetle yapılır. Önceden belirlenmiş amaçları tamamlamak ve belli toplumsal sorunları çözmek için tasarlanır. Genel olarak politika, bir hükümetin neyi gerçekleştirmek istediği veya istemediğinin ana göstergesidir. Kamu politikaları ise bundan daha spesifik bir terimdir ve belli bir toplumsal sorunu çözmeye niyetli uzun süren bir eylem planıdır. Aynı şekilde kamu politikası, bir siyasi sisteminin ana çıktısı olarak da düşünülebilir (Knill & Tosun, 2008, s. 496). Medya politikası da bir kamu politikasıdır.

Bir ülkenin medya sektörünün veya medya sisteminin temel özelliklerini, işleyişini, kurallarını belirleyen o ülkenin medya politikalarıdır. İlk iletişim araçlarının ortaya çıkışından itibaren devletler, herhangi bir alan gibi bu alanı da denetim altına almaya çalışmış, alanın genel düzenlemelerini toplum adına yapmayı görev saymıştır.

Doğru politikaları belirlemek kritik önemdedir. Politikalar bir medya sisteminin doğasını ve davranışlarını pozitif veya negatif olarak değiştirebilir. Bu politikalar medya sisteminin içindeki hataları düzelterek toplum için en yararlı duruma getirebileceği gibi bir çok istenmeyen sonuç da doğurabilir ya da medya sistemi üzerinde ciddi ve onarılması güç sonuçlara neden olabilir.

Kitle iletişimi, piyasa koşullarında firmaların kar amaçlı etkinliklerine indirgenemeyecek kadar, sosyal, kültürel ve politik açıdan önemlidir. Medya, insanın

temel haklarından olan haber alma, haber iletme ve düşünceyi ifade etme/yayma özgürlüğünü ilgilendiren, çoğulculuğun sağlanmasının güvence altına alınması gereken bir alan olarak kavranmalıdır. Çünkü modern toplumlarda, bilginin elde edilebilirliği ile birlikte elde edilen bilginin niteliği, bireylerin politik ve ekonomik konularda doğru karar verebilmeleri için gerekli olan en önemli unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, medya politikaları ekonomideki diğer sektörlerden farklı olarak “bilgi” üreten medya sektörünün yapısı ve işleyişine ilişkin bir tartışma alanı olarak ilk günlerden beri devam etmektedir. Bu alanı anlamaya çalışan çoğu araştırmacı ve akademisyen, medya politikalarının bir araştırma alanı olarak tanımlanmasının ve genel kurallarının konulmasının güç olduğu konusunda birleşmektedir. Böylece çoğu akademisyen çalışmalarının hemen başında medya politikasının sadece bir alan olmadığı, bir çok farklı alanının, bir çok farklı politikanın birbirini tamamladığı bir alan olduğunu söylerler.

Günümüzde ise bu tartışma daha farklı nitelikler kazanmıştır. Teknolojik gelişmeyle birlikte yeni iletişim araçlarının ve dolayısıyla da yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkması medya politikaları alanını daha karmaşık bir hale getirmiştir. Philip Napoli örneğin, medyanın sadece bir çok farklı politikadan etkilendiği bir alan değil, bu politikalarının arasındaki sınırların kesin olmadığı, bunların arasındaki farkların kolayca belirlenmediği ve arasındaki sınırların bulanıklaştığını belirlemektedir (Napoli, 2007, s. 2). Makalenin devamında Napoli, bu bulanıklığın özellikle yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle ve iletişim teknolojilerinin yöndeşme, sayısallaşma veya küreselleşme süreçleriyle daha da arttığını söylemektedir. Cuilenburg ve McQuail da yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte iletişim araçlarının farklılaştığı ve çoğaldığını, böylece

‘enformasyon toplumlarında’ iletişimin gücünün arttığı ve iletişimin bu toplumların merkezine yerleştiğini söylerler. Böylece medya politikaları veya onların dediği biçimiyle, iletişim politikalarını belirlemek ve doğru temeller üzerine oturtmak daha da zor hale gelmektedir (Cuilenburg & McQuail, 2010, s. 183). Sandra Braman da yukarıda sayılan problemleri sıraladıktan sonra, medya alanının genişlemesi ve sınırların bulanıklaşması nedeniyle son yıllarda medyayı ilgilendiren ve şekillendiren çok sayıda yeni yasa ve düzenlemenin yapıldığını ve bunların arasından medya politikalarını ayırt etmenin zor olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre literatürde bu alanı belirlemeye çalışan bir çok eser bulunmasına rağmen, bunların faydalı olabilmesinin yolu medya politikaları alanını anlaşılabilir, teoriye dayalı, metodolojik çalışmaya müsait ve yasaya çevrilebilir kılmaktır (Braman, 2004, s. 153).

Medya alanının bugünlerde çok genişlediği, iletişim araçlarının değiştiği ve çoğaldığı, dolayısıyla da iletişimin doğasının da değiştiği, onun için alanın yeni bir tanımlamaya ihtiyaç duyduğu konusunda, akademisyenler arasında fikir birliği vardır. Bir çok akademisyen, medya politikası teriminin eksik kaldığı, telekomünikasyon ve enformasyon teknolojilerini dışarıda bıraktığı gerekçesiyle artık medya politikasından değil, iletişim politikasından bahsetmemizin daha doğru olacağını söylerler. Cuilenburg ve McQuail, iletişim ve medya sektöründeki teknolojik ve ekonomik yöndeşme nedeniyle 20 yy sonunda artık medya politikasının iletişim politikasına dönüştüğünü tartışmaktadırlar. Medya düzenlemesi, telekomünikasyon düzenlemesinden ayrılamaz hale gelmiş ve bu nedenle bir çok ülkede iletişim bakanlıkları kurulmuştur (Cuilenburg & McQuail, 2010, s. 197).

Günümüzde iletişim politikasının sınırları genelde geniş tutulmaktadır. İletişim politikası hem kitle iletişimini hem de telekomünikasyonu içermekte, sayısal

ve sayısal olmayan, eski ve yeni, kamuya ait olan ve olmayan medyayı kapsamaktadır. Bu şekilde iletişim politikası bir toplumun tüm iletişimini kapsamaktadır (Cuilenburg, 1999, s. 183). Cuilenburg makalesinde daha ileri giderek bu toplumun tüm iletişimi ne demek sorusuna da cevap vermektedir. Ona göre bir toplumsal iletişim sisteminin tamamı üç öğeden oluşmaktadır. Bunlar iletişim altyapısı, dağıtım hizmetleri ve iletişim hizmetlerinin içeriğidir. Yani buradan çıkarabileceğimiz sonuç, tüm bunların, yani bir toplumun tüm iletişimi, kamu veya özel, elektrik veya elektrik olmayan, kullanılan teknoloji ve araçlar fark etmeksizin iletişim politikasının konusudur.

1.1. NORMATİF TEORİ VE MEDYA SİSTEMLERİ

Tarih boyunca düşünürler medyanın nasıl düzenlenmesi gerektiği konusunda kafa yormuşlardır. Yapılan çalışmaların çoğunda medyanın toplumdaki rolü göz önüne alarak devletin medyaya karşı tutumunun ne olması gerektiği tartışılmıştır. Bu çalışmalarda ortaya atılan kuramların büyük çoğunluğu var olan medya sistemlerinin ampirik araştırmalarının analizine göre yapılmamıştır, daha çok hemen hemen hepsi medya sisteminin nasıl olduğuna değil, nasıl olması gerektiğine dair cevaplar verilmeye çalışılmıştır.

Genel olarak medya tarihine baktığımız zaman, iki tane ağırlık kazanan teoriden, Liberal ve Toplumsal Sorumluluk teorisinden bahsetmemiz mümkündür. En dar anlamda Liberal Kuram medyanın serbest olması gerektiği ve devletin medyaya müdahalesinin asgari düzeyde olması gerektiğini savunmaktadır. Diğer yandan Toplumsal Sorumluluk Kuramı ise medyanın topluma karşı sorumluluğunun

bulunduğu ve devletin iletişimi bir kamu hizmeti olarak algılaması ve özel sektör sürece dahil olduğuunda ise alanı sıkı bir regölasyona tabi tutması gerektiğini söylemektedir.

Normatif Kuram'ın temelini oluşturan ilk kapsamlı çalışma, Siebert, Peterson ve Schramm tarafından yazılan *Four Theories of the Press* kitabıdır. 1956 yılında yazılan bu kitap, normatif anlamda dört tane teoriden bahsedilebileceğini söylemektedir (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956). Bunlar Otoriter, Liberal, Toplumsal Sorumluluk ve Sovyet Komünist medya kuramlarıdır. Bu kitap var olan sistemleri sınıflandırıyor olsa da, asıl olarak medya sisteminin nasıl nasıl olması gerektiğine cevap vermeyi amaçlamaktadır. Denis McQuail ise, 1987 yılında medya teorilerini altı başlık altında sınıflandırmıştır. Yukarıdaki dört kuramı kabul etmekle birlikte, onların değişen medya koşullarına ayak uyduramayacaklarını düşünerek Medya Gelişme Kuramı ve Demokratik Katılımcı Kuramı da eklemiştir. McQuail bu çalışmasında ayrıca var olan herhangi bir medya sisteminde bu kuramların hiç birinin saf halleriyle uygulanmadığını hatırlatmaktadır.

Four Theories of the Press medya ve toplum arasındaki bağlantıyı iyi kavramsallaştırdığı söylenmektedir (Karadağ, 2012, s. 9). Fakat eleştiriler de yok değildir. Normatif kuramlara en güçlü eleştirilerden biri Hallin ve Mancini tarafından yapılmıştır. Hallin ve Mancini, *Comparing Media Systems* (Medya Sistemleri) isimli kitaplarında, normatif kuramların dünyadaki medya sistemlerinin neden böyle olduklarına cevap vermediğini söylemektedirler. Onlara göre normatif teori bir çok açıdan eksik kalmıştır. Bunun en önemli nedeni ise tüm tasarlanan teorilerin etnosentrik olması ve sadece bir devletin veya toplumun tecrübelerine göre tasarlanmış olmasıdır (Hallin & Mancini, 2004).

Onun için ilerdeki sayfalarda daha ayrıntılı tartışılacağı üzere, Hallin ve Mancini kendi analizlerine girişmişler, ama bu kez değişik sistemleri inceleyerek kurdukları üç tane medya sistem modelini geliştirmişlerdir. Bunlar Liberal, Toplumsal Demokratik ve Akdeniz modelleridir.

Bizim çalışmamızın amacı açısından burada tüm normatif teorileri tek tek incelememiz mümkün değildir. Burada modern Batı demokrasisi açısından ve tarih boyunca Batı ülkelerinde hakim olan iki önemli teori tartışılacaktır. Liberal kuram en eski ve Batı düşünce geleneğinde uzun bir geçmişe sahip olan kuramdır. Toplumsal Sorumluluk Kuramı ise Liberal Kuramın eksikliklerini gidermek üzere ortaya çıkmıştır. Dünyanın çoğu demokratik ülkesinde medya sistemi bu kuramlar veya bunların bir karışımı üzerinde kurulmuştur ve medya politikaları bu kuramların genel değerlerine göre şekillendirilmiştir.

1.1.1. Liberal Kuram

Liberal kuram tarihte en derin kökleri olan anlayıştır. Avrupa'nın 16 yüzyılında ortaya çıkan Liberalizm kuramından üretilmiştir. Liberalizmin fikir babaları olan John Locke, John Millton veya John Stuart Mill gibi düşünürlerin toplum, devlet ve basın üzerindeki fikirleri bu teorinin temellerini oluşturmaktadır. Kuram birey ve bu bireyin özgürlüğü üzerinde inşa edilmiştir. Devlet yalnızca bireyin mutluluğunun sağlanmasında bir aracı vazifesi görmektedir (Karadağ, 2012, s. 10). Buna göre, insanlar için gerekli olan gerçeğe ulaşmanın en rasyonel yolu, çok yönlü fikirlerin yer aldığı 'fikirlerin özgür pazarı' basında yapılan tartışmalardan geçmektedir.

İfade özgürlüğü Liberal kuramın temel taşıdır ve bir ‘doğal hak’ olduğu savunulmaktadır. Onun için Liberal Kurama göre medya özgürlüğü mutlak bir haktır. Sonraki dönemlerde ise bu düşünce, insanların tüm fikir ve düşüncelere serbest ulaşma hakkı olarak da ifade edilmiştir. Bunun gerçekleşebilmesi için basının mutlak bir özgürlüğe sahip olması gerektiği fikri hakimdir. Bu özgürlük ise ancak pazardaki rekabet ile gerçekleşebilir çünkü ‘özel ellerde bulunan bir basın ve farklı yerlerden gelmiş mal sahiplerinin elinde bulunan çok kanallı bir yayın sistemi özgürlüğün kalesidir’ (Keane, 1991, s. 67). Medya özgürlüğünün ancak serbest rekabetçi piyasada oluşabileceği için piyasanın devlet müdahalesinden tamamen serbest olması şarttır.

İnsanlar rasyoneldir ve bu durumda iyi ve kötü arasında tek başına seçim yapabilirler. Onun için devletin piyasada işi olmaz. Fikirlerin iyi veya kötü, basın tarafından kamuya sunulması lazımdır, önceden devletin sansürüne gerek yoktur, çünkü kötü düşünceler çıktıktan sonra nasıl olsa toplum tarafından sansürlenecektir, yani reddedilecektir.

Devlet basın özgürlüğünün garantörü olmak için güce sahip ise, onu sınırlama gücüne de sahiptir. Bu nedenle, devlet aslında kendi gücünü sınırlamalıdır. Devlet medyaya karışmak, regülasyon yapmak veya medya sesini bastırmak için sahip olduğu gücünü kısıtlamalıdır.

Bu liberal düşüncelere göre şekillendirilen medya sistemlerinde toplumu bilgilendiren, haberdar eden, eğiten, eğlendiren, kamusal sorunlar hakkında bireylerin kamuoyuna katılmalarını sağlayan ve bununla birlikte yönetimi toplum adına denetleyen bir medya anlayışı söz konusudur. Bu anlayışa göre medya bu

rolünü en iyi şekilde serbest piyasa ortamında gerçekleştirebilmektedir. Onun için devletin müdahalesi asgari olmalıdır. Liberal kuramın kitle iletişim araçları için öngördüğü temel ilkeler; yayıncılığın herhangi bir izine tabi olmaması, kısıtlama, baskı veya sansüre konu olmaması ve ülke güvenliğinin tehlikeye atılması haricinde tüm yayınların cezai sisteme tabi olmadan gerçekleştirilebilmesi olarak özetlenebilir.

Bu kuram medyayı hükümeti gözetten bir araç (watchdog) olarak görmektedir. Var olan bilgilere göre insanlar hükümet politikalarının doğru olup olmadıklarına karar verir. İnsanlara bu tip kararları verebilmesi için gereken bilgileri ise medya sunmaktadır. Tam da bunun için medyanın hükümetin etkisi ve kontrolü dışında olması gerekmektedir. Hakikatin ortaya çıkması için düşüncelerin duyulması ve tartışılması lazımdır. Diğer bir ifadeyle, serbest pazar yerinde, hem çoğunluğun hem de azınlığın dahil olmak üzere duyulması lazımdır.

Özetleyecek olursak, Liberal kurama göre ifade özgürlüğü, dolayısıyla medya özgürlüğü demokratik sistemin işlemesi için olmazsa olmazdır. Onun için medya devlet tarafından olabildiğince az sınırlanıp denetlenmelidir. Özel ve ticari medyanın hakim olması lazımdır ki fikirlerin rekabet piyasasında serbest yarışmasında toplum adına en iyi, en hakiki fikirlere ulaşılabilsin.

Hallin ve Mancini bu teorinin öncelikle ABD, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerde hakim olduğunu ve bunun içinden Liberal Medya Sisteminin geliştiğini söylemektedirler. Liberal Sistemde devletin rolü sınırlanmıştır. Ticari medya ve serbest rekabet piyasası kamu yayıncılık anlayışının önünde yer almaktadır. Bu sistemde devletin rolü, genel normatif düzenlemeler yapmak, hak ve özgürlükleri, genel çalışma koşullarını belirlemek, kısaca sürekli müdahale edici olmaktan çok,

özgürlüklerin kullanımını düzenlemek şeklinde özetlenebilir. Bu ülkelerin medya sistemlerinin en büyük özelliği basın ile gelişen medyanın ticarileşmesi ve devletin politikalarından uzak kalmasıdır. Medya siyasetten daha çok iş sektöründe yer almakta ve devletin düzenleme gücü büyük ölçüde sınırlanmaktadır. Bu yüzden ciddi bir gazeteci profesyonelizminden bahsedilebilir. Gazeteciler ve editörlerin siyasi baskılardan uzak kalabildiği ve böylece tarafsızlığını koruyabildiği varsayılmaktadır.

Kamu yayıncılığı ise özellikle ABD’de çok asgari bir rol oynamaktadır. Liberal sisteme dahil olan ülkelerin hepsinde kamu yayıncılığında ciddi bir siyasi tarafsızlık eğilimi söz konusudur. Genel olarak kamu yayıncılığı, özel yayıncılığın reklam çıkarlarına ve diğer ekonomik çıkarlara uymadığından yayınlamadığı içerikleri yayınlamakla yükümlüdür.

1.1.2. Toplumsal Sorumluluk Kuramı

İkinci Dünya Savaşından sonra, Liberal kuramın bazı eksiklikleri ortaya çıkmaya başlamıştır ve ilk eleştirel düşünceler varlığını göstermiştir. Medya sektörünün büyümesi ile beraber medya işine girmek daha pahalı ve dolayısıyla daha zor hale gelmiştir. Bu sebeple medya piyasasında sadece büyük ve zengin medya şirketleri kalabilmiştir. Bu ise medya çoğulculuğunun ve liberal ‘laissez faire’ mantığıyla işleyen “fikir pazar yeri” teorisinin sorgulanmasına neden olmuştur. Medya sorumluluğu, daha doğrusu medyanın topluma karşı sorumluluğu tartışılmaya başlanmış ve İkinci Dünya Savaşı ardından Toplumsal Sorumluluk Kuramı ortaya atılmıştır.

Kamu Yayıncılığı ve medyanın topluma karşı sorumluluğu ve dolayısıyla medyanın liberal modele göre daha sıkı devlet kontrolü altında olması gerektiği anlayışının egemen olmasını sağlayan bir başka neden de İkinci Dünya Savaşı'nın ardından iki kutuplu bir dünyanın ortaya çıkmasıdır. Devletler medyayı kontrol altında tutarak vatandaşlar üzerinde daha sıkı bir kontrole ihtiyaç duymaktaydı (Geray, 2003, s. 47). Toplumsal Sorumluluk Kuramı Refah Devleti anlayışına tekabül etmektedir. Buna göre devletin altyapı ve çeşitli kamu hizmetlerini vermede etkin rol üstlenmesi, medya sektöründe de devlet rolünün artmasına neden olmuştur. İletişim hizmeti de gerek radyo/televizyon, gerekse iletişim altyapısı olarak devletin diğer kamusal hizmetleri arasındaki yerini almıştır.

Aslında Toplumsal Sorumluluk Kuramı Liberal kurama bir eleştiri, bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Yayıncılık alanında meydana gelen gelişmeler (özellikle televizyonun yaygınlaşması) kapsamlı hukuki düzenlemelerin gerekliliğini ortaya koymuştur. Onun için kitle iletişim araçlarının devlet otoritesi ile sınırlandırılması gerektiği düşüncesi yerleşmiştir (Karadağ, 2012, s. 13).

Four Theories of the Press kitabına göre Toplumsal Sorumluluk Kuramı çerçevesinde medyanın altı tane görevi vardır: siyasal sistemi bilgilerle ve kamu işleri hakkındaki tartışmalarla donatmak, kamuoyunu aydınlatmak, bireysel hakları korumak adına devlete karşı 'watchdog' görevini üstlemek, reklamcılık faaliyetlerine yer vererek alıcı ve satıcılar arasında köprü görevi üstlemek ve böylece ekonomik sisteme hizmet etmek, eğlendirmek ve kendi finansal ihtiyaçlarını karşılamak ve böylece farklı grupların etkisinden kendini korumak (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956).

Yukarıda sayılan bu rollere bakıldığında, Toplumsal Sorumluluk kuramındaki medya rolünün, Liberal kuramdakinden çok farklı olmadığı söylenebilir. Bu iki kuram arasındaki en önemli fark ise medyanın nasıl olması gerektiğinde yatmaktadır. Liberal Kurama göre medyanın özgürlüğü merkezde yer alırken, Toplumsal Sorumluluk Kuramında merkezde özgür ve sorumlu medya bulunmaktadır. Basının özgürlüğü ve sorumluluğu arasında bir çelişkinin olduğu ve basının özgür olduğu vurgusu ile birlikte, aynı zamanda basının bir kamu hizmeti yerine getirdiği daha güçlü bir sesle vurgulandığı söylenebilir.

Ortaya çıkan yaklaşımda, medyanın bağımsızlığı ilkesi ile topluma karşı görevlerinin bağdaştırılması amaçlanmıştır. Başka bir ifade ile medyanın sahip olduğu özgürlükler kadar topluma karşı olan sorumluluklarının da olduğu, demokratik toplumsal işlevinin de bu sorumlulukların yerine getirilmesiyle mümkün olacağı savunulmuştur.

Demokrasinin varlığını sürdürebilmesi açısından kitle iletişim araçları sahiplerinin de yerine getirmesi gereken görevler vardır. Bu araçlar aracılığıyla toplumsal iletişimi sağlama görevini üstlenenler, toplumun beklentilerine cevap verebilme sorumluluğuna da sahiptir. Bu yaklaşıma göre medya, kamu yararını kollayan müdahalelere tabi olabileceğini kabul etmeli, toplumun çeşitliliğini yansıtan ve farklı görüşlere yer veren çoğulcu yapıyı bütün bir yapı olarak gözetmeyi temel görev olarak benimsemelidir. Yayınlar aracılığıyla yapılan bilgi aktarımlarında, gerçeklik, doğruluk, kesinlik, nesnellik ve dengelilik ilkelerinin göz ardı edilmemesi ve bunları sağlayacak mesleki standartların geliştirilmesi önemli koşullardır.

Hallin ve Mancini bu kurama en yakın olan Demokratik Korporatist Modeli tanımlamışlardır. Özellikle Orta ve Kuzey Avrupa’da hakim olan bu modelde medya büyük ölçüde devletin sorumluluğu altında olan toplumsal kurumlar olarak düşünülür. Bu sistemde ifade özgürlüğü, nispeten güçlü devletin desteği ve medya regülasyonu ile beraber yaşamaktadır. Bu sistemde ticari medya, kamu yayıncılık sektörü ile beraber bir sistem içerisinde çalışmaktadır. Kamu yayıncılığı, sistemin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Liberal gelenekten gelen olan ifade özgürlüğü ve enformasyon özgürlüğü güçlü devlet müdahalesi ile varlığını sürdürmektedir. Sonuç olarak Hallin ve Mancini’ye göre Liberal ve Demokratik Korporatist modeller arasındaki en büyük fark, Liberal sistemde devlet müdahalesinin en asgari seviyede olması, diğerinde ise devlete daha geniş bir rol verilmesidir. Liberal sistemde medya öncelikle piyasa mekanizmasına bırakılırken, diğer tarafta devletin regülasyonu ön plana çıkmaktadır

Hallin ve Mancini’ye göre yukarıda anlatılan normatif kuramların de büyük etkisiyle, Amerikan ve Kıta Avrupa medya geleneğinde ciddi farklar vardır. Amerikan sistemi devletin sınırlandırılmış rolü ile özetlenebilirken, Avrupa sistemi devletin daha aktif rolü ile tanımlanabilir. Bu ise medya ve ülkelerin siyasi sistemleri arasındaki ilişkisinden kaynaklanmaktadır.

Medya ve devlet arasındaki ilişkiyi açıklamak ve modellemek güçtür. McQuail’in de dediği gibi yukarıda anlatılan normatif kuramları pratik uygulamada saf halleriyle bulmak mümkün değildir. Diğer taraftan Hallin ve Mancini de ampirik araştırmaları üzerinde yaptıkları medya sistemleri sınıflandırılmasının kesin sınırlarla yapılmış bir ayrım olmadığını vurgulamaktadırlar. Her ülkenin medya sistemi onun tarihsel, siyasi, toplumsal ve ekonomik şartlarına göre değişim göstermektedir. Örnek

olarak İngiltere, Liberal Sisteme ne kadar dahil edilse de onu ABD'den ayıran nokta, kamu yayıncılık anlayışıdır. Onun için bu anlamda İngiltere Avrupa ülkelerine ciddi benzerlikler göstermektedir. Almanya ne kadar Demokratik Korporatist sisteminin dahilinde olsa da, bazı özellikleri ile Liberal Sisteme benzemektedir.

Bunların belirleyeni ise her ülkenin sahip olduğu, oluşturduğu ve uyguladığı medya politikalarıdır. Medya politikaları büyük ölçüde devletin medya sistemini belirlemektedir. Devletler kendi koşulları ve geleneklerine bağlı olarak, medya politikaları sayesinde bazı norm ve değerleri gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Her medya politikasının bu norm, değer veya amaçları yanında, bunlara ulaşma yolları da farklılaşmaktadır. Yani ülkelerin medya sistemleri kadar, medya politikaları ve onun aktörleri ve araçları farklılıklar göstermektedir.

Bu çalışmanın devamında, medya politikalarının temel unsurları olan bu amaç, araç ve aktörler tartışılacaktır. Daha önce söylendiği gibi, bunlar ülkeden ülkeye farklılıklar gösterebilir de, yine de bazı ortak noktaları bulunmaktadır. Bizim amacımız bu ortak noktaları belirleyip tartışarak açıklamaya çalışmaktır.

1.2. MEDYA POLİTİKASININ TEMEL UNSURLARI

Medya politikalarının ana ögeleri, aktörler, amaçlar ve araçlardır. Büyük oranda bu üç öge her medya politikasını şekillendirmektedir. Bu ögeler, onların tarihsel, siyasi, ekonomik veya toplumsal koşullarına bağlı olarak ülkeden ülkeye göre değişmektedir. Onun için koşullara bağlı olarak bu üç öge bir ülkenin medya sistemini şekillendirmekte büyük rol oynarlar.

1.2.1. Medya Politikalarının Aktörleri

Medya politikaları Hallin ve Mancini'nin söylediği gibi bir devletin siyasi yapısıyla yakından ilişkilidir. Bir medya politikasını belirleyen değişik tarihsel, siyasi, toplumsal veya ekonomik koşullar vardır ve bu yüzden her ülkenin medya politikası veya medya sistemi birbirinden farklılık göstermektedir. Bunlara bağlı olarak her ülkenin medya politikası yapım sürecine değişik siyasi, toplumsal veya kültürel aktörler katılmaktadır. Bunlar ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Bugünkü modern dünyada her ülkenin medya alanındaki ve politika yapma sürecindeki ortak aktörleri belirlemek kolay değildir, fakat hiç kuşkusuz bunların başında devlet ve başında bulunan hükümetler bulunmaktadır. Devletin siyasi erki medya politikasının belirlenmesinde tarih boyunca en önemli aktördür. Hükümetler, genel olarak ideolojisi veya dünya görüşü çerçevesinde ülkenin seyrini çizmekte, bunun içerisinde de medya politikasının genel değerlerini belirlemektedir. Fakat devlet tek aktör değildir. Onun yanında birçok aktör daha vardır. Lee John daha 1976 yılında bu aktörleri sıralamıştır. Ona göre medya politikaları geniş bir alanı etkilediği için, aktörlerinde genişliğinden söz edilebilir: a) yasama organları – medya politikalarının

formülasyonunda en önemli rolü oynar; b) sosyal ve ekonomik planlama organları – medyanın altyapısının gelişmesine önemli katkılarda bulunur; c) hükümetin bakanları – medya ziraat, sağlık veya eğitim gibi alanları etkilediği için, bunlarla ilgili bakanlıklar da medya politikasının şekillendirilmesinde etkili olabilir; d) medya kurumları – medya sisteminde haber ve program üreticilerinin de katkıları vardır; e) profesyonel medya kurumları – medya sektöründe çalışanların dernekleri, işçi sendikaları vs; f) uzmanlar ve akademisyenler – araştırmaları ile verili medya sistemini çözümlerken ve bilgi üretimiyle de medya politikasının oluşumuna yön verebilirler; g) vatandaşlar – temsilcileri veya gönüllü dernekleri aracılığıyla medya politikasının yapımına katkılarda bulunabilir (Lee, 1976, s. 36).

Yukarıda yapılan bu sınıflandırma tüm katılımcıların aynı derecede katkıda bulundukları veya aynı derecede söz sahibi oldukları anlamına gelmez. Örneğin daha liberal ve sivil toplumun gelişmiş olduğu ülkelerde sivil toplum kuruluşlarının ve vatandaşların daha etkin rol almaları beklenebilir. Diğer taraftan daha otoriter devletlerde hükümet ve yasama organlarının medya politikası belirleme sürecinde egemen rol oynadıkları ve diğer aktörlerin rol almalarını engellediği görülebilir.

Bugünkü medya sistemleri ve medya politikaları açısından bakarsak bu sınıflandırmanın bir iki eksikliği vardır. Öncelikle medya kurumlarının, daha doğrusu devasa medya şirketlerinin etkisi bu sınıflandırmada görünmez hale gelmektedir. Günümüzde bu şirketler kendi çıkarları doğrultusunda devletin siyasi erkini etkileyip medya politikalarını şekillendirebilmektedir. Bunun yanında da uluslararası medya şirketlerinin gücü her gün artmakta ve ulus devlet sınırlarını zorlamaktadır. Bu uluslararası şirketlerin farklı ulus devletlerin medya politikalarına etkisi her gün büyümektedir. Yine Dünya Bankası, ITU gibi uluslararası örgütler de,

bazı uluslararası hedefler doğrultusunda ulusal medya politikalarına etki de bulunabilmektedir. Bunun yanında Avrupa Birliği gibi ulus üstü yapıların da üye veya üye olmak isteyen ulus devletlerin politika belirleme aşamasında ciddi etkileri (teşvik veya yasak şeklinde) olabilmektedir.

1.2.2. Medya Politikasının Temel Araçları

Devletler medya politikalarını medya sistemine veya medya ortamına (basın, yayın, kablolu veya uydu yayını, telekomünikasyon vs.) uygulamak için bazı araçlara ihtiyaç duymaktadır. Medya politikaları nasıl ülkenin tarihsel, siyasi veya ekonomik şartlarına göre değişiyorsa, bu araçlar da aynı nedenlerden dolayı farklılıklar gösterebilir. Genel olarak bu araçlar yasalar, regülasyon, öz-regülasyon veya piyasa kurallarıdır (Cuilenburg & McQuail, 2010, s. 184). Devlet yasalarla medya politikasının genel hedef, norm veya değerlerini belirler ve bunları yerine getirecek, uygulayacak ve uyulmasını sağlayacak kurumları belirler. Denetim kurumları olan bu kurumlar medya organizasyonlarının yasalara ve genel kurallara uyup uymadıklarını denetleyen ve ona göre yaptırımları uygulayan kurumlardır. Medyanın denetimi de her ülkenin sahip olduğu yönetim biçimine, yapısına, yayınlarda kabul ettiği yönetim sistemlerine göre şekillenmiştir.

Mesela, merkezi devletlerde denetim merkezileşmişken, federal yapıya sahip ülkelerde denetim merkezi devletten federe yapıya doğru kaymıştır. Yayın teknolojisinin gelişmesiyle, hitap edebildiği kitleyi çok genişleten yayın kuruluşlarının tabi oldukları yasal düzenlemeler de genişleyerek uluslararası boyuta taşınmıştır (Karadağ, 2012, s. 59).

Hükümetler, genel olarak medya piyasalarının düzenlenmesinde şu politika araçlarından faydalanmaktadırlar (Harcourt ve Verhulst 1999, 3):

A. İfade özgürlüğüne ilişkin temel anayasal haklar

B. Medya firmalarında şeffaflığı amaçlayan yasalar

1. Şirket sahiplerinin ve hissedarların isimlerinin belli olması

2. Şirket hesaplarının açık olması

3. Şirket cirolarının kaynaklarının açık olması

4. Gerekli hisse değişikliklerinin düzenleyici kurula bildirilmesi

C. Medya sahipliğine ilişkin yasalar

1. Genel sahiplik kuralları, lisanslar

2. Çapraz sahiplik kuralları

3. Yabancı sahiplik ve ortaklık kuralları

D. Rekabet Hukuku

1. Birleşme ve devralma kontrolü

2. Kartel ve hakim durum incelemesi

E. Devlet yardımları ve medya şirketlerinin sübvansiyonu

F. Medya firmalarının editöryal bağımsızlığını ve hesap verilebilirliklerini düzenleyen kurallar

G. İçerik ile ilgili kısıtlamalar.

Görüldüğü gibi medyaya ilişkin politika araçları başlığı altında şeffaflık, hesap verilebilirlik, editoryal bağımsızlık, içerik kısıtlamaları, sahiplik, çapraz sahiplik, rekabet kuralları gibi birçok alt başlık yer almaktadır. Bunların içerisinde rekabet hukuku, medya sektörü ile birlikte diğer bütün sektörlerle ilişkin genel kurallar getirmekte, diğerleri ise genel olarak medya piyasalarına özgü düzenlemeler içermektedir.

1.2.3. Medya Politikasının Temel Amaçları

Tüm devlet politikalarının olduğu gibi medya politikasının da belli amaçları vardır. Bugünkü modern dünyada medya sektörünü ilgilendiren yasa ve düzenlemelerin çok ve karışık olması, bunların içinden bir devletin medya politikasının hedeflerini bulmak kolay değildir. Fakat genel olarak her ülkenin ulaşmak istediği ortak birkaç amaçtan söz edilebilir ve bu amaçlar kamu yararı sağlamak başlığı altında birleştirilebilir (Cuilenburg & McQuail, 2010, s. 182). Kamu yararı sağlamak amacıyla her devlet ulaşmak istediği bazı norm ve değerler takımı belirlemektedir. Aşağıdaki satırlarda genel olarak kamu yararı terimiyle anlaşılması gerektiği ve temel öğelerin ne olduğu tartışılacaktır.

1.3. KAMU YARARI

Medya politikaları veya bu durumda tüm politikalar, bir genel çıkar veya toplumsal çıkar veya kamusal çıkar adına yapılır ve sürdürülür. Fakat kamu yararı soyut bir kavramdır ve onun somut bir politikaya dönüştürülmesi güçtür. Feintuck ve Varney'e göre kamu yararının terimsel belirsizliği sorunu, onun anlamlı içeriğinin oluşturulması önünde en büyük engeldir (Feintuck & Varney, 2006, s. 75). Ona göre de kamu yararını tanımlama çabaları varsa da, bu çabalar aslında sorunun çözümü için öneri sunmak yerine, var olan tartışmaları pekiştirmekten öteye gidememektedir.

Genel olarak literatürde en geniş anlamda kamu yararı, sadece bir birey veya birkaç bireyi ilgilendiren değil, tüm toplumu ilgilendiren olarak tanımlanır. McQuail kamu yararını medya politikaları bağlamında kamu iletişiminde gönderici veya alıcı olarak rol alanların verili bireysel ve kısmi çıkarları değil, tüm geniş toplumu ilgilendiren enformasyonel, kültürel ve toplumsal yararların karışık toplamı olarak tanımlamaktadır.

McQuail'in tanımından da görüldüğü gibi, kamu yararı toplum üstü bir şey değildir, yani toplumun dışında ve toplumsal süreçler ve koşullardan bağımsız olarak gelişen bir takım değer ve normların toplamı değildir. Kamu yararı, bir toplumun genel ihtiyaçları, istekleri ve amaçları doğrultusunda şekillendirilmektedir.

Kamu yararı iki tane ana fikir altında toplanabilir. Croteau ve Hoynes, *The Business of Media* kitaplarında iki tane farklı kitle medyası yaklaşımından bahsederler. Kamu yararının ise bu iki yaklaşıma bağlı olarak şekillendirildiğini tartışmaktadırlar. Birinci kitle medyası yaklaşımı veya modeli, piyasa modelidir. Piyasa modelinde medyanın içeriği herhangi bir ürün olarak görülür. Kamu yararı

ise, arz – talep ilişkisine göre belirlenmektedir. Yani basitleştirecek olursak, kamu yararı aslında kamunun, yani toplumun neyi talep ettiğiyle ilgilidir. Toplum neyi talep ediyorsa kamunun yararı da odur. Bunun sebebi ise medyanın izleyicileri birer tüketici olarak görmesidir. Medyanın asıl amacı kar sağlamaktır çünkü serbest piyasa sisteminde başarının ölçüsü kardır. Medya organizasyonları arasındaki rekabet ise, kamu yarar sağlanmasına en iyi şekilde hizmet etmektedir (Croteau & Hoynes, 2001, s. 16-21)

McQuail’e göre bu piyasa modelinin birçok eksikliği var, fakat en önemlisi ilk önce piyasa modelinde şekillendirilen kamu yararı iddia edildiğinin aksine tüm toplumun veya kamunun yararı değildir. Bunun nedeni ise piyasanın rekabetçi doğasında yatmaktadır. Rekabetin hakim olduğu piyasada doğal olarak en çok talep edilen ve en çok kar getiren programlar herkes tarafından yapılmaya başlanacaktır. Demek ki çoğunluğun istediği programlar, reklam geliri ve dolayısıyla kar maksimizasyonu yüzünden bu sefer herkes tarafından yapılmaya başlanacaktır. Böylece toplumun azınlığının talebi önem kaybetmektedir. Demek ki McQuail’in dediğine göre, piyasada oluşan yarar, kamu yararı değildir, çoğunluğun yararadır ve dolayısıyla tüm toplumu temsil etmemektedir. Diğer bir eleştiri ise rekabetin çeşitliliği sağlamasına yöneliktir. Buna göre aslında rekabet çeşitliliği arttırmaz, aksine çeşitliliği azaltmaktadır (McQuail, 1992). Feintuck ve Varney de bu konuda farklı bir eleştiri getirmektedir. Onlara göre medyanın kamu yararına hizmet ettiği fikri bazen aslında medyanın onların deyişiyle ‘bölünmüş kişiliği’ni ortaya çıkarmaktadır. Buna göre medya sahipleri veya reklamcıları bir tarafta, izleyiciler de öbür tarafta kamu yararı konusunda farklı görüşlere sahiptir. Yani bir reklamcının ve bir izleyicinin yararı aynı olamaz. Böylece birçok farklı ‘kamu yararı’ anlayışıyla

karşı karşıya kalmaktayız. Bu anlayışlar regülasyon yapılırken veya medya politikası belirlenirken birbirleriyle çatışır ve biri kazanmış olarak kendisini medya politikalarına yansır (Feintuck & Varney, 2006, s. 76). Yazarlara göre bu durum daha da büyük bir soruna neden olmaktadır. Ona göre farklı regülasyon alanlarında farklı kamu yararı anlayışlarının öne geçmesi istikrarsızlık ve belirsizliği beraberinde getirir. Aynı şekilde bir anlayışın diğerine göre üstünlük kazanmasını belirleyen kuralların sabit olmaması regülasyon alanında ise istikrarsızlığa neden olabilmektedir. Feintuck ve Varney tutarlılık ve şeffaflığın sağlanması için, medya politikasını belirleyenlerin genel norm anlamında kamu yararını yeniden üretmelerini önerirler.

