

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

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AVRUPA BİRLİĞİ' NİN
KÜLTÜR VE GÖRSEL-İŞİTSEL
POLİTİKASI

GÖKTÜRK YILDIZ

2501413509

TEZ DANIŞMANI:

PROF.DR. SUAT GEZGİN

İSTANBUL 2006

ÖZ

Avrupa Birliği'nde bütünleşme süreci, ekonomik ve siyasi yapıdaki önemli gelişmelerle ileri bir aşamaya gelmiştir. Ancak toplumsal altyapısı olmayan hiçbir ekonomik ve siyasi yapılanma kalıcı olamaz. Bu nedenle Avrupa Birliği bütünleşmesinin kalıcı olabilmesi, üye ülkeler arasında ekonomik ve siyasi alanların yanında, kültürel alanda da sağlanacak bütünleşmeye bağlıdır. Günümüzde görselleşen kültür, kültürel kimlikler üzerinde dönüştürücü bir etki yapabilmektedir.

Avrupa Birliği kültür politikasında en belirgin özellik, kültürde ulusallık ve yöreselliğinin mutlaka korunması gerektiğinin bilincinde olarak, kültürleri merkezileştirmemeye büyük bir duyarlılık gösterilmesidir. Avrupa Birliği, Avrupa halklarını ortak Avrupa kültürü etrafında toplarken aynı zamanda ulusal kültürel değerleri de korumayı amaçlamaktadır. Avrupa Birliği kültür politikasının temel hedefi, sınırları içinde, çok kültürlülüğe zarar vermeden yeni ve gelecek nesillere ortak bir Avrupalılık ruhu aşılatabilmektir.

Bu tezde, AB'de kültürel bütünleşme sürecini destekleyen görsel-işitsel etkinliklerin neler olduğu ve kültürel bütünleşmenin Birlik üyesi ulusal yapılar açısından ne ifade ettiği tartışılacaktır.

ABSTRACT

The unity process of EU has come to an advanced stage with progress in economic and political structures. But this structure will not be permanent without social infrastructure. For this reason, the unity continuity of EU depends on economic and political with all members as well as cultural unity. The visualized culture in our era can affect cultural identity on rotational basis. The most evident feature of EU's cultural politics is to show sensitivity not to centralize the cultures by realizing nationality and locality of cultures.

EU is intending to protect national cultures while collecting member people in a common European culture. The main forget as (EU's) cultural politing is to inject a common European spirit while not damaging multiculturalness within boundaries. In the progressing stages, the meaning of cultural unity. Unit member's national structure and effects of audiovisual activities supporting unity period will be discussed.

ÖZ

Avrupa Birliği'nde bütünleşme süreci, ekonomik ve siyasi yapıdaki önemli gelişmelerle ileri bir aşamaya gelmiştir. Ancak toplumsal altyapısı olmayan hiçbir ekonomik ve siyasi yapılanma kalıcı olamaz. Bu nedenle Avrupa Birliği bütünleşmesinin kalıcı olabilmesi, üye ülkeler arasında ekonomik ve siyasi alanların yanında, kültürel alanda da sağlanacak bütünleşmeye bağlıdır. Günümüzde görselleşen kültür, kültürel kimlikler üzerinde dönüştürücü bir etki yapabilmektedir.

Avrupa Birliği kültür politikasında en belirgin özellik, kültürde ulusallık ve yöreselliğinin mutlaka korunması gerektiğinin bilincinde olarak, kültürleri merkezileştirmemeye büyük bir duyarlılık gösterilmesidir. Avrupa Birliği, Avrupa halklarını ortak Avrupa kültürü etrafında toplarken aynı zamanda ulusal kültürel değerleri de korumayı amaçlamaktadır. Avrupa Birliği kültür politikasının temel hedefi, sınırları içinde, çok kültürlülüğe zarar vermeden yeni ve gelecek nesillere ortak bir Avrupalılık ruhu aşılatabilmektir.

Bu tezde, AB'de kültürel bütünleşme sürecini destekleyen görsel-işitsel etkinliklerin neler olduğu ve kültürel bütünleşmenin Birlik üyesi ulusal yapılar açısından ne ifade ettiği tartışılacaktır.

ABSTRACT

The unity process of EU has come to an advanced stage with progress in economic and political structures. But this structure will not be permanent without social infrastructure. For this reason, the unity continuity of EU depends on economic and political with all members as well as cultural unity. The visualized culture in our era can affect cultural identity on rotational basis. The most evident feature of EU's cultural politics is to show sensitivity not to centralize the cultures by realizing nationality and locality of cultures.

EU is intending to protect national cultures while collecting member people in a common European culture. The main forget as (EU's) cultural politics is to inject a common European spirit while not damaging multiculturalness within boundaries. In the progressing stages, the meaning of cultural unity. Unit member's national structure and effects of audiovisual activities supporting unity period will be discussed.

ÖNSÖZ

Avrupa Birliği görsel-işitsel politikaları ve kültürel programları, Geleceğin Avrupası'nın inşasında, kültürel ve sosyal birleşmesini hızlandırmada çok önemli rol oynayacaktır.

AB görsel-işitsel politikaları tarafından desteklenen kültürel programlar, Birlik üyesi ülkeler arasında bireylerin, bilginin ve kültürün serbest dolaşımını ve karşılıklı değişimini sağlar. Görsel-işitsel olarak desteklenmiş kültür programları ile, geleceğin Avrupası, Avrupa bilincine sahip ve Avrupalılık fikrini özümsemiş bireylerden oluşacaktır.

Bu çalışmada Kültür kavramının sahip olduğu önem, hareket noktası olarak kabul edilmiştir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak, kültür endüstrisi ve kültürel yayılcılığın yerel kültürler ve ulusal kimlikler üzerindeki baskısının da incelendiği çalışmada, uluslararası özellik taşıyan Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel politikasının kültür politikası ile ilişkisi çeşitli boyutlarıyla irdelenmiş ve Birliğin görsel-işitsel politikalarının kültürel ve sosyal anlamda Avrupa Birliği'ne yaptığı katkı kanıtlanmaya çalışılmıştır.

Göktürk YILDIZ

İstanbul, 2006

İÇİNDEKİLER

Öz / Abstract.....	iii
Önsöz.....	iv
İçindekiler.....	v
Kısaltmalar Listesi.....	viii

AVRUPA BİRLİĞİ' NİN KÜLTÜR VE GÖRSEL-İŞİTSEL POLİTİKASI

Giriş.....	1
1. Kitle İletişimi ve Kültür.....	3
1.1. Kültür.....	3
1.1.1. Kültürün Tanımı ve Doğası.....	4
1.1.2. Kültürel Değişim Süreçleri.....	6
1.2. Kitle İletişimi ve Kültür İlişkisi.....	8
1.2.1. Dünyada Kitle İletişim Sistemleri	9
1.2.2. Kitle İletişim Araçları ve Kültürel Değişim.....	11
1.2.3. Küreselleşme ve Ulus Devletler.....	12
1.2.3.1. Batı'nın Kültürel Yayılmacılığına Eleştiriler.....	14
2. Avrupa Birliği'nde, Kültür ve Görsel-İşitsel Politika.....	20
2.1. AB'nin Ortaya çıkış nedenleri.....	20
2.2. Avrupa Birliği'nin Kültür Politikası.....	23
2.2.1. Avrupa Birliği Kültürel Programları.....	30
2.2.2. Kültür 2000 Programının Hedefleri.....	32
2.2.3. Özel Kültürel Etkinlikler.....	34
2.2.4. Birlik Kültürel Alanlarının Birbiriyle Uyumlaştırılması.....	34
2.2.5. Programı Desteklemeye Yönelik Eylemler.....	35
2.2.6. Program Bütçesi.....	36

2.3. Görsel İşitsel Yayınlarda Kültür Politikası.....	36
2.3.1. AB'nin Ortak Bir Görsel-İşitsel Politika Geliştirme Gereksinimi.....	38
2.3.2. Amerikan TV Programlarının Uluslararası Egemenliğini Sınırlama Çalışmaları.....	40
2.3.3. AB'nin Görsel-İşitsel Politikasının Dış İlişkiler Boyutu.....	42
2.3.4. Avrupa-Akdeniz Kültür Ortaklığı.....	45
2.3.5. Avrupa Birliği'nde Görsel-İşitsel Tekeller.....	46
2.3.5.1. Mülkiyetin Yoğunlaşması, Çoğulculuk ve Şirket Evlilikleri.....	47
2.3.5.2. Pazarın Olumsuzlukları ve Küçük Ülkelerin Durumu.....	49
2.3.5.3. Avrupa Birliği'nde Ekonomi Merkezli İletişim Politikası Üzerine Eleştiriler.....	50
2.3.5.4. Dijitalleşme (Sayısal Yayıncılık).....	51
2.3.6. Avrupa Birliği Ülkelerinde Televizyon Sistemleri / Kamusal ve Özel Tecimsel Televizyonlar.....	53
2.3.6.1. Kamu Televizyonları: Kamu Hizmeti Modelleri ve Tecimselleşen Kamu Televizyonları.....	53
2.3.6.2. Avrupa Birliği'nde Kamusal Yayıncılık ve Tecimsel Yayıncılık Çatışması.....	57
2.4. Görsel İşitsel Politikaların Saptanmasında Etkin Karar Organları.....	61
2.4.1. AB'nin Görsel İşitsel Politikasının Yasal Dayanağı.....	62
2.4.2. AB'nin Görsel İşitsel Politikasının Temel Amaçları.....	65
2.4.3. AB'nin Görsel-İşitsel Politikasının Ulusal Düzeydeki Politikalarla Koordinasyonu.....	66
2.4.4. AB Ülkelerinin Görsel-İşitsel Sektörlerinin Düzenleme, Kontrol ve Finansmanını Sağlayan Ulusal Kurumlarının Durumları.....	67
3. AB'nin Görsel İşitsel Politikası İçinde Televizyonun “Ortak Avrupa Kültürü” Yaratmadaki Önemi ve Uygulamaları.....	69

3.1. MEDIA Programı Nedir? Görsel-İşitsel Politikayı Destekleyen Diğer Birlik Programları.....	69
3.2. Çok Dilli Televizyon Yayınlarının Desteklenmesi.....	71
3.3. Diğer Avrupa Ülkeleriyle İlişkiler.....	72
3.4. Üye Ülkelerin Televizyon Yayını İle İlgili Yasa ve Düzenlemelerinin Uyumlaştırılması.....	73
3.5. Eureka ve Avrupa Kültürleri.....	73
3.5.1. Ulusal Kültürler ve Dil Sorunu.....	75
3.5.2. Ulusal Politikalar.....	76
3.5.3. Avrupa Yapımı Programlar ve Avrupa Kültürlerinin Korunması.....	77
3.5.4. AB'nin Görsel-İşitsel Politikası İle Kültür ve Eğitim Politikasının Koordinasyonu.....	80
3.6. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi İle Getirilen Temel Düzenlemeler.....	82
3.6.1. Sınırsız Avrupa Televizyonu İle İlgili Karar Alma Sürecinden Örnekler.....	83
3.6.2.Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi Üzerine Devletlerarası Tartışmalar.....	84
Sonuç.....	86
Bibliyografya / Kaynakça.....	91

KISALTMALAR

A.e.	Aynı eser
a.g.e.	Adı geçen eser
a.y.	Aynı yayın
A.B.	Avrupa Birliği
A.B.D.	Amerika Birleşik Devletleri
BABEL	Broadcasting Across the Barriers of European Languages
Çev.	Çeviren
DG	Directorate General
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
EAVE	European Audiovisual Enterprises
EBU	European Broadcastig Union/Avrupa Yayın Birliği
E.C.	European Commission
Ed.	Editor
EFDO	European Film Distribution Office
ERA	European Regulatory Authority
EU	European Union
EUMAP	European Union Monitoring and Advocacy Program
EUMEDIS	Avrupa-Akdeniz Bilgi Toplumu Girişimi
EUREKA	Avrupa Araştırma Koordinasyon Kurumu
GATS	Hizmet Ticareti Genel Anlaşması
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
G-8	G-8 olarak bilinen Gelişmiş Ülkeler
HDTV	High Definition Television (Yüksek Tanımlı Televizyon)
ITU	Uluslararası Telekomünikasyon Birliği
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
MEDA	Avrupa-Akdeniz Ortaklığı Mali Destek Programı
MEDIA	Measures to Encourage the Development of an Audiovisual İndustry
MFN	En Çok Kayırılan Ülke
NATP	Telekom Piyasasına Yeni Yaklaşım
NRA	National Regulatory Authorities
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
s.	sayfa/sayfalar
SCALE	Small Countries Improve Their Audiovisual Level in Europe
SCRIPT	European Script Fund
TWTF	Television Without Frontières/Sınır Tanımayan Televizyon
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural
WSIS	Bilgi Toplumu Dünya Zirvesi

GİRİŞ

Avrupa Birliği artık ekonomik ve siyasi bütünleşmeyi gerçekleştirmiş ve sıra en önemli aşama olan sosyal ve kültürel bütünleşmeye gelmiştir. AB toplumsal bütünleşmesi çerçevesinde aşılmaya çalışılan, kültürel farklılıklar değil, kültürel ve toplumsal karşıtlıklar, önyargılar ve düşmanlıklardır.

Avrupa Birliği'nin siyasi, ekonomik ve kültürel bütünlüğüne uygun toplumsal ortam hazırlama şeklinde algılanması gereken Avrupa Birliği bütünleşmesi, üye ülkelerin toplumsal farklılıkları ve özgün kültürlerini ortadan kaldırmayacaktır.

Bu bütünleşme çalışmaları içinde uygulanan program ve etkinlikler, üye ülke kültürleri arasında yakın temasları artırıp kültürel değişim ve etkileşimi getirecektir. Kültür değişimleriyle ortaya çıkacak yeni kültürel ürünler, üye ülke halklarının Avrupa Birliği potasında ürettiği, Avrupa bütünleşmesinin kültürel ürünleri olacaklardır. Avrupa Birliği üyesi ülkelere ait çok çeşitli kültürlerin bütünleşmesi ve etkileşimi sonucunda bir kültürlerarası kültür ortaya çıkacaktır. Bu ortak kültür de Avrupa Birliği bütünleşmesinin bir ürünü olacaktır. Bu bağlamda Avrupa Birliği'nin bütünleşmeyi sağlayabilmesi, farklı kültürleri benimseyebilmesine ve içinde yaşatabilmesine bağlıdır.

Avrupa Birliği'nin kültür politikası, üye ülke halklarına ait farklı kültürel değerleri koruyarak desteklemeyi ve bu kültürel değerleri ulaşılabilir kılmayı hedeflemektedir. 1992 yılında kabul edilen Kurucu Antlaşmaya dahil edilen kültür konusu, bu dönemden sonra Birlik bünyesinde öncelikli alanlardan biri olmuştur. Bu Antlaşmada ülkelerin tarihlerine, kültür ve geleneklerine saygı gösterilerek Birliği oluşturan ülkelerin halkları arasında dayanışmanın geliştirilmesi yönündeki niyet ortaya konmuştur.

Sosyal ve kültürel bütünleşmenin gerçekleştirilebilmesinde en önemli araçlardan birisi de yığınsal iletişim araçları ve bunların ne şekilde kullanılacağını

belirleyen politika ve düzenlemelerdir. Kùltürün görselleŖtiđi günümüzde, özellikle televizyon yayınları ve görsel-iŖitsel politikaların kùltürel kimlikler üzerindeki Ŗekillendirici etkisi yadsınamaz. Ulusların sosyal ve kùltürel açıdan geliŖimlerinde görsel-iŖitsel ürünlerin etkileri büyüktür. Çok önemli bir kùltür, eğitim ve eğlence aracı olan televizyon günümüzde Avrupa Birliği'nde hemen hemen her eve girmiŖtir. İnsanlar günde ortalama iki-üç saatini, film, haberler, belgeseller ve diğer programları izlemeye ayırır.

Avrupa Birliği kùltürel çeŖitlilik ile sosyal sorumluluk konularına özen göstererek, üye ülkelerin ortak çıkarlarının olduğu konularda kurallar koyup rehberler oluŖtururken, aynı zamanda ulusal hükümetler de kendi görsel-iŖitsel politikalarını yürütmektedir. Bu amaçla Birlik tarafından yürütölen programlar, kurulan iŖbirlikleri ile AB üyesi ülke halklarının birbirlerini tanımalarını sağlarken, farklı kùltür, dil ve anlayıŖlar arasında karŖılıklı etkileŖimi geliŖtirerek ırk, dil, din, cinsiyet ayrımı olmaksızın bir Avrupa vatandaŖlıđı bilincinin yerleŖtirilmesini hedeflemektedir.

İletiŖim ve BiliŖim teknolojilerinde son dönemde meydana gelen çarpıcı ilerlemelere paralel olarak görsel-iŖitsel pazardaki oyuncu sayısının da artması, kurallar ve yayıncılığın kendisinde önemli deđiŖiklikleri beraberinde getirmiŖ, görsel-iŖitsel pazardaki rekabet politikalarının önemini artırmıŖ ve bu pazardaki yayıncı ve yapımcıların denetlenmesi gereğini dođurmuŖtur.

Bilgi toplumu çağını yaŖadıđımız bugün, Avrupa Birliği'nde bir milyondan fazla kiŖi görsel-iŖitsel pazarda çalıŖmaktadır. Ancak Avrupa Birliği, ABD ve Japonya'nın görsel-iŖitsel pazar ve biliŖim teknolojilerinde sađlamıŖ olduğu hızlı ilerleme ve geliŖmelerin gerisinde kalmıŖ durumdadır. 2010 yılına kadar dünyanın en büyük ve rekabet gücü en yüksek bilgi ekonomisi haline gelmeyi hedefleyen Avrupa Birliği'nde görsel-iŖitsel pazarın Avrupalı üreticiler lehine düzenlenerek, mevzuatın sağlam politikalarla geliŖtirilmesi gereklidir.