Croteau ve Hoynes'in tartıştığı ikinci model de kamusal alan modelidir. Kamusal alan modeli ise piyasa modelinin gerçekte toplumun ihtiyaçlarını karşılayamayacağı tezi üzerine kurulur. Kitle medyası insanların davranışlarını etkilemektedir. Onun için medya kurumları aktif vatandaşlık, eğitim ve toplumsal birlik gibi düşünceleri teşvik etmelidir. Bunlar ise piyasa modelinde gerçekleştirilemez. Onun için kamu yararının sağlanması amacıyla devletin sektöre müdahale etmesi gerekmektedir. Kamusal alan modelinde kamu yararı, kamunun isteklerine göre belirlenmemektedir, aksine bazı üst standart ve değerler üzerinden belirlenir. Fakat buradaki sorun ise bu norm ve değerlerin belirlenmesi sorunudur. Genelde Croteau ve Hoynes'e göre bunlar bir toplum veya devlet içinde hakim olan ideolojiye göre şekillendirilmektedir (Croteau & Hoynes, 2001, s. 20-33)

Croteau ve Hoynes'in kamu yararını bir devletin ideolojisine göre şekillendirdiğini kabul edersek, her ülkenin medya politikasının birbirinden az veya çok farklı olacağı kabul edilmelidir. İdeoloji kelimesinin yerine bir ülkenin

toplumsal, siyasi, kültürel ve ekonomik koşullarını koyan Cuilenburg ve McQuail de aynı sonuca ulaşmaktadır (Cuilenburg & McQuail, 2010, s.185). Onlara göre bir devletin medya politikası, dolayısıyla da kamu yararı anlayışı o ülkenin tarihsel gelişimine, yani onun siyasi, ekonomik, kültürel veya toplumsal koşullarına göre şekillenmektedir. Yazarlar bunu bir tablo şeklinde sunmaktadır. Ona göre, daha önce de denildiği gibi, bir medya politikasının şeklini belirleyen kamu yararı her devletin medya politikasını kurarken ulaşmak istediği amacı temsil etmektedir. Cuilenburg ve McQuail ise kamu yararının birden çok ayağı olduğunu söylerler ve siyasi refah, toplumsal refah ve ekonomik refahtan oluştuğunu tartışırlar. Her ülkenin kamu yararı anlayışı bu üç genel çerçeve veya değerler toplamı etrafında şekillendirilmektedir. Ülkelerin medya politikaları arasındaki fark ise ülkenin bu değerler toplamlarından hangisine daha fazla önem verdiğinden kaynaklanmaktadır.

Kamu yararının bu üç sırasıyla siyasi refah, toplumsal refah ve ekonomik refahtır. Medya politikalarını yapanlar kamu yararını kendileri tanımlamaktadır. Onun için medya politikasını tasarlayanlar bu kamu yararı bileşenleri arasından o toplumun koşullarına göre en iyisini seçip gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Fakat genelde pratikte bunlardan sadece birini seçip gerçekleştirmek mümkün değildir, çünkü hepsi birbiriyle yakından ilgilidir. Her medya politikası bunların hepsini göz önünde bulundurmak zorundadır. Medya politikaları arasındaki fark ise, bunlardan hangisine daha fazla önem verildiğinden kaynaklanmaktadır.

1.3.1. Siyasi Refah

Modern dünyada siyasi refah ile ilişkilendiren değerler genel olarak bakıldığı zaman demokrasi ile bağlantılıdır. Dolayısıyla siyasi refah ve ona ilişkin değerler genel olarak demokratik kurumları destekleyen ve demokrasi düşüncesinden doğan değerlerdir. Bunların medya politikası açısından önemli olanları ifade özgürlüğü, serbest erişim, çeşitlilik, sorumluluk ve kontroldür. İlerdeki sayfalarda bunlar kısaca incelenecek ve medya politikaları açısından nasıl bir önem taşıdıkları ve medya politikasına nasıl dönüştürüldükleri tartışılacaktır. Fakat ondan önce medya ile demokrasi arasındaki ilişkiyi biraz daha açmaya ihtiyaç vardır.

Medya politikaları araştırmalarında, akademide genel kabul gören yaklaşım, medyanın demokrasi sürecinin olmazsa olmazı olduğu yönündedir. Birçok araştırmacıya göre medyanın özgürlüğü ve medyanın çoğulculuğu gibi değerler aynı zamanda demokrasinin temel değerleri arasında yer almaktadır. Hem medya hem de siyaset bilim araştırmacıları için, kitle medyası demokratik seçim sisteminin işlevselliği, siyasi partiler, meclis, yargı gibi demokratik kurumların gerçek demokrasi değerlerine göre işleminin ana anahtarlarından biridir (Sükösd, 2008, s. 10). Tüm demokrasi kuramı, iyi bilgilendirilmiş vatandaşların demokratik süreçte daha etkin rol alacakları fikri üzerinde kurulmuştur. John Milton ve John Stuart Mill'in öncülüğünü yaptıkları, düşüncelerin serbest dolaşımı ve rekabetinin daha büyük toplumsal iyiyi sağladığı fikri bunun temel dayanağıdır (Napoli, 2007, s. 6). Yani açık bir şekilde bilgilendirilmiş vatandaş ve bu vatandaşların demokrasi sistemi içerisindeki etkinliğinin artması arasında kesin bir bağlantı kurulmuştur.

Avrupa Birliği'nin raporlarında da medya politikalarının temelinde bu fikir yatmaktadır. Medya özgürlüğü ve medya çoğulculuğu çoğulcu ve demokratik bir siyasi sistemden kaynaklanmaktadır. Medya çoğulculuğu ve medya özgürlüğü meşru demokratik sistemin hem garantisi hem de sonucudur (Calderaro & Alina Dobрева, 2013, s. 4). Basitleştirecek olursak, medya vatandaşları iyi bilgilendirerek demokratik hükümeti vatandaşlara karşı daha sorumlu kılmakta, hükümetin sorumluluğunu ve üzerindeki kontrolü sağlamakta ve böylece sürdürülebilir bir demokratik sisteme sahip çıkmaktadır (Anagnostou, Crauford Smith, & Psychogiopoulou, 2010, s. 5).

Medya ve demokrasi arasındaki ilişkinin doğası genel olarak bu şekilde tanımlanırken, bu tanımlanma biçimini eleştiren yaklaşımlar da yok değildir. Liberal demokrasi kuramı dışındaki eleştirileri bir yana bırakırsak, aynı düşünce yapısı içerisindeki eleştirileri birleştiren nokta, aslında medyanın demokratik süreci ne yönde etkilediğine dair bir kanıtın bulunmadığı yönündedir. Bunun yanında da özellikle son dönemlerde medyanın toplumsal süreçlerdeki rolünün azalmasıyla birlikte, medyanın insanların siyasi etkinliklerinde büyük bir etken olmadığı söylenmekte, bunun örneği olarak artan medya çeşitliliği ve bilgi artışına rağmen gelişmiş toplumlardaki seçime katılma oranının azalması gösterilmektedir.

1.3.1.1. İfade Özgürlüğü

Daha önce de söylendiği gibi, demokrasinin işleyebilmesi için ifade özgürlüğü temel şartlardan birisidir. John Keane Medya ve Demokrasi kitabında ifade özgürlüğünün tarihçesini ve felsefesini tartışmaktadır. Ona göre tarih boyunca ifade özgürlüğü ve ifade özgürlüğünün en önemli yanını oluşturan basın özgürlüğü tarih boyunca birçok

felsefe okulu tarafından farklı şekilde savunulmuştur. Keane ise ifade özgürlüğünün ‘doğum yeri’ olan İngiltere’deki dört tane önemli yaklaşımdan bahsetmektedir. Bu yaklaşımlar, sırasıyla teolojik, doğal hak teorisi, faydacılık kuramı ve en son hakikate ulaşma teorisidir (Keane, 1991, s. 34-42). Bunlardan dördüncüsü, yani hakikate ulaşma, modern demokrasi kuramının temelinde yer alması nedeniyle özel bir önemi hak etmektedir.

Bu anlayışa göre ise Hakikate (felsefî anlamda) sadece yurttaşlar arasındaki kısıtlamasız tartışma yoluyla ulaşılabilir. John Stuart Mill bu fikrin asıl kaynaklarından biridir. Mill, “On Liberty” (Özgürlük Üzerine) kitabında bireylerin eğitimini ve geliştirilmesini savunur ve bunun ancak düşünce özgürlüğü ve düşüncelerini ifade etme özgürlüğü ile mümkün olduğunu belirtir. Mill düşüncelerin basın yoluyla serbest dolaşımının gerekliliği için ise üç neden saymaktadır. İlk önce hükümet veya sivil toplum tarafından yanlış olduğu iddiasıyla susturulan herhangi bir düşünce aslında doğru olabilir. İkincisi, bir düşünce yanlış bile olsa, içindeki bir kısmı doğru olabilir. Herhangi bir konuda egemen olan görüş hemen hemen hiçbir zaman hakikatin tamamı değildir. Bu nedenle tam hakikate ancak bu düşünceyi diğer düşüncelerle, zıt görüşlerle karşılaştırarak ulaşılabilir. Son olarak Mill, bir görüş hakikat da olsa, eğer karşı fikirlerle zorlanmazsa bozulduğunu söyler (Keane, 1991, s. 41). Bu düşünce tarzında tabii ki Mill yalnız değildir, John Milton gibi demokrasi kuramının temelini oluşturan tüm düşünürler hemen hemen benzer düşüncelere sahiptir. Bu fikirler ise Napoli’nin makalesinde bahsettiği gibi ‘Düşünce piyasası’ (The Marketplace of Ideas) teorisinin temelini oluşturmaktadır.

Düşünce piyasası teorisine göre medya politikaları vatandaşların bilgilere serbest ve rahat ulaşabileceği ve böylece demokrasi sürecinin işleyişinin

kolaylaşacağı medya sistemleri oluşturmalıdır. Buna göre demokratik süreçte etkin bir şekilde rol alabilecek bilgilendirilmiş vatandaşları yetiştirmek medyanın temel görevidir (Napoli, 2007, s. 11).

İfade özgürlüğü bu felsefi temelleri ile demokrasinin olmazsa olmazıdır, onun için de devlet demokrasi adına medya politikaları ve medya sektörünün regülasyonu yoluyla bu ifade özgürlüğünü korumalıdır. Fakat Napoli burada ifade özgürlüğü konusunda medya politikasının bir paradoks içinde bulunduğunu söylemektedir. Gerçekten de medya politikalarını yapanlar ifade özgürlüğü ile hem güçlenmiş hem de aynı anda sınırlanmıştır (Napoli, 2007, s. 6). Medya politikaları ifade özgürlüğünü korumak adına farklı yasal düzenlemeler yapar ve kural koyar, fakat tam da bu yüzden devlet bazen ifade özgürlüğünün en büyük düşmanı da olabilmektedir. John Kean'ın de söylediği gibi, tarih boyunca uzun bir süre devlet aslında ifade özgürlüğünü kendini korumak adına veya var olan düzeni korumak adına bastırmaya çalışmıştır ve uzun süre boyunca bunu başarmıştır (Keane, 1991, s. 42-53). Bugünlerde, en azından modern Batı demokrasilerinde bu pratiğin terkedildiği düşünülmektedir. McQuail'in dediği gibi artık libertaryan fikirlerinin hakim olduğu bu ülkelerde ifade özgürlüğü demokrasinin olmazsa olmazı kabul edilmektedir (McQuail, 1992).

Yukarıda bahsedilen bu paradokstan dolayı Napoli'nin de vurguladığı gibi, medya politikası yapıcılar bu konuda çok dikkatli olmalıdır. Yani medya politikası çerçevesinde ifade özgürlüğü konusunda düzenlemeler yapılırken bu ifade özgürlüğünün sınırları ince bir şekilde belirlenmelidir.

1.3.1.2. Medya oğulculuğu

Medya çoğulculuğu aslında ifade özgürlüğü ile yakından bağlantılı bir konudur. İfade zgrlğ genel olarak medyayı devlete karşı ve siyasi müdahaleye karşı savunurken, medya çoğulculuğunun hedefi medyayı daha çok özel ekonomik glere karşı korumaktır (Calderaro & Alina Dobрева, 2013, s. 11). Medya çoğulculuğu genel olarak medya sahipliği düzenlemesiyle korunmaktadır. Buna göre bir siyasi veya ekonomik yapının kamu düşüncesini fazlasıyla etkileyecek güce erişilmesine izin verilmemektedir. Hallin ve Mancini kitaplarında medya çoğulculuğunu siyasi paralelizm çerçevesinde ele almaktadır (Hallin & Mancini, 2004, s. 29). Onlara göre medya çoğulculuğu medya sisteminin içinde çeşitliliği sağlayan ve siyasi paralelizmi bertaraf eden bir medya politikası mekanizmasıdır. Aynı zamanda Hallin ve Mancini iki tane çoğulculuktan bahsedilebileceğini söylerler. Bunlar dış (external) ve i (internal) oğulculuktur.

Dış oğulculuk bütün medya sistemi seviyesinde ifade edilir. Bu şekilde farklı medya organizasyonların varlığı ve bu medya organizasyonlarının toplum içindeki farklı görüş ve eğilimleri temsil ettiği bir sistemi ifade etmektedir. Diğer yandan i çoğulculuk, her medya organizasyonunun kendi içindeki çoğulculuğu ifade etmektedir. Buna göre medya organizasyonları kendi içinde, farklı siyasi ve diğer grupların taraftarlığını değil, daha çok onların arasında bir ‘denge’ tutturmaya çalışmaktadır.

Fark edilebileceği gibi, medya çoğulculuğu medya politikasının bir başka önemli konusu, medya sahipliği ile yakından bağlantılıdır. Medya sahipliği erevesi

içerisinde medya çoğulculuğunun devlet düzenlemeleriyle korunmasının önemi açıkça görülebilmektedir. Medya çoğulculuğu düzenlemelerinin bu bağlamda amacı bir bireyin veya bir medya organizasyonunun medya sistemi içerisinde fazla güç ve etki sahibi olmasını engellemektir. Daha fazla rekabetçi medya organizasyonunun medya sistemi içerisinde yer alması, bir tek medya organizasyonunun sistem içerisindeki bilgi ve haber üzerindeki baskısını azaltmakta ve haber gündemini tek başına belirlemesini engellemektedir (Smith, Tambini, & Morisi, 2012, s. 6). Medya çoğulculuğu ve medya sahipliği düzenlemeleri çağdaş toplumlarda ciddi tartışmalara neden olmaktadır. Birçok görüşe göre, yeni medya teknolojilerinin medya sistemlerine getirdiği yenilikler, medya çoğulculuğu düzenlemelerini gereksiz kılmaktadır çünkü artık sayısız haber ve haber kaynağı (internet vs.) ile haber üzerindeki tekelleşme mümkün değildir. Bu mantıktan hareketle ABD veya Birleşik Krallık gibi ülkelerde medya çoğulculuğunu koruyan düzenlemeleri gevşetici politikaların takip edildiği görülmüştür (Smith, Tambini, & Morisi, 2012, s. 7). Yine de yazarlara göre bu iyi bir fikir değildir, çünkü yeni iletişim teknolojilerinin haber üretimini ve erişimini arttırdığı doğru olsa da, bu yeni teknolojiler ana akım kitle medyasının etkisini azaltmamıştır, tam aksine kitle medyası bu yeni alanı ‘işgal etmiştir’. Diğer taraftan, daha önce de ifade özgürlüğünden bahsedilirken, McQuail ve diğer düşünürlerin ifade ettiği gibi, çok sayıda farklı medya organizasyonunun varlığı ve aralarındaki rekabet bile medya çoğulculuğunun sağlanacağı anlamına gelmez (McQuail, 1992). Bu nedenle medya çoğulculuğunu piyasa mekanizmasına bırakmak çeşitlilik ve ifade özgürlüğü üzerinde ciddi etkilere neden olabilmektedir, onun için de devletin bir düzenleyici olarak bu alandan çekilmesi hem medya sistemi hem de bir bütün olarak demokrasi için tehlikelidir.

Medya piyasalarında ekonomik ve sosyal/kültürel etkinliğin sağlanmasında sahiplik önemli unsurlardan biridir. Medya firmalarında sahipliğin, dolayısıyla kontrolün az sayıdaki ellerde toplanması sonucu yaşanan yoğunlaşma olgusu hem rekabetin tesisi açısından hem de çoğulculuk açısından bir takım problemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çoğulculuk bazı durumlarda çeşitlilik ile aynı anlamda kullanılsa da aslında birbirlerinden ayrı kavramlardır. Çeşitlilik farklı yayınların, programların ve hizmetlerin varlığını ifade ederken çoğulculuk ise tüketicilerin bu hizmetleri alabilecekleri kaynakların (sağlayıcıların) sayısını ifade etmektedir (Jowell ve Hewitt 2001).

1.3.1.3. Erişim

McQuail toplumun değerleri ve ihtiyaçlarını yansıtacak kamusal çıkar kriterlerinin oluşturulması gerektiğini söyler, fakat sorun toplum adına belirlenen bu kamusal çıkarın belirlenmesinde toplumun söz sahibi olamamasıdır (McQuail, 1992). Tam da bu yüzden bazen kamusal çıkar aslında toplumun asıl ihtiyaçları veya istekleriyle örtüşmemekte, çünkü küçük bir grup insan tarafından, toplumdan bağımsız olarak belirlenmektedir. Onun için kararların alındığı yerlere ‘kamu’nun girmesi son derece önemlidir. Demokratik toplumlarda toplumsal sorunların serbestçe tartışıldığı kamusal alana herkesin serbestçe ve eşit bir şekilde katılmasını sağlamak medyanın en önemli görevlerinden biri olmalıdır (Raboy, 1995, s. 54). Kamusal alana eşit erişimin bugünkü modern medya sistemleriyle gerçekleşip gerçekleşmemesi ise akademisyenler arasında tartışma konusudur. Bazı akademisyenlere göre medyanın demokratik kamusal alanı desteklediği veya sınırladığı belli değildir. Eğer amaç medya yoluyla vatandaşların kamusal hayatta etkin bir rol almaları ise o zaman

bunun gerçekleşmesi ancak bu vatandaşların medya politikası yapımında da etkin rol almalarını sağlamakla mümkündür.

1.3.2. Toplumsal Refah

Medya politikalarının toplumsal refahı bir hedef koşması medyanın hem toplumsal hem de kişisel seviyede bireyleri etkileme gücüne sahip olduğu anlayışına dayanır. Genel olarak kabul görmüş bu anlayış, kitle iletişim araçlarının ürettiği program ile gönderdiği mesajlarla alıcılarının düşünce ve davranış şekillerini değiştirebileceğini varsaymaktadır.

Medya politikalarının toplumsal refahı amaçlarının merkezinde yerleştirmesi özellikle II. Dünya Savaşı sonrasındaki ‘Refah Toplumu’ anlayışı çerçevesinde ağırlık kazanmıştır. Genel olarak dünyada meydana gelen siyasi ve ekonomik değişimler devletin toplumdaki ve ekonomideki rolünü güçlendirmiştir. İletişim politikaları açısından devlet müdahalesinde artış gözlemlenmektedir. Devlet özellikle kamu yayıncılık sektörünü teşvik etmek ve ulusal çıkar adına özel sektöre müdahale etmeyi görevi saymıştır. Özellikle Soğuk Savaş ortamında, radyo ve televizyon gibi yayın araçlarının devlet kontrolünde olması, ülkelerin iç kamuoyunun yönlendirilmesi açısından önem kazanmıştır (Geray, 2003, s. 48).

Bu dönemden itibaren toplumsal refah medya politikalarının en önemli amaçlarından biri olmuştur. Devletler çoğu kez özel sermayeye ait medyanın ekonomik nedenlerden dolayı yapmadığı programları veya işlemediği konuları kamu yayıncılık sektörüne görev olarak yüklemektedir. Bunlar halkı belli bir konuda eğitici

programlar, çocuk programları, ulusal birliğin propagandasını yapan programlar veya ülkenin çeşitliliğini veya güzelliğini anlatan programlardır.

Medyanın etkileme gücü kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasından beri medya araştırmalarının önemli bölümünü oluşturmaktadır. Yapılan araştırmaların ortak varsayımları kitle iletişim araçlarının bireylerin davranış, bilgi, görüş, düşünce, tutum, tavır veya duygu alanlarına etkileme gücüne sahip olduğu yönündedir. Ancak bu etkinin ölçülebilmesi ve tanımlanabilmesi mümkün olmamıştır. Sahip olduğu varsayılan bu güç yüzündendir ki toplumsal ve kültürel anlamda toplumu yönlendirme ve bu topluma hizmet etme, medyanın kamusal hizmet görevidir. Medyanın bu kamu hizmet görevi düşüncesi, medya politikaları yapıcıları medyanın topluma karşı sorumluluğu olduğu ve bu sorumluluğu yerine getirmek için, devlet tarafından getirilen bazı düzenlemelere ihtiyacı olduğu düşünülür.

Bir medya politikasının amacı olarak toplumsal refah, kolayca açıklanabilir ve sınıflandırılabilir bir değer veya değerler toplamı değildir. Cuilenburg ve Mc Quail'in de söylediği gibi, toplumsal refah politikasının kültürel politikadan ayrılması pek mümkün gözükmemektedir, ikincisi ise toplumsal refah anlayışı ülkeden ülkeye, toplumdan topluma ciddi farklılıklar gösterebilmektedir (Cuilenburg & McQuail, 2010, s. 185). Her ülkenin veya toplumun kimlik, kalite, birlik anlayışı farklı olabilir ve buna ulaşmak için farklı politikaları izleyebilir. Toplumsal refah demokratik süreçlerin işlemesiyle daha çok, bir toplumun kendini nasıl gördüğü ve nasıl bir toplum olmak istediğine ilişkindir. Örneğin medya politikaları çerçevesinde, üniter bir devlet anlayışı ve federal devlet anlayışları arasında toplumsal refah anlayışları açısından bir benzerlik olması olası değildir.

1.3.3. Ekonomik Refah

Ekonomik refah özellikle son dönemlerde önem kazanan amaçlardan biridir ve bazı araştırmacılara göre medya politikasının genel felsefesini değiştirecek güce sahiptir (Cuilenburg & Denis McQuail, 2010, s. 185). Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla beraber medya sektörü ülkelerin ekonomilerine ciddi bir katkı sağlamaya başlamıştır. Bu şekilde de yatırımcılar için önemli ve karlı bir sektör olmuştur. Hatta ekonomik yönünün güçlenmesiyle birlikte, bazı akademisyenler medya sektörünün bir endüstri ve medya politikasının bir endüstri politikası olduğunu tartışmaktadır (Anagnostou, Crauford Smith, & Psychogiopoulou, 2010, s. 5).

Devlet genel olarak ekonomik refah amaçladığında, medya sektöründeki istihdam, rekabet, tüketicilik veya gelişim gibi değerleri teşvik etmek istemektedir. Medya politikaları yoluyla devlet iletişim altyapısına önem vererek özellikle son dönemlerde bu alanda ciddi bir istihdam kaynağı oluşturabilmektedir. Devlet regülasyon kurallarını gevşeterek özel sektörün ve medya dışı sermayenin medya sektörüne girmesini teşvik edebilir veya tam tersi, sıkı regülasyon ile özel sektörün özellikle büyük şirketlerin daha da büyüyüp küçük şirketleri tasfiye ederek rekabeti veya çoğulculuğu tehlikeye atmalarını önleyebilir.

Napoli'nin de makalesinde ifade ettiği gibi (Napoli, 2004, s. 10) bir başka gelişme de, ekonomik mantığın ve ekonomik metodların medya politikasının belirlenmesinde ağırlık kazanmasıdır. Bu süreç ise Napoli'ye göre ekonomik hedeflerin medya politikalarında ağırlık kazanması ile sonuçlanmıştır. İlerdeki sayfalarda ekonominin ve dolayısıyla ekonomik refahın medya politikalarında artan

önemi tartışılacağı için, ekonomik refahın medya politikalarında ve medya sektöründe en önemli değer haline geldiği ve medya sektörünü ciddi bir şekilde etkileyerek değiştirdiği söylemekle yetineceğiz.

1.4. DEĞİŞEN DÜNYA EKONOMİSİ, ENFORMASYON TOPLUMU VE İLETİŞİM POLİTİKALARI

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve dünya ekonomisinde büyük rol oynamaya başlamasından sonra artık dünya ekonomisindeki değişimden bahsedilebilir. Melody buna sanayi kapitalizminden enformasyon kapitalizmine geçiş demektedir (Melody, 2007). Ona göre enformasyon ve iletişim teknolojileri ve hizmetlerinin hızlı gelişmesi ve elektronik, bilgisayar, telekomünikasyon, medya ve enformasyon içeriği sanayileri, milyarlarca dolar değerindeki sanayiler olmuş ve dünya ekonomisinin en hızlı gelişen sanayi sektörü haline gelmiştir. Melody'e göre bu hızlı büyümenin iki sebebi vardır: teknolojik gelişme ve onu takip eden piyasadaki liberalleşme ve deregülasyon süreci.

Bu iki gelişmenin genel olarak tüm küresel ekonomiye etkisi bir yana, iletişim sektöründeki etkisi fazlasıyla büyüktür, hatta o kadar büyüktür ki artık bu sektörü düzenleyen kurallar ve düzenlemelerin yetersiz kaldığı ve tüm politikaların tekrar gözden geçirilmesi gerekmiştir. Croteau ve Hoynes iletişim endüstrisindeki bu değişiminin dört ayağı olduğuna işaret ederler: büyüme, birleşme, küreselleşme ve sahipliğin yoğunlaşması (Croteau & Hoynes, 2001, s. 24). Buna göre medya şirketleri büyümekte ve hem yatay (horizontal) hem de dikey (vertical) şekilde birleşmektedir. Hızlı büyüyen bu şirketler kar peşinde uluslararası alana açılmış ve

diğer ülkelerin piyasalarına girmeye başlamıştır. Bu yeni oluşan piyasada ise küçük şirketlerin rekabet gücü azaltmakta ve büyük şirketlerin avı olmaktadır. Bu süreç ise sahipliğin yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bunun yanında Croteau ve Hoynes'in işaret ettiği bir başka nokta da medya dışı sermayenin medya sektörüne girmesidir. Böylece dünya çapında medya sektörü, petrol, otomobil gibi endüstrilerden medya endüstrisine kadar pek çok alanda yatırımları olan devasa şirketlerin eline geçmektedir.

Eğer iletişim sektörü açısından bakacak olursak, bu gelişmelerle uzun süre savaşılan devletler ironik bir şekilde medyanın demokratik toplumdaki kamusal alan görevini tehlikeye atan bu gelişmeleri (Croteau & Hoynes, 2001, s. 38) önlemek yerine deregülasyon ve liberalleşme politikalarıyla onlara yol açmışlardır. Büyük medya şirketleri ve bazı akademisyenler enformasyon ve program bolluğunun oluştuğu, bu durumda regülasyona ihtiyaç kalmadığı, çoğulculuk ve çeşitliliğin en iyi serbest rekabetçi piyasada gerçekleşeceğini savunmaktadır. Fakat Croteau ve Hoynes ve Raboy gibi düşünürler tam tersini iddia etmektedirler. Onlara göre regülasyonun eksikliği, hem ifade özgürlüğü (Raboy, 1995, s. 318), hem medyanın kamusal alandaki görevi (Croteau & Hoynes, 2001, s. 381) hem de toplumun genel olarak toplumsal çıkarı ve özellikle bu yeni çevredeki enformasyon ihtiyaçlarını tehlikeye düşürmektedir. Raboy'a göre medya piyasasının serbestliği ve devletin regülasyonu birbirine karşı değildir ve birbirini dışlamamaktadır. Eğer devletin bu sektördeki kontrolü zayıflarsa, sonunda medya alanı büyük şirketlerin kontrolüne geçecektir ve bu da toplumsal çıkar için çok ciddi ve onarılması güç sonuçları doğuracaktır.

Medya sektörünü şimdiye kadar düzenleyen mekanizmalar ve medya politikaları bu yeni değişen çerçevede artık eksik kalmaktadır, değişmesi ve yeni

koşullara ayak uydurması zorunludur. Raboy’a göre çözüm dünya çapında bir dünya medya politikası olabilir (Raboy, 1995, s. 320). Fakat onun da kabul ettiği gibi bunun gerçekleşmesi olasılığı şu andaki koşullarda düşüktür, onun için de ülkelerin kendi ulusal medya politikalarını yeni sisteme ayak uyduracak şekilde değiştirmeleri zorunludur.

Medya sektörünün gelecekte devasa medya şirketlerinin tekeli altında işleyeceği şimdiden bellidir (Melody, 2007, s. 8). Bu durumda gerekli olan yasal düzenlemeler ise eksiktir ve hükümetler bu yeni çerçevede ilk önce kamusal/toplumsal çıkarın ne olduğunu yeniden tasarlamalıdır. Daha da önemlisi, toplumun bu yeni enformasyon ekonomisi ve enformasyon toplumundaki genel enformasyon ihtiyaçlarının tam olarak ne olduğuna cevap vermelidirler.

Bu süreç medya politikalarında da değişime neden olmuştur. McQuail, Napoli veya Braman gibi düşünürlerin de işaret ettikleri nokta tam da burasıdır. Yani yeni iletişim teknolojileriyle, özellikle ‘enformasyon toplumu’ döneminde bilgi bir ekonomik meta haline gelmiş ve bu da ekonomik düşünce tarzının medya politikalarına hakim olmaya başlamasıyla sonuçlanmıştır. Hem bu ekonominin sektöre ağır basması hem de yöndeşme süreciyle teknolojilerinin birbiriyle tamamen bütünleşmesi, medya ve telekomünikasyon sektörleri arasındaki sınırları ortadan kaldırmıştır.

McQuail’a göre bu bizi medya politikaları açısından önceki dönemlerden bambaşka bir döneme doğru itmektedir. Artık medya politikaları değil, iletişim (komünikasyon) politikalarından bahsedilebilir (Cuilenburg & Denis McQuail, 2010, s. 197). Medya regülasyonu artık telekomünikasyonun regülasyonundan ayrılamaz ve

böylece iletişim politikalarında üçüncü döneme, yeni bir paradigmaya doğru yol almış oluruz. Bu yeni paradigmanın tam olarak nasıl bir şey olduğu veya olacağı daha belli değildir, fakat McQuail bize birçok ipucu vermektedir. Artık popülizm ve pragmatizm medya politikalarını yönlendirmemektedir. Küreselleşme ile beraber uluslararası iletişim doğmakta ve ülke sınırlarının önemi azalmaktadır. Fakat McQuail'e göre bu ulus devletlerin medya politikaları tasarlanmasında ana aktör olmadığı anlamına gelmez. Ulus devlet hala ana aktördür fakat artık uluslararası aktörleri de göz ardı edemez (Cuilenburg & Denis McQuail, 2010, s. 198; Anagnostou, Crauford Smith, & Psychogiopoulou, 2010, s. 12).

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması, eski teknolojilerin ortadan kalkacağı endişesini de beraberinde getirmiştir. Yani internetin yayılması ve yöndeşme yoluyla televizyonun fonksiyonunu devralması durumunda televizyon önemini kaybedip tarihe karışacak gibi görüşler vardır. Fakat Neuman gazete, televizyon veya internet gibi medya araçlarının onların teknolojik özellikleri üzerinde kurulmadığı, aksine birer toplumsal yapı olduğunu söylemektedir (Neuman, 2008, s. 9). Onun için yeni bir medya teknolojinin ortaya çıkması diğerinin kaybolması gerektiği Neuman'a göre gereksiz ve mantıksız düşüncelerdir. Neuman kitabının giriş bölümünde bunun tarihte medyanın evrimi boyunca birkaç kere karşımıza çıktığını ve ancak herhangi bir medya ortamının kaybolmasının daha önce sözkonusu olmadığını, sadece yeni bir medya ortamının çıkışıyla eskinin yer ve görev değiştirdiğinin görüldüğünü ileri sürmektedir. Buna örnek olarak Neuman televizyonun ortaya çıkışının sinemaya etkisi üzerinde durmaktadır. Televizyonun çıkmasıyla beraber sinema ortadan kalkmamıştır. Başka bir örnek de televizyonun çıkışıyla radyonun toplumsal fonksiyonunun değişmesidir. Zannedildiğinin aksine

radio ortadan kalkmamış, sadece salondan arabaya veya yatak odasına taşınmıştır. Bunun sonucunda Neuman bu ‘teknolojik determinizmi’ reddetmektedir. Ona göre hiç kimse sonuna kadar teknolojik determinist olamaz. Kimse insan faktörünü iletişimin teknolojik yapısının kültürel süreçler üzerindeki etkisinin dışında bırakamaz. Aksine uzmanlar teknolojinin toplumu tek başına belirlemeyeceğini söylerler. Teknoloji kesinlikle insan aktivitelerinin çeşitliliğini farklı şekillerde hem sınırlandırır hem de güçlendirir. Örneğin merkezi basın ve yayın doğası gereği sansüre açıktır. Öbür tarafta ise internet çok yönlü iletişim aracıdır ve merkezi değildir, onun için denetlenmesi ve sansürlenmesi daha zordur. Onun için teknoloji medya sisteminin karakterini belirleyen ana etken olmasa da Neuman’a göre onun etkisi hiçbir şekilde göz ardı edilemez.

Sandra Braman da bu genel tezi onaylarken, teknolojinin medya politikalarının sınırlarının belirlenmesinde ana etken olmaması gerektiğine işaret etmektedir (Braman, 2004, s. 155). Ona göre enformasyon teknolojilerinin ekonomik veya endüstriyel bir konu olarak algılanıp o şekilde düzenlenmeleri, ifade özgürlüğü ve çeşitlilik gibi medya politikaları açısından önemli olan bazı temel değerlerin gözden kaçırılmasına neden olabilir. Onun için medya araçlarının teknolojik yönlerini göz ardı etmemekle beraber teknolojiden uzaklaşıp neyin ve kime iletildiğine dönersek, o zaman asıl medya politikalarına dönmüş oluruz. Basitleştirmek gerekirse, medya politikalarının sınırları belirlenirken sadece iletişim araçlarının teknolojik özelliklerine göre hareket edilmemelidir, daha çok bunları da göz önünde bulundurmakla beraber iletişim araçlarının görevi ve işlevi vurgulanmalıdır.

Yeni medya teknolojilerine Braman makalesinde meta teknolojileri adı vermektedir. (...). İletişim tarihinde ona göre üç tane farklı teknolojiden bahsetmek mümkündür: dil, hareket gibi araçlar pre-modern döneme aittir ve aslında bir toplumsal eylemi ifade etmektedir. İkincisi teknolojilerdir, yapılışında ve kullanılışında toplumsaldır çünkü birçok insanın beraber çalışmasını gerektirir. Teknolojiler modern dünyanın sanayileşmesini mümkün kılmıştır (....). Post-modern dünyada iletişimi sağlamak için ise artık meta teknolojileri kullanılmaktadır. Meta teknolojileri her zaman enformasyoneldir, bunun en iyi örneği de internettir. Teknolojilerden meta-teknolojilere bu geçiş, medya politikasının hem kapsamını hem de ölçeğini değiştirmiştir. Bunlar hem yeni medya politikalarının araçlarını hem de politika analizi için yeni metodların geliştirilmesini gerektirmektedir (Braman, 2004, s. 158). Yeni medya teknolojilerinin veya Braman'ın değişiyse meta-teknolojilerinin iletişime hakim olmasıyla birlikte medya politikalarının da buna uygun olarak değişmesi gerektiği işaret edilmektedir. Holznagel de teknolojilerin yöndeşmesinin yeni bir medya politikası gerektirdiğini vurgulamaktadır (Holznagel, 1999, s. 2). Ona göre yöndeşmiş ve birleşmiş bir iletişim araçları sistemi, bölünmüş yasal düzenlemelerin uygulanmasını zor kılmaktadır. Onun için bir çok düşünüre göre de tüm medya regülasyonu yasalarının, tüm farklı iletişim ortamlarını kapsayacak şekilde bir tane medya yasası veya iletişim yasası olarak bütünleştirilmesi mecburidir. Ancak bu şekilde güncel hayatın pratikleri ve yasal düzenlemeler arasındaki fark kapatılabilir.

Bu yukarıda tartışılan yaklaşımlar bizi tekrar McQuail'in 'yeni paradigmasına' götürmektedir. McQuail değişen iletişim dünyasının var olan bölünmüş medya düzenleme sisteminin yetersizliğini açığa çıkarttığını ve hepsini toplayacak ve kapsayacak şekilde yeni bir medya politikası paradigmasına ihtiyaç duyulduğunu

savunmaktadır. Bu Holzangel'in önerdiği gibi bir tek iletişim yasası ile yapılmak zorunlu değildir, fakat tüm bunları göz önünde bulunduracak ve işlemlerini sağlayacak bir ortak iletişim politikası mecburidir.

İKİNCİ BÖLÜM

BOSNA – HERSEK’TE İLETİŞİM POLİTİKALARI

İletişim politikasının temel özelliklerini ve genel normlarını açıkladıktan sonra, bunlara göre bir ülkenin iletişim politikasını belirlemek için takip edilmesi gereken temel unsurları belirlemiş oluruz. Daha önceki bölümde de belirtildiği gibi, bir ülkenin iletişim politikasını belirleyen en önemli unsurlardan biri, o ülkenin tarihsel, siyasi, ekonomik ve toplumsal koşullarıdır. İletişim araçlarının tarihsel gelişimi bugünkü iletişim araçlarının kullanılması ve düzenlenmesini anlamak açısından son derece önemlidir.

2.1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ VE İLETİŞİM POLİTİKALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

İletişim politikalarını belirleyen amaçlar, araçlar veya aktörler, her ülkenin özel tarihsel gelişimine göre farklılıklar göstermektedir. Bu yüzden iletişim politikalarının temel unsurlarını anlayabilmek için ilgili ülkenin tarihsel gelişimini incelememiz gerekmektedir. İletişim politikalarının amaçları, genellikle kamu yararı olarak genel bir şekilde ifade edilse de, her ülkenin veya iletişim politikasını belirleyenlerin kamu yararı anlayışı farklıdır. Onun için bir ülkenin iletişim politikalarını tartışırken, o ülkedeki koşullar altında gelişen kamu yararı anlayışının, siyasi, toplumsal ve ekonomik yanları üzerinde durmamız gerekmektedir.

Bunun yanında iletişim politikalarının belirleyicileri, veya aktörleri büyük önem taşımaktadır. Farklı aktörler farklı şekillerde kendi kamu yararı anlayışı

çerçevesinde iletişim politikalarını şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Bu yüzden bu aktörlerin kim olduklarının anlaşılması son derece önemlidir.

Sonuçta kullanılan araçlar, iletişim politikasını doğrudan etkilemese de onun nasıl uygulandığına dair önemli ipuçları vermektedir. Çıkarılan yasalar, düzenlemeler, denetim ve düzenleme kurum ve kurulları, iletişim politikalarının somut şekilleridir. Onlar kendi yapısıyla iletişim politikalarının uygulanmasına ve doğru sonuçlara ulaşıp ulaşılmadığına etki eden temel etkenlerdir. Yanı sıra, iletişim politikasının belirlediği iletişim sisteminin, iletişim politikalarının soyut kurallardan somut uygulamalara taşınıp taşınmadığı, gerçekten uygulanıp uygulanmadığı, amaçlarının gerçekleşip gerçekleşmediğini anlamak için incelenmesi gereken başlıca konular arasındadır.

Sonuç olarak, illerdeki bölümde ilk önce Bosna – Hersek’in devlet ve toplum açısından tarihsel gelişimi ve geldiği nokta tartışılacaktır. İletişim politikaları açısından son derece önemli olan bu tarihsel koşullar, bize iletişim politikalarını belli bir zamana ve mekana yerleştirmemize yardımcı olacaktır. İkinci olarak, iletişim araçlarının kısa bir şekilde tarihsel gelişimi incelenecektir. Bu inceleme, iletişim araçlarının ve iletişim politikalarının geçmiş dönemlerdeki bazı tecrübelerin, bugünkü iletişim politikalarını ve iletişim sistemini nasıl etkilediğini anlamamıza yardımcı olacaktır.

Bundan sonraki bölümlerde tarihsel, siyasi ve ekonomik çerçeveyi çizdikten sonra, bu çerçeve içerisinde uygulanan iletişim politikaları, bu iletişim politikalarının aktörleri, amaçları ve araçları incelenecektir. Yani kısaca kimin, neyi ve nasıl gerçekleştirmeye çalıştığı tartışılacaktır. Ayrıca da Bosna – Hersek iletişim sistemi ve

iletişim politikalarını yukarıda çerçevesi çizilen normatif iletişim politikalarından ayıran temel unsurlar incelenecektir. Bölümün sonunda da iletişim politikalarını gelecekte nasıl olması gerektiğine dair beklentiler ve iletişim sistemi açısından ne tür etkiler bırakacağı gibi değişik konular tartışılacaktır.

2.1.1. 19 yy İkinci Yarısında Kitle İletişim Araçlarının Yayılması

Osmanlı döneminde tüm imparatorlukta olduğu gibi, Bosna – Hersek’te de kitle iletişim araçları Avrupa’nın gelişmiş ülkelerine kıyasen geç gelişmeye başlamıştır. Bosna – Hersek’te düzenli olarak basılmaya başlanan ilk dergi 1850 gibi geç sayılabilecek bir tarihe denk gelmektedir. ‘*Bosanski Prijatelj*’ (*Bosna’nın Dostu*) adı ile basılan bu dergi, Hırvat asıllı ve katolik ruhban sınıfı mensubu İvan Frano Yukić tarafından kurulmuştur. Bosna – Hersek’teki konuları ele alan ve oradaki okuyuculara hitap eden bu derginin en büyük özelliği aslında Hrvatistan’ın başkenti Zagreb’de basılıyor olmasıydı.

Derginin basılması, daha geniş bir hareketin parçası olarak başlatılmıştır. İtir Hareketi (Hırvatların Milli Uyanış Hareketi) Hırvatistan ve bir parçası da Bosna – Hersek’te gelişen ve halkın aydınlatılmasını amaçlayan hareketti. Bu dergiye de o açıdan bakmak mümkündür (Tucakovic, 2006, s. 187-222). Dergi siyasi konulardan çok, tarih, edebiyat ve sanat gibi konularla ilgiliydi. Çünkü Yukić’in amacı (ve elbette İtir Hareketi’nin amacı) halkı aydınlatmak ve bilinçlendirmektir (Krusevac, 1978, s. 159). 1850 – 1870 yılları arasında bu dergi ancak 4 sayısı çıkarılabilmiştir ve hemen hemen tüm yazılar İvan Frano Yukić tarafından yazılmıştır.

Bosna – Hersek’te kitle iletişim araçlarının gelişimi açısından en önemli gelişme, 1866 yılında Saraybosna’da ilk basımevinin kurulmasıydı. Basımevinin kurulmasıyla birlikte ilk gazetelerin düzenli olarak basımı ve halk tarafından okunmaya başlandığı söylenebilir. Basımevinin kurulmasıyla birlikte, gazete sayısındaki artıştan söz edilebilir. İlk olarak ‘*Bosna*’ adlı Bosna Eyaleti’nin resmi gazetesi basımına da başlanmıştır. Bu gazete 1866 – 1878 (Osmanlı iktidarının sonu) yılları arasında 636 sayı basılmıştır.

Bununla birlikte *Bosanski Vjesnik* (1866), *Sarajevski Cvjetnik* (1868) gibi özel gazetelerin sayısı da çoğalmış, fakat bunların da daha çok edebiyat ve sanat ile ilgili oldukları söylenebilir (Tucakovic, 2006, s. 187-222).

Basının yanında, aynı döneme denk gelen, ilk posta ve telgraf ofislerinin kullanılmaya başlandığı da görülmektedir. Osmanlı döneminde, 19 yy ikinci yarısında ilk posta ofisleri kurulmuştur. Osmanlı iktidarı döneminde devletin resmi posta sistemi bulunmasa da, Bosna – Hersek, İstanbul ile Avusturya – Macaristan veya Fransa İmparatorlukları gibi Avrupa ülkeleri ile iletişim ağının en önemli noktalarından biriydi. İşte bu amaçlarla ilgili ülkeler tarafından ilk posta ofisleri açılmıştır. Bilinen ilk posta ofisi, ‘Fransız Postası’ adıyla Saraybosna’da Fransız Konsolosluğu tarafından kuruldu. Resmi yazışmalar için kullanılan bu posta ofisinden farklı olarak, halk tarafından da kullanılmaya müsait ilk posta ofisi Avusturya – Macaristan Konsolosluğu tarafından kurulan ‘Konsol Postası’ idi. Osmanlı döneminde ilk telgraf ofisi ise Mostar şehrinde 1858 yılında, Saraybosna’da ise 1864 yılında kurulmuştur.

1878 yılı Bosna – Hersek tarihinde her açıdan bir dönüm noktası olarak değerlendirilir. Osmanlı İmparatorluğunun egemenliğinden, Avusturya – Macaristan İmparatorluğu egemenliği altına giren Bosna – Hersek, siyasi, toplumsal ve ekonomik anlamda her açıdan hızlı bir gelişim içerisine girmiştir. Kitle iletişim ve telekomünikasyon sektöründe de aynı gelişim söz konusudur. Fakat siyasi istikrarsızlıktan dolayı (özellikle Boşnak milletinin ayaklanmaları) ilk yıllarda hükümet tarafından basına sansür uygulanmıştır. Üç yıl süren bu sansür döneminden sonra basın sektöründe, posta ve telgraf sisteminde hızlı bir modernleşmeye girildiği görülmektedir (Krusevac, 1978, s. 303-304).

İlk başta medya özgürlüğünü düzenleyen herhangi bir yasa yoktu, ve iktidarın keyfi düzenlemelerine göre basın kontrol ediliyordu. İlk Basın Yasası 1907’de çıkarıldı ve bu yasa ile ön sansür uygulaması kaldırıldı. Fakat yasa pek uygulanmıyordu ve sansür uygulaması hala devam ediyordu. Fakat bütün bu sansür uygulamalarına rağmen, 40 yıllık Avusturya - Macaristan İmparatorluğu döneminde çoğunlukta dini ve milli konuları işleyen gazete ve dergi sayısı 125’e ulaşmıştır (Defterdarevic, 1998, s. 15-31).

1878 - 1918 yılları arasındaki dönemde basımevlerinin çoğalmasıyla birlikte çıkan gazete ve dergi sayısında da büyük artış görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğundan farklı olarak, Avusturya – Macaristan İmparatorluğu daha uzun ve daha gelişmiş bir basımevi ve basın tarihine sahipti. Fakat aynı zamanda günlük gazete ve dergilerin çıkarılmasında oldukça dikkatli davranmaktaydı ve onları devletin resmi sansür ve kontrolü altında tutmaktaydı (Krusevac, 1978, s. 303-304). Buna rağmen bu dönemde Bosna – Hersek’te basının ciddi bir gelişiminden

bahsedilebilir. Bu dönemde 40'tan fazla basımevi kurulmuş olup, bunların üçte biri başkent Saraybosna'daydı.

Bu yıllar arasında 150'den fazla gazete, dergi ve diğer yayınlar basılmıştır. Bunların büyük çoğunluğu Boşnakça çıkmakta, bunun yanında da Almanca (*Bosniche Post, Sarajevoer Nachrichten*), Arapça (*Tarik, Misbah*) ve Türkçe (*Vatan, Rehber*) gibi farklı dillerde farklı gazetelerin basıldığı görülmektedir.

Bu dönemin en karakteristik özelliği, Boşnak, Sırp ve Hırvat milliyetçi hareketlerinin gelişmesi ve bu sürecin basına da yansımaysıydı. Böylece, her milletin kendine ait ve sadece kendi okuyucularına hitap eden gazeteler çıkarılmaktaydı. Ayrıca da milliyetçiliğinin yükselmesiyle birlikte gazetelerin edebiyat ve sanattan çok siyasi konuları işlemeye başladıkları görülmektedir. Bu dönemde Boşnakların genel olarak *Alhamiyado*¹ edebiyatı etrafında toplandıkları görülmektedir. Bu anlamda genel olarak gazeteciler aslında edebiyatçıydı. Latin harfli ilk Boşnakça gazetelerinin çıkması 1900 yılına denk gelmektedir. 'Bahar' gazetesi Safet Beg Başagiç, Edhem Mulabdiç ve Osman Nuri Hadziç gibi en önemli edebiyatçılar tarafından çıkarılıyordu. Gazete, Ademaga Meşiç adlı bir Boşnak tüccar tarafından finanse ediliyordu.

Sırp tarafından kurulan ilk gazete *Bosanska Vila*, ilk sayısını 1885 yılında çıkarmıştır. 30 yıl boyunca çıkan bu gazete Sırp milliyetçiliğini yücelten bir gazeteydi. Petar Koçiç veya Svetozar Çoroviç gibi, Bosna'nın Sırp asıllı en büyük yazarları bu gazetede yazmıştır.

¹ Alhamiyado – Boşnakça dilinde fakat Arapça yazısı kullanılarak yazılan Bosna'ya özel edebiyat türüdür.

Daha çok siyasi konuları ele alan gazeteler 1882 yılından sonra (Hersek'teki halk ayaklanmasından sonra) çıkmaya başlamıştır. Hükümet ancak bu dönemde *Bosniche Post*, *Vatan*, *Boşnak* veya *Srpski Vjesnik* gibi gazetelerin basılmasına izin vermiştir. Verdiği izinle hükümet, halk arasındaki rahatsızlığı ortadan kalktığını, siyasi sorunların çözüldüğünü göstermek niyetindeydi (Krusevac, 1978, s. 162).

Avusturya – Macaristan İmparatorluğu'nun egemenliği altına girmesiyle Bosna – Hersek'te posta ve telgraf sisteminde büyük gelişmeler yaşanmıştır. Yeni iktidar, yeni posta ve telgraf sistemini düzenlemiştir. 1878 yılında, işgalin hemen ardından 'askeri postalar' kurulmuştur. Bu şekilde Bosna ile İmparatorluğun geriye kalan kısmı arasında yoğun bir iletişim olanağı sağlanmıştır.

1878 yılının ikinci yarısında Saraybosna, Banya Luka ve Travnik şehirleri dahil olmak üzere 18 tane telgraf ofisi açılmış, gece gündüz, 24 saat telgraf iletişimi imkanı sağlanmıştır. 1914 yılına kadar posta ve telgraf ofislerinin sayısı 118'e ulaşmıştır. Avusturya – Macaristan İmparatorluğu iktidarı döneminde Bosna Hersek'te toplam 150 tane posta ve telgraf ofisi açılmıştır.

Avusturya – Macaristan İmparatorluğunun dağılmasıyla Bosna – Hersek Yugoslavya Krallığı egemenliği altına girmiştir. Bu dönemde devlet sansürü doruğa çıkmakta ve Bosna – Hersek merkezli basın da gittikçe önem kaybetmektedir. Öte yandan Hırvatistan ve Sırbistan merkezli gazetelerin ağırlık kazandığı bu durum 1945 yılına kadar devam edecektir. 1925 yılında yürürlüğe giren ilk Basın Yasası ön sansür uygulamasını kaldırmıştır. Fakat bu düzenleme, 1929 yılında diktatörlüğün ilan edilmesiyle askıya alınmış ve bu durum İkinci Dünya Savaşına kadar böyle devam etmiştir (Defterdarevic, 1998, s. 15-31).

2.1.2. Sosyalist Yugoslavya’da İletişim Sektörü

Sosyalist ülkelerdeki medya sektörüne genel olarak bakıldığında zaman, tamamen devlet kontrolü altında bulunan ve devletin kurumları gibi işleyen bir medya sektörünün söz konusu olduğu görülmektedir. Eski Yugoslavya’nın bir federatif cumhuriyeti olan Bosna Hersek’te de medyanın durumu bundan farklı değildi. 1945 yılında kurulan Demokratik Federal Yugoslavya Cumhuriyeti (sonra Sosyalist Federal Yugoslavya Cumhuriyeti olarak adını alacaktır), demokratik bir devlet olduğunu iddia ediyor, ve bütün diğer demokratik ülkelerde olduğu gibi, ifade ve medya özgürlüğü gibi temel insan haklarını yasa ile güvence altına aldığı iddiasında bulunuyordu. İfade özgürlüğü, BM İnsan Haklarının Evrensel Bildirgesinin 19. Maddesine dayandırılarak 1945 Anayasası ile güvence altına alınmıştır.

Fakat bu anayasal güvenceler medyanın gerçekten serbest olduğu anlamına gelmiyordu. Yugoslavya’da basın - yayın ciddi bir devlet sansürü altında tutulmaktaydı. Resmi olarak sansür yoktu ve basın - yayın ancak savaş döneminde veya savaş tehlikesi olduğu dönemde devletin resmi organları tarafından sansürlenebiliyordu (Parascic, 2007, s. 16). 24 Ağustos 1945 yılında Basın Yasası yürürlüğe girmiştir. Yasa, ifade ve basın özgürlüğünü güvence altına almaktadır, fakat aynı zamanda gazeteci, yayıncı veya editörlerin yaptıkları basım ve yayınları özel izne tabi tutmaktaydı. Ayrıca yasa ile ‘*devletin hukuki düzeni yıkmaya veya kardeş ülkeleri küçümsemeye*’ kalkışacak olan basım ve yayınların yasak olduğunun altı çizilmekteydi. İşte bu yasa, sansür uygulamasının gelişmesine ön ayak olmuştur.

Fakat yasalar bir yana, basın ve ifade özgürlüğünün gelişmemesinde en önemli etken, devlet organlarının ‘Kara Liste’ler (Yasaklanmış eserlerin listesi)

oluşturmasıydı. Bu gizli listeler devletin resmi görüşlerine uymayan tüm yayınların (gazete, kitap, dergi v.s)) yayınlanmadan önce sansürlenmesini öngörüyordu. Bu listeler, Komünist Partisi'nin resmi sansür ve propaganda organı olan AGİTPROP tarafından yapılıyordu.

Tüm basım ve yayınların devlet savcılığında birer dosyası vardı ve bu dosyalarda onlar hakkında tüm bilgiler ve belgeler toplanıyordu. Böylece bu basım – yayın kuruluşlarının, Basın Yasasını ihlal edip etmedikleri takip ediliyordu (Parascic, 2007, s. 22). Komünist Partisi ve devletin resmi organlarınca, öncelikle ulusal barış ve eşitliğe, kardeşlik ve birliğe vurgu yapılıyordu, bunlara karşı olan fikirlere asla izin verilmiyordu. Ve mutlak surette yasaklanan şey ise, Yugoslavya'da yaşayan herhangi bir milletin ön plana çıkarılarak suretiyle yapılan milliyetçilikti.

Yugoslavya'da gazetecilere 'toplumsal – siyasi' çalışanlar gözüyle bakılıyordu. Onlar sosyalizmin kurulmasında önemli bir role sahipti ve onlar aslında kamuoyuna değil, siyasi organizasyonlara karşı sorumluydu. Onların tek görevi, siyasi iktidarın karar ve düşüncelerini halka iletmektir, yani bir bakıma sadece bir çeşit araç niteliğindeydiler (Parascic, 2007, s. 30).

Yugoslavya'daki medya sahipliği ise farklı bir teori üzerinde kurulmuştur. Buna göre (en azından teoride) medya kurumları tüm toplumun mülkiyetindeydi. Yani medya kurumların resmi bir sahibi yoktu, tek sahibi toplumdu ve bu toplum medya kurumlarının yönetimini, toplum adına o toplumun bazı kesimlerine devretmekteydi (Defterdarevic, 1998, s. 15-31).

Eski Yugoslavya'da tüm basın - yayın sahipliği 'kendi kendini yönetme' sosyalist normatif teorisine göre düzenlenmiştir. 1945'ten beri tüm basın - yayın

organizasyonlarının yöneticileri Sosyalist Emekçi Halk Birliği tarafından atanıyorlardı. Bu kurum bağımsız gibi görünse de ise Komünist Partisinin doğrudan kontrollü altındaydı ve bu kurum üzerinden Parti, medya sektörünü kontrol ediyordu (Topic, 2006, s. 158). Medya sektöründe özel mülkiyete ancak 1980'lerin sonunda izin verildi. 1985 tarihli Kamu İletişim Temelleri Yasası ile vatandaş gruplarına veya bireylere basın ve yayın kuruluşları kurma hakkı verildi, fakat bu da Sosyalist Emekçi Halk Birliği'nin iznine bağlıydı.

Medya sadece var olan sistemi savunduğu sürece özgüdü. Sisteme karşıt görüşler ve fikirlerin basılması veya yayınlanması hemen hemen imkansızdı. Medya Özgürlüğü İhlali Önleme Yasasının kurallarına göre basılan tüm gazete, dergi veya kitapların iki kopyası yapıp birinin ilgili bakanlığa 'ön izleme'ye gönderilmesi şarttı. Bunun yanı sıra, yasa ile öngörölmüş olmasa da tüm medya kuruluşlarının genel müdürleri ve editörleri Komünist Partisi üyesi olmaları gerekirdi (Topic, 2006, s. 158).

Bu türden düzenlemelerin söz konusu olduğu bir ortamda, yani sıkı bir Komünist Partisi kontrolü altında ve devletin sahipliğinde bir iletişim sektörünün gelişmesinden söz edilebilir. İlk televizyon 1945 yılında, yani İkinci Dünya Savaşın bitmesinin ve Komünist iktidarının kurulmasının hemen ardından Saraybosna'da kurulmuştu. Sarayevo Devlet Televizyonu adı altında kurulan bu televizyon sadece bir kanaldan yayın yapmaktaydı ve bu durum Bosna Hersek'in bağımsızlığına kadar sürmüştür. Sarayevo Devlet Televizyonu aslında tüm Federal Yugoslavya'yı kapsayan Yugoslavya Devlet Televizyonunun bir parçası olarak çalışmaktaydı. TV Sarayevo'nın modern teknolojik araç ve gereçlerle donatılması açısından, 1984 Saraybosna Kış Olimpiyatlarıydı bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Olimpiyatlara

hazırlıklar kapsamında, Saraybosna’da, yeni teknolojilerle donatılmış yeni bir televizyon binası yapılmıştır. O sırada, TV Sarayevo, tüm Yugoslavya’da en yeni ve en kaliteli program ve teknolojilere sahipti. 1990 yılına kadar, TV Sarayevo yılda 3. 086 saat kendi programı ürettiyordu ve 623. 000 abonesi vardı.

İlk radyo 10 Nisan 1945 yılında yine Saraybosna’da yayına başlamıştır. Bunun ardından yerel radyo istasyonların kurulmasına başlanmış ve 1990 yılına kadar Bosna-Hersek genelinde toplam 49 tane radyo istasyonu yayın yapmaktaydı. Unutmamak gerekir ki tüm bu radyo istasyonları tamamen devlete ait, ya da daha doğrusu, yerel yönetimlere ait ve onların kontrolü altındaydı. Eski Yugoslavya döneminde en popüler ve en çok satılan gazete *Oslobodjenje* (Özgürlük) ve *Vecernje Novine* (Akşam Gazetesi) idi.

1990 yılında Yugoslavya’nın parçalanması artık ufuktaydı. Bu yılda ilk serbest seçimlerin yapılmasıyla 45 sene süren Komünist Parti iktidarı sona ermiş ve yerine milliyetçi partiler gelmiştir. Bununla beraber medya sektöründe de ufak değişiklikler ortaya çıkmaya başladı. 45 sene sonra ilk kez, TV Sarayevo dışında, Bosna-Hersek’te ikinci bir televizyon açıldı. YUTEL adı altında çalışmaya başlayan bu yeni televizyon, dönemin federal başbakanı Ante Marković tarafından kuruldu ve tüm Yugoslavya’yı kapsamaktaydı. Başbakan Marković’in planı, devlet televizyonlardan epeydir başlamış olan savaş ve parçalanma propagandasını bu televizyon sayesinde etkisizleştirmek ve ülkenin bütünlüğünü korumaktı (Pech, 2000, s. 6).

Fakat Marković’in planı tutmadı ve ülke parçalanmaya ve beraberinde gelen kanlı bir savaşa sürüklendi. Yugoslavya Federal Cumhuriyeti, savaşın resmen

ilanından önce dağılmaya başladı. Aşağıdaki bölümlerde görebileceğimiz gibi medyanın bu savaştaki rolü çok önemliydi. Savaşta tarafsızlığı ve bağımsızlığını tamamen kaybeden medya sektörü, bazı araştırmacı ve düşünürler tarafından savaşın ana sebeplerinden biri olarak nitelendirilmektedir.

2.1.3. Özelleştirme Süreci ve Piyasa Ekonomisine Eklemlenme Sürecinin Başlaması

1980'lerin sonuna doğru gelindiğinde Yugoslavya hem ekonomik hem de toplumsal anlamda krize doğru sürükleniyordu. Sosyalist ekonomi düzeni çökme sürecine girmiş ve ufak adımlarla liberal piyasa ekonomisine eklemlenme süreci başlamıştır. Ante Markoviç hükümeti (Yugoslavya'nın son federal hükümeti) Yugoslavya'da sinyal veren krizi önlemek için tek çarenin piyasa ekonomisine eklemlenmek olduğu konusunda ısrarlıydı (Divjak & Martinovic, 2009, s. 16). Hükümetin ısrarlarına uyarak Yugoslavya Federal Parlamentosu 1990 yılında Toplumsal Mülkiyet Düzenleme Yasasını kabul etti. 'Markoviç özelleştirmesi kanunu' olarak da bilinen bu yasaya göre toplumun sahip olduğu mülkiyeti olan şirket ve fabrikaların, içinde çalışan işçiler tarafından satın alınmasını öngörüyordu. Bu şekilde zaten teorik olarak bu şirketlerin sahibi olan işçilerin ilgili şirket ve fabrikaların, fiili olarak da sahipleri olmaları öngörülüyordu.

Bu özelleştirme süreci iletişim sektörünü de kapsamaktaydı. 1990 tarihli bu yasa aslında Bosna – Hersek'te 1997 yılına kadar varlığını sürdürmüştü, çünkü savaş sırasında hiçbir yasal düzenleme yapılmamıştır. Yugoslavya'nın dağılması bu özelleştirme sürecini durdurmuş ve Bosna –Hersek'teki savaşın başlaması, 'vahşi'

denebilecek özelleştirmelere neden olmuştur. Bu şekilde savaş ve savaşın hemen sonrasındaki dönemde işçilerin sahip olması gerektiği şirket ve fabrikalar, siyasi iktidara yakın olan kişilerce satın alınmıştır. Bu vahşi özelleştirme süreci, bazı akademisyen ve ekonomistler tarafından Bosna - Hersek'teki sermaye birikim sürecinin ilk aşaması olarak da değerlendirilmektedir (Divjak & Martinovic, 2009, s. 15-33).

Savaş ortamında yapılan bir başka önemli değişiklik ise Yugoslavya'daki sisteme göre toplumun sahip olduğu, yani toplumun mülkiyeti sayılan malların devlet tarafından devlet mülkiyeti ilan edilmesi idi. Bu şekilde halka ait olan tüm mülk aslında devletin eline geçmiştir.

Gerçek özelleştirme süreci ancak savaştan sonra, 1997 yılında kabul edilen entitelerin özelleştirme yasaları ve Yüksek Temsilcinin Federal Özelleştirme Yasasını empoze etmesiyle başlamıştır. Medya ve telekomünikasyon sektörüne bakıldığında basın sektörü, tamamen özelleştirmeye tabi tutulurken, devletin mülkiyetinde bulunan devlet yayıncı kuruluşları ve özellikle de posta ve telekom sistemleri devletin mülkiyetinde kalmıştır. Daha sonra görüleceği gibi, devlet yayıncı kuruluşları reformlarla kamu yayıncı kuruluşlarına dönüştürülürken, telekomünikasyon sektörü de özelleştirmelere tabi tutulmuştu. Sırp Cumhuriyetinde 2008 yılında yapılan yasa değişikliğiyle telekomünikasyon sektörü de dahil olmak üzere, devlet çıkarları için stratejik öneme sahip olan bazı sektörlerde, özelleştirme süreçlerinde alıcıyı doğrudan belirleme yetkisi hükümete verildi. Bu yasa düzenlemelerine dayanarak Sırp Cumhuriyeti Telekom operatörünü Sırbistan Devlet Telekom'una sattı. Diğer entitenin iki tane Telekom operatörü ise halen büyük ölçüde devletin mülkiyetinde bulunmaktadır.

2.1.4. Savaş Dönemi

Savaşın başlaması genel olarak tüm ekonomik ve toplumsal süreçleri alt üst etti. Daha yeni başlayan özelleştirme süreci durdurulmuş, medya ve telekomünikasyon sektörü kendini hiçbir düzen ve kanunun bulunmadığı bir ortamda bulmuştur. 1992 yılında ülkede sadece bir televizyon, 49 tane radyo istasyonu ve iki tane gazete bulunmaktaydı. Bunların hepsi tamamen devletin kontrollü altındaydı. Savaş ile beraber devlet, medya üzerindeki kontrolünü kaybetmiştir. Bağımsızlığını yeni ilan eden Bosna - Hersek, bağımsızlık ilanı ile savaşın başlaması arasındaki bu kısa dönemde, medya sektöründe herhangi bir düzenleme yapamamıştı. Hükümet var olan medya sektörünü kendi kontrolü altına almaya her ne kadar çalıştıysa da pek başarılı olamamıştı (Defterdarevic, 1998, s. 15-31). Milliyetçi partiler kendi paralel medya kuruluşlarını kurmuş, televizyon ve radyo istasyonları, gazete, haber ajansları vs. gibi yapılar kendi bölgelerde, kendi özel hükümet yapılarıyla ve özel hukuki düzenlemelere göre şekillendirmiştir. Bu dönemde medya araçları askeri operasyonların ve hedeflerin bir parçası ve destekçisi olarak işlemektedir.

Savaş sırasında ciddi bir medya politikasından bahsetmek mümkün değildir. Savaş sırasında resmi devlet veya daha doğrusu savaşan tarafların medya politikalarını iki ana fikir etrafında toplamak mümkündür. Birincisi, medyanın bir propaganda aleti olarak kullanılması, ikincisi ise iletişim altyapısının bir askeri hedef olarak görülmesidir.

2.1.4.1. Bir Askeri Hedef Olarak İletişim Altyapısı

Savaş, gelişmeye ve liberalleşmeye başlayan medya sektörünü ciddi bir şekilde yaralamıştır. Daha yeni oluşturulan altyapı ve iletişim sektörü yerle bir edilmiştir. Ayakta kalanlar ise asgari koşullarda çalışmaya devam etmiştir.

Medya çok önemli bir savaş aracıdır. Bosna-Hersek savaşına katılan tüm taraflar bunun farkındaydı. Ellerinde sinyal taşıyıcıları tutanlar medyayı da kontrol altında tutmakta, dolayısıyla medya yoluyla gönderilen mesajları da kontrol etmekteydiler. Siyasetçilerin ilk hedefi, medyayı kendi kontrolü altına almak ve medya kurumlarının başına kendi adamlarını yerleştirmektir. Sırbistan’da Slobodan Milošević, Hırvatistan’da Franjo Tuđman ve Bosna-Hersek’te Alija İzetbegović bu konuda hemfikirdi. Onlara göre, medyayı kontrol eden, insanları da büyük ölçüde kontrol edebilmekteydi. Onun için Bosna-Hersek’te ilk askeri operasyonlardan bazılarının, Bosna-Hersek’te bulunan TV Sarayevu’nun sinyal taşıyıcılarını kontrol altına almak için yapılması hiç de şaşırtıcı değildir (Ahmetasevic N. , 2007, s. 2). Savaş fiilen başlamadan bir kaç ay önce, milliyetçi liderler, medya kampanyaları vasıtasıyla planlarını kamuoyuna duyurmaktaydı. Slobodan Milošević, Bosna – Hersek’in doğusuna paramiliter askerleri ve teknisyenleri göndererek kuzey ve doğu Bosna’daki televizyon sinyal taşıyıcılarına el koymuş, ve böylece Bosna-Hersek nüfusunun hemen hemen yarısı Belgrad merkezli televizyon haberlerini almak durumunda bırakılmıştı. Böylece Milošević, Bosna’da yaşayan Sırları TV Sarayevu’nun etkisi altından ‘kurtarmış’ ve kendi kontrolündeki medyanın propagandasına maruz bırakmıştı. Bu şekilde TV Sarayevu’nun yaptığı ‘birleşmiş ve bölünmez Bosna-Hersek’ fikri ülkenin bu bölümünde takip edilemiyordu, tam tersine

ülkenin bu kısmında Milošević kontrollündeki Belgrad merkezli medyanın vasıtasıyla, bölünme ve savaş propagandası yapılıyordu (Price, 2002, s. 94).

Sinyal taşıyıcıları savaşı bittiğinde TV Sarayevonun sahip olduğu taşıyıcıların yarısı yeni kurulan Sırp Cumhuriyeti'nin eline geçmiş, bir tanesi Hırvatların kontrolündeki bölgede kalmış, dört tanesi ise TV Sarayevonun, veya yeni adıyla Bosna-Hersek Radyo-Televizyonu'nun kontrolünde kalmıştır. Boşnakların kontrol ettiği eski TV Sarayevonun adını Bosna-Hersek Televizyonu olarak değiştirmiş ve adından anlaşılacağı gibi Bosna-Hersek devletinin resmi televizyonu olduğunu iddia etmiştir.

Bu yeni kurulan RTV BiH, daha önce de belirtildiği gibi, 1984 yılında yapılan kış olimpiyatları sırasında büyük yatırımlarla bölgenin en modern ve en kaliteli televizyon istasyonuna sahip olmuştu. Fakat üç sene süren Saraybosna kuşatması sırasında hemen hemen her gün roketlerle vurulmuş ve neredeyse yerle bir edilmiştir.

2.1.4.2. Bir Propaganda Aracı Olarak Medya

Propaganda, daha doğrusu negatif propaganda, her savaşta en önemli silahlarından biridir. İletişim araştırmaları aslında propaganda üzerine yapılan araştırmalarla başlamıştır denebilir. Daha Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra farklı araştırmacılar medyanın propaganda gücünü araştırmaya yönelmiş ve medyanın çok güçlü bir propaganda aracı olduğu sonucuna varmıştır.

Nidzara Ahmetaseviç insanların veya daha doğrusu milletlerin nasıl savaşa sürüklendiği konusunu araştırırken, önce siyasetçilerin gazetecilere yalan söyleyerek

onları kandırdığı, sonrasında da kendi yalanlarını medyada görünce kendileri de onlara inanmaya başladıklarını belirtmektedir (Ahmetasevic N. , 2007, s. 3). Buna göre, eski Yugoslavya’da savaş propagandası, 1980’lerin sonunda yapılmaya başlandı. Ahmetaşeviç, sonrasında meydana gelen olaylara baktığımız zaman, bu propaganda çok başarılı olduğunun altını çizmektedir. Başarılı olmasının bir başka kanıtı da, Ahmetaşeviç’e göre, bu propagandanın bugünlerde bile hala geçerli olmasıdır.

Bosna-Hersek’te yapılan propaganda bir çok açıdan spesifik özellikler taşımaktadır. Her şeyden önce bu propaganda ülke içindeki siyasi iktidarlar tarafından değil de, büyük çoğunlukla ülke dışındaki merkezlerden, yani Sırbistan ve Hırvatistan merkezli medya tarafından yapılıyordu. Kurulan bu propaganda sisteminin nasıl işlediğini daha iyi anlatabilmek için iki farklı örnek vereceğiz.

Pierce göre, bir güçlü hatıranın seferberliği, diğerlerin unutturulması anlamına gelir (Price, 2002, s. 94). Miloşeviç bunun farkındaydı. Miloşeviç’in kontrol ettiği Belgrad medyası, Sırların, Boşnakların ve Hırvatların Bosna-Hersek’te 50 sene barışçıl ve iyi komşuluk ilişkilerini sürdürerek yaşadıklarını tamamen göz ardı ederek, aralarındaki ‘birarada yaşanmazlık’ ve ‘Sırların tarih boyunca Bosna’da ezildiği’ gibi fikirlerini geliştirmekteydi.

Savaş öncesi Miloşeviç, Sırların Osmanlı’ya karşı yaptıkları Kosova Savaşı (veya Belgrad televizyonunun tabiriyle Kosova Zaferi) ve ‘500 yıllık esaret dönemi’ gibi tarihi mitleri kullanarak, Sırp halkının, Boşnaklardan (Osmanlı torunlarından) intikam almanın vaktinin geldiğini sürekli tekrarlamaktaydı.

Diğer taraftan Hırvatistan merkezli medya, aynı şekilde Sırlara karşı propaganda yapmaktaydı. Hırvatistan milliyetçi cumhurbaşkanı Franyo Tuğman'ın kontrol ettiği Zagreb medyası, Sırların 'Büyük Sırbistan' peşinde oldukları, Hırvatların yok olacağı ve herkesin ölmek için savaşması gerektiğini sürekli vurgulamaktaydı.

Yapılan propagandanın ne kadar başarılı olduğuna dair bir kanıt göstermek gerekirse, Bosna-Hersek'te evliliklerin %30'unun 'karma evlilikler' olduğunu söylemek herhalde yetecektir. Yani daha düne kadar birbiriyle evlenen, beraber çocuk yetiştiren Sırlar, Boşnaklar ve Hırvatlar, sadece birkaç ay içerisinde 'tarihi düşmanlıklarına' geri dönmüş ve birbirini vahşice öldürmeye başlamıştır.

2.2. BAĞIMSIZ BOSNA – HERSEK VE YENİDEN YAPILANMA DÖNEMİ

Dört sene süren savaş Bosna-Hersek'i toplumsal, ekonomik ve siyasi anlamda tamamen yıpratmıştır. Siyasi anlamda baktığımızda, ülke bağımsız ve tek parça olarak kaldıysa da içindeki düzen tamamen değişmişti. Dayton Barış Anlaşması ile Bosna-Hersek iki özerk bölgeye bölünmüş ve siyasi anlamda tamamen parçalanmıştır. Ekonomik anlamda ise ülke tamamen yıpratılmıştı. Ekonomisi yerle bir edilmiş, savaş öncesi sanayiinin %95'i üretimini durdurmuştur, kalan sanayii ise savaş sanayisine çevrilmiştir. Zaten savaş öncesinde de kırsal ve gelişmemiş bir ekonomiye sahip Bosna-Hersek için bu büyük bir darbeydi ve ülke halen bu durumdan kurtulmaya çalışmaktadır. Bazı raporlara göre ekonomideki zarar rakamsal olarak 70 ila 150 milyar dolar arasında olarak ifade edilmektedir. 1996 yılının başındaki sanayii üretimi, 1991 yılındaki üretimin %5 civarındaydı. İşsizlik

oranının ise 1996 yılında %75 olduğu tahmin ediliyordu (Tarik Jusić, 2001, s. 3). Durumun ne kadar ciddi olduğu anlaşılmaması için Bosna-Hersek'in Avrupa'da en gelişmemiş ülke olduğunu söylemek herhalde yeterli olacaktır.

Toplumsal anlamda bakıldığında, savaş öncesinde bir arada barış içinde yaşayan üç etnik unsur birbirinden maddi ve manevi anlamda tamamen kopmuş durumdadır. Hem savaşta yapılan katliamlar, hem de siyasi iktidarların her üç taraftan yaptıkları propaganda ile ülke içindeki etnik unsurlar arasındaki güven kaybolmuş ve bunun yerini kin ve nefret almıştır. Bugün bile, yani savaşın bitmesinden 18 sene sonra, ülke hem siyasi, hem ekonomik hem de toplumsal anlamda tam anlamıyla bölünmüş durumdadır. Bu bölünmüşlük güncel hayatın hemen hemen her alanında kendini göstermektedir. Medya ve telekomünikasyon sektörü de bu durumdan yeterince payını almıştır. Devletin bölünmüşlüğü ve medya arasındaki ilişki iki yönlüdür. Bir taraftan medya bu bölünmüşlük yüzünden reklam alanı vb. anlamında güçlük çekmekte, diğer taraftan ise kendisi de siyasi aktörlerin etkisiyle bu bölünmüşlüğünün ana sebeplerden bir tanesi olmaya devam etmektedir.

2.2.1. Dayton Barış Anlaşması

21 Kasım 1995'te dönemin Bosna-Hersek, Yugoslavya Federal Cumhuriyeti ve Hırvatistan Cumhurbaşkanı, Aliya İzetbegović, Slobodan Milošević ve Franyo Tudžman arasında Dayton Barış Anlaşması'nın parafı edilmesiyle, Bosna-Hersek'teki savaş sona ermiştir. Dayton Barış Anlaşması'nın, biri kısa, diğeri uzun vadeli olmak üzere, iki ana hedefinden söz etmek mümkündür. Kısa hedef savaşın

durdurulmasıydı ve Dayton bu konuda gayet başarılıydı. Uzun vadeli hedef ise barış ve istikrar için gerekli ortamın sağlanmasıydı (Türbedar, 2010, s. 2).