1. Kitle İletişimi ve Kültür

Tüm iletişim araçlarında sağlanan büyük teknolojik gelişmelerle birlikte çağımız artık iletişim çağı olarak anılmakta. Kitle iletişim araçları, sürekli artan televizyon kanalları, uydu yayınları, bilgisayar ve daha birçok araç, dünyanın en uzak noktasına bile ulaşmamızı sağlarken, ulusal olduğu kadar kültürel sınırları da ortadan kaldırıyor. Dünyada yaşanan küreselleşme ortamında, kitle iletişim araçlarının sağlamış olduğu sınırsız iletişim ve istense de istenirse de gerçekleşen paylaşımlar, yerel ve ulusal kimliklerimizle kazanmış olduğumuz özelliklerimizde önemli bazı değişikliklere sebep olabilmekte.

Kamuoyunu yönlendirmede kitle iletişiminin önemi ve etkisi yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır. Aynı zamanda, “Dünya ölçeğinde yerel ve ulusal kültürler, küreselleşme sonucunda birbirleriyle benzeşiyorlar mı, yoksa özgünlüklerini koruyabiliyorlar mı?” sorusu günümüzde üzerinde önemle durulması gereken bir tartışma konusudur.

İletişim, sosyal bir varlık olan insanın yaşamında kültürel özelliklerin oluşumu ve yaşatılmasında en önemli koşullardandır. İletişim araçlarında ve tekniklerinde gerçekleşen gelişmeler sonucunda kitle iletişimi, tüm uluslar ve kültürler üzerinde yönlendirici konuma gelmiştir.

1.1. Kültür

Kültür kavramı, toplumbilimcilerin üzerinde tam olarak görüş birliği sağlamış oldukları bir konu değildir. Herkesi tam olarak tatmin edecek bir kültür tanımı henüz yapılamamıştır. Kültürle ilgili çalışma yapanların hemen hemen tamamı, kültürü yeniden tanımlama yolunu seçmiştir. İnsan topluluklarının karmaşık yapısı içinde kültür, toplulukları oluşturan bireylerin tamamına ait ortak bir olgudur.

1.1.1. Kültürün Tanımı ve Doğası

Kültür insan ile varolan bir olgudur. Öğrenme, öğretme ve yayma eylemlerine dayandığı için yalnızca insan topluluklarında varolabilir. Kültür, toplumsal yaşamı düzenler. İnsanların birbirleriyle olan ilgi ve ilişkilerini belirleyen yerleşmiş örnekleri kapsar.¹

Kültür, bir grubun yaşamını anlamlandırmasını sağlayan yaşam biçimini belirleyen karmaşık bir ortak inançlar , değerler ve kavramlar bütünüdür.² Sahip olduğumuz temel kimlik özelliklerimiz, kültürümüzü meydana getiren bu kavram ve değerler çerçevesinde belirginleşir.

Tylor'a göre kültür, sosyal bir varlık olan insanın öğrenerek kazandığı bilgi, sanat, gelenekler, çeşitli beceriler ve bunların getirdiği alışkanlıkları içine alan bir bütündür. Kültür, öğrenilmiş, saklanmış ve yeni kuşaklara aktararak öğretilen bir içeriktir.³ İnsanlar, toplumlar ve kuşaklar arasındaki bu aktarım, insanoğlunun kültürel bir varlık olarak kabul etmemizi gerektirir. İnsanlar doğduklarında, ait oldukları kültürü hazır bulurlar. Yaşamları boyunca, sosyal olarak, olgular ve olaylar hakkında biçimlenmiş ve kendilerinin biçimlendirdikleri anlamlar ve bilgilerin paylaşımını ve aktarımını yaparak kültürün oluşumu ve yaşatılmasını sağlarlar. Bugün ait olduğumuz kültür eskilerden bize aktarılan, bizlerin de değişimine ve zenginleşmesine katkıda bulunduğumuz bir olgudur.

Murdock'tan esinlenen Güvenç ise, kültürün öğrenildiğini, tarihi, sürekli ve toplumsal, ihtiyaçları karşılayıcı, doyum sağlayıcı olduğunu, değiştiğini ve bütünleştirici olduğunu yazar.⁴

Kültür, insan yaşamının her evresinde vardır. İnsanın ayrılmaz bir parçası olan kültür, düşünce, davranış ve ilişkilerde de yönlendirici ve belirleyicidir. İnsanların ve toplumlarının, kendileri için anlam yükleyebildiği şeyler, kültürünün parçalarıdır.

¹ Sulhi Dönmezer, **Sosyoloji**, 10. Bası, Beta, İstanbul 1990, s.122.

² Brian Fay, **Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi**, Çev: İsmail Türkmen, Ayrıntı, 2001, s.82.

³ Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, 6. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, Ekim 1994, s.100.

⁴ **A.e.**, s.101-104.

Kültür her zaman her yerdedir, insan yaşamı üzerinde etkin ve belirleyicidir. Bu yüzden istesek te istemesek te hepimiz bir kültürün yönlendirdiği yaşamlarımızı sürdürürüz. İnsan düşüncesi ve yaşamı içinde bulunduğu, ait olduğu kültüre göre şekillenir.

Ortega'nın tanımı ise daha dramatiktir:

"Yaşam başlı başına, her zaman için bir deniz kazasıdır. Ancak, geminin batması ille de boğulmak demek değildir. Biçare insancık, dibe doğru gömüldüğünü duydukça, batmamak için kollarını oynatır. Ölüme sürüklenmemek için bir tepki olarak yaptığı o kol hareketidir-yüzme hareketidir- kültür. Ve ancak bundan başka bir şey olmadığı zamandır ki, gerçek anlamını bulur. İnsanı kendi burgacından yukarıya doğru yükseltir."Dolayısıyla kültür hazır bulunan, devredilen bir veri değil, "insanoğlunun kendisini yok olmaktan kurtaran bir gerçek üzerindeki iğreti egemenliğidir." Kültürün varlıksal ve varoluşsal anlamı budur işte: Yok olma olasılığıyla, yaşamın akıl yoluyla yenilenmesi olasılığı arasında dönüp duran bir dram.⁵

Marks ise, kültürün doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı her şey olduğundan bahseder.⁶ İnsan topluluklarının, yaşamları boyunca edindikleri bilgiler, canlı ve cansız çevrelerini tanımlayarak ve anlamlar yükleyerek oluşturdukları değer ve yargılar, kültürün oluşumunda temel unsurlar olarak değerlendirilebilirler. Kültürün oluşumu ve yaşatılmasında insanoğlunun doğaya karşı geliştirmiş olduğu araçların da önemli bir işlevi vardır. Bu araçlar, içinde buldukları toplumların kültürlerini değişime uğratmakta, hatta yeni kültürlerin oluşumuna da neden olabilmektedir.

Kültür, halkların yaşama biçimlerini, düşünsel yapısını ve ulusal değerlerini değer yargılarını ve dolayısıyla hukuksal ve ekonomik sistemleri üzerinde belirleyici bir etkidir.⁷ Toplumsal miras olarak edindiğimiz kültür, toplumsal ve bireysel tutum ve davranışlarımızı şekillendirir.

⁵ Y. Gasset Ortega, **Tarihsel Bunalım Ve İnsan**, Çev: Neyire Gül Işık, Metis, 1992, s.30.

⁶ Şermin Tekinalp, **Avrupa Toplumunda Ulusal Kültür ve Televizyon**, Fakülteler Matbaası, İstanbul 1993, s.7.

⁷ Anıl Geçen, **Kültür ve Politika**, Gündoğan Yayınları, Ankara Ocak 2003, s.44.

Brian Fay, kültürü tanımlarken bireylerin kültürel geleneklerin taşıyıcıları olduklarını ve kişinin kimliğinin temellerinin, belli bir inanç sistemi ve buna eşlik eden duygu ve etkileşim biçimlerinin içselleştirilmesiyle oluştuğunu ileri sürer.⁸ Bu açıdan bakıldığında kültürün toplumsal olduğu ve anlamların paylaşımına dayandığını söyleyebiliriz. Kültür toplumsal yaşamı olanaklı kılar, bu nedenle toplumsal yaşamın temeli olduğu söylenebilir.

1.1.2. Kültürel Değişim Süreçleri

Kültürel değişim, insan toplulukları için kaçınılmazdır. Değişim, insanoğlu ve yaratmış olduğu kültürün doğası ile ilgili bir özelliğidir. Dolayısıyla bu her zaman olmuştur. Farklı ulus ya da bölgelere ait farklı kültürlerin değişimlerinde temel etkenlerden biri, gelişen teknolojinin yaratmış olduğu sınırsız iletişim ve etkileşimdir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, önceleri ağır işleyen kültürel iletişim süreçlerini hızlandırarak, kültürel değerleri, hızla bir toplumdan diğerlerine taşınabilir duruma getirmiştir.

Kültür, ideal ya da idealleştirilmiş kurallar sistemidir ancak etkileşir ve değişir. Bu yüzden bir ülkede kültürel kurumların herhangi birindeki bir değişim, diğer bütün kurumları ve gerçekte kültürel yapının bütününe etkiler.⁹

Kültürün sınırları coğrafi sınırlar gibi belirlenmemiştir. Günümüzde teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak doğrudan uydu yayınları bu belirsizliği daha da belirginleştirmiştir. Tarih boyunca aşama aşama oluşan kültürel değişimler günümüzde teknolojinin yardımıyla hız kazanmıştır.

Küreselleşme derinleşirken, küreselleşmenin kendisi de insan yaşamının içine doğru derinleşmektedir. Elbette küreselleşme süreci, toplumlararası ilişkileri çok daha yaygınlaştırmakta ve dünyanın en uzak köşelerine kadar uzanabilmektedir.

⁸ Brian Fay, **Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi**, Çev: İsmail Türkmen, Ayrıntı, 2001, s.83.

⁹ Güvenç, **a.g.e.** , s.102-103.

Günümüzde kültür artan oranda kendini yeniden üretmekte, hem de bir kırılmadan geçmektedir. Başka bir deyişle, küreselleşme sürecinde insanoğlu, kültürel olarak kendini yeniden üretiyor. Bu yeni süreçte, dünya üzerindeki kültürler çok değişik baskılanmalar ile karşı karşıya geliyor. Ancak bu durum, yeni olanaklar anlamına da gelmektedir. Dolayısıyla insanlık, kendini yeniden üretecek temeli de bu değişimden çıkarıyor. Ancak elbette bu temel, eskinin tekrarı anlamına gelemez.

Teknolojik gelişmelerin başdöndürücü bir hız kazandığı günümüzde gerek gelişmiş ülkelerde gerekse gelişmekte olan ülkelerde radyo ve televizyon kimin elindeyse topluma yön verme hakkı da o kişilere ve kuruluşlara ait olmaktadır. Bu yön veriş çeşitli devlet politikalarıyla sınırlanmaya çalışılsa da radyo ve televizyondan aktarılan mesaj bombardımanları uzun dönemde toplumları belli yönlerde biçimlendirebilir. Henüz demokratik gelişimini tamamlayamamış az gelişmiş ülkelerde yönetimler, kitle iletişim araçlarını ellerinde tutarak, ulusal kültürü istedikleri gibi biçimlendirme çabasına girerler. Bir taraftan geleneksel, tutucu bir yaklaşımla statükoyu korumaya çalışırken, diğer taraftan yeni televizyon kanallarını yabancı kültürlerin yaptığı programlarla doldurarak ya da yabancı kültürleri taklit eden programlar üreterek, toplumu her alanda tutarsızlığa, düzensizliğe, çarpık ve yoz bir yapılanma sürecine sokar, toplumun ulusal değerleriyle oynarlar.

Elbette küreselleşme, yalnızca kültürler üzerinde baskılayıcı olarak görülmemelidir. Aynı şekilde moral ve kültürel değerleri güçlendirecek koşulları da sağlamaktadır. Ancak bunun hangi yollardan geçerek gerçekleşeceği kuşkusuz tartışmalı bir durumdur.

Küreselleşme, yerel ve ulusal kültürleri elbette ortadan kaldırmamıştır ancak toplumsal bir süreç olan kültürler üzerinde önemli değişimlere neden olmuştur. Bu değişimleri daha da yaygınlaştırmış ve hızını artırmıştır. Araçlardan düşünce yapılarına kadar hemen her şey değişmiştir. Ancak kültür sürecinde biçimsel değişimler ne olursa olsun, kültürlerin insan yaşamındaki belirleyici özelliğini ortadan kaldıramamıştır. Kültürleri oldukça değişime uğratmış, ancak yok

edememiştir. Kültür elbette soyut bir kavram değildir. Canlı bir varlıkta, insanda anlam bulan bir varoluş biçimidir.

Değişmeyen kültür yoktur. Bütün kültürler zamanla yavaş ya da hızlı bir biçimde değişirler. Çok kapalı toplumlar bile zamanla değişir, etkiler sonucunda yeni kurallar geliştirmeye başlarlar.¹⁰

1.2. Kitle İletişimi ve Kültür İlişkisi

Kültür ve iletişim birbirleriyle çok yakından ilişkilidir. Kültürün maddesel veya zihinsel üretimi iletişim sayesinde mümkün olabilir. Kültür iletişimden geçerek üretilir. İletişimin yapısı da iletişimi kültürle alakalıdır.¹¹ Kitle iletişimi, büyük insan topluluklarının hızlı bir şekilde aynı kültürel ürünleri, dolayısıyla aynı kültürü paylaşmasını sağlar.

Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın büyük dünyasını daha da küçültüp avucumuzun içine alabilmek, böylece tek bir dünya yaratıp, onu oturduğumuz yerden izleyebilmek olanaklıdır.¹²

Günümüz toplumlarında insan, uyku dışında kalan zamanının çoğunu, başkalarıyla çeşitli şekillerde iletişim kurarak, yalnız olduğu zamanlarda ise iletişim araçlarının sağladığı olanaklardan yararlanarak geçirmektedir.

İletişim toplumsal yaşamı olanaklı kılar ve tüm insan etkinlikleri iletişime sürdürülür ve değiştirilir.¹³

John Fiske, “kitle iletişim araçlarının endüstri toplumlarında gördüğü işlevin, mitlerin ilkel toplumlarda gördüğü işleve eşdeğer olduğunu” düşünür.¹⁴ Sosyal bir varlık olan insanın toplumsal yaşama katılımı, bu toplumsal yaşamdaki imgelerin ve

¹⁰ Tekinalp, **a.g.e.**, s.9-10.

¹¹ Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara, Mart 2005, s.25.

¹² Emel Doğramacı, **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları** (Seminer Açılış konuşması), Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980, s. 9.

¹³ Merih Zillioğlu, **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, 1. Bası, İstanbul 1993, s.13.

¹⁴ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev.Süleyman İrvan, Ark, Ankara 1996, s.162.

sonucunda kültürün oluşumunu iletişim sağlar. Kitle iletişimi, insan topluluklarında ortak imgeler yaratarak, yaşam kalıplarını belirler.

1.2.1. Dünyada Kitle İletişim Sistemleri

Dünyadaki ekonomik ve teknolojik değişimler organizasyonel değişimi gerekli kılmaktadır. Ezici rekabetin geçerli olduğu iletişim pazarında, bilgi ve malzeme teknolojisindeki gelişmeler, telekomünikasyon alanındaki yenilikler, kitle iletişim sistemlerinin yapı, sistem ve süreçlerini yeniden yapılandırmalarını da beraberinde getirmektedir.

Batının tecimsel kitle iletişim modelinin temelini oluşturan liberal görüşe göre, pazar ekonomisinin serbest rekabet koşulları içinde en iyinin kazanması ve kalıcı olması için, malların yanısıra kültür ürünleri de serbestçe yarışır. Ancak uluslararası pazarlarda en niteliklinin değil pazarlaması ve tanıtımı en iyi yapılan ürünlerin kazandığı görülür. Liberal görüşe göre, uluslararası pazarlarda dolaşan kitle iletişiminin kültür içerikleri birçok ülkedeki ulusal kültürel tabulara aykırı olsa da, izleyicilerin özgür seçimlerine bırakılmalıdır çünkü bu özgürlük, ulusların modernleşmesi için gereklidir.¹⁵

Kitle iletişim sistemleri günümüzde, farklı bakış ve söylemlerin çarpıştığı, görünürlük ve kabul görmek için mücadele ettikleri bir alan haline almıştır.¹⁶

Liberal görüşe göre ayrıca, dünyadaki ekonomik ve sosyo-kültürel zorunluluklar nedeniyle, geleneksel kültürler değişmek zorundadır. Modernleşmenin kaynağı, güçlü pazarlama olanağına sahip batının kitle iletişim ürünlerinin yaydığı kültürler olacaktır. Gelenekselliğin terkedilip, Batının toplumsal, kültürel ve teknik yapılarını benimseyen ülkeler kalkınacaklardır. Bunun gerçekleşebilmesi için de uluslararası ileti akışının serbestleştirilmesi zorunludur. Ayrıca bu uluslararası serbest ileti akışı, kalkınmış Batı'dan az gelişmiş ülkelere doğru olmalıdır. Bilginin

¹⁵ Tekinalp, a.g.e. , s. 27.