Dayton Anlaşması, imzalandıktan 18 sene sonra ise tartışmaların konusu olmaya devam etmektedir.. Savaşı durdurmasına rağmen, Dayton Anlaşması'nın Bosna-Hersek devleti açısından uzun vadede yarardan çok zarar getirdiği tartışılmaktadır. Dayton Anlaşması'nın yarattığı sistemin, Bosna-Hersek'i ileri taşıyacak potansiyele sahip olmadığı açıktır. Nedeni ise, savaş yıllarının gerisinde Boşnakların, Bosnalı Sırpların ve Bosnalı Hırvatların kendi kontrollerinde ve etnik açıdan homojen olan bölgeler bırakmış olmasıydı. Dayton Barış Anlaşması ise böyle bir etnik bölünmüşlüğü yasallaştırdığı/meşrulaştırdığı için, ülke toprak bütünlüğüne ve bağımsızlığına ciddi ve sürekli bir tehdidi beraberinde getirmiştir. Bosna-Hersek'i oluşturan “Bosna ve Hersek Federasyonu” (FBiH) ile “Sırp Cumhuriyeti” (RS), kendilerine has siyasi kurumlarıyla, polisleriyle, yargı mekanizmalarıyla, eğitim sistemleriyle, medyalarıyla ve bağımsız devletlere özgü diğer kurumlarıyla, adeta bir devlet içinde “iki küçük devlet” haline gelmiştir. Diğer taraftan, FBiH on kantona bölünmüş, Hırvatların kontrolündeki kantonlarda ise Hırvatlar neredeyse bağımsız bir yönetim oluşturmuştur. Bütün bunların dışında, bir de özel statüye sahip, yaklaşık 80 bin nüfuslu Brčko Bölgesi bulunmaktadır. Karma nüfusa sahip Brčko, herhangi bir entiteye bağlı değildir ve Mart 2000'den beri özerk hükümete, özerk yürütme ve yargı gibi organlara, ayrıca özerk polis teşkilatına sahiptir. Bosna-Hersek'in bu yöndeki idari yapılanması, bir devlet hakkında alışılmamış rakamların duyulmasına yol açmaktadır. Nitekim, nüfusunun 4 milyon altında olduğu tahmin edilen Bosna-Hersek'te aynı anda 1.200 yargıç ve savcı, 760 milletvekili, 180 bakan, 14 başbakan, 5 cumhurbaşkanı görev yapmaktadır. Böyle bir idari yapı yüzünden ise, Bosna'daki

harcamaların yüzde 40'ından fazlası, devlet mekanizmasının finansmanına gitmektedir (Türbedar, 2010, s. 3). Bazılar eleştirilerini daha ileri götürerek Dayton'nun tek başarısı, savaşın durdurulması olduğunu söylemektedir (Pech, 2000, s. 1). Bu karmaşık yönetim şekli, savaştan kalan sorunların ve yerel siyasi aktörlerin bu sorunları bir türlü halledememesinin sonucudur. Basitçe kendi kendini yönetemeyecek kadar karmaşık ve etkisiz bir yapıya sahiptir.

2.2.2. Uluslararası Kuruluşların Medya Müdahalesi

Savaşın hemen bitmesinden sonra, yani 1996 yılının başında onlarca yabancı STK ve medya profesyonel çalışanı Bosna-Hersek'e akın etmişti. Bunlarla beraber o dönemin şartlarına göre medya sektörüne ciddi bir maddi yardım yapılmaya başlanmıştı. Sadece 1996 yılında, değişik yabancı hükümet ve hükümet dışı kuruluşlar tarafından medya sektörüne, bağımsız medya kuruluşlarının gelişmesi için yaklaşık 5 milyon dolar tutarında yardım yapılmıştır (Tarik Jusiç, 2001, s. 17).

Bu yardım sayesinde savaşın hemen ardından 'medya patlaması' olarak nitelendirebileceğimiz bir durumla karşılaşmıştır. Bu durum, özellikle Bosna-Hersek federasyonu için geçerliydi. Bu 'patlamanın' iki tane asıl nedeni var. Birincisi, savaştan hemen sonra medya sektöründeki liberalleşme ve özel sektörün medya sektöründe yer almaya başlaması büyük bir etken olmuştur. İkinci olarak ise uluslararası yardımın medya sektörüne girmesiydi. En büyük yardım SOROS, Avrupa Komisyonu, Avrupa Konseyi ve USAİD gibi uluslararası kuruluşlar tarafından yapılmaktaydı. Bunların dışında, özellikle Bosna-Hersek Federasyonu'nda Müslüman ülkeleri tarafından ciddi yatırımlar yapılmıştır (Udovicic, 1998, s. 3).

Medya alanına ilk ciddi müdahale 1996 yılında yapılan genel seçimler öncesinde yapılmıştır. Bu seçimler daha yeni bitmiş savaşın ardından durumun düzelmesi açısından kritik önem taşımaktaydı. Dayton Barış Anlaşmasına göre seçimlerin düzenlenmesi ve denetlenmesi görevi AGİT'e verildi. Demokratik sürecinin en önemli kurumlarından biri olan seçimlerin başarılı olması için medyanın demokratikleşmesi şarttı. Dayton Barış Anlaşmasının 3. Ekindeki *' tarafların serbest ve adil seçimlerin yapılması için şartların yaratılması ve seçimlerin özgür ve tarafsız havada yapılması için ifade ve basın özgürlüğünün sağlanması için çaba sarfetmeli'*² ifadesi de bu düşüncüyü açık bir şekilde yansıtmaktadır.

AGİT görevini yerine getirmek üzere 1995 yılında Bosna – Hersek'te Medya Geliştirme Ofisini (MDO) kurmuştur. AGİT, ilk önce medyanın mevcut durumunu değerlendirip medyanın etnik sınırlara göre bölünmüş olduğu ve bu yüzden bilgi ve haberlerin serbest dolaşımının kısıtlandığı sonucuna vardı. Bu yüzden 6 yıllık süre içerisinde gerçekleştirilmesi gereken dört tane ana hedef koymuştu. Bunlar gazeteciler ve medya çalışanlarının profesyonelleşmesi için gereken programları ve maddi kaynakları sağlamak, entitelerarası iletişimi teşvik etmek, tüm Bosna – Hersek vatandaşlarının ulaşabileceği haber ve bilgi kaynaklarını yaratmak ve elektronik medya için düzenleyici yasal çerçeveyi oluşturmaktır (Popovic, 2005, s. 128).

Yapılan medya stratejisini takiben AGİT, özellikle ilk seçimlerde medya sektöründeki çoğulculuğu ve entitelerarası olan iletişimsizliği kıracak iki tane medya kuruluşunu kurma yoluna gitmiştir.

² Dayton Barış Anlaşması tüm metni için <http://www.atlantskainicijativa.org/aibos/images/stories/ai/pdf/DEJTONSKI%20MIROVNI%20SPORAZUM%20BHS.pdf> bakınız.

2.2.2.1. Open Broadcasting Network (OBN) ve FERN Deneyimleri

Open Broadcasting Network, kısaca OBN, ve FERN (*Free Elections Radio Network*) özellikle seçim dönemlerinde Bosna-Hersek medya sektöründe daha çoğulcu bir ortamın yaratılması için kurulmuşlardır. OBN ve FERN projesinin asıl amacı, ülke içindeki medya sektöründeki demokratikleşme, ifade özgürlüğü ve bağımsız gazeteciliğin gelişmesine destek olmaktır (Tarik Jusić, 2001, s. 23). OBN ve FERN projesinin en büyük hedefi ise, etnik sınırları tanımadan tüm ülke çapında yayının yapılmasını sağlamaktır.

1996 yılında yayına başlayan OBN ve FERN, değişik uluslararası örgütler ve diğer ülke hükümetleri tarafından finanse ediliyordu. Sadece 1996 ve 1997 yılında bu projeye 20 milyon dolar civarında bir yatırım yapılmıştır.

Fakat OBN ve FERN projesinin, aslında başlangıçtan itibaren başarılı olmalarının çok zor olacağı belliydi. Her şeyden önce gelişmeleri için hiçbir strateji yoktu ve gelecekte nasıl işleyeceklerine dair bir planlama yapılmamıştır. Diğer taraftan ise aslında bu televizyon ve radyonun asıl sahibi belli değildi. Değişik uluslararası örgütler tarafından finanse ediliyordu, fakat OHR ve AGİT tarafından yönetiliyordu ki bu durum statüsünü belirsiz bir konuma sokmuştu. Yani durumun böyle olması, özel kurum mu, yoksa kamu yayıncı kuruluşu mu oldukları şeklinde tartışmaların yapılmasına vesile olmuştur.

OBN ve FERN projesi, medya sektörünün hemen hemen tüm önemli kurallarını göz ardı etmişti ve buna rağmen başarılı olması mümkün değildi. Basitçe söyleyecek olursak, ne hedef kitlesi vardı, ne de kitleyi çekme stratejisi. Üstelik

içinde bulunduğu medya alanını yeterince ciddiye almamış ve diğer yayıncı kuruluşları tamamen göz ardı etmiştir (Tarik Jusić, 2001, s. 25).

OBN ve FERN projesinin başarılı olmayacağını gören uluslararası aktörler birer birer projeye yardımını ve desteğini çekmeye başladılar. Böylece 2000 yılına kadar proje tamamen çökmüştü ve OBN'in sahibi olan uluslararası kuruluşlar onu satmaya karar verdiler. Sonuçta OBN Hırvatistan'ın medya patronu olan İvan Čaleta'ya satılmıştır. FERN ise Bosna-Hersek Radyosuna entegre edilmiştir.

2.2.2.2. MEC – Medya Uzmanlar Komisyonu

Seçimleri organize etmek ve denetlemek görevi üstlenen AGİT, bu görevler dahilinde seçim kampanyaları süresince medya ile ilgili şikayetleri değerlendirmek üzere Medya Uzmanlar Komisyonu (MEC) kurmuştur. Bu Komisyon AGİT'in medya danışmanı başkanlığında, tarafların³ kendi medya uzmanları, her iki entitenin içişleri bakanlığının temsilcileri, AGİT'in insan hakları uzmanı ve Yüksek Temsilci Ofisi'nin temsilcisinden oluşuyordu.

Komisyonun görevleri arasında gazetecilerin güvenliği, tüm siyasi partilerin ve diğer adayların medyada eşit katılımın sağlanması, medya kuruluşlarının PEC'in getirdiği 'Profesyonel Davranış Standartları'na uymalarının sağlanması ve yanlış medya haberleri denetlenmesidir. Fakat bu Komisyon gerçekte herhangi bir yaptırım gücüne sahip değildi, onun tek görevi medya ihlallerini raporlayıp yaptırım gücüne sahip olan PEC'e göndermekti (İCG Report, 1996, s. 7).

³ Dayton Barış Anlaşmasını imzalayan taraflar, yani Bosna – Hersek Federasyonundan Boşnak ve Hırvatlar ile Sırp Cumhuriyeti.

MEC bu ilk seçimlerden sonra ciddi biçimde eleştirilmiştir. Mark Thompson'a göre bu komisyon aslında işini yapmak için pek hevesli değildi, açıkçası bu işi yapacak kapasiteye de sahip değildi. Genel olarak üyelerinin çoğu medya özgürlüğü ve genel olarak medya konusunda uzman değillerdi. Ayrıca Thompson'a göre yerel temsilcilerin üye yapılması ile, komisyonun hassas siyasi konularda karar vermesi zorlaştırılmıştır (Thompson, 2000, s. 36). Thompson'un raporuna göre AGİT, medya denetleme işinde başarısız olmuştur. Çünkü teoride, medya kuruluşlarını kapatacak kadar yetkileri vardı. Bunun yanında da siyasi partileri ve adayları da seçimlerden men edebilir, seçim kampanyası için verdiği maddi yardımı geri çekebilir, hata tüm seçimleri bile ertelleyip iptal edebilirdi. Fakat AGİT bunlardan hiç birini yapmadı, onun için seçim kampanyaları döneminde medya alanında savaşta olduğu gibi inanılmaz bir propaganda ve Richard Hoolbroke'a göre ırkçılığa varan nefret konuşmalarıyla karşı karşıya kalınmıştı (Thompson, 2000, s. 38).

2.2.3. Yüksek Temsilci Ofisi ve Bonn Kararları

AGİT'in medya sektörünü belli bir düzene oturtma çabalarının başarısızlığa uğramasından sonra, uluslararası toplum temsilcileri (Barış Uygulama Konseyi üyeleri) medya sektöründe daha ciddi rol almaları gerektiğini kararlaştırmışlardır. Bu kararlar önce 1997 yılında Sintra PİC konferansında sonra da Bonn Konferansında netlik kazanmıştır.

Sintra Konferansında medya sektörü ile ilgili bir rapor kabul edilmiştir. Buna göre bağımsız medyanın teşviki, demokratik kurumların gelişmesi için atılması

gereken önemli bir adım olarak hedeflenmiştir. Dolayısıyla bilgi edinme ve siyasi çoğulculuğun teşviki de özellikle seçimlerin yapılması için yaratılan ortamın son derece önemli olduğu vurgulanmıştır. Bu yüzden PiC'in Yönetim Kurulu, bağımsız basın ve yayın kuruluşlarının gelişmesinin cesaretlendirmesini teşvik etmektedir. Bu amaçla PİC, tüm ülke hükümetlerinin OBN Televizyonuna destek vermeleri ve böylece entiteler arası iletişimi ve devlet çapında bir televizyonun gelişmesine yardımcı olmaları için çağrıda bulunmuştur. PİC, medyanın ifade özgürlüğü ve barış sürecine yeterince destek olmadığı görüşündedir. Onun için Yüksek Temsilciye DPA'nın hem ruh hem de harfine uygun olmayan programların yapım ve yayını yapan herhangi bir medya kuruluşunun yayını durdurma yetkisi verilmektedir (PİC , 1997).

PİC kararlarını takiben 1997 yılında yapılan olağan PİC Bonn Konferansında, Yüksek Temsilci Ofisi 'Bonn Yetkileri' olarak bilinen yetkilerle donatılmıştır. Yüksek Temsilci DPA'ya göre onun sivil tarafının uygulanmasını gözetmekle yükümlüdür, fakat savaşın bitmesinden sonraki ilk dönemde DPA'nın uygulanmasında karşılaşılan sorunlar, Yüksek Temsilcinin taraflar arasındaki sorunları çözmekte eksik kaldığını göstermiştir. Savaşan tarafların federal devleti göz ardı etmesi, küçümsemesi ve federe devletlerin (özellikle Sırp Cumhuriyeti) birer bağımsız devlet olarak hareket etmesi, Yüksek Temsilcinin, ve dolayısıyla uluslararası toplumun daha aktif rol almasını gerektirmiştir.

DPA'nın yapılması sürecinde de bu sorun ortaya çıkmıştır. ABD ile AB arasında hem savaş hem de savaş sonrası uygulamaların ne olması gerektiği konusunda ciddi görüş ayrılıkları bulunmaktaydı (Hadzovic, 2009, s. 24). ABD bir tarafta, DPA'nın hem askeri hem de sivil yönünü üstleneceğini düşünüp, güçlü

yetkilerle donatılmış bir Yüksek Temsilci Ofisi kurma niyetindeydi. Fakat diğer tarafta AB ülkeleri Yüksek Temsilcinin Avrupalı olması ve Yüksek Temsilci Ofisinin ve genel olarak DPA'nın uygulanmasını denetleyecek bir komitenin kurulmasını önermiş ve böylece PİC kurulmuştur. İşlerin beklendiği gibi gitmemesi PİC'i ise Amerikan önerisini kabul etmesine zorlamıştır ve Sintra Konferansında özellikle medya alanında Yüksek Temsilciye daha büyük yetkiler verilmiştir. Bu yetkilerin ilk defa 1997 yılında kullanıldığı görülmüştür. Sırp Cumhuriyeti'nin Radyo Televizyonu, yayınlarında uluslararası topluma karşı takındığı küçümseyici tavır ve Barış Uygulama Güçlerini (SFOR) Nazilerin SS Birliklerine benzetmesi sonucunda, Yüksek Temsilci, SFOR'a TVRS'in sinyal taşıyıcılarına el koymasını emretmiştir. Bunun ardından da TVRS'in Yönetim Kurulunu feshederek televizyonun programını kontrol altına almıştır.

Bu pragmatik hareketini destekleyen PİC üyeleri Bonn Konferansında Yüksek Temsilci Ofisini daha büyük yetkilerle donatmıştır. Dolayısıyla Yüksek Temsilci, barış anlaşmasının sivil uygulamaları alanında en büyük uygulayıcı otoritedir ve bu otoritenin yetkilerine dayanarak yasa yapma ve DPA'ya aykırı davranan seçilmiş yetkilileri görevden alma yetkilere sahiptir (PİC, 1997).

Medya ile ilgili düzenleme alanında Bonn Konferansı ve orada alınan kararlar, medya reformu anlamında büyük önem taşımaktadır. İllerdeki dönemde medya alanında Yüksek Temsilcilik Ofisi veya genel olarak uluslararası toplum tarafından empoze edilen tüm kararlar ve kurumlar, bu kararlara ve onların verdiği yetkilere dayanarak gerçekleştirilmiştir. Medyayı doğrudan ilgilendiren kısmında PİC, tüm Bosna – Hersek'te özgür ve çoğulcu medya sektörünün kurulmasına dair kendi kararlığını bir kez daha vurgulamıştır. Objektif medyanın, özellikle seçimler

sürecindeki öneminin altını çizerek PİC üyelerini ve Yüksek Temsilciyi medyaya yardımcı olma ve medya programlarını finanse etmeye çağırılmaktadır.

Ayrıca PİC, Bosna – Hersek yerel siyasi yetkililerini, yeni medya ve telekomünikasyon yasasını yapıp uygulamalarını ve ayrıca uluslararası standartlara göre düzenleme yapacak bir denetleyici kurum kurmalarını önermektedir.⁴ PİC sonunda uluslararası toplumu Bosna – Hersek'teki bağımsız ve çoğulcu medya kuruluşlarının kurulmasına destek olmalarını istemektedir. Ayrıca da var olan OBN ve FERN desteklemelerini devam etmelerini önermektedir.

2.2.4. İMC – Bağımsız Medya Komisyonu

Yüksek Temsilci, Bonn Kararlarına uyarak, 11. Haziran 1998 yılında Bağımsız Medya Komisyonunu (İMC) kurma kararı almıştır.⁵ Karara göre İMC tüm yayıncı kuruluşları (elektronik medya) için regülasyon rejimi düzenleyecektir, ayrıca da tüm yayıncı kuruluşları, İMC tarafından yapılacak ‘Uygulama Yönetmeliği’ne (*Code of Practice*) uymak zorunda olacaktır. İMC tarafından yayın lisansı kuralları belirlenecektir. İMC'nin koyduğu kurallara uymayan veya uymak istemeyen yayıncı kuruluşları için İMC yetkisinde bulunan yaptırımlarla karşılaşacaklardır. Bu yaptırımlar, özür yayınlatma, uyarı, para cezası, lisansın askıya alınması, programların iptal edilmesi ve yayın kaldırılması gibi cezaları içermektedir. Görüldüğü gibi İMC'nin yetkileri herhangi bir düzenleme kurumunun yetkilerine eşittir ve yayıncı kuruluşunu kapatma cezasına kadar gitmektedir.

⁴ BONN PIC MAIN MEETING | 10/12/1997 http://www.ohr.int/pic/default.asp?content_id=5182#11

⁵ http://www.ohr.int/decisions/mediadec/default.asp?content_id=95

İMC'nin yapısı ise, bir genel müdür (Yüksek Temsilci tarafından atanır ve Bosna – Hersek vatandaşı değil) ve Uygulama Kurulundan (Yüksek Temsilci tarafından atanır, yerel ve yabancı uzmanlardan oluşur) oluşmaktadır. Ayrıca yayın kuralları ihlallerini incelemek üzere Yaptırım Komitesi (*Enforcement Panel*) görev almaktadır. Bu komite Kuruldan seçilir ve her iki entitenin temsilcileri içinde yer alır. İhlalleri değerlendirip Genel Müdürün karara bağlaması için gönderirler.

İMC, yerel yasama organlarının yeni medya ve telekomünikasyon yasalarını kabul edinceye kadar görevini sürdürecektir. Yapılacak bu yeni yasaların Yüksek Temsilcilik Ofisi tarafından onaylanması gerekir.

İMC'nin çalışmalarını değerlendiren ve 'İMC'nin Beyaz Kitabı' olarak bilinen rapor, 2000 yılında İMC Genel Müdürü tarafından kabul edilmiştir. Bu raporda, İMC'nin ana prensip ve amaçları sıralanmıştır. Bu amaçlar bağımsız medya yoluyla toleranslı ve demokratik toplumu teşvik etmek, uluslararası standartlar dahilinde adil, şeffaf ve düzenli bir yayın lisansı rejimi kurmak, kamu ve özel yayıncılığın dengeli bir şekilde gelişmesini sağlamak, tüm Bosna – Hersek vatandaşlarına hizmet edecek yerel medya pazarının büyümesini sağlamak olarak özetlenebilir (Markotich, 2000, s. 23).

Bir düzenleme kurumu için, iyi yasal düzenleme ve aktif yargı sistemi olmazsa olmazlardandır. Bosna – Hersek'te ise İMC kurulduğu anda bunlardan hiç biri mevcut değildi. Onun için İMC düzenleme görevlerinden ziyade, bu regülasyonunu yapabilmek için de tek başına yasal çerçeveyi oluşturmak zorunda kaldı. Bunu yaparken de Avrupa standartlarına ve Bosna - Hersek Anayasasına uygun olarak hareket etmektedir (Markotich, 2000, s. 9).

2.2.5. İletişim Yasası

Bosna-Hersek, ülkenin siyasi, ekonomik, toplumsal ve yapısal anlamdaki karmaşasına rağmen, en çok OHR ve diğer uluslararası aktörlerin baskısıyla, tüm uluslararası standartlara göre, iletişim sektöründe çok sağlam bir yasal çerçeveye sahiptir. Fakat yasal düzenlemelerin büyük çoğunluğu ya OHR tarafından empoze edilmiş, ya da yerel yasama organları tarafından büyük baskılar sonucunda yapılmıştır. Bundan dolayı yasal düzenlemeler anlamında büyük ilerleme kaydeden Bosna-Hersek, pratikte iletişim sektöründe bugün büyük sorunlarla karşılaşmaktadır.

Bosna –Hersek anayasası, daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, medya ve genel olarak iletişim sektöründen fazla bahsetmemektedir. Yine de bu sektörü yakından ilgilendiren bazı önemli maddeler var. İlk önce ifade özgürlüğü anayasasının 2. maddesiyle güvence altına alınmıştır. Ayrıca da aynı maddede ‘*Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlükler Senedi, tüm eklerle birlikte, Bosna-Hersek’te doğrudan uygulanmakta, ve tüm diğer yasal düzenlemelere üstün tutulmakta*’ ifadesi insan haklarının korunması açısından büyük önem taşımaktadır.

Bosna-Hersek iletişim sektöründe yasal çerçeveyi oluşturan yasa, 2 Eylül 2003 yılında Bosna-Hersek parlamentosu tarafından kabul edilen İletişim Yasasıdır.⁶ Yasanın birinci maddesinde de belirtildiği gibi, bu yasa ile genel olarak iletişim sektörünün düzenlenmesi ve RAK’ın (İletişim Denetleme Ajansı) kurulması öngörülmektedir. İletişim Yasasındaki düzenlemeler ve yasa ile RAK-a verilen yetkiler, telekomünikasyon, radyo, yayın (kablolu yayın dahil) ve bunlarla ilgili tüm hizmet ve araçları kapsamaktadır.

⁶ İletişim Yasasının tüm metni için <http://rak.ba/bih/index.php?uid=1269443180> bakınız.

İletişim Yasasının 3. maddesinde Bosna-Hersek Bakanlar Kurulu ve RAK'ın yetkileri tek tek sıralanmıştır. Buna göre Bakanlar Kurulu'nun yetkileri iletişim sektörü ile ilgili strateji ve politika belirlemekle sınırlıdır. RAK ise yayın ve kamu telekomünikasyon şebeke ve hizmetlerini düzenleme, yayın ruhsatı verme, fiyat belirleme, frekans planlama, koordinasyon ve frekans ruhsatı verme yetkilerine sahiptir.

İletişim Yasasının 4. maddesi yayın ve telekomünikasyonun sadece temel düzenleme ilkelerini düzenlemektedir. Buna göre yayın sektörünün temel ilkeleri, ifade özgürlüğünün korunması ve düşünce çeşitliliğinin sağlanması, ticari ve kamu yayıncıların profesyonelleşmesi ve aralarındaki dengenin sağlanması, demokratik ilkeler ve piyasa ekonomisinin güçlenmesi amacıyla yayıncıların siyasi baskı ve kontörle maruz kalmalarının önlenmesi, ruhsatların içeriği, teknik kapasite ve finanslar alanlarına göre ayırarak en yüksek Avrupa standartlarına göre verilmesi ve reklamcılık kurallarının en yüksek AB standartlarına göre düzenlemesi olarak özetlenebilir.

Aynı madde, devamında telekomünikasyon sektörünün düzenlemesi ilkelerini de belirlemektedir. Buna göre telekomünikasyon sektöründe hizmetlerin tüm kullanıcılara şeffaf, objektif ve ayrımcılık olmaksızın bir erişiminin sağlanması, bu hizmetler sayesinde bir kullanıcının sınırsız bir şekilde başka bir kullanıcıya erişiminin sağlanması, telekomünikasyon hizmetlerinin fiyatlarının adil bir şekilde belirlenmesi ve hizmetlerin ve donanımının tüm kullanıcılara ayırım yapılmadan en yüksek AB standartlara göre ulaştırılması v.s gibi telekomünikasyon sektörünün temel düzenleme standartlarıdır. Bu temel düzenleme ilkelerine göre, yayın ve

telekomünikasyon sektörlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi yetkisi ise bu yasa ile kurulan RAK'a verilmektedir.

Bosna – Hersek iletişim sektörünün düzenlenmesi, insan hakları koruyan temel uluslararası antlaşmaların Bosna – Hersek hukukuna doğrudan uygulanması da etkilemektedir. Buna göre Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Bosna – Hersek anayasal sisteminde doğrudan uygulanmaktadır. AIHS'in ifade özgürlüğünü garantileyen 10. maddesi Bosna – Hersek Anayasasının 2. maddesini oluşturmaktadır. Buna göre Bosna – Hersek'te tüm mahkeme, ajans, hükümet organları ve entite organları, Anayasanın 2. Maddesinde sayılan temel insan haklarına uymakla yükümlüdür.

Fakat ifade özgürlüğü mutlak bir hak değildir. AIHS'in 10. Madde, 2. Paragrafta da ifade edildiği gibi *'görev ve sorumlulukları da yükleyen bu özgürlüklerin kullanılması, yasayla öngörülen ve demokratik bir toplumda, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi... ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının koruması...için...gerekli olan bazı formaliteler, koşullar, sınırlamalar veya yaptırımlara tabi tutulur'*. Yani sözleşmede de ifade edildiği gibi kişiler ifade özgürlüğü kapsamında kendilerini diledikleri araçlarla ve diledikleri biçimlerde ifade edebilirler ancak ifade özgürlüğü başkalarının şöhret ve haklarının ortadan kaldırılmasına imkan vermez.

Bu anlamda Bosna – Hersek çok yüksek kalitede yasal düzenlemelere sahiptir. Bosna-Hersek karalamayı suç olmaktan çıkaran ilk doğu Avrupa ülkelerinden biridir (Teşanoviç, 2011, s. 18). 2001–2003 yıllar arasında hem federal

hem de entite parlamentoları, gazetecileri ve medyayı karalama suçu yüzünden dava açmak ve yargılamaktan koruyan kanunları onaylamışlardır.

Kaynak gizliliği kuralı Bosna-Hersek'te devlet çapında değil de entite yasalarında tanınmıştır. Her iki yasada aynı şekilde ifade edilmiştir: *'Bir gazeteci, veya kamuoyuna duyurmak üzere bilgi arama, alma veya aktarma faaliyetine profesyonelce veya amatörce dahil olan herhangi bir kişi, bilgiyi aldığı kişi veya kurumun kimliğini açıklamama hakkına sahiptir. Bu hak hiçbir sebeple, ve koşullar ne olursa olsun, kısmen veya tamamen sınırlanamaz ve kaldırılamaz'*. Bu madde ile görüldüğü gibi sadece profesyonel gazeteciler değil, kamuoyuna bilgi sağlamak amacıyla bilgi paylaşan tüm kişileri kapsamaktadır.

Bilgi Edinme Hakkı Kanunu Bosna-Hersek'te 24 Temmuz 2001 yılında federal parlamentosu tarafından onaylanmış ve yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun yanına, entitelerin de kendi bilgi edinme kanunları vardır. Bu kanunlarla kamu kurumlarının sahip olduğu bilgileri edinme hakkı düzenlenmektedir. Yasanın 1. maddesi, kamu kurumların sahip olduğu bilgilerin kamu için önem taşıdığı ve kamu kurumların şeffaflık ve sorumluluk açısından kamuoyunun bu bilgilere erişebilirliğinin önemli olduğunu vurgulayarak tüm kişilerin *'kamu kurumların kontrolü altında olan bilgileri isteme'* hakkını tanımaktadır. Fakat tüm Bosna-Hersek vatandaşlarına yönelik bu kanun, kısmen veya hiç uygulanmamaktadır (Tešanović, 2011, s. 22). Kamu kurumları, istenilen bilgileri açıklamakta geç kalmakta veya bilgileri yanlış açıklamaktadır. Kanunların bir başka eksikliği ise bilgileri açıklamayan kurumlara karşı öngörülmuş bir yaptırımın olmamasıdır. Sırp Cumhuriyetinin Bilgi Edinme Kanunu yasal yola başvurma yolunu öngörmemektedir. Genel olarak bakıldığında, kamu kurumlarına zarar vermeyecek

bilgilere vatandaşlar rahatça ulaşabilir, fakat eğer açıklanacak olan bilgi kamu kurumlarına zarar verebilecek potansiyeli taşıyorsa, kurumlar yasaya uymayarak bu bilgileri genelde açıklamamaktadır, çünkü nasıl olsa öngörülen bir yaptırım yoktur (Teşanoviç, 2011, s. 23).

Yasal çerçeve gerçekten de çok iyi hazırlanmıştır. Fakat istisnasız hepsi ya OHR tarafından getirilmiş, ya da uluslararası aktörlerin baskısı altında yapılmış yasal düzenlemelerdir. Bunlardan bir başkası ise iletişim sektörünü denetleme ve düzenleme yetkisine sahip, federal ajansı olan RAK hakkındaki yasadır.

2.3. RAK – İLETİŞİM DENETLEME AJANSI

PİC 24 Mayıs ve 7 Aralık 2000 yılındaki toplantılarında tüm iletişim alanını kapsayacak şekilde bir düzenlemenin yapılması gerektiği ve bu yönde İMC ve TRA yetkilerini, yeni kurulacak bir tek kuruma devredilmesi gerektiğini kararlaştırmıştır. Bu toplantılarda alınan kararları takiben Yüksek Temsilci, 2 Mart 2001 yılında yayın sektörünü düzenleyen İMC ve telekomünikasyon sektörünü denetleyen TRA'nın birleştirip RAK'ın kurulmasını öngören kararı açıklamıştır. Kararın giriş bölümü medya politikaları açısından büyük önem taşıdığı için burada tümünü açıklamak uygundur: ‘ *Dayton Barış Anlaşmasına ve PİC'in 1997 Bonn Kararlarına uyarak.....Yüksek Temsilciye devlet çapında medya ve telekomünikasyon alanında regülasyon mekanizmasının çabuk gelişmesini öngören PİC'in 23/24 Mart 2000 tarihli Bruksel Kararlarına dayanarak.... Telekomünikasyon ulusların ve devletlerin ekonomik gelişmesinde büyük rol oynadıklarını ve telekomünikasyon alanının rekabete açılmasının hem kullanıcılara hem de iş sektörüne büyük ekonomik katkıları getirdiğini hatırlatarak ve telekomünikasyon sektörünün Bosna Hersek'in genel ekonomik büyümesine ciddi katkıları sağladığını göz önünde bulundurarak.....*

....Dünya çapında iletişim endüstrisinde hem teknoloji hem de transmisyon anlamında yaşanan yöndeşme, regülasyon alanında da ciddi ve tek regülasyon kurumu yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Tek regülasyon kurumu ekonomik ve endüstri koşullarına hızlı ve verimli cevapları mümkün kılacağına, bunun bu dinamik ve ekonomik anlamda önemli sektördeki gerekliliği ve Avrupa ülkelerinin bunun tek regülasyon kurumuyla çözüme eğilimini göz önünde bulundurarak.... Bağımsız Medya

Komisyonu ve Telekomünikasyon Regülasyon Kurumunun tek bir regülasyon kurumu (RAK) olarak birleştirilmesine karar verilmiştir.⁷

RAK böylece bir ilki gerçekleştirmiş oldu. Hem yayın hem de telekomünikasyonu denetleyen ve düzenleyen tek düzenleme kurumu olarak ciddi bir yeniliği temsil etmektedir. RAK 2001 yılında kurulduğunda Avrupa Birliğinde bile bu tür düzenleme kurumuyla ilgili düzenlemelerine sahip sadece altı tane ülke bulunmaktaydı.

Daha önce belirtildiği gibi, RAK, 2003 yılında yürürlüğe giren İletişim Yasası ile kurulmuştu. Aslında RAK, iki tane önceden var olan düzenleme organının birleşmesiyle meydana gelmiştir. İMC (Bağımsız Medya Komisyonu) ve TRA (Telekomünikasyon Denetleme Kurulu) o zamana kadarki yetkilerini devralan RAK, piyasanın ihtiyaçlarını göz önünde bulundurularak, Avrupa standartlarına göre kurulmuştur (Mandic, 2001, s. 4).

2003 tarihli İletişim Yasası'na göre, RAK federal devlet kurumudur. RAK yasaya göre hükümetten bağımsız ve kar amacı gütmeyen bir ajanstır. RAK'ın hükümetten bağımsız olması aslında elektronik medyanın da iktidarın etkisinden uzak olduğu anlamına gelmektedir (Jusic, 2006, s. 278). Yasaya göre ne Bakanlar Kurulu ne de herhangi bir bakanlık RAK'ın verdiği kararlarına hiç bir şekilde karışamaz ve onları hiçbir şekilde etkileyemez.

Temel görevleri ise yayın ve telekomünikasyon sektörlerinde kural koymak ve koyulan kurallara uyulmasını sağlamak, yayın ve telekomünikasyon ruhsatı çıkarmak, frekansları yönetmek, planlamak ve denetlemek, kalite standartlarının

⁷ OHR RAK'ın kurulması hakkında kararı için :http://www.ohr.int/decisions/mediadec/default.asp?content_id=75 bakınız.

uygulanmasını sağlamak ve ruhsat ücretlerini belirleme sistemini kurmak ve yönetmektir.

RAK'in Yönetim Kurulu 7 kişiliktir ve kurulun üyeleri RAK'in Yönetim Kurulu'nun hazırladığı listeden Bakanlar Kurulu tarafından seçilir, Bosna-Hersek parlamentosu tarafından atanırlar. Yönetim Kurulu 2003 yılına kadar tamamen yabancı bürokratlardan oluşmaktaydı. Böylece aslında 2003'ten itibaren, yerel uzman ve bürokratların Kurul'a seçilmesiyle RAK resmi olarak bir devlet dairesi olmuştur.

RAK'in Başkanı ise Yönetim Kurulu'nun önerisi üzerine, Bakanlar Kurulu tarafından atanır. Yasaya göre RAK tamamen bağımsızdır ve şimdiye kadar RAK bu bağımsızlığını önemli ölçüde koruyabilmiştir. Ancak hiçbir baskının olmadığı da söylenemez. Özellikle RAK ve Bakanlar Kurulu arasında ilk başta ciddi sorunlar yaşanmıştır. Bakanlar Kurulu RAK'in bütçedeki payını kullanarak üzerinde siyasi baskı uygulamaktaydı. Bu durum o kadar ileriye gitti ki 2002 yılında Bakanlar Kurulu RAK'in bütçesini %25 oranında azaltmıştı. Bunu siyasi baskı olarak değerlendiren Yüksek Temsilcilik Ofisi, yasayı değiştirerek, Bakanlar Kurulu'nun RAK'in bütçesini %20'den daha fazla sınırlayamayacağı yönünde bir kural getirmiştir.

RAK'in özellikle üç tane önemli görevi vardır. Ruhsat verme, yayın düzenlemesi ve medya sahipliğini denetleme.

Ruhsat verme: 2003 tarihli İletişim Yasasında ruhsat verme ile ilgili net bir ifade bulunmamaktadır. 3. maddede bu yetkinin RAK'a ait olduğu belirtiliyor ve 4. maddesinde ise ruhsatların program, teknik operasyonları ve mali işlerinde belirli standartların uygulanmasını sağlayacağı belirtilmektedir. Bunun dışında ruhsatlarla

ilgili başka bir ifade yoktur. RAK bu konuda en ciddi reforma 2000 yılında gitmiştir ve 10 yıllık ruhsatlar vermeye başlamıştır. Ruhsat kazanmak isteyen yayıncı kuruluşlar programlama, reklamcılık, sponsorluk, teknik operasyonlar vs. gibi konularda RAK'ın getirdiği standartları uygulamak zorundaydı. Bu standartlaşmadan dolayı ülkede yayıncı kuruluş sayısı iki sene içinde televizyon alanında 71'den 42'ye, radyo sektöründe ise 210'dan 141'e düşmüştür.

Yayın düzenlemesi: İletişim Yasası temel yayın düzenleme kurallarını belirtmektedir. Bunun dışında, yayın düzenlemesi konusunda iki tane kodeks uygulanmaktadır. İkisi 2004 tarihli Sponsorluk ve Reklam Kodeksi ve Televizyon ve Radyo Programlarının Düzenlenme Kodeksi.

Yoğunlaşma: İletişim Yasası bu konuya hiç dokunmamaktadır. Bu konu RAK'ın 21/2003 Kuralı ile düzenlenmiştir. Kurala göre bir medya kuruluşunun %10 hisselerine sahip olan kişi, bu düzenlemelere tabii sayılır. Herhangi bir özel veya tüzel kişi, bir yayın bölgesinde birden fazla elektronik yayıncı kuruluşuna sahip olamaz. Kuralın 3. maddesi ise bir basın kuruluşuna sahip olan özel veya tüzel kişinin sadece bir tane elektronik medya kuruluşuna sahip olabileceğini öngörmektedir. Bu kurallara uyulmaması durumunda ise RAK İletişim Yasası'nın 46. maddesinde belirtilen yaptırımları uygulamaktadır. Raporlara göre şu anda medya piyasasında adil ve açık piyasa rekabetine zarar verecek medya yoğunlaşması konusunda ciddi bir sorun bulunmamakta (Jusic, 2006, s. 283). Zaten aşağıdaki istatistiklerden görülebileceği gibi, şu anda medya piyasasında hiçbir medya kuruluşunun ciddi bir hakimiyeti bulunmamaktadır.

RAK'ın kurulması, tüm raporlarda medya ve telekomünikasyon sektöründe yapılan tüm reformlardan en başarılı olan reform olduğu vurgulanmaktadır. RAK'ın kurulması, önemli yetkilerle donatılması ve özellikle de siyasi iktidardan bağımsızlığının pekiştirilmesi, karmakarışık medya sektöründe ciddi ilerlemenin kaydedilmesi ve durumun düzenlenmesi için hayati önem taşımaktadır.

2.3.1. Ticari Yayın Sektörünün Temel Düzenlemeleri

Daha önce de belirtildiği gibi, İletişim Yasası tüm iletişim alanını düzenleyen temel çerçeveyi çizmektedir. Bununla birlikte iletişim sektörünü düzenleyen ve denetleyen kurum olarak RAK kurulmuştur. RAK ise kamu yayıncılık sektörünü düzenlediği gibi, özel medya sektörü ve telekomünikasyon sektörlerini de düzenlemektedir. RAK'ın yetkileri dışında, sadece basın sektörü tutulmuş ki o Basın Kurulu tarafından denetlenmektedir. Bu bölümde ise medya özel veya ticari sektörünün temel kuralları ve politikaları incelenecektir.

Ticari yayın alanında genel çerçeveyi ve temel yayın ilkelerini çizen İletişim Yasasının yanında, programın içeriğini ve reklam kurallarını koyan iki tane önemli Yönetmelik çıkarılmıştır. Birincisi, yani programın içeriğini düzenleyen Yayın Uygulama Yönetmeliği⁸, RAK tarafından 2008 yılında yürürlüğe sokulmuştur. Bu yönetmelik, Bosna – Hersek'te ticari yayın yapan radyo-televizyon istasyonlarının program içeriğinin temel kural ve ilkelerini düzenlemektedir.

⁸ Yönetmeliğin tüm metni için <http://rak.ba/bih/index.php?uid=1324649058> bakınız.

Yönetmeliğin birinci maddesinde de ifade edildiği gibi bu yönetmelik, İletişim Yasasına uygun ve Avrupa Sınır-ötesi Televizyon Sözleşmesi ve diğer geçerli uluslararası sözleşmeleri referans alarak yapılmıştır. Ayrıca birinci maddede, ifade özgürlüğü, ayrımcılığın önlenmesi, adalet, çocukların korunması, mahremiyet vs. gibi temel ilkelerin uygulanmasına vurgu yapılmıştır. Yönetmeliğe göre ticari yayıncılar, programlarını yapmak ve yayınlamakta serbesttir, fakat bu programlar insan haklarına saygılı ve temel mesleki kurallara uygun bir şekilde yapılmalıdır. Bilgi kaynağı koruma veya telif hakkı gibi mesleğin temel ilkeleri olan bazı kurallara özellikle vurgu yapılmaktadır. Yayıncılara, yönetmeliğin 3. maddesine göre olay ve bilgileri doğru ve tarafsız bir şekilde aktarmaları ve fikirlerin serbestçe ifade edilmesi olanağını yaratmaları çağrısı yapılmaktadır.

Yönetmeliğin 4. maddesi ile nefret söylemi ayrıca yasaklanmıştır. Buna göre yayıncılar; etnik, dinsel veya herhangi bir nefret suçu türünü destekleyen programları yayınlamazlar. Ayrıca da aynı madde ile kişilerin temel insan haklarını çiğneyen programların yayınlanması yasaklanmıştır. Yönetmelik bunun yanında adalet ve tarafsızlığa özellikle vurgu yapmaktadır. Buna göre tüm yayıncıların özellikle kamuyu bilgilendirme amaçlı programlarda doğru, adil ve tarafsız program yapmaları ve sonradan fark edilen hataları en kısa zamanda düzelmeleri öngörülmektedir. Ayrıca da sadece bir siyasi parti, kişi veya grubunun çıkarlarını savunan ve destekleyen programların yapılması yasaklanmıştır. Bunların yanında yönetmelik, pornografi, şiddet, çocukların korunması, mahremiyet vs. gibi konularla ilgili çeşitli düzenleme ve sınırlama getirmektedir.

Yönetmeliğin son bölümü ise Avrupa Birliği kaynaklı ve yerel prodüksiyon programların yayınlanmasını düzenlemektedir. Buna göre bir ticari yayıncının yıllık

programının %51 Avrupa Birliği kaynaklı programlardan oluşması zorunludur. Bu orana ise haber, spor veya reklam programlarının süresi dahil değildir. Yerel prodüksiyona gelince ise yıllık programının %55'i yerel film, belgesel ve eğlence gibi programlardan oluşmalıdır.

Son maddede ise bu yönetmeliğe uymayan ve kuralları çiğneyen yayıncılara yaptırım uygulama yetkisinin RAK'a ait olduğu belirtilmektedir.

Bu Yönetmeliğin yanında da ticari yayın sektörünün program içeriği konusunda önemli olan bir başka yönetmelik de Reklam ve Sponsorluk Uygulama Yönetmeliğidir.⁹ Bu yönetmelik RAK tarafından 2006 yılında kabul edilmiş ve sonradan birkaç defa değiştirilmiştir.

Bu yönetmeliğin 3. maddesinde öncelikle, yayınlanan reklamların cinsiyet, etnik köken, uyruk, din, ırk, engellik ve yaş üzerine ayırım yaparak kişi veya grupları korkutmak, aşağılamak veya şiddet kullanılmaya teşvik etmek kesinlikle yasak olduğu vurgulanmaktadır. Yani bu madde ile reklamlarda herhangi bir ayrımcılık veya ayrımcılık teşviki kesinlikle yasaklanmıştır.

Yönetmeliğin 6. maddesi ise reklam verenlerin veya sponsorların yayıncıların program içeriklerini ve takvimini hiçbir şekilde etkilemelerini yasaklamıştır. Ayrıca bu madde ile reklam verenlerin ve sponsorların reklam hizmeti sağlayıcılarının (yayıncıların) yayın politikalarına ve program yapımlarına baskı yapmaları yasaklanmıştır.

⁹ Reklam ve Sponsorluk Uygulama Yönetmeliğinin tüm metni için <http://rak.ba/bih/index.php?uid=1324649058> bakınız.

Yönetmelik ile erotik ve pornografik çağrışımlar içeren reklamların ancak 24:00 – 06:00 saatleri arasında yapılması öngörülmüştür. Bunun yanında reklam verenlerin diğer rakiplerinin ürün veya hizmetini aşağılayan (4. madde), sigara, silah veya uyuşturucunun kullanılmasını teşvik eden (5. madde) veya çocukların sağlığı, fiziki, manevi ve ahlaki gelişimini zedeleyen (6. madde) reklamları da yasaklamaktadır.

Son olarak reklamların yayınlanmasının süresi düzenlenmiştir. Buna göre reklamlar blok şeklinde yapılır. Haber ve çocuk programları 30 dakikadan az sürüyorsa reklam bloku ancak bir kere yayınlanabilir (8. madde). Bunun yanında reklamların 1 saat aralığında 12 dakikalık bir süre öngörülmüştür.

Medya sahipliği konusu İletişim Yasası ile kapsamamıştır. Bu konu 1 Nisan 2004 tarihli RAK'ın getirdiği Medya Yoğunlaşması ve Çapraz Sahipliği Konusunda Kural¹⁰ ile düzenlenmiştir. Bu Kural, daha sonra İletişim Yasasının bir parçası olarak kabul edildi. Kurala göre bir medya kuruluşunun %10 hisselerine sahip olanlar, bu düzenlemelere tabii sayılır. Özel veya tüzel bir kişi, bir yayın bölgesinde birden fazla elektronik yayıncı kuruluşuna sahip olamaz. Kuralın 3. maddesi ise bir basın kuruluşuna sahip olan özel veya tüzel kişinin sadece bir tane elektronik medya kuruluşuna sahip olabileceğini söylemektedir. Bu kurallara uyulmaması durumunda ise RAK İletişim Yasası'nın 46. maddesinde belirtilen yaptırımları uygulamaktadır. RAK'ın bu düzenlemesine yöneltile en önemli eleştiri ise, yetkilerini aştığı yönündedir. Buna göre sadece elektronik medya ve telekomünikasyondan sorumlu olan RAK, basın konusunda düzenlemeler yapması söz konusu olamaz (Babic, 2004, s. 1).

¹⁰ Kural için <http://rak.ba/bih/index.php?uid=1324649058> bakınız.

2006 yılında, Bakanlar Kurulu yayın sektörünün gelecekteki gelişimini belirleyen ‘Yayın Sektörü Politikası’¹¹ belgesini kabul etmiştir. Bakanlar Kurulu, yeni iletişim teknolojilerinin yayın ortamını değiştirdiği ve bu yüzden Bosna – Hersek’in de yayın sektöründe medya çoğulculuğu korumak amacıyla yayın politikasını bu yeni ortama uydurmak zorunda kaldığını belirtmektedir. Belgenin giriş bölümünde ‘ *radyo-televizyon, kablolu televizyon ve internet operatörlerinin sahiplik ve program düzeyindeki artan yakınsama döneminde medya plüralizminin sağlanması ve yoğunlaşmasının sınırlaması*’ temel amaçlar olarak belirlenmiştir. Belgenin devamında yayın politikası ile amacın, ülkedeki tüm ticari ve kamu yayıncılarının ve tüm medya platformlarının eşit derecede gelişmelerinin sağlanması olduğu söylenmektedir. Bunun yanında Avrupa Komisyonu’nun 2004 yılında altını çizdiği ‘*yayının toplumdaki demokratik, toplumsal ve kültürel ihtiyaçları açısındaki önemi*’ göz önünde bulundurarak tüm ülke çapında medya çoğulculuğunun ve program çeşitliliğinin sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Bu yüzden de özellikle ekonomik anlamda gelişmemiş oldukları yüzünden program çeşitliliğine sahip olmayan ülkedeki bazı bölgelerin, bu temel insan hakkına bir an önce kavuşturulması gerektiğinin de altı çizilmiştir.

Bu belgedeki temel düşünce, asgari ve ancak zorunlu durumlarda düzenleme ile yayın için liberal bir ortamın kurulmasıdır. Bunu yaparken de özellikle çocuk hakları, cinsiyet eşitliği, etnik, dinsel veya dilsel azınlıkların haklarının korunması temel ilkeler olarak vurgulanmıştır.

¹¹ Tüm metni için <http://rak.ba/bos/index.php?uid=1269441148> sayfasını ziyaret ediniz.

2.3.2. Telekomünikasyon Sektörü Temel Düzenlemeleri

İletişim yasası ile daha önce tamamen devletin kontrolü ve tekeli altında bulunan telekomünikasyon sektörünün rekabete ve özel sektöre açılması için yasal temeller atılmıştır. Buna takiben RAK, telekomünikasyon sektöründeki temel düzenlemeleri yapmıştır. İletişim yasası, telekomünikasyon sektöründeki düzenlemeler anlamında, Avrupa Birliği'nin temel norm ve kurallarına uygun olarak şekillendirilmiştir. İletişim yasasının yanında telekomünikasyon sektörünün liberalizasyonu, yani rekabete ve özel sermayeye açılması için en önemli belgeler, Bakanlar Kurulunun 2002 tarihli '2002 – 2006 Telekomünikasyon Sektörü Politikaları' ve aynı şekilde 2008 yılında kabul edilen '2008 – 2012 Telekomünikasyon Sektörü Politikaları' belgeleridir.

İlk belge ile, yani 2002 yılında kabul edilen politika, telekomünikasyon sektöründeki özelleştirme sürecinin başlatılmasına yönelik bir karardır. Bu belgeye göre özelleştirme süreci aşamalı olarak gerçekleştirilecek ve amacı vatandaşların çıkarlarının korunmasıdır. Bu model ile vatandaşlara uzun süreli ve kaliteli telekomünikasyon hizmeti sağlanacaktır. Bunun yanında bu belge de üç tane temel politika amacı belirlemiştir; açık, serbest ve rekabetçi piyasanın gelişmesi, yerel/iç piyasasının genişlemesi ve vatandaşların çıkarlarının teşvik edilmesi.

2008 tarihli telekomünikasyon politikası ise telekomünikasyon hizmetlerinin 21 yy insanının temel ihtiyaçlarını karşıladığını vurgulamaktadır. Ayrıca sektördeki gelecek politikalarının tasarlanması, bilgi toplumu ve küreselleşme sürecine uygun olarak yürütülmesi gerektiği vurgusu yapılmıştır. Ayrıca bu belgede, Avrupa Birliğinin 'Green Paper'a uyumlu olarak geliştirildiği ve telekomünikasyon, medya

ve enformasyon sektörlerindeki yakınsama süreci göz önünde bulundurulduğu da vurgulanmaktadır.

Bu belgede, enformasyon ve iletişim teknolojileri, dünya GDP'sinin %10'nunu geçmesi gerçeği, bu sektöre özel ve öncelikli dikkatinin verilmesinin zorunlu olduğu özellikle ifade edilmiştir. 2002 tarihli Bakanlar Kurulu telekomünikasyon politikası ile başlatılan liberalizasyon ve özelleştirme süreci, telekomünikasyon sektöründeki altyapının gelişmesi için iyi bir yol olduğu ispatlanmıştır. Bu politikayı takiben ve özel ve kamu sektöründeki işbirliği ile telekomünikasyon altyapısının daha da gelişmesi ve daha iyi bir hizmet ile sonuçlanması, izlenmeye çalışılan yeni politikaların temel amaçlarından biridir. Yani sıra, bu belgede sektördeki hükümet politikasının amaçları arasında da piyasa rekabetinin tamamen gerçekleşmesi, kırsal alanlar başta olmak üzere altyapının gelişmesi, tüm kullanıcılarının, başta güvenlik ve gizlilik olmak üzere, tüm çıkarlarının korunması, dünyada gelişen en yeni teknolojilerin gelişmesinin takip edilmesi ve bunun sayesinde Bosna – Hersek'in devlet ve toplum olarak dünya gelişen ülkelere yaklaşması ve bunlara katılması olarak özetlenebilir.

Yani buradan da anlaşıldığı gibi, telekomünikasyon sektöründeki politikaları üç gruba toplamamız mümkündür: altyapının geliştirilmesi, piyasadaki özelleştirmenin devamı ve rekabet koşullarının iyileştirilmesi ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve araştırılması.

Telekomünikasyon sektörü politikaları planlamak ve belirlemek federal devleti hükümetinin yetkisi olsa da, telekomünikasyon operatörleri aslında federe devletlerin, yani entitelerin sahipliğinde bulunmaktadır. Onun için özelleştirme süreci

ve piyasanın liberalizasyonu ve deregülasyonu de bu gerçeğe uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Örneğin, Sırp Cumhuriyetinin sahipliğinde bulunan ‘Telekom Srpske’ operatörü, Sırbistan devlet Telekom’una satılırken, Bosna – Hersek Federasyonundaki iki tane Telekom halen büyük ölçüde devletin sahipliğinde bulunmakta ve bu entitenin hükümeti bunları özelleştirmeye yanaşmamaktadır.

Yine de, piyasanın kendisinin regülasyonu ve düzenlemesi yetkisi, İletişim yasasına göre RAK’a aittir. Bu yetkisine dayanarak RAK yukarıda bahsedilen politikalarının temel amaçlarına uygun olarak, telekomünikasyon piyasasının düzenlemesi adına değişik yönetmelik ve kararlar çıkarmıştır. Bunlardan en önemlisi 2013 yılında son değişikliğe uğrayan ‘Kamu Telekomünikasyon Hizmetlerinin Sunma Koşulları ve Kullanıcılarla İlişkisi Hakkında Yönetmelik’tir. RAK bu yönetmelik ile kamu telekomünikasyon hizmetlerinin verilmesi konusunda temel ilkeleri belirlemekte ve bu hizmeti sağlayan operatörlerinin kullanıcılar ile ilişkisinin ve sorumluluklarının temel kurallarını oluşturmaktadır.

2.3.3. Basın Sektörünün Düzenlenmesi

Basın sektörü Bosna – Hersek’te içerik ve editöriyel politikalar anlamında yasal düzenlemelere tabi tutulmamaktadır. Basının kendi bağımsız denetim organı olan Basın Komisyonu bulunmaktadır. Basın Komisyonu bir öz-denetim organıdır. Basın sahipleri ve çalışanları ise 1999 yılında kabul edilen tüm gazeteci organizasyonlarının ortak girişimiyle yapılan Basın Yönetmeliğine¹² uymak zorundadır. Yönetmeliğin girişinde de yazdığı gibi Avrupa Birliğinde kullanılan en

¹² Basın Yönetmeliğinin tüm metni için <http://www.djeca.rs.ba/uploaded/kodeks%20za%20pisane%20%20stampane%20medije.pdf> bakınız.

yüksek standartlara göre yapılan bu yönetmeliğin temel amacı, basın sektöründe özdenetim sisteminin temellerini oluşturmaktır. Özdenetim sistemi tüm gazeteci, editör, sahip ve basım çalışanları için bir ahlaki yükümlülük oluşturmaktadır. Yönetmelik basın çalışanlarının gerçeğe ve kamuoyunun gereği bilme hakkına karşı sorumlu olduklarını vurgulamaktadır (madde 2.). Yönetmelik 2006 yılında değişikliğe uğramış ve internet siteleri sahip ve çalışanları da ona dahil edilmiştir.

Basın Komisyonu ise İMC'nin elektronik medyayı düzenlemek ve denetlemek üzere kurulmasının ardından basın sektöründeki denetim organı boşluğunu doldurmak üzere 2000 yılında kurulmuştur. Bu komisyon, başta Yüksek Temsilcilik Ofisi'nin baskısı altında kurulmuş olsa da, iki açıdan çok büyük önem taşımaktadır. İlk olarak Bosna – Hersek'te savaştan sonra devlet çapında kurulan ilk çok etnikli kurum olmuştur ve ikinci olarak, Doğu Avrupa ülkelerinde medya sektöründe kurulan ilk özdenetim kurumu olarak gelecek için bir örnek oluşturmuştur.

Basın Komisyonunun 12 üyesi vardır. Bunlardan altısı gazeteci, altısı ise kamu çalışanlarından (hakim, avukat, akademisyen vs.) oluşmaktadır. Bu kamu çalışanları, Bosna – Hersek kamuoyunu temsil etmektedir. İlk başkanı yabancıydı fakat bugün tüm üyeleri, başkanı da dahil olmak üzere, yerli uzmanlardan oluşmaktadır. Komisyonun asıl görevleri arasında, Basın Yönetmeliğine uyulmasının sağlanması ve vatandaşların şikayetlerini değerlendirip yaptırım uygulamasıdır. En sık kullanılan yaptırımlar para cezası ve özür yayınlatmadır. Komisyonun yetkileri arasında gazeteci veya gazeteleri cezalandırma, ruhsatları iptal etme veya dondurma gibi yetkileri bulunmamaktadır.

2.4. KAMU YAYINCILIK SEKTÖRÜ

Daha önce de bahsettiğimiz gibi, savaş sırasında Bosna-Hersek ülkesel ve toplumsal anlamda üç parçaya bölünmüş ve buna paralel olarak medya alanı da parçalanmıştır. Hem savaş içinde hem de savaştan birkaç sene sonra bu durum böyle devam etmiştir. Eski TV Sarayevo, Bosna-Hersek'in bağımsızlığıyla beraber Bosna-Hersek Radyo Televizyonu olarak varlığını savaş döneminde de devam ettirmiştir. 1992 yılına kadar gerçekten de devlet televizyonu görevini üstlenen bu kurum, devlet televizyonu niteliğinde ve tamamen siyasi iktidarın kontrolü altındaydı.

Savaşın başlamasıyla beraber ise Bosna-Hersek TV'nin sinyal taşıyıcıları hem Sırp'ların (6 tane) hem de Hırvatların (1 tane) kontrollü altında olan bölgelerde kalmıştır. Böylece Bosna Hersek TV ülkenin yarısında yayını kaybetmiş ve sadece Boşnakların kontrol ettiği bölgede yayınına devam edebilmiştir. Bu gelişmelerden sonra, Bosna-Hersek TV artık tamamen Boşnakların iktidar partisi olan SDA (Demokratik Eylem Partisi) tarafından kontrol ediliyor ve Boşnakların savaş propagandasını yapması teşvik ediliyordu (Pech, 2000, s. 3).

Sırp'ların kontrol altında olan bölgelerdeki sinyal taşıyıcılarından ilk başta Sırbistan merkezli Sırbistan Radyo Televizyonu yayını yapılıyordu, sonrasında ise Sırp Cumhuriyeti'nin Pale şehrinde bulunan televizyonu, Sırp Radyo Televizyonu yayına başlamıştır. Sırp'ların iktidar partisi olan SDS (Sırp Demokrat Partisi) bu televizyonu tamamen kendi propagandasını yaymak ve insanları savaşa teşvik etmek için kullanıyordu.

Hırvatların kontrolü altında bulunan bölgede ise Zagreb merkezli Hırvatistan Radyo Televizyonu hakimdi. RTV Mostar gibi küçük televizyonlar olsa da, halkın büyük çoğunluğu Hırvatistan'dan gelen yayını izliyor ve ona inanıyorlardı (Pech, 2000, s. 4).

Bu durum savaş boyunca bu şekilde devam etmişti. Daha önce de belirtildiği gibi, 1995 Dayton Barış Anlaşması da bu duruma müdahale etmeyerek, bu bölünmüşlüğü meçrulaştırdı. Böylece savaşın resmi olarak bitmesiyle birlikte, medyadaki savaş ve propaganda bitmemiştir. Her üç televizyondan da aynı şiddetle siyasi aktörler kendi propagandasını yapmaya ve etnik grupları birbirinden ayrı tutmaya devam etmişlerdir.

Bu durum ise 1999 yılına kadar devam etmiştir. OBN ve FERN projelerinin başaramayacaklarını anlayan uluslararası aktörler, bu sefer kamu yayıncılık sektöründe reform yapmaya yönelmişlerdir. Uluslararası aktörlere göre, mevcut olan iki kamu yayıncı kuruluş (Bosna-Hersek Radyo Televizyonu ve Sırp Radyo Televizyonu), çok etnikli bir toplumun gerçek temsilcisi olmayı başaramadıkları için reform edilmeleri lazımdı (Pech, 2000, s. 18). Uluslararası aktörlerin amacı, tüm ülkede yayın yapan, her üç hakim etnik grubun ve diğerlerinin kültür, din, dil vs. gibi değerlere saygı duyan ve onları savunan, devlet televizyonu anlayışından arındırılan, modern bir kamu yayıncılık sistemi kurmaktır. 1999 yılında başlayan bu reform süreci bugün hala bitmemiştir, ama aşağıda görülebileceği gibi o zamanlardan beri ciddi bir ilerleme kaydedilmiştir.

2.4.1. Kamu Yayıncılık Sistemine Giden Yol

Wolfgang Petritsch, Bosna-Hersek Yüksek Temsilcisi, 23 Ekim 2000 yılında Kamu Yayıncılık Hakkındaki Kararı ile kamu yayıncılık sektörünün reformu için temel çerçeveyi çizmiştir. Bu kararla, Kamu Yayıncı Servisi (PBS), Bosna-Hersek Federasyonu Radyo Televizyonu (RTV FBiH) ve Sırp Cumhuriyeti Radyo Televizyonu (RTRS) olmak üzere üç tane ayrı yayıncı kuruluşun kurulmasına karar verilmiştir. Bu kararın esas önemi, mevcut kamu yayıncı kuruluşlarının, siyasi iktidarların kontrollü altında devlet televizyonu statüsünden, kamuya hizmet eden ve kamu çıkarını koruyan gerçek bir kamu yayıncı kuruluşuna dönüşmesini hedeflemesidir (Tarik Jusiç, 2001, s. 26).

Bu kararla başlayan kamu yayıncılık sektörünün reformu, beklendiği gibi kolay olmamıştır. Her şeyden önce, yerel siyasi iktidarlar buna itiraz ediyor ve bunun gerçekleşmesine engel olmaya çalışıyorlardı. Yerel siyasi aktörlerin itirazlarını anlamak güç değildir, çünkü her üç taraf da medya üzerindeki etkisini yitirmek istememekteydi. Diğer sorun ise daha çok maddi durumla ilgilidir. Yeni bir sistemin oluşturulması tahmin edileceği gibi yeni finansal kaynakların bulunmasını gerektiriyordu, oysa Bosna-Hersek devlet olarak ciddi finansal sıkıntı içerisindeydi.

Verdiği karardan sonra, Yüksek Temsilci federal ve federe meclislerine, verdiği talimatlar dahilinde yeni bir kamu yayıncılık yasasını yapmalarını istemiştir. Ama daha önce de vurgulandığı gibi, medya üzerinde kontrollü kaybetmek istemeyen siyasi aktörler buna uzun zaman direnmişlerdir. Ne federal meclis, ne de federe meclisler kamu yayıncı kuruluşların oluşturulmasına dair bir yasa yapmış ve Yüksek Temsilci yine tek taraflı bir karar almıştır (Teşanoviç, 2011, s. 40). 23 Mayıs 2002

tarıhli Kamu Radyo-Televizyon Sistemi ve Kamu Radyo-Televizyon Servisi Hakkındaki Karar ile Yüksek Temsilci Kamu Radyo-Televizyon Sistemi ve Kamu Radyo-Televizyon Servisi Hakkındaki Yasa'yı onaylamış ve yürürlüğe sokmuştur.

Kararda da bahsedildiği gibi, yasanın Yüksek Temsilcinin kararıyla yapılması, yerel siyasi aktörler, veya daha doğrusu federal hükümette yer alan siyasi partiler için büyük bir başarısızlıktır. Federal hükümet, yasayı en kısa zamanda yapacağına dair güvence verdiyse de bu sözünü yerine getirmemiş ve Yüksek Temsilci, Bosna-Hersek halkı adına bu kararı vermek zorunda kalmıştır.

Hemen ertesi gün, yani 24 Mayıs 2002 yılında, Yüksek Temsilcisinin bir başka kararıyla, Sırp Cumhuriyeti Radyo Televizyonu (RTRS) Hakkındaki Yasa ile Bosna-Hersek Federasyonu Radyo Televizyonu Hakkındaki Yasa'ları onaylanmış ve yürürlüğe konulmuştur. Yüksek Temsilcinin aldığı bu önemli kararlar, Bosna-Hersek'teki yerel siyasi aktörlerin genel isteksizliğini ve umursamazlığını ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda Yüksek Temsilci, şimdiye kadar yüzlerce kez yaptığı gibi, Bosna-Hersek devletinin yasama organının rolünü üstlenerek, reform ve ilerleme adına dayatmalı kararlar almak zorunda kalmıştır.

Sonunda 2005 yılında, yerel siyasi aktörler, uluslararası aktörlerin müthiş baskısı altında, federal ve federe meclislerinde Yüksek Temsilci'nin bu kararlarına uyarak 3 yasayı onaylamış (Kamu Radyo Televizyon Servisi Yasası, Kamu Radyo Televizyon Sistemi Yasası ve Sırp Cumhuriyeti Radyo Televizyonu Yasası), fakat Bosna Hersek Federasyonu Radyo Televizyonu Hakkındaki Yasa tasarımı Federasyon parlamentosunda bugüne kadar onaylanmamıştı. Bu yasanın onaylanmamasının en büyük nedeni ise Hırvat kökenli temsilcilerin, Yasanın Hırvat

halkının temel ulusal haklarına karşı olduğunu gerekçe göstererek yasayı onaylamaya yanaşmamalarıdır. Bunun yanında Hırvat temsilciler, Hırvat dilinde yayın yapacak ayrı bir televizyon kanalı istemektedir (Kukic, 2010, s. 73).Tüm süreç Anayasa Mahkemesi'nin önüne gelmiş ve süreç orada kilitlenmiştir. Durum bugüne bile açıklığa kavuşturulmamış ve RTV FBİH hala Yüksek Temsilcinin 2002 yılındaki karara göre işlemektedir.

2.4.2. Kamu Yayıncılık Sistemi

Bosna-Hersek Kamu Radyo Televizyon Sistemi Yasası¹³ 17 Mayıs 2005 tarihinde, Bosna Hersek Parlamentosunun Temsilciler Meclisi ve 12 Ekim 2005 yılında Halklar Meclisi tarafından onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yasa ile Bosna Hersek Kamu Yayıncılık Sistemi düzenlenmiştir. Buna göre, Kamu Yayıncılık Sistemi, Bosna-Hersek Radyo Televizyonu (BHRT), Sırp Cumhuriyeti Radyo Televizyonu (RTRS) ve Bosna-Hersek Federasyonu Radyo Televizyonu (FTVBİH)'ten oluşmaktadır. Ayrıca, bu biri devlet, ikisi entite televizyonu olmak üzere üç kamu radyo televizyonunun işbirliğini ve koordinasyonunu sağlayacak Radyo Televizyon Korporasyonu oluşturulmuştur.

Yasa hemen 4. maddesinde bu üç radyo ve televizyonunun birbirinden bağımsız kamu kurumlar olduklarını ifade ederek, yayın politikası, haber yapma ve yayınlama politikası, sahip olduğu malı serbest bir şekilde kullanması, bütçe hazırlaması veya istihdam politikası gibi konuları özellikle vurgulanmıştır.

¹³ Tüm yasa metni için

<http://www.mkt.gov.ba/bos/dokumenti/zakoni/default.aspx?id=276&langTag=bs-BA> bakınız.

13. madde Radyo Televizyon Korporasyonu düzenlemektedir. Buna göre Korporasyon, üç kamu yayıncısının ortak yönetim kurumudur ve her üç yayıncı da aynı haklara ve sorumluluklara sahiptir. Korporasyonun yetkileri yasa da sayılmaktadır. Buna göre korporasyonun temel görevleri arasında kamu yayıncı kuruluşlarını uluslararası alanda temsil etmek, ortak reklamcılık politikasını yönetmek, yani ticari bölümünü yönetmek, yayıncı kuruluşlarının mülkiyetini idare etmek ve yayıncı kuruluşlar arasındaki politikalarını ve ilişkilerini koordine etmektir. Korporasyonun iki tane organı var; İş Kurulu ve Yönetim Kurulu. Korporasyonun Yönetim Kurulu, genel Kamu Yayıncılık Sisteminin Yönetim Kuruludur.

Bosna-Hersek devletinin karmaşık bürokratik yapısı, medya sistemine de yansımıştır, bunun en iyi kanıtı ise yukarıda bahsedilen yasadaki Korporasyondur. Yasa, her ne kadar bu korporasyonun ivedilikle kurulmasını öngörmüşse de bu Korporasyon yasanın yürürlüğe girmesinden 8 sene sonra bile kurulamamıştır.

Korporasyonun kurulamaması kamu yayıncılık sisteminin işlemesine ciddi bir engel oluşturmaktadır. Herşeyden önce, abonelik konusunda ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Yasada belirtilen kurallara göre, abonelik ücretinden toplanan paranın tamamı korporasyonda toplanacak ve adil bir şekilde yayıncı kuruluşlar arasında paylaşılacaktır. Toplanan abonelik ücretlerinin paylaşılması, yasayla şu oranlarda öngörülmüştür: BHRT %50, RTV FBİH %25 ve RTRS %25. Aynı şekilde reklam gelirlerinin de aynı oranlara göre paylaşılmaları öngörülmüştür.

Bu duruma en çok RTV FBİH yönetimi itiraz etmekte, çünkü üç yayıncı kuruluş arasında en çok reklam ve abonelik geliri toplamaktadır. Gelir paylaşımı, Korporasyonun oluşması önünde en büyük engel olarak durmaktadır. Her üç yayıncı

kuruluşunun yönetim kurulları kendi siyasi çevrelerinin baskısıyla Korporasyonun kurulması hakkında farklı itirazları dile getirmektedirler. Sırp Cumhuriyeti fazla merkezi olmayan bir korporasyon istemektedir. Bosna-Hersek Radyo Televizyonu yönetimi ise güçlü merkezli bir korporasyon istemekte ki RTV FBiH yöneticileri sözkonusu korporasyonun kurulmasına hiçbir şekilde sıcak bakmamaktadırlar (Teşanoviç, 2011, s. 41).

Kamu Yayıncılık Sistemi Yasası bunun yanında kamu yayıncılık sisteminin temel ilkelerini ve program içeriği ile ilgili temel kurallarını da getirmektedir. Yasanın 5. maddesine göre kamu yayıncılarının temel görevleri arasında kamuoyunu doğru bilgilendirmek, demokratik sürece destekçi olmak, haber, sanat, eğitim, spor, eğlence ve çocuk programlarını sunmak ve Bosna – Hersek halklarına yönelik çeşitlilik ve doğruluk ilkeleri çerçevesinde en yüksek kalitede televizyon ve radyo yayınları hizmeti sunmaktır. Bunun yanında 26. madde kamu yayıncılarının temel program ilkelerini belirlemektedir. Buna göre kamu yayıncı kuruluşları, Bosna – Hersek halklarının ulusal, bölgesel, geleneksel, dini, kültürel ve din temelli özelliklerini programlarında yansıtmak zorundadır.

Bu temel ilkelerin ardından yasa, kamu yayıncılarının programlarında yayınlanması yasak olan şeyleri saymaktadır. 28. maddede sayılan bu yasaklar ise, etnik, ırk veya dinsel nefret, antisemitizm, ksenofobi, din, dil, ırk, siyasi görüş, sağlık durumu, cinsel tercih üzerinde ayrımcılık, pornografi, yolsuzluk, alkol, sigara ve uyuşturucu kullanımı teşviki ve çocukların fiziki, manevi veya ahlaki gelişimini zedeleyen programların yayınlanması yasak olduğu belirtilmektedir.

Madde 16 ise kamu yayıncı kuruluşların bu yasaya aykırı olmayan tüm RAK kararlarına uymaları zorunlu olduğunu belirtmektedir. RAK, kamu yayıncılık konusunda iki tane önemli kural getirmiştir. RAK bu alanı en son 2011 yılında 57/2011 Kural¹⁴ ile düzenlemektedir. Buna göre programın en az %40'ı haber ve diğer bilgilendirme amaçlı ve eğitici programlardan oluşmalıdır. Bu programların %10'u mülteci, etnik azınlıklar ve diğer hassas topluluklar için ayrılmalıdır. Bunun yanında haftalık programın en az %6'sı çocuk programlarından oluşmalıdır.

RAK'ın kuralı ile getirilen sınırlamaların yanında, Bosna – Hersek'in de üye olduğu Avrupa Birliği'nin 'Sınırsız Televizyon' (*Television Without Frontiers*) sözleşmesine uyarak kamu yayıncı kuruluşlarının programın çoğunluğu Avrupa kökenli olmalı ve ayrıca yerel bağımsız prodüksiyonlar programın %10'unu oluşturmaktadır. Ayrıca da sözleşmeye göre programın %40'ı yerel program için ayrılmalıdır ki bunun içine spor ve haber programları dahil edilmemektedir.

RAK'ın bu kuralının yanında ise reklamcılık ve sponsorluk faaliyetleri konusundaki yönetmeliği önemlidir. Yukarıda ticari yayıncılar başlığında bahsedilen bu yönetmelik, kamu yayıncılar için de geçerlidir. Ticari yayıncıların uyması gereken tüm kurallara tabi tutulan kamu yayıncıları ise, reklamların süresi konusunda daha fazla sınırlandırılmıştır. Ticari yayıncılar saat başı 12 dakika reklam yayınlatabiliyorken kamu yayıncılarda ise saat başı reklam süresi 4 dakika olarak belirlenmiştir. Diğer tüm yasak ve sorumlulukları hemen hemen aynıdır.

¹⁴ Kuralın tüm metni için <http://rak.ba/bih/index.php?uid=1324649058> bakınız.

3. BOLÜM

BOSNA – HERSEK İLETİŞİM POLİTİKALARI: TEMEL DİNAMİKLER, AKTÖRLER, AMAÇLAR VE SONUÇLAR

Daha önceki bölümlerde tartıştığımız üzere, bir ülkenin iletişim politikalarının temel unsurları o politikayı tasarlayan aktörler, bu aktörlerin amaçları ve politikaları uygulamak için kullandıkları araçlardır. Bunun yanında iletişim politikalarını şekillendiren, aktörlerini ve dolayısıyla da amaçlarını belirleyen tarihsel dinamikler de bir iletişim politikasını anlamak açısından son derece önemlidir. Bir ülkenin içinde bulunduğu ekonomik, siyasi ve toplumsal koşullar, tarihsel olarak iletişim politikalarının temel yönlerini belirlemektedir. Bosna – Hersek, 1992 yılından, yani bağımsızlığını kazandığından bu yana, ülkenin genel olarak gelişimini ve dolayısıyla da iletişim politikalarını etkileyen önemli tarihsel süreçler yaşanmıştır. Bu süreçler iletişim politikalarının ne yönde gelişeceğini ve hangi aktörlerin dahil olacağını büyük ölçüde belirlemiştir. İlerdeki sayfalarda öncelikle bu dinamiklerin hangileri oldukları incelenecek, ardından bu dinamiklerin içinden çıkan iletişim politikalarının asıl aktörleri ve bu aktörlerin temel amaçları tartışılacaktır.

3.1. BOSNA – HERSEK İLETİŞİM POLİTİKALARINI ETKİLEYEN TEMEL TARİHSEL DİNAMİKLER

Bağımsız bir devlet olarak 20 yıllık gibi kısa bir süre içerisinde, Bosna – Hersek'in kaderini ve gelişmesini büyük ölçüde belirleyen birçok önemli tarihsel süreçten bahsedilebilir. Sosyalist rejimin yıkılışı ve ülkenin bağımsızlığı iletişim politikaları

açısından bir dönüm noktasıdır. Planlı devlet ekonomisinden piyasa ekonomisine geçiş, özelleştirme süreci, kitle iletişim araçları sahipliği alanında meydana gelen değişiklik, liberalleşme gibi süreçler de iletişim politikalarını doğrudan etkilemektedir. Bunun yanında, ülkenin Avrupa Birliği üyeliğine giden bir müzakere süreci başlatması ve bu süreçte her alanda olduğu gibi AB standartlarının uygulanmaya konulması ise de iletişim politikaları alanında ciddi bir etken olmuştur. Bütün bunlardan yola çıkarak Bosna _ Hersek iletişim politikalarını etkileyen üç temel süreç belirlemek mümkündür: 1. Sosyalist rejimin yıkılışı ve bağımsızlık süreci – 1992-1995 Savaşı, 2. Ekonomik ve siyasi olarak Kapitalizme eklemlenme süreci, 3. AB üyeliği için yürütülen müzakere süreci.

Bu üç temel süreç ilk bakışta tüm Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde benzer bir biçimde yaşanmıştır. Ancak Bosna – Hersek’i bu ülkelerden farklılaştıran ve Bosna – Hersek’in gelişmesini etkileyen en önemli olay hiç kuşkusuz 1992 – 1995 yılları arasında meydana gelen kanlı bir etnik savaştır. Bosna – Hersek’in içinde yüzyıllardır bir arada yaşayan üç etnik grubun çatışması, savaş sonrasında tüm güçlerin, bu etnik grupların barışması ve ülkenin etnik sınırlara göre bölünmemesi için seferber edilmesini zorunlu kılmıştır. Barışın korunması, etnik grupların barışması ve ülke bütünlüğünün korunması, iletişim politikaları açısından da önemli bir hedef haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının gücü göz önünde bulundurulduğunda, bu alanda iletişim politikalarının önemi daha da büyürken, bu da iletişim politikalarının belirlenmesi sürecinin önemli etkenlerinden birisi haline gelmiştir.

3.1.1. 1992 – 1995 Savaşı

Sosyalist Yugoslavya'nın yıkılması ve kapitalizme eklemlenme sürecinin başlaması, Bosna – Hersek açısından diğer Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinden farklı olarak bir başka sürecin başlamasına neden olmuştur. 1992 – 1995 yılları arasında yaşanan kanlı savaşın meydana gelmesi, ülkenin ekonomik, siyasi ve daha da önemlisi toplumsal anlamda çökmesine neden olmuştur. Kapitalizme eklemlenme ve demokratikleşme sürecinin durması bir yana savaş, çok etnikli bir toplumun üç etnik gruba bölünmesi ve aralarındaki bağların kopmasına neden olmuştur. İletişim politikaları açısından savaş ve ardından gelen barışma süreci ise son derece önemlidir. Savaş yüzünden iletişim politikalarının temel amaçları arasına etnik grupların barışması ve ülkenin bölünmez bütünlüğünün korunması gibi konuların da girmesi kaçınılmaz olmuştur. İlerde görüleceği gibi, toplumun yeniden ayağa kaldırılması, milliyetçi duygularının yatıştırılması, nefret söyleminin ortadan kaldırılması iletişim politikalarının temel hedefleri haline gelmiştir.