¹⁶ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, 1.Baskı, Mayıs 2001, s.39.

serbest akışı üzerindeki sınırlamalar kaldırılarak ülkelerin seçme olanağı çoğaldığı oranda, aynı türde programların az gelişmiş ülkelerde de üretilme şansı artar. Kimi iletişim bilimcileri ise, iletişimde özgür akış olarak adlandırılan bu sürecin aslında hiç de özgür olmadığını ileri sürmektedirler. Bu karşı görüşe göre gelişmiş ülkelerin kültürel ürünlerinin yani kültürlerinin uydu ülkelerde serbestçe dağıtılarak, üretim ve tüketiminin gerçekleştirilmesi, yerli kültürleri ortadan kaldırılmasına neden olmaktadır.¹⁷

Liberaler ve radikaller arasında egemen görüşe göre, kitle iletişim araçlarının sunduğu egemen kültür, uyma sonucunu doğurur.

Kitle iletişimi ürünleri kültür ve sanatla ilişkilendirilerek, kültürel olarak nitelenirler. Örneğin sinema, gazete ve televizyon kültür araçları olarak nitelenir. Kitle iletişiminin kendisi de bir kültürü anlatır. Kapitalist okullarda kültür yaygın olarak işlenen bir konu olmuş ve siyasal-kültür, sosyoloji, antropoloji, edebiyat, dil ve sosyal-psikoloji gibi yaygın bir alan içine yayılır.¹⁸

Kitle iletişiminde liberal kuram, başta televizyon olmak üzere tüm kitle iletişim araçlarının tecimselleşmesi sonucunu doğurur. Pazar ekonomisiyle birlikte televizyon kanallarının çoğalması, bu kanallar için program gereksinimini de artırmıştır. Ancak ulusal televizyon programlarının üretilmesi için ekonomik kaynakların sınırlı olması nedeniyle program sayısının artması niteliklerinin düşmesine neden olmuştur. Kanallar ve programların sayısının artması, programlarının içeriklerinin niteliklerinin çeşitlenmesine değil daha çok aynı şeylerin nicelik olarak çeşitlenmesini getirmiştir. Programların sayısı artarken içerikleri sıradanlaşmıştır.¹⁹

¹⁷ Tekinalp, **a.g.e.** , s. 28-29.

¹⁸ Alemdar-Erdoğan, **a.g.e.** , s.251.

¹⁹ Tekinalp, **a.g.e.** , s. 29.

1.2.2. Kitle İletişim Araçları ve Kültürel Değişim

Bir kültürün ileti sistemleri halkı sadece bilgilendirmez, aynı zamanda toplumda ortak değerler yaratır. İnsanların tutum, zevk ve tercihlerini biçimlendirir.²⁰

John Fiske, popüler kültürü finansal ve kültürel ekonomi kavramları üzerinden inceler. Finansal ekonomi değişim değerleri, kültürel ekonomi ise kullanım ve sosyal kimlik üzerine odaklanır. Bu iki ekonomi normalde ayrı olmakla beraber, birbiriyle bağlantılı ve sürekli bir etkileşim halindedir.²¹

Kültür, bir toplumun sembollerini biçimlendirir. Egemen iletişim kurumları egemen toplumsal kalıpları ve alışkanlıkları biçimlendiren ileti sistemlerini yaratırlar. Var olmanın, önceliklerin, değerlerin, ilişkilerin kamusal gündemini oluştururlar. Gerbner, kültürel değişimin yalnızca sembollerde olmadığını, eski kültürel kalıpları geçersiz kılan toplumsal ilişkilerdeki değişiklikten kaynaklandığını söyler. Değişen zamanla birlikte yeni kültür kalıpları kamusal iletişim sistemine yerleştirirler. Gerbner, kültürel değişimi zamana ayak uydurmak olarak nitelerken, kitle iletişim sistemleri tarafından desteklenen Batı modeli bir değişim üzerinde durmakta ve televizyonun uzun dönemde egemen kültür üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.²²

Gerbner, televizyonun yerleşik düzenin gücünü ve yetkesini koruyup meşrulaştırmak işlevinden söz ederken, genel bilinç üzerindeki etkilerini inceler. Televizyonun toplumsal imgelerin pekiştirilmesindeki rolünden bahsederken, büyük kitlelerin, hızla aynı kültürü paylaşmasını sağladığını öne sürer.²³

Özellikle televizyon engelleme ve endişeden kaçma süreçlerini destekler. Yeni yığınsal iletim sistemleri, bize olayları doğrudan ileterek daha çok

²⁰ Tekinalp, A.e. , s. 10.

²¹ John Storey, **Popüler Kültür Çalışmaları**, Çev.Koray Kardeşahin, Babil Yayınları, İstanbul 2000, s.34.

²² George Gerbner, "Comparative Cultural Indicators" George Gerbner, John Wiley and Sons, N.Y.: **Mass Media Policies in Changing Cultures** (ed.), 1977' den alan **Tekinalp, a.g.e.** , s. 11.

²³ James D. Halloran, "Kitle İletişimi: Şiddetin Belirtisi mi, yoksa nedeni mi?", Çev.Ruşen Keleş, **İletişim ve Toplum Sorunları**, Yayına Haz.Dr.Oya Tokgöz, UNESCO/Türk Sosyal Bilimler Derneği. Olguç Matbaası. 1983, s.82.

bilgilendirdiklerini ileri sürmekte, ancak bunun yanında görünenin gerçekliğinden kopmayı ve elemeyi olanaklı kılmaktadırlar. Televizyon sohbetlerinin bu denli izleyici bulması belki de günümüz bireyinin gerilimlere gösterdiği bir tepkidir. Televizyonları işgal eden sohbetler ve reality showlar belki de toplumsal olarak dışlanmış bireyler için tedavidir. Dışlanmış ve güçsüz hissedenler bu yayınlarda, en azından tek olmadıkları duygusuyla teselli bulmaktadırlar. Kamusal alanda yaşamın gitgide bastırılmakta olduğu kültürlerde bu yeterli olabilir. Baudrillard'ın da belirttiği gibi, insanlara, aynı zamanda baş eğen ve uyumlu olmaları mesajı da verilmektedir. François Brune'e göre ise bu kültürlerdeki izleyiciler ve tüketiciler aynı anda hem bir pazarlama hedefi olup hem de aktif siyasi bir özne olarak saygı göremezler.²⁴

Büyüme ve yapısal değişim, Batı ülkelerinde yüzyıllar içinde oluşmuştur. Bu ülkelerde, kurumlar ve değer yargıları ile teknolojik ve ekonomik gelişmeler uyum içindedir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde ise teknolojik gelişmelerin, kurumsal değişimlerle paralel gitmemesi toplumsal açıdan sakıncalar doğurmaktadır.

1.2.3. Küreselleşme ve Ulus Devletler

Yaşanan teknolojik ve ekonomik gelişmelerin yeryüzünün tümüne yayılması, küreselleşme kavramını da dünya ülkelerine dayatmaya başlamıştır.²⁵ 1990'larda yüzlerin ticaret, yatırım ve finansa doğru çevrilmesiyle, dünya düzeni ekonomist bir yönelim kazanmış ve küreselleşme terminolojisi iyiden iyiye geçerlilik kazanmıştır.²⁶ Küreselleşme süreci en başta mal ve hizmetlerin üretiminde büyük değişim yaratmıştır. Yeni küresel üretim tarzında ortaya çıkan ürün enformasyondur. Yani ortaya çıkan şey, üründen çok yöntemlerdir. Bu enformasyonel tarz, daha karlı pazarlar açmak için ekonomik süreçleri hızla uluslararası platforma yayarak kapitalizmin başarılı bir şekilde işlemlerini amaçlamaktadır.

Kamu hizmeti döneminin demokrasi ve kamu hayatı, ulusal kültür ve kimlik gibi endişeleri yeni medya piyasalarının gelişimini engelleyen etkenler olarak

²⁴ David Morley- Kevin Robins, **Kimlik Mekanları**, Çev: Emrehan Zeybekoğlu, Ayrıntı, 1997, s.259.

²⁵ N.Nur Topçuoğlu, **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, Vadi Yayınları, Ankara, 1996, s.23.

²⁶ R.Falk, **Yırtıcı Küreselleşme**, Çev. A.Çaksu, Küre Yay., İstanbul 2001, s.19.

görülmektedir. Yeni medya düzeninin amacı bu tür tecimsel engelleri ortadan kaldırmaktır. Yığınsal iletim şirketleri, kamusal bir sorumluluk duygusuyla sınırlandırılmadıklarından sadece tüketici taleplerine cevap vermeyi ve tüketicinin seçme talebini azami kılmak istemektedirler. Kazanç ve rekabet mantığıyla hareket eden yeni yığınsal iletim şirketleri, ürünlerini olanaklı olan en geniş tüketici kitlesine ulaştırmak istemektedirler. Bu durum sürekli genişlemeci bir eğilim yaratır ve durmaksızın genişletilmiş görsel-işitsel alanlar ve piyasalar kurulmasını kışkırtır. Tecimsel stratejinin yeniden örgütlenmesinin önündeki irrasyonel engeller olarak görülen ulusal sınırlar ve engellerin yıkılması zorunlu hale gelir. Görsel-işitsel coğrafyalar böylece ulusal kültür sembollerinden uzaklaşmakta ve uluslararası tüketici kültürünün evrensel ilkeleri temelinde yeniden düzenlenmektedir. İthal programların serbest ve engelsiz dolaşımı yani sınırları olmayan televizyon, yeni düzenin en büyük hedefidir. Bu hedefin ulaşmak istediği son nokta, küresel programlar ve küresel piyasalar oluşturulmasıdır. Şimdiden bu hedefi gerçekleştirmeye çalışan küresel şirketlerin hakimiyeti görülmektedir. Yeni yığınsal iletim düzeni, artık küresel bir düzen haline gelmeye başlamıştır.²⁷

Günümüzde uluslararası şirketler, ulus devletlerin kültürel ve tecimsel egemenliklerini tehdit eder duruma gelmiştir. Yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler sayesinde iletişim, kültürel sınırların bölgesel özelliğini ortadan kaldırmış, imge akışı sınırlardan duraksamadan geçer olmuştur.²⁸

Küreseleşmenin ulus devletlerin fiziki sınırlarını anlamsız hale getirdiği düşünülebilir. Ekonomik alandaki gelişmelerin dünyayı giderek tek pazar haline getirmesi, teknolojik sıçramaların bu süreci hızlandırarak iletişim alanındaki yeniliklerin önünü açması ile birlikte yaygın ve hızlı iletişimin, kültürel farklılıkları aşındırdığı yorumları bu düşünceyi doğrular. Bu görüş sahiplerine göre, ulus devletler küreselleşmenin karşısında direnmekte zorlanmaktadır.

²⁷ Morley- Robins, **a.g.e.** , s.30.

²⁸ Alan Tomlinson, "Introduction : Consumer Culture and the Aura of the Commodity", Ed. By. Alan Tomlinson, **Consumption, Identity and Style**, London, Routledge, 1990, p.14-17.

Küreselleşme ile birlikte dünyada ulus devlet anlayışının önemini kaybettiği, enternasyonalist ve çoğulcu devlet anlayışının giderek evrensellik kazandığı görülmektedir. Bir başka ifadeyle, ulus kavramı önemini giderek kaybederken, vatandaşlık kavramı önem kazanmaktadır.

Ian Clark ise bu görüşe katılmaz. Daha daha iyimser yaklaşan Clark, ulus devletlerin küreselleşme karşısında ezilmediğini hatta küreselleşmeyi şekillendirebildiklerini söyler. Ulus devletler, kültürlerini küreselleşmeden korumak için çeşitli önlemler alabilirler. Yazara göre küreselleşme – ulus devlet ilişkisinde bir tarafın kazancı diğer tarafın kaybı değildir. Küreselleşme, ulus devletlerin görevlerini yerine getirmesine engel olmamakla birlikte günün şartlarına uygun olarak bu görevlerin niteliklerinde değişiklik olabilir.²⁹

Küreselleşmenin mutluluk mu yoksa mutsuzluk mu getirdiği tartışılrsa da, küreselleşme, dünyanın kaçamayacağı kaderi ve geri dönüşü olmayan bir süreçtir.³⁰

1.2.3.1. Batı'nın Kültürel Yayılmacılığına Eleştiriler

Evrensel medeniyet kavramı, batı medeniyetinin belirgin bir ürünüdür. Batı, modernlik kültürünün elde edilmesinde öncü olmuştur.³¹ Kitle iletişim araçlarının bulunmadığı dönemlerde bile ulusal sınırların kültürlerin yayılması üzerinde sınırlayıcı bir yaptırım olamamıştır. Küreselleşme süreci her ne kadar modernlikten önce başlamış olsa da, günümüzde yaşanan küreselleşme daha çok modernliğin bir sonucudur.³² Günümüzde ise Batı'dan gelişmekte olan ülkelere doğru tek yönlü bir ileti akışı söz konusudur. Gelişmiş ülkelerin yığınsal iletim tekelleri, uluslararası ölçekte çokuluslu şirketlere dönüşerek, gelişmekte olan ya da az gelişmiş bölgelerin

²⁹ Ian Clark, **Globalization and Fragmentation: International Relations in the Twentieth Century**, Oxford University P., New York 1997, p.10.

³⁰ Zygmunt Bauman, **Parçalanmış Hayat**, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2001, s.7-8.

³¹ Samuel P.Huntington, **Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması**, Çev. Mehmet Turhan-Y.Z.Cem Soydemir, OkuyanUs Yayın, İstanbul, 3. Baskı, Mart 2004, s.86-89.

³² Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları**, Çev.E.Kuşdil, Ayrıntı Yay., İstanbul 1997, s. 65-66.

yöresel ve ulusal kültürleri üzerinde büyük sorunlara neden olmaktadır.³³ Bu tek yönlü kültürel yayılma, gelişmekte olan ülkelerde kültürel kimliklerin kaybolmasını ve kültür yozlaşmasını beraberinde getirmektedir.

İranlı iletişimci Majid Tehranian ise, teknolojinin akıl almaz gelişimi sonucu oluşan kitle iletişiminde izleyicilerin yönlendirilmeye yatkın yığınlar haline geldiğini öne sürer. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, tek yönlü iletişimle birlikte izleyicilere duygusal, düzeysiz, ucuz ve basit içerikli yayınların aktarılması, bu ülkelerin kültürü üzerinde son derece olumsuz etki yapmıştır. Tehranian, Batı ile özdeşleştirilen modernleşmenin, farklılıkları ortadan kaldırarak kültürde türdeşleşmeyi getirdiğinin altını çizer. Buna karşı çözüm olarak ise modernleşmenin insanileştirilmesi ve farklılıkların korunmasını gösterir.³⁴

Farklı kültürel sistemler, günümüzde yaşanan evrensel birleşme sürecine dahil olma yolundadırlar. Ancak bu birleşme süreci, kültürleri kendi yerel ve asıl anlamlarından farklılaştırırken, küresel anlamda da bir aynılışmayı doğurmaktadır. Kültürel ve ulusal farklılıklar ortadan kalkmaktadır. Farklı kültürel yapıların yok sayılması, küresel anlamda ortak kültürel zenginliğin kaybolmasına neden olmaktadır.

Tabii oldukları bütün uluslararası akışların yadsınamaz şekilde hızlanmış olması, ulus devletlerin küreselleşmeye karşı koymalarını olanaksız kılmıştır.³⁵

Bretherton'a göre küreselleşme teknolojik değişim, küresel bir ekonominin oluşması, siyasi küreselleşme ve düşünsel küreselleşme olmak üzere dört aşamada incelenebilir. Küreselleşme için, sorunların içerik olarak küresel kabul edilerek,

³³ Ersan İlal, **İletişim, Yıgımsal İletim Araçları ve Toplum**, Der Yayınları, 2. Basım, İstanbul 1991, s.30.

³⁴ Majid Tehranian, "Modernleşmenin Laneti-Modernleşme ve İletişimin Diyalektiği", Çev.Nermin Abadan Unat, **İletişim ve Toplum Sorunları**, Yayına Haz.Dr.Oya Tokgöz, UNESCO/Türk Sosyal Bilimler Derneği, Olgaç Matbaası. 1983, s. 85-104.

³⁵ Çağlar Keyder, "Sonuç", **İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında**, Der. Çağlar Keyder, Metis Yayınları, İstanbul 2000, s.223.

küresel çözümler gerektirdikleri ve çözüm için küresel ve uluslararası organizasyonlar gerekli olduğunu kabullenmek gerekir.³⁶

Jan Scholte'ye göre özellikle gelişmiş ülkeler, yani Batı, küreselleşmenin etkisiyle ulusal hedeflerinin yanında, sınırlarının ötesinde de birtakım yayılcı hedefler belirlemeye başlamışlardır.³⁷

Sebepler ve sonuçları ne olursa olsun, küreselleşme çağımızda karşı konulamaz ve her toplumu derinden etkileyen bir gerçekliktir. 1980'lerden itibaren üretim sürecinin yeniden örgütlenerek, pazarın yapısında yaratılan değişikliklere, kapitalizmin yeniden yapılanma döneminde küreselleşme denmektedir.³⁸

Baudrillard, küreselleşmeyi pornografiye benzetirken, -uygunsuz da olsa- sınırsız pazarlama ve iletişim ve etkileşim kavramlarının egemen olduğu küreselleşmenin, demokrasi, insan hakları, özgürlükler, kültür gibi değerlerin egemen olduğu evrenselliği yok etme yolunda olduğunu ileri sürer.³⁹

Büyük kapitalist devletlerin, küreselleşme adıyla yürüttükleri ekonomik, politik ve kültürel işbirliği çabalarının temelinde, dünya ülkelerinin kapitalist sistemin parçası haline getirebilme amacı yatmaktadır.⁴⁰ Devletlerarası ilişkilerin yerini günümüzde küresel ekonomik sistemin belirleyici gereklilik ve etkileri almıştır.