Bunun yanı sıra, savaş hem ülke genelinde hem de iletişim sektörü açısından, yeni aktörlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Savaşı durdurmayı başaran uluslararası aktörler, ülkenin kırılgan siyasi ve toplumsal durumunu göz önünde bulundurarak, Bosna – Hersek'i AB üyeliğine yakınlaştırmak adına ciddi bir reform sürecini başlatmıştır. Dayton Barış Anlaşmasının imzalanmasıyla bu uluslararası aktörler ülke içinde nihai siyasi ve askeri otorite konumuna gelmiştir (Türkeş, Rüma, Akşit, & Açar, 2012, s. 12-14). İletişim sektörü savaştan en çok etkilenen alanlardan biridir denilebilir. Alt yapı tamamen yok edilmiş, zaten teknolojik anlamda çok

gelişkin olmayan elektronik medya, özellikle de devlet televizyonu¹⁵ , sürekli bombardıman altında kalmış ve büyük yaralar almıştır. Bunun yanında Bosna – Hersek Merkez Postanesi bombalanarak ateşe verilmiş ve telekomünikasyon sektörü de büyük zarar görmüştür. Bundan belki de daha önemlisi, medya kuruluşları savaşın hem en önemli silahlarından biri olmuş, hem de savaşın hedeflerinden biri haline gelmiştir (Price, 2002, s. 94). Yani yayın taşıyıcıları askeri operasyonlar sayesinde savaşan taraflar arasında zorla paylaşılmış ve ilerdeki savaş yıllarında medya kuruluşları savaş ve milliyetçi propaganda amacıyla kullanılmıştır. Böylece tamamen üçe bölünmüş bir iletişim sektörü veya daha doğrusu üç tane birbirinden bağımsız iletişim sektörü ortaya çıkmış ve dolayısıyla da üç farklı kamuoyunun oluşması söz konusu olmuştur. Bu bölünmeyi kırmak ve tek ortak bir iletişim alanını oluşturmak bundan sonraki iletişim politikalarının temel hedeflerinden biri haline gelmiştir.

3.1.2. Ekonomik ve Siyasi Olarak Kapitalizme Eklemlenme Süreci

Bosna – Hersek iletişim politikalarını, özellikle de politikaların değer ve amaçlarını belirlemesi açısından etkileyen bir başka süreç de Bosna – Hersek’in bağımsızlığını kazanmasından bu yana başlayan sosyalizmden kapitalizme geçiş veya kapitalizme eklemlenme sürecidir. Eski bir sosyalist cumhuriyet olan Bosna – Hersek’in piyasa ekonomisine ve liberal demokrasiye geçişi devletin ekonomik, siyasi ve toplumsal kurumlarını kökten değiştirmiş, yepyeni bir yolun izlenmesine neden olmuştur.

¹⁵ Burada özellikle devlet televizyonu terimini kullanıyor olmanın temel nedeni, dönem içerisinde hala Sosyalist sistemden kalma bir devlet televizyonunun varlığını sürdürüyor olması ve bu televizyonun başka bir biçimde (örneğin kamu yayıncısı gibi) adlandırılmasının doğru olmayacağını düşünülmesindendir.

İletişim sektörü açısından, iletişim politikalarının özünü oluşturan “toplumsal mülkiyet” felsefesi ve medyanın da bu felsefe içerisinde değerlendirilmesi (Hrvatın, Petkovic, & Zadrima, 2004, s. 15) tamamen terk edilerek, liberalleşme sürecinin başlatılmasına neden olmuştur. Bu süreç içerisinde, medya alanının bir piyasa olarak tanımlanması ve özel sermayenin etkinlik gösterdiği bir alana dönüşmesiyle özel ve bağımsız medya kuruluşlarının kurulması, iletişim politikalarının hem amaçlarını değiştirmiş, hem de iletişim politikalarını belirleyen aktör sayısını çoğaltmıştır. Yine de ilerdeki bölümlerde görüleceği gibi, eski sistemden kalma bazı alışkanlıkların ve kurumların bu sürece ciddi engeller çıkarttığı söylenebilir. Kapitalizme eklemlenme ve liberal demokratikleşme sürecinde Bosna – Hersek daha geniş bir tarihsel sürece oturtulmaktadır. Bu süreç, Bosna – Hersek’e özgü olmayıp, tüm Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde meydana gelen daha geniş ve daha kapsamlı bir sürecin parçası olarak değerlendirilmektedir (Hrvatın, Petkovic, & Zadrima, 2004, s. 12). Hrvatın’e göre genel olarak AB veya ABD iletişim politikaları standartları örnek alınarak bu eski sosyalist ülkelere Batı tarzında bir iletişim sistemi yerleştirilmeye çalışılmıştır. Çoğu kez farklı uluslararası kuruluşlar veya doğrudan Batılı ülkeler kendi değerlerini empoze etmeye çalışmıştır. Oysa iletişim politikaları bir ülkenin kendi tarihsel, ekonomik, siyasi ve toplumsal koşulları çerçevesinde oluşturulur. Farklı bir toplumsal yapının değerlerinin bambaşka bir ortama taşınması ve empoze edilmeye çalışılmasının farklı sonuçlar ortaya çıkarabildiği Bosna – Hersek örneğinde görülmüştür.

3.1.3. Avrupa Birliği Üyeliği Müzakere Süreci

Yukarıdaki iki süreç yanında Bosna – Hersek’in genel olarak kaderini belirleyen ve dolayısıyla da iletişim politikalarının ne yönde gelişeceğini büyük ölçüde etkileyen Avrupa Birliği üyeliği müzakere sürecidir. Tüm aday ülkeler gibi, Bosna – Hersek de kendi yasal düzenlemelerini AB standartlarına göre düzenlemek zorundadır. İletişim sektörü de AB’nin müzakere sürecinde önem verdiği alanlardan biridir. AB’nin tüm üye ülkelerde uygulanan ortak bir iletişim politikasından bahsetmek zor olsa da, yine de üye ve aday ülkelerin uyması gereken bazı standartlar ve benimsemesi gereken bazı değerler bulunmaktadır. AB’nin iletişim politikalarının temel normu, AİHS’nin 10. maddesinde yer alan ifade özgürlüğü ve medya çoğulculuğu ilkesidir. Bu ilkeler demokratik bir Avrupa vizyonunun temellerini oluşturmaktadır. İletişim sektöründeki rekabetin korunması, ifade özgürlüğü ve medya çoğulculuğu, kamu hizmeti yayıncılığı, bağımsız düzenleyici kuruluş gibi şartlar da AB müzakere sürecinde öne çıkan konular arasında yer almaktadır (Anagnostou, Crauford Smith, & Psychogiopoulou, 2010, s. 6). AB aday adayı olan bir ülke olan Bosna – Hersek de bu iletişim politikalarının temel değerlerini benimseyip kendi iletişim sektöründe gerçekleştirmek zorundadır. Avrupa Komisyonunun Bosna – Hersek için yayınladığu yıllık ilerleme raporlarında medya alanı üzerinde sürekli durulmaktadır. 2013 İlerleme Raporuna göre Bosna – Hersek iletişim sektörü 2003 yılında yürürlüğe giren ve AB’nin 1998 yılında getirdiğu düzenleyici politikalar çerçevesinde yapılan İletişim Yasası ile düzenlenmiştir (European Commission, 2013, s. 46). Her yıl olduğu gibi Bosna – Hersek iletişim sektörü ile ilgili genel durumu saptayan bu rapor, reformların hangi aşamada olduğu ve daha nelerin yapılması gerektiğine işaret etmektedir. 2013 raporunda Bosna – Hersek’in özellikle sayısallaşma projesi,

telekomünikasyon alanında yapılan reformlar ve enformasyon toplumu düzenlemeleri üzerinde özellikle durulmaktadır.

Bosna – Hersek iletişim politikaları AB iletişim politikalarında belirlenen standartlardan iki şekilde etkilemiştir. Birincisi, ilerdeki sayfalarda görüleceği gibi, uluslararası aktörler tarafından Bosna – Hersek’te gerçekleştirilmeye çalışılan iletişim politikaları ve bu çerçevede empoze edilen yasaların büyük çoğunluğu ya zamanın en yüksek AB standartlarına göre yapılmıştır, ya da bir AB ülkesinin yasal düzenlemeleri örnek alınarak düzenlenmiştir. Örneğin Bosna – Hersek Anayasasına göre Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Bosna – Hersek’te doğrudan uygulanmaktadır. Bilindiği gibi, AB iletişim politikalarının temel taşlarından olan ifade özgürlüğü de bu sözleşmeye dayandırılmaktadır. Bir başka örnek de Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesidir. Görsel - İşitsel yayın alanını düzenleyen bu sözleşme, Bosna – Hersek’in İletişim Yasasının bir parçası sayılmaktadır. Diğer taraftan, Bosna – Hersek kamu yayıncılık sistemi, Birleşik Krallığın BBC kurumu örnek alınarak bir kamu yayıncı kuruluşu olarak düzenlenmiştir (Sahinpasic, 2013, s. 106). Bunun yanında Karalama Yasası (law against defamation) İsveç ve Hollanda’nın yasal düzenlemeleri örnek alınarak yazılmış (Tešanović, 2011, s. 18), basın sektörünün bağımsız düzenleyici kuruluşu olarak görev yapan Basın Kurulu da Birleşik Krallığın benzer bir komisyonuna bakarak kurulmuştur. Görüldüğü gibi, AB üyeliği müzakere süreci ve AB iletişim politikaları, Bosna – Hersek iletişim politikalarının yapılmasında belirleyici etkiye sahip bir süreçtir.

Yukarıda sayılan Bosna – Hersek iletişim politikalarını etkileyen üç tane tarihsel sürecin iletişim politikalarını aslında iki düzeyde etkiledikleri söylenebilir. Birincisi iletişim politikalarını belirleyen temel aktörlerin değişmesi ve bir anlamda

çoğalmasından bahsedilebilir. Savaşın bir sonucu olarak ülkeye akın eden ve dolaylı bir şekilde ülke içindeki asıl nihai siyasi otorite konumuna gelen uluslararası aktörler, özellikle Yüksek Temsilcilik Ofisi, Bosna – Hersek’in iletişim politikalarını biçimlendiren temel aktör haline gelmiştir. Bunun yanında, değişen ekonomik ve toplumsal koşullar ile beraber, iletişim politikalarının temel değerleri ve bu değerler çerçevesinde biçimlendirilen temel amaçlar açısından da bu süreçlerin belirleyici olduğu söylenebilir.

3.2. İLETİŞİM POLİTİKALARININ TEMEL AKTÖRLERİ

Bosna – Hersek iletişim politikalarının en büyük özelliği hiç kuşkusuz bu politikaları tasarlayan aktörler düzeyinde ortaya çıkmaktadır. Savaş yüzünden aşılma bir siyasi krize sürüklenen Bosna – Hersek tek ve bağımsız bir devlet olarak varlığını sürdürdüysen de, ülke içindeki federal devlet kurumlarının hemen hemen hiç işlememediği görülmektedir. Bu durumun Dayton Barış Anlaşmasının harfiyen uygulanması ile aşılabacağını düşünen uluslararası camia, anlaşmanın istisnasız uygulanması ve ülkenin AB yolunda ilerlemesi amacıyla, o zamana kadar benzeri görülmemiş bir ‘manda sistemi’ni kurmuştur. Etnik grupların siyasi temsilcilerinin devlet kurumlarını sürekli bir şekilde işleyemez hale getirmesi ile, ülke içinde bir ‘otorite boşluğu’ ve ‘hukuki vakum’ ortamını oluşturduğu söylenebilir. Bu durum devletin işlemlerini imkansız kılmaktadır. Bu yüzden başta Yüksek Temsilcilik Ofisi olmak üzere, uluslararası aktörler bu ‘otorite boşluğu’nu doldurarak ülkenin normal bir şekilde varlığını devam ettirmesini sağlamaktadır (Türkeş, Rüma, Akşit, & Açar, 2012, s. 12-14).

Uluslararası camia olarak da adlandırılan bu aktörlerin bir tanımını yapmak veya onları tüketerek saymak pek mümkün değildir. ABD, Rusya, İngiltere veya Almanya gibi ülkeler, AB, NATO veya BM gibi uluslararası örgütlerden USAİD, OSCE veya SOROŞ gibi ulusal veya uluslararası ajanslar ve yardım kuruluşlarının toplamı olarak bir uluslararası camiadan veya uluslararası aktörlerden bahsetmek mümkündür. Bunların hepsi, kendi projeleri veya amaçları doğrultusunda, savaş sırasında ve sonrasında Bosna – Hersek’te değişik görevlerde bulunmuş, farklı alanlarda ve farklı reformlarda katkılarda bulunmuştur. İletişim politikaları açısından da durum pek farklı değildir. İletişim sektöründe yapılan reformlar ve oluşturulan iletişim politikaları açısından daha çok veya daha az önemli aktörler arasında bir ayırım yapılabilir. Bu gerçeği gözönünde bulundurarak, aktörler arasında bir sınıflandırma yapılabilir. Bu noktada iletişim politikalarının belirlenmesi ve uygulanması olarak ayrılabilen iki tane düzeyden bahsetmek mümkündür.

3.2.1. İletişim Politikalarının Oluşturulması Sürecinin Aktörleri

Birinci düzeyde, yani iletişim politikalarının tasarlanması, temel değer ve amaçlarının biçimlendirilmesi sürecinde hiç kuşkusuz en önemli kurum Barış Uygulama Konseyidir (PİC). Barış Uygulama Konseyi, savaş sırasında kurulmuş olan Temas Grubunun (ABD, Birleşik Krallık, Rusya Federasyonu, Almanya, Fransa ve İtalya) savaşın ardından politikaların daha etkin ve meşru hale gelmesini sağlamak amacıyla genişlemesiyle, Dayton Barış Anlaşması imzalandıktan sonra anlaşma için uluslararası desteği harekete geçirmek amacıyla toplanan Barış Uygulama Konferansında kurulmuştur. Barış Uygulama Konseyi 55 ülke ve çeşitli uluslararası örgütlerden oluşmaktadır. Barış Uygulama Konseyinin bir yürütme ayağı

olarak da Yönlendirme Kurulu bulunmaktadır. Bu Kurul Yüksek Temsilci'nin başkanlığında Kanada, Fransa, Birleşik Krallık, ABD, AB dönem başkanı, Avrupa Komisyonu ve Türkiye tarafından temsil edilen İslam Konferansı Örgütünden oluşmaktadır. Barış Uygulama Konseyi genel olarak uluslararası camianın Bosna – Hersek'e ilişkin politikasını belirlemektedir.

İletişim politikalarına Barış Uygulama Konseyi şimdiye kadar geçen süreçte, genel olarak büyük önem vermekte ve Yüksek Temsilcilik Ofisine ve yerel siyasi aktörlere bir tavsiye niteliğinde bazı önerilerde bulunmaktadır. Örneğin, iletişim politikalarının en yüksek AB standartlarına göre düzenlenmesi gereği PİC konferansının doğrudan bir sonucudur. Daha ayrıntılı bakıldığında, örneğin sektörün düzenleyici kuruluşunun, RAK'ın kurulması da PİC'in direktiflerinin sonucunda meydana gelmiştir. Bunun yanı sıra, kamu yayıncılık sektörünün reformu ve bu alanda da AB standartlarının uygulanması da PİC'in kararları ardından gerçekleştirilmiştir. PİC'in kararları Bosna – Hersek devleti için bağlayıcı nitelik taşımamaktadır. Fakat diğer taraftan, yerel siyasi aktörlerin bunları reddetmesi durumunda ciddi ekonomik veya siyasi yaptırımlar ve baskılar söz konusu olabilmekte, yapılan yardımlar tehlikeye girmektedir. Onun için bu kararlara genel olarak uyulduğu söylenebilir. Öbür tarafta PİC'in adeta bir 'yasama' organı olarak işleyen Yüksek Temsilcilik Ofisi, PİC kararlarını harfiyen uygulamaktadır. PİC'in iletişim politikaları konusunda biçimlendirdiği genel çerçeve içerisinde OHR yasal düzenlemeler yapmaktadır. Yani PİC kararlarını yerine getirmeyen yerel iktidarın yerine davranarak OHR yasaları empoze etmektedir.

Yüksek Temsilcilik Ofisi Bosna – Hersek'e özgü bir uluslararası örgüttür. Dayton Barış Anlaşması çerçevesinde kurulmuş ve anlaşmanın sivil ayağını

yürütmekle görevlidir. Yüksek Temsilci Barış Uygulama Konseyi tarafından seçilir, BM Güvenlik Konseyi tarafından onaylanır. Anlaşmada belirtilen resmi tanıma göre güncel görevi Bosna – Hersek halkı ve uluslararası aktörlerle beraber ülkenin Avrupa ile bütünleşmesi yolunda barışçıl ve varlığı sürdürülebilir bir devlet olması için çalışmaktır.

Yüksek Temsilcilik Ofisinin önemi 1997 yılında Bonn Konferansında Barış Uygulama Konseyinin yetkilerinin genişletilmesi sonucunda daha da arttırmıştır. Bu şekilde Yüksek Temsilci, yasa yapmak ve seçilmiş kamu görevlilerini Dayton Barış Anlaşmasını ihlal ettikleri gerekçesiyle görevden almak gibi yetkilerle donatılmıştır. OHR'in görev ve yetkileri konusunda yapılan bu reformlardan sonra, OHR resmi olarak da ülke içinde en büyük siyasi otorite konumuna gelmiştir. Bu yeni düzenleme ile Türkes'e göre görev tanımı 'sömürge valiliği' olarak da değerlendirilebilmektedir.

İletişim politikaları açısından daha önce de söylendiği gibi, Yüksek Temsilcilik Ofisi bir yasama organı olarak hareket etmiştir. PİC'in ortaya koyduğu genel bir çerçeve dahilinde Yüksek Temsilci iletişim sektörünün yasal düzenlemelerini ortaya koymaktadır. 2003 tarihli İletişim Yasası, RAK'ın kurulması, 2005 tarihli Kamu Yayıncılık Sistemi Yasası, Rekabet Yasası veya Karalama Yasası gibi sektörü düzenleyen onlarca yasa OHR tarafından empoze edilmiştir. Yasaları yaparken de Yüksek Temsilcilik Ofisi her şeyden önce PİC'in tavsiyelerini ve en yüksek AB standartlarını göz önünde bulundurmaktadır.

Bunların yanında, uluslararası aktörlerin üçüncü grubu veya düzeyini, sektör içinde hareket eden farklı ulusal veya uluslararası ajanslar oluşturmaktadır. Bunlardan en önemlileri OSCE, USAİD ve SOROŞ olarak öne çıkmaktadır. Bu

kuruluşlar genel olarak Bosna – Hersek iletişim politikalarının uygulanması sürecinde etkili olan aktörlerdir. Bu uluslararası aktörler iletişim sektöründe yapılan reformlarda maddi kaynağı ve profesyonel desteği sağlayan kuruluşlardır. Liberalleşme, demokratikleşme ve piyasa ekonomisine yabancı kalan Bosna – Hersek iletişim sektörünün yeni şartlara ayak uydurmasına yardımcı olan bu kuruluşlar, gazetecilerin eğitilmesi, bağımsız medya kuruluşlarının desteklenmesi, alternatif seslerin ortaya çıkması veya ifade özgürlüğünün pekiştirilmesi, reklamcılık, medya plüralizmi gibi farklı konularda görev yapmışlardır.

3.2.2. İletişim Politikalarının Uygulanması Sürecinin Temel Aktörleri

İletişim politikalarının uygulanması alanında, 2003 tarihli İletişim Yasasına göre, temel uygulayıcı aktör olarak RAK, yani düzenleyici kuruluş öne çıkmaktadır. RAK’ın yanında ise Bosna – Hersek İletişim Bakanlığı da özellikle kamu yayıncılık alanında büyük rol oynamaktadır. RAK, elektronik medya ve telekomünikasyon sektörlerini düzenlerken, basın sektöründe ise Basın Kurumu, bağımsız bir düzenleyici kuruluş olarak bulunmaktadır. Bu üç aktör, yasal düzenlemelerinin uygulanmasını gerçekleştiren ve denetleyen temel aktörlerdir. RAK ve Basın Kurumu, yasaları ve diğer düzenlemelerinin ihlal edildiği durumlarda yasalarda öngörülmüş yaptırım gücüne de sahiptir.

3.2.2.1. RAK

Bosna – Hersek’te iletişim politikalarının uygulanması sürecinin en temel aktörü İletişim Düzenleyici Kuruluşu olan RAK’tır. 2003 tarihli İletişim Yasası ile kurulan RAK, elektronik medyayı düzenleyen İMC ve telekomünikasyon sektörünü

düzenleyen TRA düzenleyici kuruluşların birleşmesiyle meydana gelmiştir. Dolayısıyla RAK, tüm iletişim sektörünü (basın sektörü hariç, onun kendi düzenleyici kuruluşu mevcuttur) düzenleyen, tek ve birleşik düzenleyici kuruluştur. Daha önceki bölümlerde de anlatıldığı gibi RAK, Avrupa genelinde bu tek düzenleyici kuruluşların ilklerinden bir tanesidir. Başka deyişle, RAK, Barış Uygulama Komitesinin kararı ile ve OHR'in yasayı empoze etmesiyle, Avrupa Birliğinde bile o zamanlar nadir görülen ve kendi zamanında ilerici bir adım olarak sayılan, tüm iletişim sektörünü kapsayan bir düzenleyici kuruluş niteliğini taşımaktadır (Jusic, 2006, s. 278-284).

Genel olarak RAK, uluslararası camianın Bosna – Hersek'te sadece iletişim alanında değil, tüm alanlar arasındaki en başarılı reformlardan biri sayılmaktadır. Değişik yerel ve uluslararası raporlara göre RAK, kurulduğundan beri çok başarılı sonuçlar vermiştir (Mandic, 2001, s. 2-4). Örneğin RAK'in İletişim Yasasına uygun olarak özellikle elektronik medya sektöründe uygulamaya koyduğu yönetmelikler, elektronik medya sektörünü savaş ve savaşın ardından hakim olan anarşi ve bölünmüşlük ortamında önemli ölçüde düzenlemiştir. RAK'in lisans politikası sayesinde örneğin, lisans çıkartma yönetmeliğinin yürürlüğe girmesinin hemen birinci yılında medya kuruluşlarının sayısı %50 gibi büyük bir oranda düşüş yaşamıştır (Kukic, 2010, s. 68) ve böylece bu sektör daha sağlıklı ayaklara oturtulmuştur. RAK'in bir başka başarısı da Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesinin Bosna – Hersek iletişim sektörüne doğrudan uygulanması olmuştur. Bununla RAK ilk kez elektronik medya sektöründe program içeriğini ciddi bir şekilde düzenleyebilmiştir. Reklamcılık, nefret dilinin kullanımı, özellikle çocukların korunması gibi konularda ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir. İlk başta farklı medya

kuruluşlarının RAK'in verdiği kararlara saygı duymaması gibi durumlar olduysa da, RAK yaptırım gücünü kullanarak bu durumu kısa bir sürede atlatmış ve otoritesini tüm ülke çapında kurmuştur.

RAK'in bu başarılı yönlerini göz önünde bulundurarak, kurumun bazı eksikliklerine de değinmek gerekmektedir. Bir düzenleyici kuruluşunun bağımsızlığı, bir iletişim sektörünün sağlıklı bir şekilde işlemesi için son derece önemlidir, hele Bosna – Hersek gibi demokratik kurumların daha tam olarak oturmadığı bir toplumda bu sorun daha da büyük önem taşımaktadır. RAK, yasaya göre hükümetten bağımsız ve kar amacı gütmeyen bir ajanstır. RAK bu bağımsızlığını büyük ölçüde koruyabilmiştir. Fakat hiçbir baskının da bulunmadığı söylenemez. Burada iki tane temel sorundan bahsedilebilir. Birincisi, yasaya göre RAK'in bütçesi Bakanlar Kurulu tarafından belirlenmektedir. Bu durum, Bakanlar Kurulu ve RAK'i karşı karşıya getirmekte ve bütçe Bakanlar Kurulunun elinde ciddi bir baskı aracı olarak kullanılabilmektedir. Bu durum Yüksek Temsilcinin araya girmesiyle kısmen de olsa çözülmüştür. Yüksek Temsilci yasayı değiştirerek Bakanlar Kurulunun RAK'in bütçesini %20'den daha fazla indiremeyeceğini öngören madde koymuştur. Fakat baskı bu şekilde azaltılsa da tamamen giderildiği söylenemez (Ahmetasevic & Jusic, 2013, s. 34). Bu tespit AB ilerleme raporlarında da sürekli vurgulanmaktadır. (European Commission, 2013, s. 48)

Bunun yanında RAK'in bağımsızlığını tehlikeye atan bir diğer sorun da RAK Genel Başkanının Bakanlar Kurulu tarafından atanmasıdır. Bosna – Hersek'te iktidarda bulunan üç etnik grubunun temsilcileri daha küçük şeyler yüzünden siyasi süreçleri tıkadığı da görülmüştür. Tam da bu milliyetçi 'zorlu' koalisyon hükümetlerinin birbirleriyle anlaşamaması RAK Genel Başkanın görev süresinin iki

yıl önce dolmasına rağmen, Bakanlar Kurulu yeni bir başkanı üzerinde anlaşılamamıştır. Her etnik grubunun kendi adamını bu önemli göreve getirmek istediği gerçeği, sürecin tamamen tıkanmasına neden olmaktadır. Bu durum o kadar ileriye gitmiştir ki bazı siyasi parti liderleri açık bir şekilde bu göreve onların siyasi parti adamının gelmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca da RAK başkanı görevinin etnik grupların temsilcileri arasında değişmeli olarak paylaşılması vurgulanmaktadır. Bu ise RAK'ın bağımsızlığının ne kadar büyük bir tehlikede olduğunun bir açık göstergesidir.

3.2.2.2. Bosna – Hersek İletişim Bakanlığı ve Entite Bakanlıkları

İletişim politikalarının uygulanması sürecinde bir diğer önemli aktör de Bosna – Hersek Ulaştırma ve İletişim Bakanlığıdır. 2003 tarihli İletişim Yasasına göre bu bakanlığın yetkileri iletişim sektörü ile ilgili strateji ve politika getirmekle sınırlıdır. Federal devletin diğer kurumları gibi, bu bakanlığın yetkileri ve görev alanları çok sınırlıdır. Onun yerine, bu sektörden sorumlu entite bakanlıkları da bulunmaktadır. Bosna – Hersek Federasyonunda bu görevi Bosna – Hersek Federasyonu Ulaştırma ve İletişim Bakanlığı yürütürken, Sırp Cumhuriyetinde ise Sırp Cumhuriyeti Trafik ve İletişim Bakanlığı bulunmaktadır. Ayrıca Bosna – Hersek Federasyonunda her kantonun da ayrıca bir iletişim sektöründen sorumlu bakanlığı bulunmaktadır. Bu toplamda, ülke çapında 13 tane iletişim bakanlığının bulunması anlamına gelmektedir. Tahmin edilebileceği gibi, bu karmakarışık yapı, hem yetkiler hem de sorumluluklar açısından ciddi sıkıntılar doğurmaktadır. Güçsüz ve yetkisiz bir federal iletişim bakanlığı ve güçlü ve asıl yetki sahibi entite bakanlıkları, ortak bir iletişim politikasının yürütülmesine engel olmaktadır. En açık örnek telekom operatörlerinin

özelleştirilmesinde görülebilmektedir. Bosna – Hersek’te üç tane telekom operatörü bulunmaktadır. İki tanesi Bosna – Hersek Federasyonu Ulaştırma ve İletişim Bakanlığının yetkisi altında, bir tanesi de Sırp Cumhuriyeti Trafik ve İletişim Bakanlığının yetkisindedir. Bu alanda devletin, yani Bosna – Hersek Ulaştırma ve İletişim Bakanlığının resmi politikası bu devlet sahipliğinde bulunan operatörlerin özelleştirilmesi yönünde olsa da, her iki entite kendi çıkarlarını koruyarak farklı yol izlemektedir. Sırp Cumhuriyeti kendi Telekom operatörü olan Telekom Srpske’yi Sırbistan Telekomuna sattıysa da, Bosna – Hersek Federasyonu satmama kararı almıştır. BH Telekom Bosna – Hersek Federasyonunun en karlı devlet şirketi olduğu ve bütçeye ciddi oranda katkılarda bulunduğu gerçeği, siyasi iktidarı özelleştirmeden vazgeçirmektedir. Bu örnekten görüldüğü gibi, devletin resmi olarak tüm ülke çapında ortak bir politikası bulunsa da, entiteler bu politikaları takip etmek zorunda değildir, çünkü federal iletişim bakanlığı bu sektörde yeterince yetkiye sahip değildir. Bu şekilde, ülke çapında aslında ortak bir iletişim politikasından bahsetmek güçtür, entitelerin iletişim politikalarından bahsetmek daha uygun olur çünkü asıl yetkili olanlar entite bakanlıklarıdır.

3.2.2.3. Basın Komisyonu

Bosna – Hersek basın sektörü, RAK’ın yetkileri dışında bırakılmıştır. Genel olarak bu sektörde, dünya standartlarına göre, devlet tarafından içerik düzenlemesi yapılmamaktadır. Basın sektörü ise, kendi öz – denetim kurumuna sahiptir. Basın Komisyonu, 1999 yılında OHR’in baskısıyla kurulmuştur. Bosna – Hersek’te savaştan sonra devlet düzeyinde kurulan ilk çok etnikli kurumdur ve Doğu Avrupa

lkelerinde medya sektöründe kurulan ilk öz denetim kurumudur (Tarik Jusi, 2001, s. 43).

Basın Komisyonu, ilk başta yabancı bürokratlardan oluşuyordu (ilk başkanı eski Britanya Basın Komisyonu üyesiydi), sonrasında yerel personele devredilmiştir. alışmasında istikrarlı bir başarı gösteren bu kurum, öncellikle nefret kışkırtıcı üslubun basın sektöründen ihraç edilmesinde başarılı olmuştur.

Basın Komisyonu bugün özellikle maddi açıdan ciddi sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Devlet tarafından finanse edilmediği gibi, sürekli bir gelir kaynağı da bulunmamaktadır. Komisyonunun kurulmasını öngören uluslararası aktörler, ilk başta çalışmasında ciddi maddi yardımda bulunurlarken, zamanla bu maddi destek asgari seviyeye indirilmiş ve Komisyon tek başına kalmıştır. Bu maddi sıkıntılardan dolaydır ki Komisyonun nitelikli uzman eksikliği bulunmaktadır.

3.3. İLETİşİM POLİTİKALARININ TEMEL AMAÇLARI

Bosna – Hersek’in içinde bulunduğu tarihsel dinamikler iletişim politikalarının amaçları üzerinde de belirleyici etken olmuştur. Uluslararası aktörlerin iletişim politikalarının temel aktörleri olarak öne çıkması, iletişim politikalarının amaçlarını da bir şekilde belirlemiştir. Bu uluslararası aktörler, Barış Uygulama Konseyi ve Yüksek Temsilcilik Ofisi başta olmak üzere, Bosna – Hersek iletişim sektörünün dünyanın en üst standartlarına göre düzenlenmesi gerektiğini sürekli vurgulamaktadır. Bu ‘dünya standartları’, Bosna – Hersek’in AB müzakere sürecine katılmasıyla, ‘en st’ Avrupa Birliği standartlarına dönüşmüştür.

Barış Uygulama Konseyi ve Yüksek Temsilcilik Ofisinin verdiği karar ve bildirilerden de anlaşıldığı gibi, uluslararası aktörler, kitle iletişim araçlarının Bosna – Hersek’teki savaşın başlaması ve yayılmasında büyük etken olduğu, dolayısıyla da barışın ve demokrasinin kurulmasında da büyük rol oynayabilecekleri inancındadır. Onun için, piyasa ekonomisinin hakim olduğu güçlü bir demokratik toplumun inşa edilmesinde, kitle iletişim araçlarına da önemli bir görev biçilmiştir. Fakat her şeyden önce medyanın demokratikleşmesi gerekmektedir. Onun için uluslararası aktörlerin en önemli amacı, ifade özgürlüğü ve medya çoğulculuğunun hakim olduğu bir iletişim sektörü kurmak olarak belirginleşir. Bu amaç, Barış Uygulama Konseyinin 1996 tarihli Londra Bildirgesinde de açıkça ifade edilmektedir: ‘İfade özgürlüğü ve medyanın bağımsızlığı, Bosna – Hersek’te demokratik toplumun inşası sürecinin olmazsa olmazıdır’. Bu amaçla, yerel otoritelerin uluslararası standartlara ve anlaşmalara uygun, medya alanını düzenleyecek yeni yasa ve düzenlemeleri bir an önce kabul etmesi gerekmektedir.

Uluslararası aktörlerin iletişim politikalarında diğer önemli amacı da ülke içindeki etnik grupların barışması ve ülkenin bölünmesinin önlenmesidir. Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini göz önüne alarak, barış sürecinde ve ülke ve toplum içindeki yeninden yapılanmada medyanın önemli rol oynayabileceği inancı ve etnik sınırlarının aşılması ve toplumun tekrar bütünleşmesi adına kitle iletişim araçlarının önemi sürekli vurgulanmaktadır. Bu amaçla da, Yüksek Temsilcilik Ofisi, geniş ve temelli bir kamu yayıncılık reformunu başlatmıştır. OHR’e göre, tek ve tüm ülkeyi kapsayacak bir kamu yayıncılık sistemi, tüm halkların ve azınlıkların, farklı kültürlerin ve dillerin bir araya geldiği ve eşit bir şekilde temsil

edildiği bir yer olarak, etnik grupları arasında hoşgörünün yayılması ve ülkenin bütünleşmesine ön ayak olacaktır.

Kitle iletişim araçlarının ülkenin ve toplumun barışması ve bütünleşmesi için oynadığı rolün önemi, uluslararası aktörlerin belgelerinde entitelerarası iletişimin bir an önce başlatılması konusunda ısrar edilmesinden de görülmektedir. PİC kararlarında, uluslararası toplum tarafından finanse edilen bir proje olarak OBN televizyonu ve FERN radyosuna destek sürekli vurgulanmakta, ülkenin tüm alanını kapsadığı için ne kadar önemli olduğunu anımsatılmaktadır.

PİC ve OHR kararlarında Bosna – Hersek iletişim sektörünün en üst ‘dünya standartlarına’, ‘Avrupa standartlarına’ veya ‘uluslararası standartlara’ göre düzenlenmesi gerektiğine işaret edilmektedir. Ayrıca da Bosna – Hersek’in geleceğinin Avrupa Birliği üyeliği olduğu sürekli vurgulanmaktadır. Bosna – Hersek de bugünlerde Avrupa Birliği üyeliği müzakere sürecinde, bu standartların yakalanması şartıyla karşılaşmaktadır. Bu yüzden kısaca bu AB standartlarının tam olarak ne olduğunun açıklanması gerekmektedir.

Avrupa Birliğinin daha önce de söylendiği gibi ortak bir resmi iletişim politikası bulunmamaktadır. Genelde bu alan üye ülkeler düzeyinde düzenlenmektedir. Fakat yine de bazı ortak değerler ve amaçlardan bahsetmek mümkündür. Öncelikle Avrupa Birliği iletişim politikalarının temel değeri, ifade özgürlüğü ve medya çoğulculuğu olarak öne çıkmaktadır. İfade özgürlüğü ve medya çoğulculuğu AB demokrasisinin temelleri olarak sayılmaktadır (Freiberga, Kammersley, & Pessoa Maduro, 2013, s. 17). AB’nin görsel işitsel alanda ortak bir politika takip etmesi, en azından program üretimi ve program içeriği anlamında ortak

bir politika yürüttüğü söylenebilir. 1989 yılında kabul edilen ve 1997 yılında güncellenen Avrupa Birliği Sınır Tanımayan Televizyon Direktifinde yer alan esaslar doğrultusunda, Birliğe üye ülkelerde yayıncılık alanında birlik ve beraberliği sağlamak amacıyla oluşturulan Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi, bu politikanın belgesi olarak değerlendirilir.

Bunun yanında kamu hizmeti olarak yayıncılık sektörü de AB iletişim politikalarının önemli unsurlarındandır. Erişimde evrensellik, içerikte demokratiklik, çeşitlilik, farklılık ve çoğulculuk gerekçeleriyle kamu hizmeti yayıncılığının gerekliliğini ve önemini vurgulayan Amsterdam Protokolü, kamu hizmeti yayıncılarının hükümetlerden bağımsız olmalarını temel ilke olarak benimsemiştir. Bosna – Hersek kamu yayıncılık sektörünün bu değerlere göre yapılandırılması süreci de Yüksek Temsilcilik Ofisinin alan ile ilgili yasaları empoze etmesiyle başlamış, fakat bugüne kadar sonuçlanmamıştır. Bu gerçeği, 2013 tarihli bildirisinde Barış Uygulama Konseyi de tanımaktadır. Buna göre Bosna – Hersek’te kamu yayıncılık sektörünün reformu bir an önce tamamlanması ve en üst uluslararası standartların uygulanması gerekmektedir. Kamu Yayıncılık Sistemi, ülke içindeki barışmayı teşvik etmekle yükümlüdür ve bu doğrultuda nefreti ve hoşgörüsüzlüğü kışkırtan konuşmaları bertaraf etmesi gerekmektedir.

Yeni kitle iletişim teknolojilerinin yayılması ve ekonominin iletişim piyasasına ağır basmaya başlamasıyla, AB iletişim politika ve değerlerinde bir değişimin meydana geldiği söylenebilir. Deregülasyon ve serbestleşme sürecinde devletin iletişim piyasasından belli ölçüde çekilmesi, bağımsız düzenleyici kuruluşların önemini arttırmıştır. AB, iletişim sektörünü düzenleyecek tek ve siyasetten tamamen bağımsız bir düzenleyici kurumu bir norm olarak getirmiştir.

Bunun yanında olabildiğince az regülasyon ve piyasadaki rekabetin korunması da AB iletişim politikalarının önemli parçalarıdır.

Birliğin iletişim politikalarında önemli bir yere sahip olan telekomünikasyon politikasında ortak bir politika gütmeye amaçla başlatılan rol oynamakla birlikte bu politikada önceleri teknolojik gelişim sağlayarak rekabet gücünü artırmak hedeflenmiş; fakat daha sonra deregülasyon sürecindeki özelleştirmelerle birlikte, bu alanda küreselleşmeyi yakalayacak ‘piyasa görüşü’ önem kazanmıştır. Bu yüzden AB’ye üye olacak devletlerin bu alanı rekabete açması üzerinde önemle durulmaktadır (Asker, 2010, s. 7).

3.4. İLETİŞİM POLİTİKALARININ UYGULANMASI SÜRECİNDE AÇIĞA ÇIKAN SORUNLAR/SONUÇLAR

Bosna – Hersek, daha önceki bölümlerden de anlaşıldığı gibi, dünyanın en üst standartlarına göre tasarlanmış iletişim politikalarına ve buna uygun olarak düzenlenmiş yasal çerçeveye sahiptir. Genel olarak zamanın en güncel AB standartlarına göre düzenlenmiş veya AB üyesi devletlerin yasal düzenlemeleri örnek alınarak yazılmış bu yasal çerçeve, iletişim sektörünün sağlıklı bir şekilde gelişmesi için iyi bir temel oluşturmaktadır. Bunun gerçekleşmesi için ise bu politikaların ve onların somut biçimi olan yasaların doğru bir şekilde uygulanması sektör açısından hayati önem taşımaktadır.