Küresel kitle kültürü, Batı merkezli olmaya devam etmektedir. Batı teknolojisi, sermayenin yoğunlaşması (tekelleşmesi), tekniklerin yoğunlaşması, Batı toplumlarının öyküleri ve görselliği ve benzer unsurlar, küresel kitle kültürünün

³⁶ Clark, A.e. , s.20-22.

³⁷ John Baylis-Steve Smith, **The Globalization Of World Politics**, Oxford University P., New York 2001, s.23.

³⁸ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, 1.Baskı, Mayıs 2001, s.95.

³⁹ Jean Baudrillard, **Tam Ekran**, Çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yay., İstanbul 2001, s.119-120.

⁴⁰ Mesut Önen, **Uluslararası İlişkiler Dersleri**, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2.Bası, İstanbul 1988, s.77.

yönlendirici güç kaynağı olmayı sürdürmektedir.⁴¹ Ancak, Batı ülkelerinde yalnız özgür haber akışımından söz edilirken, bunun dengeli olması gerektiğinden bahsedilmemektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yıkıldığı varsayılan sömürgecilik düzeninin yerini, günümüzde yeni sömürgecilik düzeni almıştır. Güçlü yığınsal iletim araçlarına sahip Batı'dan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru olan tek yönlü, dengesiz haber akışı ise yeni sömürgecilik düzeninin bir yayılma aracıdır.⁴²

Küreselleşmenin dünya ekonomisini birbirine bağlayarak devletlerin birbirinden tamamen bağımsız hareket etmelerini sınırlandırmasının, dünya siyasal düzenine olumlu etkileri olmuştur. Ancak küreselleşme ülkelerarası etkileşimi artırdığından, özellikle az gelişmiş ülke ve bölgelerin ekonomik krizler ve zorluklardan etkilenmesini kolaylaştırmıştır. Küreselleşme iletişimi artırırken kolaylaştırmış ve bunun sonucu olarak da küresel bir kültür ortaya çıkmıştır. Yerel kültürler artık küresel anlamda da kendilerini ifade edebilirlerken bunun aksi olarak modern iletişimin sağladığı tüm olanakları kontrollerinde tutan gelişmiş ülkelere ait kültürlerin dünya ölçeğinde yerel kültürler üzerinde baskı oluşturabildiği görülmektedir. Soğuk savaşın sona ermesinin ardından, küreselleşmenin olumlu bir sonucu olarak, oluşabilecek tehditlerin de küresel ölçülerde olduğu ve devletlerin ancak koordinasyonla bu tehditlerin üstesinden gelebileceği kabul edilmektedir. Bu sayede tehdit ve güvenlik kavramları, devletler ve uluslararası kurumlar seviyesinde yeniden tanımlanmaktadır.⁴³

Günümüzde Kültür endüstrisi, özellikle de televizyon teknolojisinin oynadığı rol, kitleleri kapitalist tüketim toplumunun yapısına uyumlu kılmak olarak görülür.⁴⁴

⁴¹ Stuart Hall, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, Edit. A.D.King, Çev. G.Seçkin-Ü.H.Yolsal, Bilim ve Sanat Kitabevi, Ankara 1998, s.47.

⁴² Rafet Genç, "Kitle İletişim Araçları Evrensel Bildirgesi ve Yeni Uluslararası İletişim Düzeni", **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980, s. 20.

⁴³ Özden Umut Akbaş, "Küreselleşen Dünyada Türkiye: Yerel Lider Küresel Takım Oyuncusu", **Bizim Avrupa'da AB**, Nisan 2003, (çevrimiçi) <http://www.bizimavrupa.com/at.html> 28.04.2006

⁴⁴ İlal, a.g.e. , s.21.

Kültür, toplumların gereksinimlerini karşılayan, doyum sağlayan, bütünleştiren ve sürekli değişen tarihi bir süreçtir. Bir toplumun sosyal, ekonomik ve hukuki yapısı sahip olduğu kültürle biçimlenir. Kültürün toplumların yaşamında bu kadar etkin bir rol oynaması, hatta yaşamın kendisi anlamına gelmesi, doğal olarak, dikkatleri, kültürün biçimlenmesinde, değişmesinde ya da yozlaşmasında önemli bir rol oynayan televizyon üzerinde toplamaktadır.

Günümüzün en etkin kitle iletişim aracı durumuna gelen televizyon, içinde bulunduğumuz sınırsız enformasyon çağında güçlüden güçsüze doğru tek yönlü akan ve hemen hemen aynı fabrikadan çıkan ileti bombardımanlarıyla kültürel farklılıkları azaltmakta, toplumları Batı değer yargılarıyla türdeşleştirmektedir. Ancak bu türdeşleşme gelişmişlik düzeyine ulaşmak değil, özgün kültürlerin yabancı TV imgeleriyle değişmesi, bozulması ya da yok olması anlamına gelmektedir.

Bunun aksini savunan kuramlar da ortaya atılmıştır. Bu kuramlara göre, izleyici edilgen değildir; kendi kültürü yabancı iletiler karşısında bir süzgeç hatta bir tampon görevi görerek doğrudan etkilenmesini engeller.

Bu açılardan bakılınca televizyon, her şeyi kapsayan bakışıyla bizleri dünyanın görsel-işitsel efendileri haline dönüştürür.⁴⁵

Televizyon, bizleri dünyayla hep yakın ilişkide tutar. Ancak eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisidir ve kimi durumlarda bu bir sorun olabilmektedir.⁴⁶

Küreselleşmenin olumlu kabul edilebilecek bir yanı ise, iletişimi artırarak küresel bir kültürün oluşumuna yaptığı katkıdır. Küresel düşünüp yerel hareket etmek anlayışının gelişmesinde modern iletişim olanaklarının etkisi görmezden gelinemez.⁴⁷ Bu konu, daha çok uzun yıllar araştırılacak ve değişik ortamlarda farklı

⁴⁵ Morley- Robins, **a.g.e.** , 1997, s.180.

⁴⁶ Neil Postman, **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Çev. Osman AKINHAY, Ayrıntı Yayınları, Ocak 1994, s.99.

⁴⁷ Özden Umut Akbaş, “Küreselleşen Dünyada Türkiye: Yerel Lider Küresel Takım Oyuncusu”, **Bizim Avrupa’da AB**, Nisan 2003, (çevrimiçi) <http://www.bizimavrupa.com/at.html> 28.04.2006

bireylerden değişik sonuçlar alınacaktır. Henüz kitle iletişimi ve kültürel değişim konusunda her koşula uygun kesin bir kuram ortaya atılmamıştır.⁴⁸

⁴⁸ Tekinalp, **a.g.e.** , s. 15.

2. Avrupa Birliği'nde, Kùltür ve Görsel-İşitsel Politika

Avrupa Birliği kùltür politikası, ulusal kùltürlerin korunması ve ortak bir Avrupa kùltürü geliştirilmesi arasındaki dengeye dayanmaktadır. Kùltürler arasında kaynaşmanın sağlanması, diyaloğun artırılmasına, farklı toplumlar ve bireyler arasında anlayışın geliştirilmesine ve bu farklı kùltürler arasında saygı ve hoşgörünün varlığına, üye ve aday ÷lkeler arasında sağlam bir ortaklığın kurulabilmesine, karşılıklı alışveriş ve anlayışın güçlendirilmesine bağlıdır.⁴⁹

Kùltürlerarası karşılıklı değişimler, Avrupa Birliği'nin gerçekleştirmek istediği bütünleşmenin en önemli anahtarları olacaktır. Kùltür ve medya alanlarındaki Birlik Programlarına üye ÷lke haklarının etkin katılımları, bütünleşme sürecinin tamamlanabilmesi için atılacak en büyük adımlardır.

Hayatın her alanında olduğu gibi, eğitim ve kùltürde de görselliğin egemen olduğu çağımızda görsel-işitsel etkinlikler, Avrupa Birliği'nin kùltürel hedeflerini gerçekleştirmede en önemli araçlardır. Kùltür 2000 ve MEDIA Plus Programları, Birlik programları içinde, Avrupa vatandaşlığı bilincinin üye ÷lke halklarının zihinlerine yerleştirilmesinde başrolü üstlenecektir.

2.1. AB' nin Ortaya çıkış nedenleri

Avrupa kıtasında bir birlik oluşturma fikri 14. yüzyıldan beri tarihçiler, filozoflar, hukukçular ve siyaset adamları için cezbedici olmuştur. I.Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa'da bir Birlik oluşturulmasına yönelik ciddi görüşler ortaya çıkmasına rağmen bunların olgunlaşp benimsenmesi ancak II. Dünya Savaşı sonrasında olanaklı olmuştur. Bu sürecin ilk sonucu, siyasi temelli ve insan haklarını

⁴⁹ Erdal Kabatepe, "Avrupa Birliği- Kùltürler Kaynaşması", **Bilim ve Akıl Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Ocak 2003, Yıl 3, Sayı 35.
(çevrimiçi) <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi35/kabatepe.htm> (16.06.2006)

koruma, çoğulcu demokrasiyi sağlama amaçları üzerine kurulmuş bir uluslararası örgüt olan Avrupa Konseyi'nin 1949 yılında Strazburg'da kurulması olmuştur.⁵⁰

Avrupa Birliği, 18 Nisan 1951'de Federal Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg'un biraraya gelerek Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nu kurmalarıyla başlamış olan bir devletlerüstü entegrasyon sürecidir.⁵¹ Avrupa Topluluğu'nda tek para birimi ve ortak bir merkez bankası sistemine dayalı bir "ekonomik ve parasal birlik" ile ortak dış politika ve savunma politikası perspektiflerine dayalı "siyasi birlik" kurulmasını öngören Avrupa Birliği'ni kuran antlaşma ise (Maastricht Antlaşması) 7 Şubat 1992 tarihinde imzalanmış ve 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir.⁵²

Avrupa Birliği, üye ülkeler arasında ekonomik, siyasi ve kültürel bütünleşmenin inşa edilmesine dayanır.

Uluslararası örgütlerde uygulanan temel ilkelere birisi, ister küçük, ister zayıf, ister güçlü olsun, tüm devletlerin hukuksal eşitliği ilkesidir.⁵³

Avrupa, tarih boyunca siyasi açıdan parçalanmışlığıyla dikkat çekmiştir. II. Dünya Savaşı, milliyetçi düşmanlıkların bir kenara bırakılarak, gelecekte barış ve istikrarın güvence altına alınabilmesi için kıta genelinde geniş kapsamlı bir topluluk kurulması fikrinin doğmasına neden olmuştur.⁵⁴

⁵⁰ **Avrupa Birliği'nin Tarihçesi**, İktisadi Kalkınma Vakfı, (çevrimiçi) <http://www.ikv.org.tr/abtarihce.php> 20.02.2006

⁵¹ Özkan Açıkgoz, "Avrupa Birliği'nde Kültürel Entegrasyon ve Türkiye'nin Durumu", **Stratejik Öngörü Dergisi**, TASAM Yayınları, Sayı 1, Mayıs 2004, s.54.

⁵² **Avrupa Birliği'nin Tarihçesi**, İktisadi Kalkınma Vakfı, (çevrimiçi) <http://www.ikv.org.tr/abtarihce.php> 20.02.2006

⁵³ Önen, **a.g.e.** , s.46.

⁵⁴ Desmond Dinan, **Avrupa Birliği Ansiklopedisi (Encyclopedia of the European Union)**, Çev. Hale Akay ,Kitap Yayınevi, 1. Basım, İstanbul Nisan 2005, I. Cilt, s.115.

Avrupa bütünleşmesi çabalarının yaklaşık yarım yüzyıldır kıta üzerinde önemli önemli ekonomik ve kültürel etkileri olmuş ve bu yolda atılan adımlar küresel anlamda güçler dengesini de değiştirmiştir. Artık ülkeler için mutlak ulusal egemenlik çağı sona ermiştir.⁵⁵

Bütün halinde hareket etme olanağına ve potansiyeline sahip ulus devletlerin birlikte geliştirdikleri dayanışma sürecine bütünleşme diyebiliriz.

Erkal, bütünleşmeyi, işleyen bir bütün ve sosyal sistemin sürdürülebilmesi için sosyal sistemin parçalarının – ki biz burada ulus devletleri kastediyoruz- birbirleriyle uyum sağlamaları şeklinde açıklar.⁵⁶

Avrupa Birliği, güçlü bir Avrupa yaratmak, dolayısıyla ekonomik birlikten yola çıkarak sonunda siyasi birliğe gitmek amacıyla kurulmuştur. Kuruluşundan beri bu amaca yönelik olarak Birliğin tüm etkinlikleri güçlü bir Avrupa ekonomisi ve güçlü bir tek Avrupa pazarını yaratmaya yönelik olmuştur.

Avrupa bütünleşmesinin amacı her zaman Avrupa Birliği'nin kurulması olmuştur. Avrupa Birliği ile ifade edilen bütünleşme süreci, ülkelerin birlikteliğini değil, uluslar ve halkların birliğini sağlamayı amaçlayan faaliyetlere işaret eder. Avrupa Birliği, Avrupa ülkelerinin aralarındaki tarihsel ve ekonomik bağlar, ortak değer ve beklentilerden yararlanarak kendilerine ortak bir gelecek kurmak arzusunun ifadesini bulduğu bir birleşme sürecidir.⁵⁷

Avrupa Birliği'ni oluşumundaki temel değerler kalıcı barış, birlik, eşitlik, özgürlük, güvenlik ve dayanışmanın sağlanmasıdır. Birliğin amacı ise özgürlük ve

55 Pascal Fontaine, **On Derste Avrupa**, (çevrimiçi)
<http://www.maksimum.com/haberler/ozeldosya/126/17542.php?page=2> 12.01.2006
Avrupa Birliği Genel Sekreterliği'nin resmi web sitesinden (<http://www.abgs.gov.tr/>)

⁵⁶ Mustafa E.Erkal, **Sosyoloji (Toplumbilimi)**, Der Yayınevi, İstanbul 1999, s.267.

⁵⁷ Beril Dedeoğlu, "Avrupa Birliği Bütünleşme Süreci I: Tarihsel Birikimler", **Dünden Bugüne Avrupa Birliği**, Der. Beril Dedeoğlu, Boyut Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul Ekim 2003, s.17.

demokrasi ilkelerini koruyarak tüm üye ülkelerde insan haklarına saygı ve temel haklar ile birlikte hukukun üstünlüğü kuralının uygulanmasını sağlamaktır.⁵⁸

2.2. Avrupa Birliği'nin Kültür Politikası

Tarihten alınan dersler ışığında, uluslararası örgütlenmelerde siyasal ve ekonomik bütünleşmelerin sağlanabilmesi için temel şartlardan birisi kültürel bir kimlik ve daha sıkı bir dil birliğinin varlığıdır.⁵⁹ Uluslarüstü örgütlenmelerin bütünlüğünü koruyarak dengeli bir şekilde devamını sağlayan en önemli unsurlar, o uluslar tarafından paylaşılan benzer değerler ve ortak kültürel mirastır.⁶⁰

Avrupa Birliği, II. Dünya Savaşının ardından her alanda zayıf düşmüş olan Avrupa'ya kaybettiği gücünü kazandırmak, Amerika, Rusya ve Japonya gibi süper güçler karşısında ayakta durabilecek güçlü bir ekonomik işbirliği oluşturmak ve bu işbirliğini zamanla siyasi bir birliğe dönüştürecek yeni bir Avrupa'nın temellerini atmak amacıyla kurulmuştur. Ancak Avrupa Birliği'nin bugüne dek daha çok ekonomik ve hukuksal konular üzerinde yoğunlaşmış olması, uzun yıllar etkili önlemler alınmasını ve güçlü Avrupa'nın oluşturulmasında temel araç olan, ortak bir Avrupa kültürü ve felsefesi etrafında toplanan bir Avrupa vatandaşlığı bilinci uyandırılmasını gecikmesine neden olmuştur.

Avrupa Birliği sadece ekonomik bir birlik değil, aynı zamanda temelinde ortak bir kültür akrabalığı bulunan pek çok dil, kültür, zevk ve değer yargılarının oluşturduğu ortak bir kültür mirası ve bir kültür birliğidir. Burada, ortak Avrupa kültürüyle anlatılmak istenen, Avrupa'daki çeşitli kültürlerin uyumlulaştırılmasıyla yaratılacak ortak bir Avrupa kültürü değil, ancak tüm Avrupa ülkelerinin ortak tarihi, dini, coğrafi ve kültürel ilişkilerinin ortak paydalarda buluştuğu ve kökleri Roma ve

⁵⁸ Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu Resmi Sitesi, (çevrimiçi) <http://www.deltur.cec.eu.int> 12.04.2006

⁵⁹ Mircan Yıldız, “Bütünleşme Biçimleri ve Avrupa Birliği” (çevrimiçi) <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ekim99/butun.htm> , 31.05.2006

⁶⁰ Mimar Türkkahraman- Şenol. D.Çevik, “Normatif ve Fonksiyonel Bütünleşme Bağlamında Avrupa Birliği ve Türkiye”, **Yeni Türkiye: AB Özel Sayısı** (36), s.859.

Eski Yunan uygarlığına dayanan ortak bir kültürdür. Bu farklı uygarlıkların, düşünce sistemlerinin, geleneklerin ve değer yargılarının ortak bir Avrupa uygarlığına oluşumuna katkısı, dünyanın en zengin kültür uygarlıklarından birini yaratmıştır. Avrupa Birliği'nin bütünleşme sürecinin tamamlanabilmesi için ekonomik ve siyasi bütünleşmenin ardından son aşama olarak kültürel yapıda bütünleşmenin tamamlanması gerekir.⁶¹ Tabii burada hakim bir kültürün diğer kültürler üzerinde egemenliğinden bahsetmiyoruz. Avrupa Birliği'nde herhangi bir ülkenin kültürü baskın kültür olarak kabul edilemez. Birliğin kültüre yaklaşımı, hemen her bakımdan eşit konumdaki ulus devletlerin kültürlerinin arasında gerçekleştirilmek istenen bir kültürel bütünleşme süreci olarak görülebilir.⁶²

Kuruluşundan bugüne ağırlıklı olarak siyasal ve ekonomik anlamda bütünleşmeyi hedeflemiş olan Avrupa Birliği, bu hedefi gerçekleştirmesinin, üye ülkeler arasında kültürel ve sosyal anlamda bütünleşme sağlanmadan, çok zor olduğu bilinciyle⁶³ üye ülkelerin kültürel farklılıklarını gözeterik, çeşitliliğe saygı prensibiyle bir ortaklık kurmaya çalışmaktadır. Avrupa Birliği, kültür politikasında en belirgin özellik olarak, kültürde ulusallık ve yöreselliğinin mutlaka korunması gerektiğinin bilincinde olarak, kültürleri merkezileştirmemeye büyük bir duyarlılık göstermektedir.

Avrupa Birliği, Avrupa milletlerini bu ortak kültür etrafında toplarken aynı zamanda ulusal ve kültürel değerleri de korumayı amaçlamaktadır.⁶⁴

Avrupa'da entellektüel çevrelerinin tarihi süreç içinde Birleşik Avrupa fikrini olgunlaştırarak günümüze taşımaları, ortak bir Avrupalılık bilincine katkı sağlamış ve Avrupa ülkelerini, aralarındaki kültürel farklılıkları ortadan kaldırmaksızın, ortak bir Avrupa Birliği idealine hizmet edebilecek uluslarüstü bir yapılanmayı arzular hale getirmiştir.

⁶¹ Açıkgöz, a.y. , s.58.

⁶² Açıkgöz, a.y. , s.57.

⁶³ Arzu Kihitir, **Avrupa Birliği'nin Eğitim Politikası**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul 2004, s.2.

⁶⁴ Tekinalp, a.g.e. , s. 24.

Avrupa Birliği'nin kültür politikası, kültürel değerleri koruyarak desteklemeyi ve bu kültürel değerleri ulaşılabilir kılmayı hedeflemektedir. 1992 yılında kabul edilen Kurucu Antlaşmaya dahil edilen kültür konusu, bu dönemden sonra Birlik bünyesinde etkinliklerin yapıldığı öncelikli alanlardan biri olmuştur. Bu Antlaşmada ülkelerin tarihlerine, kültür ve geleneklerine saygı gösterilerek Birliği oluşturan ülkelerin halkları arasında dayanışmanın geliştirilmesi yönündeki niyet ortaya konmuştur.

Avrupa Birliği, siyasi, ekonomik konumunun ve tarihi bağlarının etkisiyle küreselleşen dünyada, bölgesinde liderlik konumundadır. Bölgesindeki pek çok devlet ve birliğin aksine, sahip olduğu istikrarlı iç yapısı, ekonomik gelişmişliği ile Avrupa Birliği, demokrasiye ve pazar ekonomisine henüz geçmeye çalışan devletlere işleyen bir model olarak gösterilebilecek bir birliktir. Küresel ilişkilerin geliştirilmesi ve küresel güvenliğin sağlanmasındaki en önemli engel olan istikrarsızlığın ortadan kaldırılması, AB'nin bölgesinde gerçekleştirmek istediği en önemli hedeflerinden birisidir. Bu görüşlerden yola çıkararak AB'nin küreselleşmeyi destekleyen bir anlayışa sahip olduğu söylenebilir. Günümüzde küreselleşmeyle birlikte birçok kavramın tanımı yeniden yapılmaya başlanmıştır.

Avrupa'yı oluşturan ülkelerin, konumlarından ötürü birçok ortak kültürel özellikler taşıması, küreselleşmeyi kolaylaştıran pozitif bir etki yaratmış ve bu da Avrupa Kıtası'nı küresel bir pazar haline getirmiştir. Küreselleşme, yayılmadaki hızına rağmen, henüz tüm ülkeleri bütünleştiren gerçek anlamda bir birlik halini alamamıştır, çünkü teknoloji ve iletişim alanındaki tüm büyük gelişmelere rağmen, kültürel farklar insanların akıllarında duvarların ve önyargıların yıkılmasına engel oluşturmaktadır.

Dil, edebiyat, tüm sanat dalları, mimari, sinema ve radyo yayıncılığı Avrupa'nın kültürel çeşitliliğinin bazılarıdır. Değişik bölge ve ülkelere ait olmalarına rağmen aslında hepsi Avrupa'nın ortak kültür mirası içinde yer alırlar. Avrupa

Birliği'nin kültür konusundaki en önemli amacı bu çeşitliliği korumak, desteklemek ve bu arada diğerlerine de erişebilir kılmaya çalışmaktır.

Avrupa Birliği, ye ülkelerin kültürel ve sosyal benzerliklerinden yola çıkarak bir kültürel etkileşim ve bütünleşmeyi amaçlamaktadır.⁶⁵

Günümüzde doğrudan yayın uydularının ulaştıkları teknolojik gelişme, coğrafi sınırların yalnızca soyut kavramlara dönüşmesine, kültürlerin evrensel boyutta içiçe girmesine, bunun sonucu olarak da birbirini etkilemesi yahut ortadan kaldırması tehlikesini doğurmuştur. Avrupa Birliği'nin bünyesinde barındırdığı farklılıkları ve kültürel çeşitliliğini korumaya çalışması, sınırlanamayan iletişim çağının açığa çıkardığı bir ihtiyaç olarak karşımızdadır. Avrupa Birliği'nin bu konuda aldığı önlemler, televizyonun kazandığı öneme paralel olarak 1980'lerden itibaren giderek artmaktadır.

Avrupa Antlaşmaları, Birliği oluşturan Avrupa halklarını, ekonomik ve sosyal iyileşmelerini sağlayarak birleştirmeyi hedefler. Bunu hedeflerken her alandaki kültürel motifler dikkate alınmaktadır. Kültür, insanların yaşam biçimleri ve dolayısıyla Avrupa kimliği bilincini belirlemedeki yaşamsal önemi nedeniyle, doğrudan ekonomik ve sosyal gelişmeye yardımcıdır. Bu nedenle, kültürlerin korunması Birliğin temel amaçlarından biridir. Ekonomik gelişmenin başlıca hedefi, insanların yaşam düzeylerini yükselterek, onları refah ve mutluluğa ulaştırmaktır. Ancak bu düzey, yalnızca maddesel planda ilerleme ile gerçekleştirilemez.

1969'dan beri, Birliğin kültür alanında ortak hareket etmesi gerekliliği Birliği oluşturan devlet ve hükümetlerin başkanları tarafından vurgulanmaktadır. Avrupa Parlamentosu bu konuda çeşitli kararlar almıştır. Parlamentonun Kültür Komitesi birçok sorunu belirlemiş ve çözümler önermiştir. Komisyon 1973'de kültürel sorunları ele alacak bir birim oluşturmuş ve bundan sonra bu konuda sürekli yayın yapmıştır. Kültür için bir bütçe ayrılmıştır. 1982 yılında, Birliği oluşturan ülkelerin

⁶⁵ Açıkgöz, a.y. , s.56.

kültür bakanları gayri resmi toplanarak kültür konusunda daha etkin adımların atılması gerekliliğini görüşmüşler ve bu konuda resmi toplantıların düzenlenmesini önermişlerdir. İlk resmi toplantı 1984'de gerçekleştirilmiştir.⁶⁶

Birliğin kültür politikası yalnız kendi bünyesine yönelik değildir. Üye olmayan ülke ve topluluklarla da kültürel işbirlikleri öngörülmektedir. 1975 yılında kabul edilen Lomé Konvansiyonu yoksul Afrika, Karayip ve Pasifik ülkeleriyle Avrupa Birliği'nin kültürel işbirliğini içermektedir. Bu konvansiyon, Avrupa Birliği'nin Kuzey-Güney işbirliği politikasının en önemli araçlarından birisi olarak görülür. Lomé Konvansiyonu daha sonra revize edilmiş ve yerini 2000 yılında Cotonou Anlaşması almıştır.⁶⁷

Avrupa kitap ve filmlerinin üçüncü ülkelerde tanıtımı için üye ülkeler, kendi aralarında işbirliğini artırmanın yollarını aramaktadırlar.

1982'de üye ülkeler, kültürel etkinlikler için kullanılmak üzere, Avrupa Vakfı (European Foundation)' nı kurmuşlardır. Vakfın amaçlarından bazıları Birlik üyesi ülke halklarının birbirlerini daha iyi anlamalarını, Avrupa kültür mirasının bilincine varmalarını, kültürel farklılıklara rağmen ortak kimliğin benimsenmesini ve Avrupa Birliği'ni oluşturma yolundaki ilerlemeleri kavramalarını sağlamak, vakfın hedefleridir. Vakıf, bu amaçla yayınlar yaparak karşılıklı ziyaret programları düzenlemekte, dil öğrenimini yaygınlaştırmakta ve Avrupa kültür mirasının zenginleşmesi ve korunması için çalışmaktadır.

Avrupa Birliği Kurucu Antlaşmasının İlkeler bölümünde, Birliğin üye devlet kültürlerinin geliştirilmesini amaçlayan etkinlikler yapması gereğine vurgu yapılmış ve Antlaşmanın 151. maddesinde ise Topluluğun kültür alanındaki yetkileri belirlenmiştir.

⁶⁶ Tekinalp, a.g.e. , s. 16.

⁶⁷ Dinan, a.g.e. , II.Cilt s.152.

Antlaşmanın devlet yardımlarını içeren 87. maddesinde, Üye ülkeler tarafından kamu kaynakları yoluyla yapılan ve üye ülkeler arasında ticareti etkileyerek rekabeti ortadan kaldıran yardımların ortak pazar kavramına aykırı olduğu belirtilir. Bu maddeye göre, üye devletler arasındaki ticareti etkileyebilecek ve ortak pazardaki rekabetin engellenmesi, kısıtlanması veya bozulmasını amaç edinen veya bu sonucu doğuran teşebbüsler arasındaki tüm anlaşmalar, teşebbüs birliklerinin kararları ve birlikte davranışlar ortak pazarla bağdaşmazlar ve yasaktır.⁶⁸

Antlaşmada üçüncü bendinde ise kültürün geliştirilmesi ve mirasın korunmasını amaçlayan yardımların rekabeti ortadan kaldırmadığı ve ortak pazara aykırı olmadığı belirtilir.

Antlaşmanın Başlık 12 bölümünde ise tamamen kültür konusunu içeren hükümler vardır. Bu bölümde yer alan 151. madde şu ifadeleri içerir:⁶⁹

1. Birlik, ortak kültür mirasını da dikkate alarak, üye ülke kültürlerinin, ulusal ve bölgesel çeşitliliklere saygı kapsamında yaygınlaşmasına katkıda bulunur.
2. Birlik etkinliği, şu alanlarda üye ülkeler arasında işbirliğini teşvik ederek, gerektiğinde etkinliklerini desteklemeyi amaçlar:
 - Avrupa halklarının kültür ve tarihlerinin tanıtılarak yaygınlaştırılması,
 - Avrupa için önemli olan kültürel değerlerini korunması,
 - Tecimsel olmayan kültürel alışveriş,
 - Görsel-ışitsel sektörü de kapsayacak şekilde, sanatsal ve edebi eserler yaratılması.
3. Birlik ve üye ülkeler, üçüncü ülkeler, uzman uluslararası örgütler ve özellikle Avrupa Konseyi ile kültür alanında işbirliğini desteklerler.
4. Birlik, bu Antlaşmanın diğer hükümleri uyarınca yapacağı etkinliklerde, özellikle kültürel çeşitliliği gözeterek geliştirmek için kültürel unsurları dikkate alır.

⁶⁸ Ercüment Tezcan, “Avrupa Birliği Rekabet Politikasının Hukuksal Boyutu”, **Dünden Bugüne Avrupa Birliği**, Der. Beril Dedeoğlu, Boyut Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul Ekim 2003, s.201.

⁶⁹ Hasan Turgay Tursun, **Avrupa Birliği'nin Kültür ve Görsel-İşitsel Politikası ve Türkiye'nin Uyumunu**, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İstanbul 2004, s.7.

5. Konsey, bu maddede değinilen hedeflerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla:

- 251. maddede öngörülen usule göre ve Bölgeler Komitesi'ne danışarak, üye ülkelerin yasa ve düzenlemelerinin uyumlu hale getirilmesi dışında, destekleyici önlemleri belirler. Konsey 251. Maddede öngörülen usule göre oybirliğiyle karar alır,
- Komisyon'un önerisiyle, oybirliğiyle önerilerde bulunur.

Birliğin kültürel alandaki etkinliklerinin amaçları şöyle tanımlanabilir:

1. Kültürel mal ve hizmetlerle sanatçıların serbest dolaşımını sağlamak ve bu alanda serbest girişimi desteklemek,
2. Sanatçıların koşullarının iyileştirilmesini sağlamak,
3. Kültür izleyicisinin sayısını çoğaltmak,
4. Birliğin kültür mirasını korumak,
5. Avrupa Birliği halklarını ortak kültür mirası konusunda bilinçlendirmek.

Avrupa Topluluğu'nun genel kültür politikası içinde, gençlerin eğitimi, çevre korunması ve tüketicinin bilinçlendirilmesi, kadın hakları, dünya açlık problemine bakış açısı da çok önemli bir yer tutmaktadır.⁷⁰

Başka ülkelerde eğitim, öğretim ve çalışma kültürlerarası anlayışa büyük katkıda bulunmaktadır. Her yıl çok sayıda Avrupa Birliği vatandaşı, farklı kültürleri tanıma imkanı sunan ve AB tarafından desteklenen sınırötesi programdan faydalanmaktadır. AB eğitim programları, Birlik üyesi ülkeler arasında bireylerin, bilginin ve deneyimin serbest dolaşımını ve karşılıklı değişimini sağlar. Eğitim programları ile, geleceğin Avrupasını kuracak gençler, Avrupa bilincine sahip ve Avrupalılık fikrini özümsemiş bireyler olacaktır.⁷¹ AB aynı zamanda üye ülkelerdeki

⁷⁰ Tekinalp, a.g.e. , s. 17.

⁷¹ Arzu Kihitir, **Avrupa Birliği'nin Eğitim Politikası**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul 2004, s.4.

ulusal eğitim ve öğretim kalitesinin yükseltilmesi için yapılan çalışmaları teşvik eder, çünkü bu alanlar iş ve dolayısıyla ortak gelişme için çok önemlidir.

Avrupa Birliği, ekonomik ve sosyal önlemlerin yanında, geleceğin Avrupasını oluşturacak bu gençlerde ortak bir Avrupa bilincininin yerleştirilmesi için çalışmaktadır. Bu bilinci yerleştirmek için, çeşitli dil öğrenimi programları, karşılıklı ziyaret programları, okul ve üniversitelerde eğitim programları düzenlemekte, aynı zamanda Birliğin çalışmalarını çeşitli yayınlarla tanıtarak pekiştirmeye çalışmaktadır. Böylece, gençlerin ortak bir Avrupa kimliği etrafında kenetlenmelerini sağlamak için uğraşmaktadır.⁷²

Dikkatlice bakıldığında, Birliğin yapmakta olduğu ve yapacağı sosyokültürel etkinliklerin birleştirici ve sadece Birlik ülkeleri için değil, aynı zamanda bütün insanlığa yararlı olduğu görülebilir. Bu etkinlikleri destekleyen başlıca unsur olan eğitim, küreselleşmenin yaşandığı günümüzde sadece ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamak için değil, demokrasi ve insan hakları için de eğitim olmak zorundadır.⁷³ Ancak günümüzde yaşanan kimi krizlerde Avrupa Birliği'ni oluşturan ülkelerde milliyetçiliğin neden olduğu dağınık görüntü, insan hakları ve kendinden olmayan kültürlere saygı esasına dayalı olması hedeflenen ortak Avrupa bilincinin henüz Avrupa halklarının zihinlerinde yerleştirilemediğini göstermektedir.

2.2.1. Avrupa Birliği Kültürel Programları

Avrupa Birliği, yaratıcı projeler ve kültürel etkinliklerin desteklenerek kültürün korunması ve yaşatılmasına destek amacıyla, 1990 yılında Avrupa Platformu adıyla bir girişimde bulunmuştur. 1990-1995 yılları arasında 518 kültür projesine bu girişim sayesinde destek verilmiştir. Sanat eserlerinin meydana getirilmesi ve işbirliğinin teşvik edilmesi, kültürel faaliyetlerin daha etkin bir

⁷² **Direction Générale de l'Éducation et de la Culture** (çevrimiçi)
http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture 31.05.2006

⁷³ Milli Eğitim Bakanlığı, **Milli Eğitim Politikaları ve Şuralar (araştırma)**, Haz: MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Şura Genel Sekreterliği, Ankara, MEB Yayını, 1996, s.1.

biçimde desteklenmesi ve Avrupa mirasına halkın erişiminin kolaylaştırılması amacıyla, 1994 yılında programda bazı değişiklikler yapılmıştır. Komisyon, 1990-1996 yılları arasında Avrupa’da kitapların yaygınlaştırılması ve çevirisi konusunda pilot uygulamalar gerçekleştirerek, birçok proje veya çeviri çalışmalarına destek vermiştir. Bu uygulamaların başarısı, 1996-2000 yılları arasında üç program uygulanmasını sağlamıştır:

- Kaléidoscope Programı (1996–1998) sanatsal ve kültürel eserlerin meydana getirilmesini ve işbirliğinin artırılmasını teşvik etmiştir.