İletişim politikaları, büyük çoğunlukla, uluslararası aktörler tarafından yapıldığı halde, onların uygulanması elbette ki yerel aktörlere bırakılmıştır. Yine de uluslararası aktörlerin süreçten tamamen çekilmediği görülmektedir. Tamamen

uluslararası aktörlerin girişimi ile 2003 tarihli İletişim Yasası ile kurulan düzenleyici kuruluş olarak RAK da belirli bir dönem uluslararası aktörlerin kontrolü altında çalışmıştır. RAK'ın kurulmasının ilk yıllarında, genel müdür dahil olmak üzere, tüm üst yöneticilerinin Yüksek Temsilcilik Ofisi tarafından atandığı ve yabancılardan oluştuğu bunun en açık göstergesidir. Ancak kurum içinde düzenin oturduğu ve daha da önemlisi kurumun iletişim sektöründe güven ve irtibat kazandıktan sonra, düzenleyici kurumun tamamen yerli personelden oluştuğu görülmektedir.

Tasarlanan politikaların 'mükemmelliği' veya yasal çerçevenin en üst standartlara göre tasarlanması ile sektörün işleyişi çözülmüş sayılmaz. Aksine, bu politikaların öncelikle iyi yasal düzenlemelerle somutlaştırılması ve bu yasaların iyi bir şekilde uygulanması belki daha da önemlidir. Medya özgürlüklerini garantilemek adına yapılan yasal düzenlemelerinin etkin olması için, öncelikle onların uygulanmasını denetleyecek, bağımsız yargı sistemi ve vatandaşları koruyacak güçlü bir hukuk devletinin olması şarttır (Ahmetasevic N. , 2012, s. 6). Bu durum ise Bosna – Hersek örneğinde en açık şekilde ortaya çıkmaktadır. Bosna – Hersek'in özel devlet yapısı, güçlü bir merkezi iktidarın olmayışı, demokratik kurumların tam oturmadığı ve eski komünist sistemi kalıntılarının varlığını devam ettirilmesi ortamında, bu tasarlanan iletişim politikaların uygulanması süreci, farz edileceği gibi engelsiz geçmemektedir. Ülkenin tüm alanlarında olduğu gibi, iletişim alanında da, bu siyasi, ekonomik ve toplumsal koşulların büyük rol oynadıkları görülmektedir.

3.4.1. Temel Siyasi Ve Toplumsal Koşullar

Bosna – Hersek bir post – komünist ve post – konflikt toplumdur. Bu iki özellik ülkenin ve toplumun tüm yönlerini ciddi bir şekilde etkilemektedir (Tarik Jusiç, 2001, s. 4). İletişim politikaları ve onların uygulanması da bu süreçlerin bazı özelliklerini taşımaktadır. İletişim politikaları, daha önce söylendiği gibi, en üst AB standartlarına göre tasarlanmış politikalardır, fakat Bosna – Hersek ne devlet olarak ne de toplum olarak bu standartları yakalayabilmiş değildir. Bu durum iletişim politikaların uygulanması açısından ciddi sıkıntılar yaratmaktadır. Bosna – Hersek’in içinde bulunduğu bu kapitalizme eklemlenme veya demokratik kurumların kurulması gibi süreçler, ülkenin her alanını etkilediği gibi, iletişim politikalarının uygulanmasını da etkilemekte ve önünde ciddi engeller getirmektedir.

3.4.1.1. Devletin Karmaşık Siyasi Yapısı

Dayton Barış Anlaşması ile kurulan sistemden daha önce de bahsedilmiştir. Bosna - Hersek iki tane entite, on tane kanton ve bir distriktten oluşmaktadır. Bu federal yapıya benzeyen, fakat resmi olarak federal bir yapı olmayan bir sistem, devletin işleyişi açısından ciddi engeller oluşturmaktadır. Örneğin 13 tane hükümet, 13 tane başbakan ve sayısızca bakanlık, hem yetki paylaşımında hem de sorumlulukların belirlenmesinde ciddi sıkıntıları ve karmaşayı doğurmaktadır. Dayton Barış Anlaşmasının bir eki olan Bosna - Hersek Anayasasında devletin yetkileri kısıtlı sayılmıştır, fakat ilerdeki yıllarda, özellikle AB üyeliği müzakere sürecinde ve çoğunlukla Yüksek Temsilcilik Ofisinin baskısı altında, bu yetkiler genişletilmiştir. Bu durum ise daha büyük bir karmaşaya neden olmuştur. Özellikle Sırp Cumhuriyeti siyasi temsilcileri, bazı yetkilerin devlet düzeyine taşınmasını kabul etmemiştir

(örneğin Bosna – Hersek Yüksek Mahkemesi ve Bosna – Hersek Özel Savcılığının kurulması bugün bile Sırp Cumhuriyeti yetkilileri tarafından tanınmamaktadır). Bu ise bazı devlet kurumlarının hem meşruluğunun sorgulanmasına yol açmakta hem de bu kurumlarının işleyişi önünde ciddi engeller çıkarmaktadır.

İletişim alanı açısından bakıldığında zaman, iletişim politikalarının hem belirleyici hem de uygulayıcı aktörleri konumunda olan iletişim alanından sorumlu bakanlıkların çokluğu dikkat çekmektedir. Bosna – Hersek İletişim Bakanlığının yanında, iki tane entite bakanlığı, bir tane Distrikt Brčko Bakanlığı ve ayrıca da 10 tane kanton/eyalet bakanlığı da bulunmaktadır. Bu tahmin edilebileceği gibi, ortak iletişim politikalarının belirlenmesi açısından hem de onların uygulanması açısından ciddi sorunlara neden olmaktadır.

3.4.1.2. Demokratik Kurumların Oturmaması

İletişim alanında yapılan yasal düzenlemeler ve reformlarla demokratikleşme süreci, diğer alanlarda aynı başarı ile gerçekleşmemiştir. Bosna – Hersek gibi geçiş döneminde bulunan toplumlarda, kitle iletişim araçlarının, toplumun demokratikleşmesi ve siyasi çoğulculuğunun kurulmasının lideri olmaları beklenmekteydi. Diğer ifade ile demokratik bir medya sisteminin kurulması, diğer sektörlerinin demokratikleşmesini tetikleyeceği öngörülmekteydi. Fakat, medya sistemlerinin büyük devlet sisteminin sadece bir parçası, bir alt sistemi olduğu gerçeği göz ardı edilmiştir. Yani medya sistemi, bir devlet yapısının ve içinde gelişen dinamiklerin bir parçası olduğu sıkça unutulmuştur (Bakarovic & Mahmutovic, 2011, s. 209). Bu durum Bosna – Hersek örneğinde açık bir şekilde ortaya

çıkılmaktadır. Burada demokratik olmayan siyasi ortamında demokratik ve bağımsız medyanın kurulması denemesi yapılmıştır.

Uluslararası kuruluşların yıllık raporlarına göre Bosna – Hersek'teki demokratik gelişmelerin durumu ciddi sakıncalar göstermektedir. Öncelikle demokratik kurumlarda milliyetçi söylemlerin uzlaşmacı politikaların önüne geçtiği görülmektedir. Bu yüzden hem devlet hem de entite düzeyindeki hükümet ve parlamentoların çalışması sık sık engellenmektedir. (Mitchell, Zutic, Ried, & Benjamin, 2009, s. 1-17) Etnik grupların temsilcileri, milli çıkarlarını bahane ederek sık sık reformların yapılmasını ve yeni yasaların getirilmesini önlemektedirler. Hükümetler çok partili ve çok etnikli koalisyonlardan oluşturulmakta ve bu onların hem işlemelerini zorlaştırmakta hem de gereken parlamento çoğunluğu sıkça kaybetmelerine neden olmaktadır. Bu sürekli siyasi kriz demokratik süreçlerin işlemesi önünde en büyük engel olarak görülmektedir.

Sorun sadece yürütme ve yasama kurumlarında değildir. Demokratik toplumların bel kemiği olan ve Bosna – Hersek'teki demokratik sürecinin kara lekesi olarak öne çıkan yargı organları ve hukuk devleti sürecin tıkanmasının temel nedenlerindendir. Avrupa Komisyonu Bosna – Hersek 2013 İlerleme Raporunda da vurgulandığı gibi, yargı organları üzerinde siyasi baskılarının devam edildiği görülmektedir. (European Commission, 2013, s. 12) Yargı organlarına ayrılan bütçe ve uzmanların eksikliği, yargı sisteminin genel olarak yavaş işlemesi ve dosyaların hiç gündeme alınmaması sıkça görülmektedir. Bunun yanında Avrupa Komisyonu, Yüksek Hakim ve Savcı Kurumu hakkında kanun değişikliği girişimi ve bu şekilde siyasi iktidarın üzerindeki etkisinin artırılması da kötü gidişatının bir göstergesi olarak vurgulanmıştır. Bosna – Hersek Anayasası federal devlet çapında bir yüksek

mahkemesi ve savcılığın olmasını öngörmemiştir. Fakat Yüksek Temsilci kararıyla, ülkenin AB üyeliği müzakere sürecini göz önünde bulundurularak, bu kurumların ihtiyacı hissedilmiş ve kurulmalarına karar verilmiştir. Bu tek taraflı karar, özellikle Sırp Cumhuriyeti yetkililerinin büyük tepkilerine neden olmuştu. Mahkemeye uygulanan siyasi baskı en iyi şekilde 2009 tarihli OSCE raporundan anlaşılmaktadır. Bu raporda, OSCE, siyasi liderlerinin sürekli olarak mahkemenin kararları ve davalarını tartışarak ve dava sonuçlarını tanımayarak, mahkemenin bağımsızlığını ciddi bir şekilde tehlikeye soktuklarını vurgulamaktadır. Ayrıca da özellikle Sırp Cumhuriyeti yetkililerini, mahkemeye agresif tavırlarından dolayı uyarmaktadır. (OSCE, 2009, s. 1-6)

3.4.1.3. Yolsuzluk Sorunu – Hapsedilmiş Devlet Olarak Bosna – Hersek

Bosna – Hersek hem devlet hem de toplum açısından hiç kuşkusuz en büyük sorun, toplumun her alanında yerleşen yolsuzluk sorunudur. Blagovcanin’in de ifade ettiği gibi, Bosna – Hersek ‘state captured’ yani ‘hapsedilmiş devlet’ durumunda bulunmaktadır. (Blagovcanin, 2008, s. 41) Hapsedilmiş devlet terimi Yoel Hellman ve Daniel Kaufmann tarafından ortaya atılmış ve kısacası ‘siyasi elitlerin devlet veya kamu çıkarlarını, kendi özel çıkarlarına ayak etmesi’ anlamına gelmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre Bosna – Hersek, araştırmaya konu olan 26 ülkeden, hapsedilmiş devlet özelliklerinin en çok görüldüğü ülke olarak öne çıkmıştır.

Yolsuzluk alanında yasal düzenlemelerinin yapılamaması ve bu yüzden güçlü ve iktidardan bağımsız yolsuzluğa karşı mücadele edecek kurumların eksikliği hissedilmektedir. Bosna – Hersek Yolsuzluğa Karşı Mücadele Ajansı’nın bağımsızlığı büyük bir soru işareti altındadır. Avrupa Komisyonu 2013 Bosna –

Hersek İlerleme Raporunda tüm bunları sayarken, özellikle yargı organlarının bu mücadelede eksik kaldığını vurgulanmıştır. (European Commission, 2013, s. 14-15) Buna göre örneğin 2010 yılında yolsuzlukla ilgili mahkeme davalarından sadece iki tanesi karara bağlanmıştır ve hapis cezaları verilmiştir. Yolsuzluk davalarının %70'i ise görüşülmeden reddedilmiştir. Tüm bunlar sayesinde Transparency International 2012 Yolsuzluk İndeksinde Bosna – Hersek 174 ülkeden 72 sırada bulunmuştur. Avrupa kıtasında bakıldığında ise Bosna – Hersek son 10 ülke içerisinde yer almaktadır. (Transparency International, 2014, s. 1-11)

3.4.1.4. Komünizm Geçmişi ve Bugüne Etkisi

Devletin, toplumun tüm yönlerini düzenleyen ve denetleyen bir aktör olarak davrandığı bir sosyalist sisteminden, devletin olabildiğince az düzenleyici etken olarak bulunduğu bir liberal kapitalist sisteme geçiş süreci Bosna – Hersek'te halen sürmektedir. Sosyalist iktidarın kalıntılarında yükselen milliyetçi elitler, sosyalizmden kalma güçlü ve her şeyi denetleyen bir devlet anlayışını sürdürmeye çalışmaktadır. Bu iletişim alanında da açıkça görülmektedir. Örneğin kamu yayıncılık sistemini hala bir devlet televizyonu olarak bakıp üzerindeki kontrolünü kaybetmek istememeleri veya telekomünikasyon operatörlerinin özelleştirmelerine bir türlü yanaşmamaları bunun açık örnekleridir.

Dragomir'e göre, post – komünist ülkelerde, merkezileşmiş sistemde güç zincirinin en önemli halkası olarak medyanın hala varlığını sürdürdüğü bir gerçektir. Eski komünist ülkelerde, medyaya doğrudan siyasi baskı, ekonomik baskı olarak şeklini değiştirmiştir. Gelişmemiş medya piyasalarında zor tutunan medya

kuruluşları, ayakta kalabilmek adına devletin veya diğer farklı ekonomik ve siyasi güç merkezlerinin himayesine girmektedir. Eski komünist ülkelerinin ortak özellikleri, eski alışkanlıklara göre medyayı sürekli devlete bağlanma çabası, yeni sistemde medya rolünün ne siyasetçiler ne de medyanın kendisi tarafından tam olarak anlaşılamaması ve siyasetçilerin medyadan sürekli bir ‘siyasi beklenti’ içinde olmalarıdır. (Dragomir, 2013, s. 6-8)

3.4.2. İletişim Politikalarının Uygulanmasında Çıkan Temel Sorunlar

Yukarıda sayılan yapısal, toplumsal ve siyasi sorunların ve uygulayıcı aktörlerin bu sorunlarla boğuşmasının, iletişim politikalarının uygulanması açısından da ciddi sonuçları olmaktadır. Devlet yapısı ve toplumun etnik sınırlara göre bölünmesinin en çok kamu yayıncılık sektöründeki politikaları etkilediği söylenebilir. Bunun yanında Bosna – Hersek’in genel olarak AB üyeliği müzakere sürecinin ve bu süreç içerisinde iletişim alanında yapılması gereken reformların da bu sorunlar yüzünden tıkanıp görülmektedir. Siyasi iktidarın içerisindeki rüşvet ve yolsuzluk süreçleri, iletişim sektörü üzerindeki denetimini kaybetmeye yanaşmaması, yargı sisteminin işlememesi veya daha doğrusu hukuk devletinin hemen hemen olmayışı, birçok alanda iletişim politikalarının uygulanmasını engellemektedir. Çalışmanın bu kısmında bu sorunların en önemli olanları incelenecektir.

3.4.2.1. Kamu Yayıncılık Sektörü Sorunu

Kamu yayıncılık sektörü reformu veya devlet televizyonun kamu yayıncı kuruluşu çevrilmesi, uluslararası aktörlerin en önemli başarılarından biri olarak görülmektedir. Fakat geçen zaman içerisinde bu reformun pek de başarılı ulaştığını söylemek güçtür. Ülkenin etnik sorunları, siyasi baskılar ve ekonomik sıkıntılar yine su yüzüne çıkmıştır. Aida Hodzic'e göre kamu yayıncılık sistemi reformunun temel sorunu aslında Dayton Barış Anlaşmasında, hakkında hiçbir şey söylenmemesinden kaynaklanmaktadır (Hodzic, 2008, s. 152). Buna göre bu alan entitelerin sorumluluğuna bırakılmış ve devletin ortak bir kamu yayıncı kuruluşundan hiç bahsedilmemiştir. Ancak, AB standartlarına göre kamu yayıncılık sektörünün önemli olduğu gerçeği, uluslararası aktörleri Bosna – Hersek'te de bu sektörü reforme etmeye yönlendirmiştir. 2001 – 2005 yılları arasında süren bu kamu yayıncılık sektörü reformu, bir tane devlet ve iki tane entite kamu yayıncısının kurulmasıyla sonuçlanmıştır. Bunun yanında da aynı prensibe göre radyo kuruluşları düzenlenmiştir. Kamu yayıncılık sisteminin devletin etnik yapısına bakılarak reform edilmesi ise aslında bu reformun en büyük hatası ve sistemin en büyük sorunudur (Jurisic, 2011, s. 240-256).

Bugün kamu yayıncılık sektörü üç tane önemli sorun ile karşılaşmaktadır. Birincisi Hırvat halkının ve özellikle de Hırvat siyasi liderlerinin kendi dilinde yayın yapacak dördüncü yayıncının kurulmasını istemesi ve bu yüzden var olan yayıncı kuruluşları boykot etmesi ve abone ücretini ödemeye yanaşmamasıdır (Bakarovic & Mahmutovic, 2011, s. 214). Uluslararası aktörler, kamu yayıncılık sisteminin üç tane etnik halkın yayıncısının bir toplamı olarak düzenlenmesine yanaşmamaktadır.

Gerekçe olarak da böyle bir gelişmenin daha fazla etnik bölünmeye neden olacağı ileri sürülmektedir (Kukic, 2010, s. 74). OHR kamu yayıncılık sisteminin ayırım yapmadan tüm vatandaşların hizmetinde olması gerektiğini vurgulamaktadır. Hırvat temsilcileri ise bu olan sistemde Hırvat halkının ayrımcılığa tabi tutulduğunu savunmaktadır. Bu ‘Hırvat kanalı sorunu’ olarak da adlandırılan durum, Bosna – Hersek Federasyonu Radyo ve Televizyon Yasasının yıllar boyunca parlamentoda takılmasına neden olmaktadır. Ayrıca da Korporasyonun kurulmasına bir şart olarak koşulmaktadır.

İkinci sorun yasa ile öngörölmüş olsa da üç tane kamu yayıncı kuruluşun işleyişi ve bütçesini yönetecek ve koordine edecek Korporasyon kurumunun kurulamamasıdır. Bunun temel sebebi ise üç tane yayıncının Korporasyonun yapısı ve yetkileri konusunda anlaşılamamasından kaynaklanmaktadır. Korporasyon abone ücretinin toplanması gibi görevlerinin yanında, üç tane yayıncı kuruluşun yasal anlamda bir tane tüzel kişilik hale gelmesini sağlayacaktı (Haraszti, 2007, s. 9). Korporasyonun kurulmaması ise kamu yayıncılık sisteminin işleyişini iki şekilde etkilemektedir. Birincisi, Korporasyon sisteminin uluslararası işlerini yürütmekle görevli, yani kamu yayıncısı kuruluşlarını dış işlerde temsil eden kurumdur ve kurulamaması ile Bosna – Hersek kamu yayıncılık sektörü uluslararası anlaşmalara göre yerine getirmesi gereken bazı yükümlölükleri yerine getirememekte, örneğin sayısallaşma projesi bu sorun yüzünden ciddi engellere takılmaktadır. İkinci olarak da Korporasyonun kurulamaması, yayıncı kuruluşlara ciddi ekonomik sıkıntılar doğurmaktadır. Abone ücretinin toplanmasından beklenen sonuçlar gerçekleşmemekteve ortalama olarak her sene toplanan abone ücretleri oranı %60’larda kalmaktadır.

Üçüncü ve belki de kamu yayıncılık sektörü açısından asıl sorun, olağanüstü siyasi ve ekonomik baskılardır (Bakarovic & Mahmutovic, 2011, s. 215-218). Devlet ve entite parlamentolarının kamu yayıncı kuruluşlarının yönetim kurullarını seçmesi ve bu şekilde iktidar partilerinin kendi adamlarını bu görevlere yerleştirmesi, onların bağımsızlığını ciddi bir şekilde sarsmaktadır. Bu siyasi baskı 2007 yılında Sırp Cumhuriyeti yetkililerinin Bosna – Hersek Televizyonunu (BHT) Sırp Cumhuriyetini küçümsediği ve tanımadığı suçlamasıyla doruk noktasına ulaşmıştır. Bunu gerekçe olarak göstererek, Sırp Cumhuriyeti yetkilileri BHT’ya konuşmamaya ve demeç vermemeye karar vermiş, ayrıca da BHT gazetecilerinin Sırp Cumhuriyetinin resmi kurumlarına girişlerini yasaklamışlardır (Haraszti, 2007, s. 4). Bu durumun en ilginç yanı, BHT yöneticilerinin hiç tepki göstermemesidir ki bu da yönetim kurullarının siyasi elitlerin denetimi altında tutulduklarının bir açık göstergesi olarak değerlendirilebilir.

3.4.2.2. Medya Çoğulculuğu ve Medya Sahipliği

Uluslararası aktörlerin iletişim politikalarının temel amaçlarından biri, savaştan sonra çoğulcu ve bağımsız bir medya sektörünün yaratılmasıydı. Bu şekilde, politikaya göre, siyasetten bağımsız, serbest ve objektif bir medya sektörünün yaratılmasıyla, Bosna – Hersek’in demokratikleşmesine bir temel oluşturulacaktı. Bu strateji, uluslararası yardım kuruluş ve ajanslarının farklı medya kuruluşlarına ciddi bir maddi desteğine dayanmaktaydı. Özelleştirme sürecinin başlatılması ve medya sektörüne özel sermayenin girmesinin de bu stratejiye destek olacağı düşünülmüştür. Özel ve siyasetten bağımsız, serbest ve liberal bir ortamda çalışan medya kuruluşları, yeni

gelişen Bosna – Hersek demokrasisinin ve etnik grupları arasındaki barışmanın temel taşı olarak değerlendiriliyordu.

Savaşın bitiminden ve medya reformunun başlatılmasından 20 sene sonra ise planlananların tam olarak beklendiği gibi gerçekleşmediği görülmektedir. Bosna – Hersek’te özelleştirme süreci, genel olarak, ciddi sıkıntılarla boğuşmaktadır. Hem Transparency International hem de farklı yerel ajansların raporlarına bakıldığında, bir taraftan sürecin yavaş ve şeffaf olmayan bir şekilde gelişmesi, öbür taraftan özelleştirme süreci içerisindeki farklı yolsuzluk ve yasadışı işlemlerin sonucunda, bir çok özelleştirmenin başarısız bir şekilde sonuçlanmasıyla sürecin tıkadığı görülmektedir (Divjak & Martinovic, 2009, s. 11-13). Medya sektöründe ise gerçek bir özelleştirme süreci başlamamıştır bile. Kamu yayıncı kuruluşların özelleştirilmesi zaten söz konusu da olmamıştır, diğer taraftan özellikle belediyelerin sahipliğinde olan ve kamu yayıncı kuruluşları olarak varlığını sürdüren yerel medya kuruluşların yasal statüsü hiç çözülememiş ve özelleştirmeleri (öngörüldüğü halde) gerçekleşmemiştir.

Uluslararası aktörlerin sağa sola para saçarak bağımsız medya kuruluşlarını desteklemesi planı da büyük bir fiyasko ile sonuçlanmıştır. Uluslararası maddi destekten yosun kalan bu medya kuruluşları, kısa bir süre sonra, ayakta kalabilmek adına, farklı siyasi iktidarlara ve siyasi partilere yanaşmışlardır (Ahmetasevic & Jusic, 2013, s. 17). Burada uluslararası aktörlerin uzun vadeli stratejisinin olmayışı tekrar ortaya çıkmıştır. Sektörün piyasa kapasitesini göz ardı ederek medya kuruluşlarını destekleyen veya kurduran uluslararası aktörler, maddi destek bitince bu medya kuruluşlarının küçük ve fakir medya piyasasında nasıl ayakta kalacaklarını

hiç düşünmemiştir. Bu yüzden de sonuç olarak, piyasada ayakta kalabilmek adına bu medya kuruluşlarının tekrar yerli siyasi aktörlerin himayesine döndüğü görülmüştür.

Yerel yönetimlerin sahipliğinde bulunan farklı radyo ve televizyon kuruluşları, Bosna – Hersek’te sadece ‘görünüşte’ bir medya çoğulculuğu imajını vermektedir. Toplam 144 tane radyo ve 45 televizyon kuruluşu bulunmakta, bunlardan ise 65 radyo ve 15 televizyon hala devlet sahipliğinde bulunmaktadır (Tešanović, 2011, s. 28). Aslında siyasi partilerin tamamen kontrolü altında olan bu medya kuruluşları, genel olarak kötü teknoloji, profesyonel olmayan kadro ve kötü çalışma şartlarının altında işlemektedir ve medya çoğulculuğuna pek katkı sağladıkları söylenemez.

Bosna – Hersek hükümeti tarafından getirilen ‘Elektronik medya stratejisi’ belgesinde medya çoğulculuğu ve medya sahipliğinin düzenlenmesi, yani yerel yönetimlere ait medya kuruluşlarının özelleştirilmesi, bir hedef olarak konduysa da, bu konuda bir ilerlemenin kaydedildiği söylenemez. Ayrıca, özelleştirmeden sorumlu hem entite hem de eyaletlerin bakanlıkları veya ajansları da bulunmaktadır. Onun için ortak bir özelleştirme stratejisinin belirlenmesi mümkün görünmemektedir, çünkü aslında bu konuda federal devletin yetkisi asgari düzeydedir.

Savaşın sonra, medya sahipliği konusunda ciddi sorunun yaşandığı söylenemez, fakat son yıllarda böyle bir gelişmenin izleri görülmektedir. Bosna – Hersek’in en büyük günlük gazetesi olan Dnevni Avaz’ın sahibi olan Fahrudin Radoncic’in, güçlü siyasi bağlantılarıyla küçük bir medya imparatorluğu (dünya standartlarına göre küçük, Bosna – Hersek açısından fazla büyük) kurduğu söylenebilir. Radoncic’in sermayesinin kaynağı hiçbir zaman açığa çıkmadığı gibi,

bugünlerde de farklı yolsuzluk davalarında adı geçmektedir (Hodzic, 2008, s. 157). Radoncic'in medya imparatorluğu günlük Dnevni Avaz gazetesi, Azra, Express, AS ve Sport haftalık dergileri, A-Roto Press basımevi ve TV Alfa televizyonundan oluşmaktadır. Bosna – Hersek gibi oldukça küçük bir piyasa için bu yoğunlaşma ciddi sıkıntılara neden olabilir. Fahrudin Radoncic'in ülkenin 6 en büyük siyasi parti başkanı ve son birkaç hafta öncesine kadar Bosna – Hersek Güvenlik Bakanı olması, yani siyasette aktif olması, bu endişeleri daha da arttırmaktadır.

3.4.2.3. Sayısallaşma Projesi

Bosna – Hersek AB üyeliği yolunda, sayısallaşma şartını kabul etmiştir ve uygulamaya koymuştur. 2006 yılında kabul edilen Yayın Politikasına göre, Bakanlar Kurulu Bosna – Hersek'de sayısal yayına geçilmesini iletişim politikasının temel amaçlarından biri olarak belirlemiştir. Bu politikaya göre Cenevre'de 2006 yılında yapılan Bölgesel Radyo Konferansında kabul edilen kararlara uyarak Bosna- - Hersek'te de sayısal yayına geçmek için şartların yaratılması gerektiği vurgulanmıştır. Bakanlar Kurulu ilgili tüm kurumlarına bu karara göre sayısal yayına geçmek için uygulama programı oluşturulmasına ve yasal düzenlemelerin yapılmasına dair talimat vermiştir.

Yapılan yasal düzenlemeler ve diğer kurumsal hazırlıklar sonucunda 2009 yılında Bakanlar Kurulu resmi olarak Analog Yayınından Sayısal Yayına Geçme Stratejisini kabul etmiştir. Bu stratejiye göre Bosna – Hersek 2014 yılının sonuna kadar analog yayını tamamen kapatıp sayısal yayına geçecektir. Bu süre daha sonra 2015 yılının Temmuz ayına kadar uzatılmıştır.

2009 senesinden bu yana tüm bu stratejilerin kabul edilmesine rağmen, pratikte çok az yol alınmıştır. Özellikle kamu yayıncılık sektöründe sayısallaşma ciddi aksaklıklarla karşılaşmıştır. Devlet kurumlarının 2009 tarihli stratejiye göre bu süreçte asıl görevi sayısallaşmanın gerçekleşmesi için teknik ve maddi imkanları sunmasıdır. Stratejiye göre kamu yayıncılarının sayısallaşma sürecinin öncülüğünü yapmaları öngörülmektedir, çünkü piyasada en büyük payı almaktadırlar.

Fakat bu süreçte devlet kurumlarının desteği ancak gereken yasal düzenlemeleri ve stratejileri kabul etmekle sınırlı kalmıştır (Dzihana, Cendric, & Tahmaz, 2012, s. 30-39). Siyasi iktidarların maddi destek vermemesi ve genel olarak kamu yayıncılarının süreçteki isteksizliği yüzünden stratejinin gerçekleştirilmesi de tehlikeye düşmüştür. Sayısallaşma süreci bu şekilde hemen hemen hiçbir ciddi adım atılmadan 2014 yılına kadar sürmüştür. Uluslararası aktörlerin de baskısıyla 2014 yılının başında, artık iş işten geçmek üzereyken ve tüm belirlenen tarihler ihlal edilmişken İletişim Bakanlığı sayısallaşma için belli bir bütçe ayırıp gereken altyapının oluşturulması için ihale yapmıştır. Daha önceki dönemlerde iki ihalenin başarısızlıkla sonuçlanması bu sefer hükümetin daha esnek davranmasını gerektirmiştir. İhale sonucunda gereken altyapı çalışmalarının yapılması için yabancı bir şirket seçilmiş ve sürecin belirlenen tarihlere, yani Temmuz 2015'e kadar biteceği sözü verilmiştir.

AB bu konu üzerinde tüm ilerleme raporlarında ciddi bir şekilde durmaktadır. Bosna – Hersek'in dijitalleşmeye belirlenen tarihlerde geçmemesi ile sürecin dışında kalabileceği ve bunun Bosna – Hersek iletişim sektöründe onarılması güç sorunları doğuracağı vurgulanmaktadır.

3.5. DEĞERLENDİRME YA DA BİR BÖLÜNMÜŞLÜK HİKAYESİ

Yukarıda anlatılan Bosna – Hersek iletişim politikalarının yapılması ve uygulanması, aktörleri ve etkenlerinin bir sonucu olarak Bosna – Hersek iletişim sektörünün ciddi sorunlarla boğuştuğu söylenebilir. Bir sonuç yerine de geçebilecek bu değerlendirmede, iletişim sektörünün nasıl bir durumda bulunduğu, temel özellikleri, dinamikleri ve sorunları tartışılacaktır.

Bosna – Hersek, 3.84 milyon nüfusuyla, oldukça fazla medya kuruluşuna sahiptir. Bugün sektörde toplam 45 tane televizyon (15'i kamu yayıncı) ve 144 radyo (65 kamu) kuruluşu bulunmaktadır (RAK, 2013). Basın sektörüne bakıldığı zaman, 8 tane günlük gazete ve 105 haftalık, aylık veya yıllık dergi bulunmaktadır.

Televizyon izleme oranına bakıldığında ülkenin üç tane en çok izlenen kanal, FTV (14,4%), Program Plus (11, 9%) ve Pink BH (9,7%) olarak öne çıkmaktadır. Radyo alanında ise Kalman (10,6 %), Radio Stari Grad (9,5 %) ve Radio BN (7,6%) olarak sıralanmaktadır (İREX, 2013, s. 17). Gazetelerin tirajları ise bilinmemektedir. Bunun sebebi gazete sahiplerinin yasaya göre tirajlarını açıklamak zorunda olmayışıdır. Fakat Tešanović'in yaptığı tahminlere göre altı tane en büyük günlük gazete sırayla Dnevni Avaz, Dnevni List, Oslobodjenje, Nezavisne Novine, Glas Srpske ve Vecernji List olarak alınabilir (Tešanović, 2011, s. 28). Haber ajansların sayısı ise yedidir. Devlet sahipliğinde bulunan FENA ve FRNA ajanslarının yanında, piyasanın en güçlü ajansı olarak son yıllarda Anadolu Ajansı öne çıkmaktadır.

Üç tane büyük kamu yayıncı kuruluşunun yayını ülkenin hemen hemen tamamını kapsamaktadır. BHT ülke tamamının %89,3'ünü kapsarken, RTRS Sırp

Cumhuriyetinin %94'ünü kapsamaktadır. FTV ise Bosna – Hersek Federasyonunun %89'unda yayın yapabilmektedir. Özel televizyonlar ise yerel yayın yapmaktadır. Bunların iki tane istisnası var, OBN ve PİNK BİH iki milyondan fazla seyirciye ulaşmaktadır (Dzihana, Cendric, & Tahmaz, 2012, s. 17). Yayının %85'i karasal kablo yoluyla yapılmaktadır. Uydu yayını ise asgari düzeydedir. Sayısal karasal yayın ise 2012'ye kadar hiçbir televizyon tarafından başlatılmamıştır. Bunun yanında analog kablo televizyon piyasası her sene hızlı bir şekilde gelişmektedir. 2010 yılı verilerine göre piyasada 50 tane kablo televizyonu sağlayıcısı bulunmaktaydı.

Ekonomik göstergelere bakıldığı zaman İREX'in verilerine göre, televizyon alanında reklamcılık gelirleri 37,4 milyon dolar, radyo'da 11,8 milyon dolardır. Basın sektörü reklam gelirleri ise bilinmemektedir. Genel olarak bakıldığı zaman, 2012 yılında toplam reklam gelirleri 65,47 milyon dolar idi ve en çok gelir (%67) televizyon kuruluşlarına düşmektedir (İREX, 2013, s. 17).

Görüldüğü gibi, Bosna – Hersek medya sektörünün temel özellikleri, küçük ve fakir bir piyasada çok sayıda medya kuruluşunun bulunmasıdır. Bunun yanında da belediye ve eyaletlere ait radyo ve televizyon kuruluşlarıyla beraber, devlet sahipliğinde bulunan çok sayıda kamu yayıncı kuruluşu niteliğinde çalışan medya kuruluşu vardır.

Şimdiye kadar bir çok kere de söylendiği gibi, Bosna – Hersek iletişim sektöründen tek bir sektör olarak bahsetmek hemen hemen imkansızdır. Elektronik medya sektörü bunun en iyi örneğini temsil etmektedir. Bu sektörde etnik ve entite sınırları büyük bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Her etnik grubun (resmi olarak olmasa da) kendi etnik televizyon ve radyo istasyonları vardır. Bunun yanı sıra, entite

sınırlarına göre bölünmüş medya kuruluşlarından ve onların izleyicilerinden de bahsetmek mümkündür. Bosna – Hersek'teki çoğu büyük televizyon ve bazı radyo kuruluşlarının lisansları tüm ülkeyi kapsayacak şekilde verilmişse de, bunların izlenme araştırmalarına bakıldığında bu ulusal lisansların kağıt üstünde kaldığı söylenebilir.

Televizyon izleme oranlarına bakıldığı zaman, bölünmüşlük gerçeği apaçık ortaya çıkmaktadır. Sırp Cumhuriyeti'nde 14 tane televizyon, 50 tane radyo istasyonu ve 436 gazete ve dergi bulunmaktadır. En çok izlenen medya kuruluşları ise RTRS, BN TV, ATV ve PINK BH. Bunların yanında Sırbistan merkezli medya kuruluşlarının da izleme oranındaki payı büyüktür (Stanisavljevic, 2010, s. 100). Bosna – Hersek Federasyonunda ise var olan 31 kanaldan en çok izlenen kanallar RTVFBİH, OBN ve HAYAT TV olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca da Hırvatların çoğunlukta yaşadığı bölgelerde Hırvatistan merkezli medya kuruluşlarının çoğunlukla takip edildiği görülmektedir. Bosna – Hersek vatandaşlarının sadece %10 civarındaki bir kesiminin komşu ülkelerin medya kuruluşlarını takip ettiklerini gösteren istatistikler, bu bölünmüşlüğün en önemli göstergesidir. (Dzihana, Cendric, & Tahmaz, 2012, s. 22)

Bunun yanında basın sektörü de bölünmüşlük kaderini paylaşmaktadır. Sırp Cumhuriyetinde en çok Glas Srpske ve Nezavisne Novine gazeteleri, Bosna – Hersek Federasyonunda ise Dnevni Avaz ve Oslobodjenje gazeteleri okunmaktadır. Hırvatların çoğunlukla yaşadığı bölgelerde ise Dnevni List ve Vecernje Novine ağırlık kazanmaktadır (Stanisavljevic, 2010, s. 109).

Telekomünikasyona gelince lisanslı olarak üç tane operatörün bulunduğu görülmektedir. BH Telekom bu sektörde en büyük operatördür. Arkasında Telekom Srpske ve HT Mostar gelmektedir. Bunların hepsi devlet sahipliğinde bulunan operatörlerdir. Her üçü de tüm ülke çapında çalışma iznine sahiptir, fakat aralarında ülkesel olarak bir piyasa paylaşımı görülmektedir. Böylece BH Telekom Boşnakların çoğunluk olduğu bölgelerde, Telekom Srpske ise Sırp Cumhuriyetinde ve HT Mostar ise Hırvatların çoğunlukta yaşadığı bölgelerde hakim durumdadır. Tıpkı basın ve yayın gibi, telekomünikasyon sektöründe de etnik ve entite sınırlarına göre bir bölünmüşlükten bahsetmek mümkündür.

Basın, elektronik yayın ve telekomünikasyon alanlarındaki bu bölünmüşlüğün doğal bir sonucu olarak, Bosna – Hersek’te bir ortak ve tek kamuoyundan da bahsetmek mümkün değildir. Etnik olarak bölünmüş üç tane farklı televizyon izleyen, farklı gazete okuyan kamuoyundan bahsedilebilir. Bu durum Bosna – Hersek iletişim politikalarının etnik grupların barışması ve barış içinde bir arada yaşamaları gibi amaçlarını ciddi bir şekilde sekteye uğratmaktadır.

Bölünmüşlüğün baş gösterdiği bir başka alan ise medya sektörü içinde çalışanlardır. Medya çalışanları genel olarak sendikaları veya dernekleri sayesinde kendi durumlarını iyileştirmek amacıyla iletişim politikası yapımcılarını etkilemeye çalışmaktadır. Bosna – Hersek bu alanda da tahmin edileceği gibi, bir bölünmüşlük içerisinde bulunmaktadır. Bosna – Hersek’te yaklaşık 1700 profesyonel gazeteci bulunmaktadır. Bu gazeteciler 5 tane farklı dernek etrafında toplanmıştır. Bu alandaki bölünme de etnik ve entite sınırlarına göre yapılmıştır. Boşnak, Sırp ve Hırvat medya çalışanlarının ayrı ve etnik açıdan ‘temiz’ kendi dernekleri vardır. Sendikalara gelince ise medya çalışanlarının sadece %15’i sendikalara üyedir. Bu da

genel olarak kamu yayıncılık sisteminde çalışanlardan oluşmaktadır. Diğer taraftan, özel sektörde sendikaların varlığı asgaridir ve medya çalışanları işsiz kalmak derdiyle bu şekilde örgütlenmemektedir. Sonuç olarak sendika ve profesyonel gazeteci derneklerinin iletişim politikaları veya genel olarak iletişim sektöründeki süreçleri etkilemeleri hemen hemen mümkün değildir (Tešanović, 2011, s. 53).