1996 yılında Kaléidoscope ismini alan program, Birlik üyesi en az üç devleti ilgilendiren sanatsal ve kültürel etkinliklerin desteklenmesi amacını taşır. Kaléidoscope programı sayesinde Avrupa Topluluğu Gençlik Orkestrası, Avrupa Kültür Şehri ve Avrupa Kültür Ayı gibi mevcut projeler yanında, geniş ölçekli bazı etkinliklere de finansman sağlanmıştır.⁷⁴

- Ariane Programı (1997-1998) kitaplar, çeviri ve okuma konularına destek sağlamıştır.
- Raphaël Programı (1 Ocak 1997-31 Aralık 2000) Avrupa açısından anlam ve önemi olan projeleri desteklemeyi hedeflemiştir.

1999 yılında, Kurucu Antlaşma’nın 151. maddesine dayanılarak, halen yürürlükte olan Kültür 2000 Programı’nın hazırlıklarına başlanmış ve program oluşturulmuştur. 2004 yılında Kültür 2000 Programı’nın uygulama süresi, 31 Aralık 2006’ya uzatılmış ve bütçesi 236.5 milyon euro olarak değiştirilmiştir.⁷⁵

⁷⁴ Dinan, **a.g.e.** , II.Cilt s.68.

⁷⁵ Tursun, **a.g.e.** , s.9.

2.2.2. Kùltür 2000 Programının Hedefleri

Raphael, Kaléidoscope ve Ariane programları kapsamındaki faaliyetleri bünyesinde toplayan, yedi yıllık bir dönem (2000-2006) için uygulamaya konulan ve Avrupa halklarının ortak kùltür alanlarının geliştirilerek desteklenmesini hedefleyen Kùltür 2000 Programının amaçları şöyle sıralanabilir:

- Kùltürel diyaloğun ve Avrupa halklarının kùltür ve tarihine ilişkin ortak bilgilerin geliştirilmesi,
- Sanatçılarının ve eserlerinin dolaşımaları ve yaratıcılıklarının teşvik edilerek kùltürün ulus ötesi alanda yaygınlaştırılmasının sağlanması,
- Kùltürel farklılıkların önemsenererek, yeni kùltürel ifade şekillerinin geliştirilmesi,
- Avrupa'nın tarihsel ve kùltürel mirası konusunda Birlik vatandaşlarının bilgilendirilmesi, ortak kùltür mirasının Avrupa düzeyinde paylaşımı ve öne çıkarılması,
- Avrupa kùltürü ile Avrupalı olmayan kùltür arasında karşılıklı değişimin geliştirilerek kùltürlerarası diyaloğun sağlanması,
- Kùltürün ekonomik bir faktör, sosyal bütünleşme ve vatandaşlık bilincinin oluşmasının bir aracı olarak tanınarak, sosyal ve ekonomik kalkınmada kùltürün öneminin gözardı edilmemesi,
- Avrupa Birliği vatandaşlarının kùltüre erişim ve katılımının sağlanması.

Komisyon, Kùltür 2000 Programının uygulama sürecinde, Avrupa Birliği'nin kùltür alanındaki politika ve etkinlikleri ile üye devletlerin işbirliği ve uyumunun devamlılığını sağlar.⁷⁶

⁷⁶ Dinan, a.g.e. , II.Cilt s.130.

Kültür 2000 Programı kapsamında projelerin desteklenebilmesi için, programa katılan en az 3 devleti kapsamlı ve 1 yıl (3 yıla kadar uzatılabilir) süreli olmalıdır. Desteklenen bu faaliyetler özgün ve deneysel olmalı ve⁷⁷

- Kültüre erişim ve katılımın sağlanması,
- Geleneksel kültürün yanında yeni imgelerin oluşturulmasını,
- Okumanın geliştirilmesini,
- Ortak kültür mirasının korunarak paylaşım ve işbirliğinin desteklenmesini,
- Multimedya eserler oluşturularak sanatsal üretim ve ortak kültür mirasına erişimin kolaylaştırılmasını,
- Özellikle gençlerin toplumla bütünleşmesi için çalışan kültürel ve sosyokültürel taraflar arasında işbirliğinin sağlanmasını,
- Farklı kültürler arasında diyalog çabalarının teşvik edilmesini,
- Bilgi teknolojileri sayesinde kültürel etkinliklerin yaygınlaştırılmasını hedeflemelidir.

Kültür 2000 Programı kültürel programları destekleyerek işbirliklerini teşvik eder. Program kapsamında kültürel işbirliği anlaşmaları yoluyla da mali destek sağlanabilmektedir. Bu anlaşmalar, yeni iletişim teknolojileri kullanılarak tek bir kültür alanında (dikey faaliyet şeklinde) birçok sektörü ilgilendirecek bütünsel etkinlikler içeren ulus ötesi faaliyetler olmalıdır. Bu etkinlikler

- Sanatçılar ile kültürel eser ve etkinliklerin ortak üretim ve dolaşımını sağlayarak erişimi kolaylaştırmalı,
- Yeni teknolojilerin kullanımı yoluyla ilgililerin eğitimi ile uygulama alanlarındaki bilgi ve becerilerinin paylaşımını sağlamalı,
- Kültürel bölge ve anıtların geliştirilmesine yardımcı olmalı,

⁷⁷ **Culture 2000 Présentation de la Commission Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 14.02.2006

- Vatandaşlık bilincinin pekiştirilmesine yönelik araştırmalara destek vermeli,
- Ortak kültür mirası ile kültürel farklılık ve çok dilliliği ne çıkarmalıdır.

Sunulan projeler, Birlik'ten mali destek alabilmek için Kültür 2000 Programı'na katılan en az 5 devletin katılımını sağlamalıdır.

2.2.3. Özel Kültürel Etkinlikler

Bu etkinlikler, Birliğe ye ülke halklarının kültürel farklılıklarını tanıtırken aynı zamanda uluslararası diyalogu geliştirmeli ve farklı kültürleri buluşturmayı amaçlamalıdır. Bu etkinlikleri şöyle sayabiliriz:⁷⁸

- Avrupa kültür ayı,
- Avrupa kültür başkenti,
- Ortak kültür konusunda farkındalığı artırmayı amaçlayan sempozyumlar,
- Birlik vatandaşlarının erişiminin sağlandığı ortak kültür mirasını vurgulayan eğitsel ve sanatsal çalışmalar,
- Özellikle gençlerin sanatsal yeteneklerinin ne çıkarılabilmesi amacıyla Avrupa dlleri uygulamaları,
- Avrupa kültür mirasının korunmasına yönelik projeler.

2.2.4. Birlik Kültürel Alanlarının Birbiriyle Uyumluştırılması

Avrupa Komisyonu, ortak hedefe yönelik sektörler ve kültürel olaylar arasında koordinasyonu sağlar. Bu sektörler şunlardır:⁷⁹

⁷⁸ **Culture 2000 Prsentation de la Commission Europenne** (evrimii)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 14.02.2006

- Kültürel turizm yoluyla kültür ve turizm sektörleri arasında işbirliğinin sağlanması,
- Görsel-işitsel alanda çalışmalar yapılan okullarda gerçekleştirilecek sunumlar yoluyla kültür ve eğitimin gençlerle buluşturulması,
- Kültür alanında iş olanakları yaratılarak istihdamın artırılması,
- Kültür ve dış ilişkiler,
- Birlik bünyesinde kültürel istatistik,
- Kültür ve iç pazar,
- Kültür ve araştırma,
- Kültürel ürünler yoluna kültür ihracı.

2.2.5. Programı Desteklemeye Yönelik Eylemler

Komisyon, Kültür 2000 Programı'nın uygulanması aşamasında teknik destek kuruluşlarından da yardım alır. Bu amaçla uzmanlardan faydalanır. Bunun yanında, programın uygulanmasına katkıda bulunmak ve bilgilendirmeyi sağlamak için çeşitli seminer ve yayınlar gerçekleştirmektedir.

Kültür 2000 Programı'nın uygulanmasında çeşitli alan ve kurumlar arasında, bilgi değişimi ve paylaşımı büyük önem taşır. Bu alanlar şu şekildedir:⁸⁰

- Programın tanıtımı,
- Bilgilerin etkin paylaşılmasının sağlanarak, programa erişimin kolaylaştırılması ve program etkinliklerine katılımın teşvik edilmesi,

⁷⁹ **Culture 2000 Présentation de la Commission Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 14.02.2006

⁸⁰ **Culture 2000 Présentation de la Commission Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 14.02.2006

- Kùltür sektörüne destek sağlayan kurumlar arasında etkili bir bağlantının kurulması yoluyla Kùltür 2000 Programı ile ulusal destek tedbirleri arasında bütunleyici bir baę oluşturulması,
- Kùltür 2000 Programı'na katılan taraflar ile kùltürel projelere açık olan diğer topluluk programlarına katılan taraflar arasında temas ve bilgi değişimi olanaklarının sağlanması.

2.2.6. Program Bütçesi

Desteklenen projelere mali kaynaklar şu şekilde paylaştırlır:⁸¹

- Yenilikçi ve deneysel faaliyetler: Yıllık bütçenin en çok %45'i,
- Bütunleşik eylemler: Yıllık bütçenin en az %35'i,
- Özel kùltürel etkinlikler: Yıllık bütçenin yaklaşık %10'u,
- İşbirlikleri ve diğer harcamalar: Yıllık bütçenin yaklaşık %10'u kadar olmalıdır.

2.3. Görsel İşitsel Yayınlarda Kùltür Politikası

Avrupa'da yaklaşık bir milyonu aşkın kişi görsel-işitsel sektörde istihdam edilmektedir. Günümüzde, iletişim ve bilgi edinmede temel kaynak televizyondur. Görüntülü medya yani televizyon aracılığıyla, bütun dünyayı çok kısa sürede, hatta canlı olarak evimizden izlemek olanaklı hale gelmiştir. Avrupa Birliği'nde hemen hemen tüm evlerde televizyonun olduğu varsayıldığında, görsel-işitsel politikannın sosyal ve kùltürel alandaki önemi ortaya çıkmaktadır. Avrupa Komisyonu, ortak bir Avrupa kùltürü oluşturma noktasında televizyona büyük bir rol biçmektedir.⁸²

⁸¹ Tursun, **a.g.e.** , s.9-13.

⁸² Morley- Robins, **a.g.e.** s.112-113.

1980'li yıllarla birlikte kitle iletişim endüstrisinde, hukuksal, ekonomik ve teknoloji alanındaki değişimlerin karmaşık etkileşimi sonucunda birçok karışıklık meydana geldi. Bu ise yeni bir medya düzeninin oluşumunu beraberinde getirdi. Burada en göze batan değişiklik ise, kamu yararını gözeten düzenlemeden, ekonomik ve girişimcilikle ilgili zorunluluklar dolayısıyla, düzenleyici ilkelerdeki belirleyici yeniliklere geçiş oldu. Hatta kimilerine göre bu bir deregülasyon, yani düzenlemenin kaldırılması anlamına gelmekte. Bu farklı bağlamda, izleyiciler artık bir ulusal topluluğun yurttaşları olarak değil, bir tüketim piyasasının üyeleri olan ekonomik birer kendilik olarak görülüyorlar.⁸³

1980'li yıllarda uydu yayıncılığının hızla gelişmesi, ABD ile Avrupa Birliği arasında yayıncılık alanında farkın giderek açılmasına, önceleri üzerine pek düşünülmemiş olan Avrupa kültürü kavramının ise sıkça kullanılmaya başlanmasına ve Birlik bünyesinde çalışmalar yapılmasına neden olmuştur.⁸⁴

26 Avrupa ülkesinin ve Birlik Komisyonunun 2 Ekim 1989 Paris Toplantısında ortaklaşa yayınladığı Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesi'nde Avrupa kültürüne verilen önem görülmektedir.

Komisyon tarafından 1997 yılında hazırlanan "Telekomünikasyon, Medya ve Bilgi Teknolojileri Sektörlerinin Bütünleşmesi" konulu araştırmada, yeni nesil elektronik iletişim sistemleri ve medyanın nasıl düzenlenmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

Bu çalışma sonucunda halen yürürlükte olan yasal ve teknik düzenlemelerin yeniden gözden geçirilmesinin yeterli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada, ekonomik büyüme sayesinde istihdamın artırılması ve tüketici tercihlerinin çeşitlendirilmesiyle de kültürel çeşitliliğin desteklenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada ayrıca bütünleşme kavramı gereği, iletişim amaçlı

⁸³ Morley- Robins, **a.g.e.** , s.29.

⁸⁴ Tursun, **a.g.e.** , s.20.

kullanılan internet, telefon, yayıncılık gibi tüm iletişim sistem ve araçlarının bütün olarak düzenlenmesinin daha doğru olacağı sonucuna varılmıştır.

2.3.1. AB'nin Ortak Bir Görsel-İşitsel Politika Geliştirme Gereksinimi

Avrupa Birliği artık ekonomik ve siyasal bütünleşmeyi gerçekleştirmiş ve sıra en önemli aşama ve esas hedef olması gereken sosyal ve kültürel bütünleşmeye gelmiştir.⁸⁵

Günümüzde televizyon bilgi ve eğlencenin temel aracıdır. İnsanlar günde ortalama iki-üç saatini, film, haberler, belgeseller ve diğer programları izlemeye ayırır. Görsel-İşitsel sektör AB'de yaklaşık bir milyonu aşkın kişiye istihdam olanağı sağlar. Bu sektörü incelerken en önemli başlıklar büyük ticari pasta ve kültürel çeşitlilik ile kamusal hizmetler ve sosyal sorumluluk konularıdır. Birlik, üye ülkelerin ortak çıkarlarının olduğu konularda kurallar koyup rehberler oluştururken, aynı zamanda ulusal hükümetler de kendi görsel-işitsel politikalarını yürütmektedir.

Bu amaçla Birlik tarafından yürütülen programlar, kurulan işbirlikleri ile AB üyesi ülke halklarının birbirlerini tanımalarını sağlamakta, farklı kültür, dil ve anlayışlar arasında karşılıklı etkileşimi geliştirerek ırk, dil, din, cinsiyet ayrımı olmaksızın yüksek bir Avrupalılık bilincinin yerleştirilmesini hedeflemektedir.⁸⁶

1980'li yıllarla birlikte dijital teknolojilerin gelişmesine paralel olarak görsel-işitsel pazarda oluşan çok büyük değişiklik ve gelişmeler, ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan da çok önemli sonuçlar doğurmuştur. Bilgisayar ve internetin vazgeçilmez unsurlar olduğu günümüzde dijital teknoloji, geleneksel ve yeni iletişim teknikleri bir arada kullanılmaktadır.

Bilgi toplumu çağını yaşadığımız bugün, Avrupa Birliği'nde bir milyondan

⁸⁵ Açıkgöz, a.y. , s.58.

⁸⁶ Arzu Kihir, "Avrupa Birliği Programları: Medya Programı Medya Plus", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 21, 2005, s.106.

fazla kişi görsel-işitsel pazarda çalışmaktadır. Ancak Avrupa Birliği, ABD ve Japonya'nın görsel-işitsel pazar ve bilişim teknolojilerinde sağlamış olduğu hızlı ilerleme ve gelişmelerin gerisinde kalmış durumdadır.

Yüksek Tanımlı Televizyon (HDTV)'un geliştiricisinin Japonya oluşu ve bu teknolojinin yaygınlaşmasında en büyük rolü oynayacak olan sinema filmlerinin dünyadaki en önde gelen üreticisinin ise ABD olması Avrupa'yı harekete geçmek zorunda bırakmıştır. Avrupa Komisyonu, Avrupa'da görsel-işitsel sektör ve HDTV'nin geliştirilerek güçlendirilmesi amacıyla 1991 yılında beş yıllık MEDIA Programını oluşturmuştur.⁸⁷

MEDIA Programı daha sonra günün şartlarına uyarlanarak geliştirilmiştir. Artık MEDIA Plus ve MEDIA Eğitim adlarıyla yürütölmektedir. Bu programlar görsel-işitsel sektör çalışanlarının eğitilmesi ve görsel-işitsel eserlerin dağıtımının sağlanması yoluyla Avrupa görsel-işitsel sektörünün dünya çapında desteklenmesini ve bu sektörde faaliyet gösteren işletmelere maddi destek sağlamayı hedeflemiştir.⁸⁸

Ulusların sosyal ve kültürel açıdan gelişimlerinde görsel-işitsel ürünlerin etkileri büyüktür. Çok önemli bir kültür, eğitim ve eğlence aracı olan televizyon günümüzde Avrupa Birliği'nde hemen hemen her eve girmiştir. 2000 yılı Lizbon Zirvesi'nde Avrupa Birliği'nin 2010 yılına kadar dünyanın en büyük ve rekabet gücü en yüksek bilgi ekonomisi haline gelmesi temel hedef olarak belirlenmiştir. Bu da görsel-işitsel pazarın Avrupalı üreticiler lehine düzenlenerek, hızlı bir atılım ve sağlam politikalarla mevzuatın geliştirilmesini gerekli kılmaktadır.⁸⁹

⁸⁷ Nurdoğan (Erkebay) Rigel, **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul 199, s.37.

⁸⁸ Dinan, **a.g.e.**, II.Cilt s.167.

⁸⁹ Sema Gençay Çapanoğlu, **Avrupa Birliği'nin Telekomünikasyon ve Görsel-İşitsel Politikası**, İktisadi Kalkınma Vakfı 2004, sayfa 5.

2.3.2. Amerikan TV Programlarının Uluslararası Egemenliğini Sınırlama Çalışmaları

İnsanlığın günümüzde erişmiş olduğu uygarlık aşamasına ve kaydedilen ilerlemelere rağmen henüz, kuvvetlinin kanunu son sözü söylemektedir.⁹⁰ Günümüzde yaşanan küreselleşmenin en belirgin özelliği finans piyasalarının küreselleşmesi ise ikinci özelliği büyük ölçüde ABD damgasını taşımakta oluşudur. Amerikan ekonomisi, boyutları itibarıyla, küresel kapitalizmin motoru durumundadır.

ABD’nde kültür konusunda kamusal söylem türü zamanla yok olmuş ve bir gösteri (show business) sanatına dönüşmüştür.⁹¹ ABD’nde televizyon, liberal demokrasi ve serbest piyasa ekonomisinde, görüntü teknolojisi olmanın olanaklarından sonuna dek yararlanmayı besleyen bir ortam bulmuştur. Amerikan yapımı televizyon programları Latin Amerika, Asya ve Avrupa’da başta olmak üzere dünyanın her tarafında yoğun taleple karşılaşmaktadır.⁹²

ABD sermayesinin yığınsal iletişim araçları uluslararası ölçekte yayılmakta ve tüm dünyada olduğu gibi Avrupa’da da yığınsal iletişim araçlarını ele geçirmektedir. Bir ekonomik, teknolojik ve yönetsel model saldırısı durumundaki bu yayılma özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için olumsuz bir durumdur.⁹³

Bu tek yönlü kültürel saldırı en kapsamlı biçimde televizyon programlarıyla kendini göstermektedir. ABD kaynaklı büyük televizyon kuruluşları, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere teknoloji yatırımı yaparak, hizmet ve program satarak yayılmaktadırlar.⁹⁴

⁹⁰ Önen, **a.g.e.** , s.2.

⁹¹ Postman, **a.g.e.** , s.14.

⁹² Postman, **A.e.** , s.98.

⁹³ İlal, **a.g.e.** , s.28.

⁹⁴ İlal, **A.e.** , s.81.

Kültürel egemenliği sağlayabilmek için, kültürel malları üretilip dağıtmayı sağlayan çok sayıda araca sahip olmak tek başına yeterli değilse de, gereklidir. Güçlü bir yayın şebekesi, basım ve dağıtım ağı, vb. Aynı zamanda güçlü bir iç pazara da sahip olmak gerekir.⁹⁵

Kitle iletişim araçları 1980'lerin sonlarından itibaren, kültürel konular ise 1991 Maastricht sözleşmesinden sonra Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Birliği içinde tartışmaya açılmıştır. Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri'nin kitle iletişim araçları üzerindeki hakimiyetine karşı rekabet edebilmek amacıyla Avrupa kültürü ve görsel-işitsel endüstrisini oluşturma çabası içine girmiştir. Kitle iletişimini sağlayan kuruluş ve yayıncılarla üniversiteler arasındaki işbirlikleri, görsel-işitsel ürünlerin Avrupa pazarı içinde serbest dolaşımının sağlanması, eğitim çalışmaları ve yapımcılara sağlanan destekler yoluyla Amerika Birleşik Devletleri'nin tek taraflı kültür ihracının önüne geçilmeye çalışılmaktadır.⁹⁶

Dış kaynaklı, çoğunlukla Amerikan yapımı TV programlarının giderek Avrupa TV kanallarını doldurması sonucunda Avrupa ortak kültürünün ve üye ülkelerin ulusal kültürlerinin tek taraflı etkilenişinin yarattığı tehlike karşısında Birliğin atmış olduğu ilk somut adım, Avrupa Birliği Devlet ve Hükümet başkanlarının 1988'de yayınladıkları Rodos Bildirgesi ve Avrupa Konseyi'nin 1989 Paris Bildirgesi (EUREKA) ile atılmıştır. Bu bildirgelerle Avrupa ulusal kültürlerinin korunması için acilen ve etkili bir şekilde alınması gereken önlemler şöyle sıralanmıştır:⁹⁷

- Sinema, radyo ve televizyon yayımlarında Avrupa yapımlarına ağırlık vermek,
- Bağımsız Avrupa yapımlarına devlet yardımı sağlayarak bu yapımlar için televizyonlarda kota ayrılması,

⁹⁵ Donald Sassoon, "Kültürel Pazarlar Üzerine", **New Left Review Türkiye Seçkisi 2002**, P. Anderson, Everest Yay., İstanbul 2003.

⁹⁶ Mine Gencil Bek, "Avrupa Birliği'nde İletişim Alanının Düzenlenmesi", **Küreselleşme, İletişim Endüstrileri ve Kimlikler, Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları**, Der. Mine Gencil Bek, Ümit Yayıncılık Ankara 2003, s.24.

⁹⁷ Tekinalp, **a.g.e.**, s. 24.

- Avrupa yapımı televizyon programlarının Avrupa ve dışında serbestçe dolaşımının sağlanması,
- Ortak TV programları hazırlanarak tüm Avrupa'da yayınlanmasının sağlanması,
- İngilizce dışında da yaygın olarak kullanılan Almanca, Fransızca, İspanyolca, Portekizce gibi diğer Avrupa dillerinde de programların hazırlanarak dünyada yaygınlaştırılması,
- Dublaj ve altyazı çalışmaları yoluyla destek olunan çok dilli TV yayınları (BABEL projesi) sayesinde ulusal kültürleri sınırlı bir coğrafyada yayılmış bulunan ve dilleri Avrupa'da daha az konuşulan ülkelerin de TV programlarının izlenebilmesine yardımcı olmak,
- Farklı dillerde simültane çevirisi yapılan ortak haber, eğitsel ve kültürel programlara destek olarak ortak Avrupa kimliği ve kültürünün yaratılmasına katkıda bulunmak.

İletişim mutlaka gerçekleşir: iletişimde ortaya çıkan anlamların farklı olması iletişimin başarısızlığı değil, toplumsal ve kültürel farklılıkların yani çeşitlilik ve zenginliğin göstergesidir.⁹⁸

Kuruluşundan günümüze kadar ekonomik işbirliği konusuna ağırlık vermiş olan Avrupa Birliği, Avrupalılara ortak Avrupa kimliği bilincini aşlamak ve Avrupa'nın asıl zenginliğini oluşturan çok çeşitli kültürlerin yaşatılarak korunması yolunda somut adımlar atmakta oldukça gecikmiştir. Bugün Avrupa televizyonlarında yayınlanan dış kaynaklı programlar içinde Amerikan yapımı eserlerin çoğunlukta olması, bu gecikmenin en göze çarpan sonucudur.

2.3.3. AB'nin Görsel-İşitsel Politikasının Dış İlişkiler Boyutu

Avrupa Birliği Antlaşması'nın 151. maddesinde sürdürülebilir büyüme, barış içinde yaşam ve kültürlerarası diyalog kapsamında Birlik üyesi ülkeler arasındaki

⁹⁸ Fiske, a.g.e., s.239.

kültürel alışveriş ve işbirliğinin geliştirilmesinin öneminden bahsedilir. Kültürel çeşitlilik günümüzde birçok uluslararası organizasyonun temel faaliyet alanlarından biridir.

Günümüzde yaşanan küreselleşmenin siyasal boyutu, ülkelerarası ilişkilerin evrensel ya da bölgesel uluslararası örgütlerin çatısı altında yeniden düzenlenmesi olarak tanımlanabilir. Avrupa Birliği görsel- işitsel politikasında dış ilişkiler konusunda, Birliğin genişleme süreci, Dünya Ticaret Örgütü kapsamında çok taraflı ticaret görüşmeleri, üçüncü ülkeler ve diğer uluslararası örgütlerle işbirliği başlıkları öne çıkmaktadır. Bu işbirlikleri, küreselleşme çerçevesinde kültürel çeşitliliğin korunması ve geliştirilmesi açısından yararlı olmaktadır.

Avrupa Birliği'nde genişleme, görsel-ışitsel pazarda kültürel konular ve dilsel çeşitlilik açısından yeni açılımlar yaratmaktadır. Birlik müktesebatının aday ülkelerce uygulanması, yeni katılacak ülkelerin önündeki temel şarttır.

Görsel-ışitsel alanın bulanıklaşması ve e-ticaretin yaygınlaşması, küresel ticarete engelleri kaldırmayı amaçlayan ve bunun rekabet oluşturarak tüketicinin yararına olacağını savunan ABD, görsel-ışitsel hizmetlerin liberalleşmesi sayesinde Avrupa görsel-ışitsel pazarında hakimiyetini arttırabilmeyi ummaktadır.

GATT (Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması) Uruguay Raundu görüşmelerinde görsel-ışitsel hizmetler, Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (The General Agreement on Trade in Services) GATS'ın kapsamına alınmıştır. Ancak Avrupa Birliği ülkeleri DTÖ'de En Çok Kayırılan Ülke (MFN) konusunda bir taahhütte bulunmayarak, Avrupa Birliği ve ulusal ölçekte mevcut ve gelecekteki önlemlere ilişkin hareket özgürlüklerini korumuşlardır. İnternet teknolojisinde yaşanan çarpıcı gelişmelerin neden olabileceği sorunların önceden kestirilememesi Avrupa Birliği'nin yükümlülük altına girmeyerek gelecekteki hareket özgürlüğünün güvence altına alınmasını gerekli kılmıştır. Avrupa Birliği Komisyonu DTÖ kapsamında gelecekteki ticaret görüşmeleri ve özellikle GATS 2007 için çeşitli sektörlerdeki kurum ve şirketlerin görsel-ışitsel hizmetlerin ticari yönüne ilişkin

görüşlerini araştırmaktadır.⁹⁹

Avrupa Birliği, kendi sınırları dışında Avrupa görsel-ışitsel faaliyetlerinin geliştirilebilmesi amacıyla Avrupa Konseyi (Council of Europe) ile işbirliğine büyük önem vermektedir.

Avrupa Birliği bünyesinde, kültür ve dil çeşitliğinin geliştirilmesi konusunda Birlik ile benzer politikalar yürüten üçüncü ülkeler, bölgesel ve uluslararası kurumlarla ikili ve bölgesel işbirliklerinin geliştirilmesini amaçlayan çalışmalar yapılmaktadır. Avrupa Konseyi'nin yanı sıra G8, UNESCO, Bilgi Toplumu Dünya Zirvesi (WSIS) aracılığıyla Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) de kültürel çeşitlilik ile ilgili çalışmalar yapmaktadır. Kültürel Çeşitlilik Hakkında Evrensel Beyanname ve Eylem Planı, UNESCO tarafından Kasım 2001'de kabul edilmiştir.

Uluslararası hizmet ticaretine ilişkin temel kavram, kural ve ilkeleri ortaya koyan ve hizmet ticaretini düzenleyen ilk çok taraflı anlaşma olan GATS, ülkelerin çok değişik ve karmaşık ulusal mevzuatlarına göre yürütülen hizmetler sektörünü uluslararası disipline kavuşturmuştur.

Dünya Ticaret Örgütü kapsamında yürütülen GATS müzakerelerinin 11 ana başlığından biri, görsel ve işitsel iletişim hizmetleridir.

Avrupa Birliği Komisyonu, 27 Ağustos 2003 tarihli bildirgesinde, UNESCO tarafından Kasım 2001'de kabul edilen Kültürel Çeşitlilik Hakkında Evrensel Beyanname ve Eylem Planı temel alınarak kültürel çeşitliliğe ilişkin bir uluslararası araç geliştirilmesi görüşünü belirtmiştir. Komisyon, UNESCO ile kültürel çeşitliliğin korunmasına ilişkin Konvansiyon görüşmelerine katılmak için tavsiye kararı almıştır.¹⁰⁰

⁹⁹ Çapanoğlu, a.g.e. , s.14.

¹⁰⁰ "Les négociations a l'UNESCO sur la diversité culturelle", **Portail Européen de la Culture**, (çevrimiçi) http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco_fr.htm 20.02.2006

2.3.4. Avrupa-Akdeniz Kültür Ortaklığı

1995 yılında yapılan Avrupa Birliği Barcelona Konferansı'nın bir ayağı sosyal, kültürel ve beşeri ortaklıklardır. Bu ortaklıklar medya, kültür alışverişi, gençlik programları gibi konuları da içerir.¹⁰¹

Barcelona Konferansı'nda, Akdeniz havzasında yer alan tüm ülkeleri politik, ekonomik ve kültürel açılardan birbirlerine yakınlaştırıp aralarındaki işbirliğini artırarak 2010 yılına kadar bir Akdeniz serbest ticaret bölgesi kurulmasını hedefleyen "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı" oluşturulmuştur. Avrupa-Akdeniz kültürel faaliyetleri, görsel-işitsel ve telekomünikasyon alanında yürütülen programlarla desteklenmektedir.

Akdeniz ülkeleri arasında sosyal, kültürel, bilimsel ve teknolojik alanlarda yaşanan alışverişler, halkların yakınlaşmasında ve birbirlerini anlamalarında önemli katkılar sağlamaktadır.

Avrupa-Akdeniz kültür ortaklığının finansal desteği MEDA fonu tarafından karşılanır. 2000-2006 döneminde MEDA fonuna 5,3 milyar Euro bütçe ayrılmıştır. 1999 yılında, Akdeniz ülkelerinde bilgi teknolojileri açığının kapatılması amacıyla 3 yıllık ve 65 milyon Euro bütçeli "Avrupa Akdeniz Bilgi Toplumu Girişimi" (EUMEDIS) başlatılmıştır. Bu girişim, Akdeniz bölgesindeki telekomünikasyon altyapısının modernizasyonunu hedeflemektedir.¹⁰²

Bu kapsamda diğer bir faaliyet ise yine 1999 yılında başlatılan ve özel sektörün telekomünikasyon altyapısının modernizasyonuna katılımını sağlayarak, telekomünikasyon hizmetlerinde kalitenin yükseltilmesi ve maliyetlerin düşürülmesini ve Akdeniz ülkelerinin dünya ekonomisiyle entegrasyonunun

¹⁰¹ Dinan, a.g.e. , s.48.

¹⁰² **Pays de la Méditerranée du Sud, du Proche-Orient et du Moyen-Orient**, (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/portal/action/reasons/relation_third_africa_fr.htm 20.02.2006

sağlanmasını hedefleyen “Telekom Piyasasına Yeni Yaklaşım” (NATP) girişimidir.

Bir başka girişim de 2000 yılında başlatılmış olan ve Akdeniz bölgesindeki operatörler arasında işbirliği ile teknoloji ve know-how transferinin sağlanması, eğitim, Akdeniz bölgesine ait radyo, televizyon ve sinema ürünlerinin üretim ve dağıtımın desteklenerek bölgede görsel- işitsel pazarın geliştirilmesini hedefleyen 3 yıllık “Euromed Görsel-İşitsel Programı”dır.¹⁰³

2.3.5. Avrupa Birliği’nde Görsel-İşitsel Tekeller

Günümüzde dünya, mevcut kuramların değiştiği ve bu kuramlara karşı oluşan ve gelişen yeni gerçeklerin yadsınmadığı bir hale geldi. İnsanlık sosyal ve kültürel haklar üzerinde uzlaşmamışken sermaye, çok uluslu şirketler örneğinde olduğu gibi, uluslararası dayanışmasını gösterebilmiştir.¹⁰⁴

Bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler, elektronik ticareti geliştirmiş ve ülke sınırlarının geçirgenleştirmiştir. Sınırların geçirgenleşmesiyle piyasalar uluslararasılaşmıştır. Günümüzde yığınsal iletim kurumlarında tekelleşme eğilimi göze çarpmaktadır.¹⁰⁵ Bu eğilim özellikle gelişmiş ülkelerde hızlı bir tırmanma içindedir.¹⁰⁶ Dev şirketler, sadece büyük çaplı oyuncular oldukları, iş olanakları yarattıkları ve ulusal geliri arttırdıkları için ulusal ve bölgesel hükümetlerden daha kolay ödün koparabilmektedirler.¹⁰⁷ Büyük sermayenin Bu uluslararası saldırısı tekelleşmeyi de beraberinde getirmektedir.

¹⁰³ **Pays de la Méditerranée du Sud, du Proche-Orient et du Moyen-Orient**, (çevrimiçi) http://ec.europa.eu/culture/portal/action/relation/relation_third_africa_fr.htm 20.02.2006

¹⁰⁴ Uğur Mumcu, “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde Yer Alan İlkeler Açısından Kitle İletişim Araçları Bildirgesinin Değerlendirilmesi”, **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980, s. 120-121.

¹⁰⁵ İlal, **a.g.e.**, s.26.

¹⁰⁶ İlal, **A.e.**, s.28.

¹⁰⁷ Wayne Ellwood, **Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu**, Çev. Betül Dilan Genç, Metis Yayınları, İstanbul 2003, s.53.