Araştırmalara bakıldığında, örneğin televizyon izleme araştırmalarında, savaştan sonraki yıllarda komşu ülkelerin televizyon kanallarına toplamda %25 civarında büyük bir pay düşmektedir. Özellikle Sırp Cumhuriyeti Entitesinde Sırbistan merkezli televizyonların çoğunlukla takip edildiği görülmektedir. Bunun yanında Bosna – Hersek Kamu Yayıncılarının izlenme oranı sürekli bir düşüş içerisinde. Ortak ve tüm devleti kapsayan BHT'nin izlenme oranı sadece %7'dir (Stanisavljevic, 2010, s. 104). Komşu ülkelerin medyasının Bosna – Hersek'e girmesini kolaylaştıran unsur da dil engelinin bulunmamasıdır. Yapılan araştırmaya göre Bosna – Hersek çapında, nüfusun %32,3'ü en çok Hırvatistan veya Sırbistan merkezli televizyonları seyrettiğini göstermektedir. Bu rakam, Bosna – Hersek kamu yayıncısı olan BHT'nin izlenme oranı (%8,6) ile karşılaştırıldığında, durumun ciddiyeti ortaya çıkmaktadır (Kurtic, 2007, s. 137). Kurtic, basın alanında da benzer bir duruma işaret etmektedir. Bosna – Hersek halkının sadece %5'i her gün gazete almasına rağmen, günlük gazetelerin %38'inin Hırvatistan ve Sırbistan'dan geldiği gerçeği göz ardı edilemez.

Bu durum Bosna – Hersek açısından kritik bir önem taşımaktadır. İletişim politikalarının temel amaçlarından biri olan etnik grupların barışması ve toplumsal barışın korunmasının, sektördeki bu gelişmelerle birlikte gerçekleşmesi olasılığı düşmektedir. Savaş sırasında Sırlar Sırbistan merkezli, Hırvatlar ise Hırvatistan

merkezli medya kuruluşlarına dönüşü, bugün de devam etmektedir. Bu durum bir ülke içinde aslında üç farklı kamuoyunun oluşmasına neden olmaktadır. Üç tane etnik grubunun kendi etnik medya kuruluşları bulunmaktadır ve bir medya kuruluşunun bu çizilen sınırları geçmesi olası bir durum değildir.

Medya sektörünün bir diğer önemli unsuru, özellikle son yıllarda varlığını göstermeye başlayan Al – Jazeera veya CNN gibi büyük uluslararası medya şirketleridir. Bu şirketlerin Bosna – Hersek piyasasına girmesi, hem Bosna – Hersek iletişim politikalarındaki liberalleşme ve deregülasyon eğilimi, hem de daha genel olarak uluslararası arenadaki gelişmelerin bir sonucudur. Bu uluslararası şirketlerin iletişim politikalarını, özellikle reklamcılık düzenlemelerini etkilemeleri dünyada sıkça görülen bir durumdur. Bu gelişmenin Bosna – Hersek’te henüz yeni olması nedeniyle ciddi bir sorun oluşturduğu söylenemez, ama ileriki yıllarda tasarlanan iletişim politikalarında bu sürecin de görmezden gelinemeyeceği düşünülebilir.

SONUÇ

Bugün içinde yaşadığımız ‘bilgi toplumu’nda, iletişim sektörü önemli bir değişim içerisinde bulunmaktadır. Sadece sektörün değil, diğer toplumsal, siyasi ve kültürel gelişmeleri de etkileyebilecek bu değişim sürecinde, iletişim sektörünün hem yapısal hem ideolojik anlamda değiştiği görülmektedir. İnternet, bilgisayar, uydu, cep telefonu gibi yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ve sektörlerin yöndeşmesi ve sayısallaşması süreçleri, bu sektörü dünya endüstrisinin en önemli dallarından biri haline getirmiştir. İletişim sektörü bugün, en büyük yatırımların yapıldığı, geleceğin ‘bir numara endüstrisi’ olarak değerlendirilmektedir.

Bunun yanında da, sektör içinde bir homojenleşme sürecinin yaşandığı söylenebilir. Halin ve Mancini ‘Comparing Media Systems’ kitaplarında bu homojenleşme sürecinde, ulus devletlerin medya sistemleri arasındaki farkların önemli ölçüde kalktığı ve Anglo – Amerikan veya Liberal Modelinin hemen hemen tüm dünyaya adım adım hakim olduğunu tartışmaktadırlar. Bunun sonucunda, Hallin ve Mancini’ye göre, ilerdeki yıllarda tek, evrensel bir medya modelinden de bahsedilebileceği olasılığı yüksek görünmektedir. Liberal modelin temel özellikleri olan, piyasa ekonomisine tabii bir iletişim sektörü, de regülasyon ve devletin asgari müdahalesi, ticarileşme ve kar maksimizasyonu, kamu hizmeti anlayışının terki ve onun yerine merkezinde kar/profit olduğu gibi değerlerin diğer ülkelere de hakim olduğu söylenebilir. Bu süreçlerin temel motorları ise modernleşme, küreselleşme ve ticarileşme süreçleridir.

Hallin ve Mancini'ye göre, dünya tek, küresel bir medya sistemine doğru eğilim göstermektedir. Bunun yanında ise iletişim politikalarının da bu sürece dahil olduğu söylenebilir. McQuail ve Guilenburg'un deyişiyile, iletişim politikaları alanında yeni bir paradigmaya ihtiyaç hissedilmektedir. Yöndeşme ve sayısallaşma ile birlikte, sektörün içindeki farklı dallar arasında da sınırların hemen hemen kalktığı, ve elektronik medya ve telekomünikasyonu artık ayrı ayrı düzenlemelere tabi tutmak mümkün olmadığı gibi gözükmektedir. Ulus devletlerin yanında, iletişim politikaların yapılması sürecinde, devasa uluslararası şirketler başta olmak üzere, farklı aktörlerin belirleyici olmaya başladığı söylenebilir. Devletin sektörden çekilmesi ve ekonomik, daha doğrusu piyasa ekonomisi anlayışının hakim olması, iletişim politikaları açısından da bir devrin kapandığı anlamına gelmektedir.

Bosna – Hersek, bu küresel gelişmelerinde aktif bir rol alacak kadar güçlü ve büyük bir küresel aktör değildir. 3,5 milyonluk nüfusuyla, kırılgan ekonomisi ve içindeki siyasi ve toplumsal sorunlarıyla, Bosna – Hersek bu süreçlerin içinde ancak ya takipçisi ya da seyircisi olabilmektedir. Fakat Bosna – Hersek'teki iletişim politikaları, bu küresel süreçlerin iyi bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Geç de olsa, sonunda yine bu süreçlere dahil olan Bosna – Hersek, bu küresel süreçlerin küçük ve gelişmekte olan bir ülkeye nasıl yansıdığı ve ulusal iletişim politikaları, doğrudan veya dolaylı bir şekilde, ne yönde etkilediğini görmek amacıyla çok iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Son 30 yılda yaşanan tüm önemli gelişmeler, neo liberalizmin yükselmesi, soğuk savaşın bitmesi, komünizmin yıkılışı, AB'nin genişlenmesi, etnik savaşları, ABD'nin müdahaleciliği gibi, Bosna – Hersek'in de içinden geçtiği süreçlerdir. Bu gelişmeler ise iletişim alanı ve iletişim politikaları açısından son derece önemlidir.

Bosna – Hersek’in iletişim politikaları, ülkenin konumu ve yapısı ile içinden geçtiği tarihsel süreçlerden dolayı bir çok açıdan spesifik özellikler taşımaktadır. Bu anlamda bakıldığında zaman, Bosna – Hersek’in iletişim politikalarını etkileyen iki tane en önemli süreç, komünizmden kapitalizme geçişi ve yaşanan etnik savaş olmuştur. Komünizmin yıkılışıyla birlikte, kapitalizme eklenme ve demokratikleşme sürecine dahil olup, Bosna – Hersek, Batı ülkelerinin ‘medya müdahalesi’ sürecine dahil olmuştur. ‘Medya müdahalesi’ olarak anılan, ABD ve AB başta olmak üzere, uluslararası toplumun Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine medyanın demokratikleşmesi ve genel olarak demokratikleşme sürecinde bir araç olarak kullanılması amacıyla yapılan bu müdahale, Bosna – Hersek açısından çok kritik olmuştur. Komünizmden kalma ‘toplumsal mülkiyet’ anlayışının ortadan kalkması ve serbest piyasa ekonomisinin hakim olması, gerçekten de iletişim sektörü açısından travmatik bir süreç olarak nitelendirilebilir. Farklı uluslararası kuruluşlar, devletler, devlet ajansları ve yardım vakıfları, maddi ve lojistik desteği ile, diğer ülkelerde olduğu gibi, Bosna – Hersek’in iletişim sektörüne de önemli katkılarda bulunmuştur. Devlet televizyonlarının kamu yayıncı kuruluşlara dönüştürülmesi, ilk özel ve bağımsız medya kuruluşlarının kurulması, medya kuruluşları üzerinde siyasi ve diğer baskıların kaldırılması gibi önemli gelişmeler, uluslararası yardımı olmadan, ne kadar gerçekleştirilebilirdi önemli bir sorudur.

Fakat, Bosna – Hersek’teki uluslararası toplumun bu müdahalesinin, bir açıdan, kalan Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinden önemli bir farkı bulunmaktadır. Diğer ülkelerden farklı olarak, komünizmin yıkılışı ardından Bosna – Hersek 4 sene süren etnik bir savaşa sürüklenmiş ve sonucunda yok edilmiş bir endüstri ve bölünmüş bir toplum arkasında kalmıştı. Bu gerçek, iletişim alanına yapılan bu

müdahalenin tüm seyrini değiştirmiştir. Diğer ülkelerde olduğu gibi, uzman ve para yardımıyla kısa bir süre içinde bir demokratikleşmenin yaşanması, Bosna – Hersek’te mümkün görünmüyordu. O yüzden, ilk başlarda ne yapacağını bilemeyen bir uluslararası toplum karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası toplum, uzun süreli bir reforma hazır değildi, ve ilk başta yapılan müdahale hemen hemen hiç sonuç vermemişti. Farklı uluslararası kuruluşlar arasındaki koordinasyonun olmayışı, plansız hareket etmeleri, vizyonun eksikliği ve özellikle de ABD ve AB arasındaki iletişim politikaları üzerinde felsefi görüş farkları, yapılan müdahalenin bir fiyasko ile sonuçlanmasına neden olmuştu.

Barış Uygulama Konseyi ve Yüksek Temsilcilik Ofisinin katkılarıyla, bu ilk şoku atlatan uluslararası toplum, Dayton Barış Anlaşmasına da dayanarak ipleri kendi eline almış ve daha agresif bir müdahaleyi başlatmıştı. Bunun sonucunda ise, başta Yüksek Temsilcilik Ofisi, Bosna – Hersek’in iletişim politikalarının temel belirleyicisi konumuna gelmişti. Sürekli siyasi kriz olarak da nitelendirebileceğimiz Bosna – Hersek’in siyasi ortamı, reformların normal kurumsal yoluyla, yani parlamento ve hükümet yoluyla, yapılmasını engellemiş ve Yüksek Temsilcilik Ofisi, yasaları empoze etmeye başlamıştır. 1998 – 2005 yılları arasında, iletişim politikalarını belirleyen tüm önemli yasalar bu kurum tarafından empoze edilmiştir. Yerel aktörlere ise bu politikaları uygulamak görevi bırakılmıştır. 2005 yılından sonra, iletişim sektörü dışındaki bazı nedenlerden dolayı uluslararası toplum strateji değişikliğine gitmiş ve bundan sonraki dönemde yasaları empoze etmekten vazgeçip, inisiyatif yerel aktörlere bırakınca, tüm reform süreçleri durmuştu ve bundan sonraki yıllarda çok küçük bir ilerleme kaydedilmiştir.

Bunun sonucunda, Bosna – Hersek iletişim politikaların tamamen uluslararası aktörleri tarafından tasarlandığı söylenebilir. Kamu Yayıncılık Sistemi Yasası, İletişim Yasası, Karalama Yasası, düzenleyici kuruluşunun kurulması gibi iletişim sektörünü doğrudan etkileyen yasaların yanında, Rekabet Yasası, Bilgi Edinme Yasası ve sonucunda Anayasa (Dayton Barış Anlaşmasının bir parçası olarak) gibi sektörü dolaylı bir şekilde etkileyen yasalar da Barış Uygulama Konseyi tarafından çizilen genel bir çerçeve içerisinde Yüksek Temsilcilik Ofisi tarafından empoze edilmiştir.

Yerel aktörlerin ise bu süreçte, bu yasalara muhalefet olmaktan başka bir şey yaptıkları söylenemez. Bunun iki tane önemli sebebinden bahsedilebilir. Birincisi, komünizmden kalan bir mantık ile hareket ederek, medya kuruluşları üzerindeki siyasi kontrolünü kaybetmeye razı olmamaları, ve ikinci olarak da uluslararası toplum tarafından bir engel olarak görülüp sürecin dışında tutulmalarıdır. Sonuç olarak, Bosna – Hersek iletişim sektörü, o tarihe kadar ve sonrasında da hiç görülmeyen büyüklükte bir uluslararası toplumun müdahalesi altında bulunmuştu.

İletişim politikalarının üzerinde inşa edildikleri değerler ve bu anlamda ulaşmaya çalıştıkları amaçlar, genel olarak bu politikaları şekillendiren aktörler tarafından belirlenmektedir. Bu yüzden, Bosna – Hersek iletişim politikaları, uluslararası toplumun değerleri üzerinde kurulmuştur denilebilir. ABD ve AB’de hakim olan liberal, piyasaya tabii, kar maksimizasyonuna yönelik, özgür ve plüralist bir medya sistemi Bosna – Hersek’te de kurulmaya çalışılmıştı. Bu değerler, Batı kapitalist demokrasilerinin değerleridir. Bosna – Hersek iletişim sektörüne uygulanmaya çalışan bu politikalar, yerel şartlara bağlı olarak, ve doğal bir şekilde, bir dönüşüm yaşamıştır. Bir ülkenin iletişim politikaları, o ülkenin tarihsel,

ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel şartlara göre şekillenmektedir. Uluslararası toplumun, Bosna – Hersek’te uyguladığı iletişim politikaları, Batı kapitalist demokrasilerin değerlerine göre şekillendirilmişti. Meğerse, başka bir seviye ve gelişmişlik düzeyine ulaşan toplumların değerleri, gelişmemiş ve bambaşka sorunlarla boğuşan bir topluma empoze edildiği zaman, bu politikaların başarılı olabilmesi ihtimali çok düşük olacaktır. Bosna – Hersek örneğinde de bu gerçek ortaya çıkmaktadır. İletişim politikaların ideali olarak da gösterilen bu Batı merkezli iletişim politikaları anlayışı, Bosna – Hersek gibi çok etnikli, bölünmüş, fakir ve eğitilmemiş bir toplumda, hele farklı toplumsal ve kültürel geleneklere sahip bir topluma empoze edilmesi, ‘melez’ denilebilecek bir medya sisteminin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştı.

‘Melez’ olarak adlandırdığımız bu sistem, Batılı iletişim politikalarına uygun yasaların ve kurumların bulunduğu ve uygulamada komünizmden kalmış alışkanlıkların devam ettiği, yani siyasi ve ekonomik baskılar, medya kuruluşların siyasi partilerin sözcüleri olarak hareket etmeleri, gazetecilerin oto sansürünün normal sanıldığı, etnik sınırlara göre bölünmüş bir medya sektörünün, aslında üç tane ayrı iletişim sisteminin ve üç tane ayrı kamusal alanın bulunduğu bir sistemdir.

Daha önce söylendiği gibi, iletişim politikaları, iletişim sektörü içinde yaşanan değişim sonucunda değişmeye başlamıştır. Yani elektronik medya ve telekomünikasyon sektörleri arasında yaşanan yöndeşme sonucunda, politikaların da birleşmesi medyana gelmişti çünkü birbirine giren sektörlerin ayrı ayrı düzenlenmesi ve kontrol edilmesi artık mümkün olmamıştı. Diğer tarafta Bosna – Hersek’te tam tersi bir sürecin yaşandığı görülmektedir. İletişim sektörü içinde bu anlamda önemli bir gelişmenin daha yaşanmadığı bir dönemde, Batı’daki, özellikle de AB’deki

gelişmeleri takip ederek, Yüksek Temsilcilik Ofisi İletişim Yasasını empoze ederek hem yasal anlamda sektörlerin birleşimini gerçekleştirmiş hem de bu yasa ile tüm alanı düzenleyen tek düzenleyici kuruluşun kurulmasına karar vermişti. Bu yasayı empoze eden kararda da açık bir şekilde en üst AB standartlarının uygulandığı söyleyen OHR, Bosna – Hersek ekonomik ve toplumsal gerçeklerini bir kez daha görmezden geldiğini göstermektedir.

Bosna – Hersek’in yapısı, daha doğrusu etnik açıdan bölünmüşlüğü iletişim politikalarına da yansımıştır. İletişim sisteminin en önemli unsurlarından biri olan kamu yayıncılık sistemi, ülkenin etnik bölünmüşlüğünün adeta bir örneğini temsil etmektedir. Çok ağır eleştirilere maruz kalan bu reformda, uluslararası aktörler tarafından etnik sınırlara uygun olarak üç tane kamu yayıncı kuruluşu kurulmuştu. Ekonomik anlamda güçsüz ve siyasi desteği olmadan ayakta kalamayan bu kuruluşlar ise, siyasi iktidarların kontrolü altına girerek, ülkeyi tekrar bütünleştirecek bir kurum olmaktan çok, etnik sınırları pekiştiren bir kurum haline gelmiştir. Uluslararası toplumun, Bosna – Hersek iletişim politikaları alanında belki de en büyük hatayı temsil eden bu reformda, defalarca söylendiği gibi, uluslararası toplumun iç toplumsal sorunlara duyarsızlığı bir kez daha ortaya çıkmıştır.

Bosna – Hersek, özgürlükçü ve çoğulcu, piyasa ekonomisinin hakim olduğu, gazeteci haklarına saygı duyulduğu, siyasi baskısından arındırılmış bir iletişim sektörüne sahiptir. Kağıt üzerinde. Gerçekten de yasalara bakıldığı zaman, yasal çerçeve yukarıdaki tanıma uygun bir iletişim sektörünün gelişmesi önünde duran hiçbir engel bulunmamaktadır. Hatta bazı uluslararası araştırmalarda, Bosna – Hersek medya özgürlükleri alanında dünyanın ilk 20 ülke içerisinde bile yer almıştı. Fakat sektöre yakından kısa bir bakış, durumun tüm trajikomiğini ortaya

çıkarmaktadır. Batı standartlarına ve felsefesine göre ideal olarak nitelendirilebilecek bir yasal çerçeve ve küçük ve fakir bir piyasada fazla aktörün bulunduğu, gazeteci profesyonelizminin en alt seviyede olduğu, siyasi baskısının açık gösterildiği bir iletişim sektörünün nasıl aynı anda var olabilmesini anlamak için genel tabloya bakmak gerekmektedir. Ülke içinde yolsuzluk, nepotizm, sürekli siyasi kriz, ekonominin durgunluğu ve gelişmemişliği ve özellikle de siyasi elitlerin yasaları uygulamadığı ve sorumluluk almadığı bir sistem hakimdir. Yasama, yürütme ve yargı, yani üç tane iktidar ayağı birbirine iç içe girmiş, siyasi ve cezai sorumluluğunun siyasi elitler için geçerli olmadığı bir ülkede, herhangi bir yasanın bir kağıt parçasından başka bir şey ifade etmediği açıktır.

Kamu Yayıncılık Sisteminin önemli ayağı olan Korporasyonun kurulması veya Dijitalleşme Projesi gibi yasaları bulunan reformların yıllardır uygulanmaması bunun açık örnekleridir. Bosna – Hersek Anayasası 1995 yılında Dayton Barış Anlaşmasının bir parçası olarak kabul edilmiştir. Bu Anayasa, üç devletin başkanları tarafından imzalanan herhalde tek anayasa örneğidir. Bosna – Hersek Anayasası parlamento tarafından onaylanmayan ve kabul edilmeyen herhalde dünyada tek anayasadır. Böyle bir siyasi iklimde iletişim sektörünün başarılı olması mümkün değildir. Kitle iletişim araçları bir ülke demokrasisinin olmazsa olmazıdır, fakat demokratik ve özgür bir iletişim sisteminin oluşması için, ülkenin de demokratikleşmesi şarttır, yoksa demokratik olmayan bir toplumda, demokratik medyanın bulunması imkanı yoktur. Bosna – Hersek bunun en iyi örneğidir. Tüm uluslararası toplumun maddi yardımıyla, siyasi baskısıyla ve büyük çabasıyla en ‘üst dünya standartlarına’ göre tasarlanmış bir yasal çerçeve hiçbir şeyin garantisi değildir. Bu bize başka bir şeyi daha göstermektedir. İletişim politikalarının amaçları,

bir toplumun gerçek ihtiyaçlarına göre belirlenmelidir. Yasayı yapıp ve bir toplumun o seviyeye gelmesini beklemek mümkün olmadığı kadar da aptalca bir düşüncedir. Bosna – Hersek AB yesi imiş gibi yasal bir çerçeveye sahiptir, fakat Bosna – Hersek ne devlet ne de toplum olarak bu standartlara ulaşabilmiş değildir.

Bosna – Hersek iletişim politikaların amaçlandığı gibi gerçekleştirilmesi ve sektörün uygulama alanında da en st standartları ve normları yakalanması isteniyorsa, demek ki ilk önce Bosna – Hersek’in devlet ve toplum olarak bunlara ulaşması gerçekleşmelidir. İletişim sektörü, daha çok medya alanı, demokrasinin oturtulmasına bir araç olarak ancak tüm ülkenin her alanda aynı hedefe koştuğu anda bir anlam kazanmaktadır. Bu çalışmanın ortaya çıkarttığı en önemli sonuçlardan bir tanesi budur. Yani bir iletişim politikasının değer ve amaçları, o ülkenin toplumsal, siyasi ve ekonomik koşullar ve tecrübelerinden hareket ederek belirlenmediyse, bunların uygulanması zorlaşmakta ve büyük ihtimal ile beklenen sonuçlar vermemektedir.

Diğer önemli husus ise, uluslararası toplumun, niyeti ne olursa olsun, bir devletin iletişim politikalarını düzenlemesi sakıncalı görünmektedir. O ülkenin tarihsel koşullarını, toplumsal ve kültürel geleneklerini grldğu gibi sıkça görmezden gelebileceği açıktır. Bu yüzden, yerel koşullara bağlı olarak böyle bir müdahale şart olsa da, bu müdahale yine de içerdeki yerel aktörlerle işbirliği içerisinde yapılmalıdır. Bosna – Hersek’te yerel siyasi aktörlerin işbirliği yapma niyeti yoktu, fakat siyasi elitler tek aktör değildir. Bunların yanında gazeteci profesyonelleri, medya uzmanları, akademisyenler, medya çalışanlarının dernek veya sendikaları da mevcut, ve iletişim politikaların belirlenmesinde önemli katkılarda bulunabilirlerdi.

Gelecek için, Bosna – Hersek’in kendi iletişim sektörünün kaderini kendi ellerine alması şarttır. Siyasi elitlerin böyle bir isteği ilk başta olsaydı uluslararası müdahaleye zaten gerek kalmazdı denilebilir. Fakat durum eskisi kadar kötü değildir bu anlamda. İletişim sektörü gelişmekte olan bir ülke olarak Bosna – Hersek için çok değerli bir gelir sağlayan endüstri dalı haline gelebilir. Fakat yine de şunu söylemek gerekir. Her şeyden önce, iletişim politikalarına bağlı olmayan fakat iletişim politikaların kaderini de belirleyen ülkenin genel durumunun düzeltilmesi lazımdır. Anayasa reformu, milliyetçiliğin bastırılması, yargı sisteminin güçlenmesi ve bunlara benzer bazı süreçlerin yaşanması gerekmekte yoksa iletişim politikaları alanında da önemli bir değişimin söz konusu olacağı pek mümkün değildir.

Bunu söylemekle beraber, iletişim alanı ve özellikle iletişim politikaları alanında öncelikle kamu yayıncılık sektörü üzerinde önemli reformların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bosna – Hersek gibi etnik savaştan daha yeni çıkan bir toplum için, kamu yayıncılık sistemi devlet ve toplumun geleceği için kritik rol oynayabilir. Üç tane kamu yayıncı kuruluşu deneyimi kanımızca tamamen başarısız bir projedir. Zaten bölünmüş bir topluma bölünmüş bir kamu yayıncı sistem gerekmemekte, aksine, ülkenin bölünmezliği ve toplumun barışmasını sağlayacak tek ve ekonomik açıdan güçlü bir kamu yayıncı kuruluşu şarttır. Ayıca da, serbest piyasa koşullarında rekabet içinde bulunacak bu kamu kuruluşunun maddi kaynaklarının bulunması gerekir ki kamu hizmet görevini siyasi veya ekonomik baskıları olmadan yerine getirebilsin.

Ayrıca Bosna – Hersek gibi küçük bir piyasada devlet sahipliğinde, yani belediyelere ait küçük kamu yayıncı kuruluşlarının bir an önce ya kapatılması ya özelleştirilmesi şarttır. Çoğulculuk imajı veren fakat tamamen siyasi elitlerin

kontrollü altında bulunan bu küçük televizyon ve radyo istasyonlarının ifade özgürlüğü ve medya çoğulculuğuna ciddi zararlar vermektedir.

RAK, iletişim sektörünün düzenleyici kuruluşu, çalışmada da belirttiğimiz gibi, uluslararası toplumun en önemli reformlarından biri ve genel olarak en başarılı olanı olarak öne çıkmaktadır. Birleşmeyen bir sektörde tek düzenleyici kuruluşu olarak var olması sakıncaları doğurduysa da, yararları daha fazladır. RAK'ın kurulması ile yasa dışı düzensiz ortam bitmiş ve öyle ya da böyle bir ilerleme kaydedilmiştir. Medya sahipliği ve program içerikleri konusunda önemli başarıların imza atıldığı söylenebilir. Gelecek zaman içerisinde RAK ise her şeyden önce kendi bağımsızlığını pekiştirmelidir. Var olan siyasi konjonktürde ne kadar zor olsa da bu Bosna – Hersek iletişim sektörü açısından çok kritiktir.

Bosna – Hersek, kendi iradesiyle olmasa da, AB standartlarını uygulama yolunu tutmuştu. Bu yoldan yakın gelecekte bir sapma olası görünmemektedir. Kendisine empoze edilen bu standartları yakalaması şarttır. Özellikle dijitalleşme ve sayısallaşma gibi teknoloji ve altyapı ile ilgili reformların bir an önce bitirilmesi gerekmektedir. Bu belki her şeyden daha çok önemlidir ve uluslararası toplum kendi gücünü ve kaynaklarını her şeyden önce bu alanda kullanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahmetasevic, N. (2007). "Rat recima i slikama", **Pravda u tranziciji**. Son Erişim Tarihi: 26 Mayıs 2014.
[http://www.tuzilastvorz.org.rs/html_trz/\(CASOPIS\)/SRP/SRP10/1742.htm](http://www.tuzilastvorz.org.rs/html_trz/(CASOPIS)/SRP/SRP10/1742.htm)
- Ahmetasevic, N., & Jusic, T. (2013). "Media Reforms through Intervention: International Media Assistance in BiH", **ANALİTİKA**-Center for Social Research.
- Anagnostou, D., Crauford Smith, R., & Psychogiopoulou, E. (2010). **The formation and implementation of national media policies in Europe and their relationship to democratic society and media freedom and independence**, MediaDem, Bruksel
- Babic, D. (2004). **Bosnia and Herzegovina: Rule on Media Concentration and Cross Ownership**. *İRİS*, Sarajevo
- Baker, E. C. (2002). "Media Concentration: Giving up on Democracy", **Florida Law Review**, C.54, S.2, s. 843 - 917.
- Baker, E. C. (2007). **Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters**. New York: Cambridge University Press.
- Başaran, F., & Geray, H. (2005). **İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet**. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bayraktari, Y., & Hsu, E. (2007). **Developing Media in Stabilization Process**. Washington: United States Institute of Peace.
- Bayrasli, E. (2006). **10 Years OSCE Mission to Bosnia and Herzegovina**. Sarajevo: AGİT
- Bosna - Hersek Bakanlar Kurulu. (2006). **Politika sektora emitovanja**. Sarajevo: Vijece Ministara Bosne i Hercegovine
- Braman, S. (2004). "Where Has Media Policy Gone? Defining the Field in the Twenty-First Century" **Communication Law and Policy**, C.9, S.2, s. 153-182.
- Calderaro, A., & Alina Dobрева. (2013). **Framing and Measuring Media Pluralism and Media Freedom across Social and Political Context** içinde

- P. L. Parcu, "European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom". Badia Fiesolana: European Union Institute.
- CARDS. (2005). **Ekonomska i pravna analiza sektora komunikacija u Bosni i Hercegovini**. Sarajevo: CARDS.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2001). **The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest**. London: Pine Forge Press.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2001). **The New Media Giants: Changing Industry Structure** içinde D. Croteau, & W. Hoynes , "The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest" (s. 71-107). Thousand Oaks: Sage Publications. Inc.
- Cuilenburg, J. v. (1999). "On competition, access and diversity in media, old and new". **New Media and Society**, C.1, S.2, s. 183 - 207.
- Cuilenburg, J. v., & McQuail, D. (2010). "Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm". **European Journal of Communication**, C.18, S.2, s.181 - 207.
- Curran, J., & Seaton, J. (1981). **Power Without Responsibility: The Press, Broadcasting and New Media in Britain**. London: Routledge.
- Defterdarevic, M. N. (1998). "Razvoj Komunikacijskih Sistema i Procesa u Bosni i Hercegovini" , **MOST**, C.16, S.106, s.73 - 97.
- Divjak, B., & Martinovic, A. (2009). **Privatizacija Drzavnog Kapitala u BiH**. Banja Luka: Transparency International.
- Dyczok, M., & Gaman - Golutvina, O. (2009). **Media, Democracy and Freedom: The post-communist experience**. Bern: Peter Lang AG.
- Dzihana, A., Cendric, K., & Tahmaz, M. (2012). **Mapping Digital Media: Bosnia and Herzegovina**. Sarajevo: Open Society Foundation.
- Feintuck, M., & Varney, M. (2006). **Media Regulation, Public Interest and the Law**. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Geray, H. (2003). **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**. Ankara: Utopya Yayınları.
- Granham, N. (2005). "From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the 'Creative Industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom". **International Journal of Cultural Policy**, C.13, S.1, s.17 - 31

- Hackett, R. A., & Carroll, W. (2006). **Remaking Media: The Struggle to Democratize Public Communication**. New York: Routledge.
- Hadzovic, D. (2009). **Ured visokog predstavnika i reforma sigurnosnog sektora u BiH**. Sarajevo: Centar za sigurnosne studije.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). **Comparing Media Systems**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haraszti, M. (2007). **İzvjestaj o stanju slobode medija u Bosni i Hercegovini; Javni radiotelevizijski servis BiH**. Sarajevo: OSCE.
- Holznagel, B. (1999). "New Challenges: Convergence of Markets, Divergence of the Laws? Questions Regarding the Future of Communication regulation". **İnternational Journal of Communication, Law and Policy**, C.1, S.2, s.1-10
- IREX. (2005). **Media Sustainabilty İndex**. Sarajevo: Mareco İndex Bosnia.
- İsanović, A. (2008). **Will the Digital Revolution Be Televised? Cocerns about the future of public service programming in Bosnia and Herzegovina**. içinde S. M. İsanović, "Public Service Television in the Digital Age: Strategies and Opportunities in Five South-East European Countires". Sarajevo: Mediacentar.
- Jusic, T. (2006). **The Media in a Democratic Society** içinde D. G. Srdjan Dizdarevic, "Democracy Assesement in Bosnia and Herzegovina". Sarajevo: Open Society Fund.
- Karadağ, V. (2012). **Görsel-İşitsel Medyada Denetim Biçimleri**. Ankara: T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurumu.
- Katana, G. (2008). **Javni servisi** içinde S. Blagovcanin , "Bosna i Hercegovina 2008: Uloga i stanje medija". Saraybosna: Transparency İnternational Bosna i Hercegovina.
- Keane, J. (1991). **Medya ve Demokrasi**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Knill, C., & Tosun, J. (2008). **Policy Making** içinde D. Caramani , "Comparative Politics" (s. 495-519). Oxford: Oxford University Press.
- Krug, P., & Price, M. (2002). "A Module for Media İntervention: Content Regulation in Post - Conflict Zones", *Departmental Papers (ASC)*.
- Krusevac, T. (1978). **Bosansko Hercegovcki Listovi**. Sarajevo.

- Kurspahic, K. (2005). **Missed opportunities in post-war Bosnia** içinde O. H. Tuftte, *Media and Glocal Change: Rethinking Communication for Development*. Buenos Aires: CLACSO.
- Marius, D. (2003). **Fighting Legacy: Media Reform in Post - Communist Europe**. Atlantic Council Senior Fellows Publication, Washington
- Markotich, S. (2000). **Media and Democratization in Bosnia and Herzegovina**. Sarajevo: İMC.
- McQuail, D. (1992). **Media Performance: Mass Communication and the Public Interest**. London: Sage Publication Ltd.
- Melody, W. H. (2007). Markets and Policies in New Knowledge Economies. R. Mansell içinde, **The Knowledge Economies and İCTs** (s. 55-74). Oxford: Oxford University Press.
- Metzl, J. F. (1997, December). **Foreign Affairs**. Ocak 02, 2013 tarihinde <http://www.foreignaffairs.com/articles/53575/jamie-f-metzl/information-intervention-when-switching-channels-isnt-enough> adresinden alındı
- Mustafa Türkes, Şadan İnan Ruma, Sait Akşit, & Arıkan Açar. (2012). "Kriz Sarmalında Bosna - Hersek: 'Devlet Krizi'. İstanbul: Boğazıcı Üniversitesi, **TÜSAİD Dış Politika Forumu**.
- Napoli, P. M. (2004). "Media Economics and Media Policy: The Good and the Bad". **Donald McGannon Communication Research Center**, Working Paper
- Napoli, P. M. (2007). "Media Policy: An Overview of the Field". **The Donald McGannon Communication Research Center**.
- Neuman, W. R. (2008). Theories of Media Evolution. W. R. Neuman (Dü.) içinde, **Media, Technology and Society, Theories of Media Evolution** (s. 3-34). Michigan: Michigan University Press.
- Palmer, K. L. (2001). **Power Sharing in Media - İntegration of the Public**, Cambridge: Media Online.
- Parascic, İ. (2007). **Cenzura u Jugoslaviji 1945 - 1990**. Zagreb, Yüksek Lisans Tezi
- Pech, L. (2000). "İs Dayton Falling? Reformin Media in Bosnia and Herzegovina". **İnternational Journal of Communications Law and Policy**, C.6, S.4, s.1-28
- PİC . (1997). **Political Declaration from Ministerial Meeting of the Steering Board of the PİC**. Ministerial Meeting of the Steering Board of the PİC. Sintra.

- PiC. (1997). **PiC Steering Board Conclusions**. Peace Implementation Council Annual Meeting. Bonn.
- Popovic, M. (2005). **Covering Bosnia and Herzegovina: Media Reform, 10 Years of OSCE Mission in Bosnia and Herzegovina**, Sarajevo: OSCE Mission in BiH.
- Price, M. E. (2002). "Bosnia-Herzegovina and Post-conflict Media Restructuring". B. R. Monroe E. Price içinde, **Media Reform, Democratizing the media, democratizing the state** (s. 89-107). London: Routledge.
- Programme, N. M. (2005). **Television across Europe: regulation, policy and independence**. Sarajevo: Open Society Institute.
- Raboy, M. (1995). "Access to Policy, Policy of Access". **Javnost/The Public**, C.2, S.4, s. 51-61.
- RAK. (2012). **Godisnja anketa korisnika RAK dozvola za pružanje internet usluga u Bosni i Hercegovini za 2012. godinu**, Sarajevo: RAK.
- Report, C. G. (1997). **Media in Bosnia and Herzegovina - How International Support Can be More Effective**. Sarajevo: International Crisis Group .
- Report, I. B. (1996). **Elections in Bosnia and Herzegovina**. Sarajevo: ICG - International Crisis Group.
- Riley, C. (2001). **Painstaking Efforts: OHR Media Development Strategy in Post-Dayton BiH**, Cambridge: Media Online.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). **Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be or Do**. Illinois: University of Illinois.
- Smith, R. C., Tambini, D., & Morisi, D. (2012). **Regulating Media Plurality and Media Power in Twenty-First Century**. London: LSE Media Policy Project.
- Sükösd, K. Y. (2008). "Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Societies". K. y. Sükösd içinde, **Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in Global Perspective**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Šušak, V. (2007). "Ekonomski uticaji na medije". S. Blagovčanin içinde, **Bosna i Hercegovina 2008: Uloga i stanje medija** (s. 75-86). Sarajevo: Transparency International Bosna i Hercegovina.

- Tarik, J. (2001). **Mediji na prekretnici: Medijska slika Bosne i Hercegovine**. Sarajevo: Media Plan Institut.
- Tešanović, N. (2011). **Balkan Media Barometer: Bosnia and Herzegovina 2011**. Saraybosna: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES).
- Thompson, M. (1999). **Forging War: The Media in Serbia, Croatia and Bosnia and Herzegovina**. London: University of Luton Press.
- Thompson, M. (2000). **Slovenia, Croatia, BiH, FYROM and Kosovo International Assistance to Media**. Vienna: Eugen Ketterl.
- Topic, T. (2006). **Electronic Media: Regulation Efforts in Semi-protectorate. M. Ficher** içinde, "Peacebuilding and Civil Society in BiH, Ten Years After Dayton" (s. 157-183). Münster: Lit-Verlag.
- Tucakovic, S. (2006). **Historija medija i novinarstva u BiH**. Sarajevo.
- Türbedar, E. (2010). **Barışın 15. Yıldönümünde Bosna-Hersek: Dayton Barış Anlaşması'nın Neticelerinin Değerlendirmesi**. Ankara: Tepav
- Udovicic, Z. (1998). **Analiza medijske situacije u Bosni i Hercegovini tokom 1997. godine**. Sarajevo: Media Plan Institut.
- Veljanovski, R. (2011). "Mediji izmeğu biznisa, politike i odgovornosti prema javnosti". **Novinarstvo i komunikologija**, C.1, S.6, s.405 - 418
- World Association of Newspaper and News Publishers. (1998). **World Press Freedom Review 'Bosnia 1997 Review**, Paris: WAN - IFRA.
- Zukić, A. (2008). **Mediji i politika**. S. Blagovčanin içinde, "Bosna i Hercegovina 2008: Uloga i stanje medija". Sarajevo: Transparency International Bosna i Hercegovina.