2.3.5.1. Mülkiyetin Yoğunlaşması, Çoğulculuk ve Şirket Evlilikleri

Ekonomik ve endüstriyel konuların sosyal ve kültürel konulardan önemli gören yaklaşımın gelişmesine katkıda bulunduğu olumsuz sonuçlardan en önemlisi tekelleşmedir. Yatay tekelleşme yani bir şirketin veya kişinin aynı medya alanına farklı şirketlerle girmesi, dikey tekelleşme yani bir şirketin veya kişinin farklı medyada yayılması ve ülke medyasına yabancı sermaye girişi Avrupa Birliği üyesi ülkelerde çeşitli şekillerde sınırlandırılır ve yayıncılıkta program çeşitliliği ile çoğulculuğun güvence altına alınması amacıyla düzenlemeler yapılır. Avrupa Konseyi'nde 1988-1989 yıllarında kültürel farklılıkların önemi vurgulanarak, çoğulculuğu tehdit edecek tekelleşmelere engel olunması yönünde görüşler dile getirilmiştir. Konsey ayrıca 1990'larda Avrupa'da medya tekelleşmesinin çoğulculuğa etkilerini araştırmış ve Avrupa ülkelerinde tekelleşmenin giderek arttığı sonucuna varmıştır. Tekelleşme eğilimleri bütün gelişmiş ülkelerde çok hızlı bir tırmanış trendi yakalamıştır.¹⁰⁸

Avrupa Birliği'ndeki liberal düzenlemeler ve bilginin serbestçe akışı, uydu yayıncılığı ve uluslararası reklamcılık pazarlarının gelişimi ile yakından ilgilidir. Avrupa Birliği'nde rekabeti savunan ve serbestliği öngören yasa ve düzenlemelerle, şirket birleşmelerine ve büyümelerine engel olmak, dolayısıyla yerel kültürlerin yaşatılarak çeşitliliğin korunması oldukça zorlaşmıştır. Televizyonun serbestleştirilmesinin ardından tecimsel televizyon alanında görülen en olumsuz gelişme, satınalma ve birleşmeler yoluyla kıta genelinde büyük medya tekellerinin ortaya çıkması olmuştur.¹⁰⁹

Avrupa Komisyonu, medyada şirket evlilikleri ve birleşmelerle ilgili yasal çerçeve oluşturmak amacıyla 1989 yılında Yeşil Rapor'u yayınladı. Ancak Yeşil

¹⁰⁸ İlal, a.g.e. , s.28.

¹⁰⁹ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **Open Society İnstitute (OSI) / EU Monitoring and Advocacy Program 2005 Yılı İzlemeRaporu**, Mas Matbaacılık, İstanbul 2005, s.62.

Rapor'da, medyada çoğulculuğun sağlanması yönünde öneri getirilmediği gibi, tam tersine medyada çoğulculuğu sağlamanın Birliğin amacı olmadığı dile getirildi. Üye ülkelerin tekelleşmeye karşı geliştirebileceği önlemlerin, hizmetlerin serbestçe dolaşımı ilkesini sınırlayarak rekabeti bozabileceğini ileri sürdü. Çoğulculuğun korunması konusu, içeriğin düzenlenmesinin halkların kültürel, toplumsal ve demokratik gereksinimleri ile ilgili olduğu görüşünden hareketle, Birlik üyesi ülkelerin kendi düzenleyici otoritelerine bırakılmıştır. Medya mülkiyetini izlemek ve rekabeti desteklemek bazı durumlarda ulusal düzenleyici kurumların en önemli önceliğidir. Düzenleyiciler böylece ulusal tekel karşıtı kurumların yetkilerini yayıncılık alanında kullanırlar.¹¹⁰ Birlik üyesi ülkelerde içeriğin düzenlenmesinde birbirlerinden farklı düzenleme sistemleri mevcuttur. Ancak tamamında kamu çıkarı gözetilir ve özellikle rekabetin az ve tekelleşmenin fazla olduğu durumlarda yayınlarda içerik çeşitliliğini arttırmaya yönelik düzenlemeler getirilir.

Karşıt görüşü savunan tecimsel yayın kuruluşları ise, Birliğin pazardaki rekabet yasalarına müdahale ettiğini ileri sürerler.¹¹¹

Ancak çoğulculuğun korunmasının üye ülkelere bırakılmasının Avrupa görsel-işitsel pazarında karmaşa ve çatışmaya yol açabileceği ve Avrupa Birliği çapındaki görsel-işitsel pazarın düzenlenerek çoğulculuğun korunması amacıyla alınacak önlemlerin de Avrupa Birliği çapında olması gerektiğinin savunan görüşler de vardır. Çünkü ekonomik, teknolojik, politik ve kültürel gelişmelerle uluslararası bir yapıya kavuşan pazarda tekelleşme ile mücadelede ulusal önlemler etkisiz kalabilir.

Komisyondun yayınlamış olduğu Yeşil Rapor'da çoğulculuk konusunun Avrupa Birliği'nin alanı dışında görülmesi nedeniyle pazarda bu yönde müdahalelerin yapılmadığı dönemde önemli ölçüde bir tekelleşme gerçekleşti. Bunun

¹¹⁰ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.41.

¹¹¹ Ross Biggam, "Mülkiyet-Çapraz Mülkiyet: Bir AB düzenlemesine ihtiyaç var mı? Üye devletler uygulamalarına genel bir bakış", **Avrupa Birliği'nde Medya Mevzuatı**, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005, s. 42.

sonucunda Avrupa Parlamentosu, 1994 yılında yeniden çoğulculuk ve tekelleşme konusunda düzenlemeler yapılmasını önerdi.¹¹²

Mülkiyet düzenlemeleri konusunda bir Avrupa görüşü yoktur. Bu düzenlemeler daha çok ulusal düzeyde kalmaktadır. Üye ülkeler sorunu, bir şirketin diğer bir şirketteki hisse oranını sınırlandırmak, medyaya yönelik belirgin rekabet politikaları uygulamak, pazar payı düzenlemeleri, yabancıların medya mülkiyetine sınırlamalar getirmek gibi yöntemlerle sorunu çözmeye çalışırlar.¹¹³

2.3.5.2. Pazarın Olumsuzlukları ve Küçük Ülkelerin Durumu

Avrupa Birliği görsel-işitsel pazarında ABD yapımlarının yaygınlaşmasının yanısıra ekonomisi ve görsel-işitsel üretimi güçlü üye ülkelerin daha küçük ülkeler üzerindeki egemen durumu da Birlik için olumsuz bir durumdur. Görsel-işitsel endüstrisi gelişmiş güçlü ülkelerin ulusal yapılarında oluşan yığımsal iletim tekelleri, uluslararası ölçekte çok uluslu şirket olgusuyla birleşerek, görsel-işitsel endüstrisi yeterince güçlü olmayan ülkelere ait yöresel ve ulusal kültürler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.¹¹⁴

Birlik politikalarının, beraberinde uluslararasılaşma, tam serbestlik, tecimselleşme ve özelleştirmeleri getirmesinin özellikle küçük ülkeler için yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırmak için birtakım girişimler başlatılmıştır. Avrupa Birliği üyesi küçük ülkelerin, Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF)'nin yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırmak için bastırmasıyla kurulan “BABEL, SCALE, EFDO, SCRIPT, EAVE” gibi programların kültürel çeşitliliğe katkıları, küçük bütçeli olmaları nedeniyle sınırlı olmuştur.

Ancak büyük yayıncı kuruluşların Amerika ve Japonya görsel-işitsel endüstrisi ile rekabet edebileceği görüşü, Avrupa Birliği genel politikalarında küçük

¹¹² Bek, **a.g.e.** , s.43-50.

¹¹³ Biggam, **a.g.e.** , s. 46-47

¹¹⁴ İlal, **a.g.e.** , s.30.

ülkelerin kültür ve çıkarlarının pek de gözetilmemesine neden olmuştur. Ekonomik ve endüstriyel konuların sosyal ve kültürel konulardan önemli görülmesi, kültürel farklılıkların gözetilmesi yerine tecimsel ve endüstriyel açıdan bakmak küçük Avrupa ülke kültürleri için olumsuzluklar doğurmaktadır. 1994 yılında yayınlanan Yeşil Rapor'da, Birlik ve ülkeler dahilinde sosyal ve kültürel çeşitliliklerin yaşatılmasının güçlü bir Avrupa görsel-işitsel pazarı yaratılmasına öncülük edeceği ve bunun da tecimsel açıdan Avrupa yararına olacağına vurgu yapılmıştır.¹¹⁵

2.3.5.3. Avrupa Birliği'nde Ekonomi Merkezli İletişim Politikası Üzerine Eleştiriler

1945-1973 arasında ticaretin yönlendirdiği dünya ekonomisi, 1980 sonrasında ise çokuluslu şirketlerin gerçekleştirdiği uluslararası doğrudan yatırımın yönetimine geçmiştir.¹¹⁶ Bu durumdan kaynaklanan kaygılarla Avrupa Birliği'nin iletişim politikalarını saptarken kültürden daha çok ekonomiyle ilgili konulara öncelik tanımış olması Birlik için pek olumlu sonuçlar doğurmamıştır. Avrupa Birliği, ABD ile görsel-işitsel ticarete büyük açıklar vermektedir. Avrupa Komisyonu'nun hesaplarına göre, 1999 yılında AB üyesi ülkelerde dağıtımı yapılan ABD görsel-işitsel ürünlerinin pazardaki oranı %60- 90 arasında iken, ABD görsel-işitsel pazarındaki Avrupa ürünlerinin oranı %1-2 arasında kalmıştır. Buradan da anlaşılacağı gibi Avrupa Birliği'nin ortak bir Avrupa görsel-işitsel pazarı kurarak ABD'nin kitle iletişimindeki hakim durumuna karşı koyma hedefi başarılı olamamıştır. Avrupa'da yayınlanan programların ancak üçte biri Avrupa yapımıdır ve Avrupa pazarında ABD yapımlarının hakimiyeti sürmektedir. Avrupalı birçok yapımcı ve yayıncı kuruluşun Disney, Paramount Cables, Time Warner gibi küresel ölçekli ABD şirketleri ile birleşmeler yapması da, pazarda ABD ile rekabette dengeyi Avrupa aleyhine bozan çok önemli bir etkidir.¹¹⁷

¹¹⁵ Bek, **a.g.e.** , s.32.

¹¹⁶ Paul Hirst- Graham Thompson, **Küreselleşme Sorgulanıyor**, Çev. Ç.Erdem-E.Yücel, 2.Basım, Dost Kitabevi, Ankara 2000, s.79.

¹¹⁷ Bek, **a.g.e.** , s.31.

Küreselleşme, serbest piyasa kapitalizminin hemen her ülkeye yayılması anlamına gelmektedir.¹¹⁸ Buna bağlı olarak görsel-işitsel pazar, dünya ölçeğinde çok uluslu şirketlerin egemenliği altında gelişmektedir. Bunun bir sonucu olarak Avrupa Birliği de, çok uluslu şirketlerden bağımsız politikalar belirleyememektedir ve bir görüşe göre de Avrupa Birliği'nin getirdiği düzenlemeler, ancak çok uluslu düzenlemelerin Birlik sınırları içinde uygulanmasını amaçlayan uyumlaştırma çalışmaları niteliğindedir.

2.3.5.4. Dijitalleşme (Sayısal Yayıncılık)

Dijital teknolojinin günümüzde kaydetmiş olduğu gelişmeler sayesinde geleneksel ve yeni iletişim hizmetlerinin aynı iletişim ağı üzerinden yerine getirilmesi olanaklıdır. Ayrıca bu hizmetlerin birlikte alınabilmesine imkan veren bütünlük araçlar da geliştirilmektedir.¹¹⁹

Avrupa'da, Birlik kurumları tarafından yapılan düzenlemelerin, dijital yayın teknolojisinin getirdiği yenilikler ve sağladığı olanakları dikkate almadığını ve 1996 yılından itibaren görülen dijital kanallar ve yayınlarda dijitalleşmenin desteklenmediği görüşü vardır.

Dijital yayıncılığın olanaklarının Avrupa vatandaşlığı bilincinin gelişmesine katkı sağlayacak olmasına rağmen, dijital yayıncılıkta düzenlemenin Avrupa görsel-işitsel pazarında faaliyet gösteren küçük yayıncıların pazarın büyük aktörleri karşısında rekabette zorlanmasına neden olabileceği öne sürülmektedir.

Yayınlarda dijitalleşmenin sağladığı olanaklar, Avrupa görsel-işitsel pazarında hakim olan düzenlemelerin değişmesine yol açacak ve pazarda bugünkünden çok daha fazla bir çeşitlilik yaratacaktır.¹²⁰ Örneğin reklamlar artık ayrı

¹¹⁸ Thomas Friedman, **Küreselleşmenin Geleceği**, Çev. Elif Özsayar, Boyner Holding Yay., İstanbul 1999, s.31,

¹¹⁹ Tursun, **a.g.e.**, s.21.

¹²⁰ Biggam, **a.g.e.**, s.48.

bir kuşak olarak değil, programlar sırasında ve içinde çok değişik şekillerde verilebilmektedir ve bu da reklamın düzenlenmesi gereken konulardan biri olduğunu göstermektedir.

Avrupa Komisyonu'nun 1994'te yayınladığı Bangeman raporu görsel-işitsel pazarın serbestleşmesini destekler. Avrupa Komisyonu 1997 yılında yayınladığı Yeşil Rapor'da (Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors and the Implications for Regulation) dijital yayıncılıkta yaşanan gelişmelerin, pazarın büyümesi ve istihdam yaratmanın yanında, kültürel farklılık ve siyasal çoğulculuğu destekleyecek izleyici seçenekleri yaratarak Avrupa Bilgi Toplumu oluşturulmasındaki önemini vurgulamıştır.

Ancak Yeşil Raporun sadece tecimsel boyutu önemsenererek, çoğulculuk ve kamu hizmeti açısından sonuçları sorgulanmamıştır. Tartışmalarının ekonomik ağırlıklı yapılması, Avrupa'ya ekonomik katkılarının vurgulanarak kamusal yayıncılığın öneminin gözardı edilmesi sonucunda Yeşil Rapor'dan daha çok telekomünikasyon ve internet sektörleri kazançlı çıkmıştır.¹²¹

Artan rekabet ortamı, artan donanım ve yazılım maliyetleri ve küçük ölçekli bazı yayıncıların iflaslarından sonra Rupert Murdoch (İngiliz Sky Dijital'in sahibi) gibi en güçlü olanlar Avrupa görsel-işitsel pazarında ayakta kalabilmiştir. İtalya'da Telepiu, Fransa'da Canal Plus, Almanya'da Kirch gibi büyük şirketler ise birleşmeler yaparak Avrupa görsel-işitsel pazarında hakim olma çabasına girmişlerdir.

Avrupa Birliği görsel-işitsel pazarında içinde çok karmaşık ve teknik sorunlara sahip olan dijital yayıncılık alanı için tutarlı bir düzenleme politikası izlenmeyişi Avrupa'da dijital televizyonun gelişimi önünde en önemli zorluktur.

Yapılan tartışmalar sonucunda Komisyon özel bir düzenleme yapmamış, görsel-işitsel yayıncılık ve telekomünikasyon sektörü pazardaki genel rekabet yasalarına bırakılmıştır. Ancak gelecekte iletişim ve telekomünikasyon sektöründeki

¹²¹ Bek, a.g.e. , s.41-42.

mevcut ve yeni hizmetlerin tek bir düzenleyici kuruluş çatısında birleştirilmesi yönünde bir öngörü oluşmuştur.

2.3.6. Avrupa Birliği Ülkelerinde Televizyon Sistemleri / Kamusal Ve Özel Tecimsel Televizyonlar

Özel-tecimsel sistemde en büyük gelir kaynağı reklamlar olduğundan televizyonlar, kanunlar ve yayıncılık ilkeleriyle çizilmiş çerçevenin dışına çıkarak ve izleyicileri reklamcılarla buluşturabilmek amacıyla programlarının niteliklerini geniş kitlelerin taleplerine göre ayarlayabilmektedir.

Dünyada özel-tecimsel televizyonların ortaya çıkışıyla yaşanan sorunlar, ulusal-kamu modeli yayıncılığın işlev ve öneminin yeniden kavranmasını sağlamıştır.¹²² Günümüzde birçok Avrupa ülkesinde ulusal-tecimsel sistem uygulanmaktadır. Bu sistemde, vatandaşları bilgilendirir, eğitir ve eğlendirirken aynı zamanda gelir elde etmek te hedeflenir. Televizyon kanalları gerek yasal zorunluluk dolayısıyla, gerekse pazar paylarını artırmak ya da mevcut pazarlarını kaybetmemek için hızla standardizasyona yönelmektedirler.

2.3.6.1. Kamu Televizyonları: Kamu Hizmeti Modelleri ve Tecimselleşen Kamu Televizyonları

Avrupa'da kamu hizmeti modeli televizyonlara geçmeden önce kamu hizmeti modelinin amaçlarını ve olması gereken özellikleri bilmek gerekir. Bu amaçlar ve özellikler şöyle sıralanabilir:¹²³

- Finansmanın kamu kaynaklarından sağlanması,

¹²² Tekinalp, **a.g.e.** , s. 31.

¹²³ Erol Mutlu, "Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali", **Medya Politikaları**, Der. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Yayınları, Ankara 2001, s.23-78.

- Kurumsal işleyişte demokratik olması,
- Kamusal alana hizmet ve kamunun eğitimine öncelik verilmesi,
- İçeriğin kamusal sorumluluk bilinciyle düzenlenirken yayıncının sınırlanması yerine özgürce çalışabilmesinin de güvence altına alınması,
- Erişimde evrensellik sağlanması , izleyici ile ilişki kurulması,
- Azınlıklar dahil toplumsal dokuyu oluşturan tüm zevk ve ilgilere hitap edilmesi,
- Herhangi bir iktidar ya da çıkar gruplarına yakın olunmaması
- Rating için değil kaliteli program için rekabet edilmesi.

Toplumsal sorumluluk ilkesiyle kamu yararını gözeterek, yurttaşlık merkezli yayın yapmayı amaç edinmiş olan kamu hizmeti yayıncılığı, giderek yoğunlaşan ve öncelikle kazancı hedefleyen tecimsel kanalların yayınlarına karşı bir denge unsuru oluşturmuşlardır.

Radyo ve televizyonlar üzerinde uzun yıllar devlet tekeli uygulanmış olan Avrupa’ da, kamuoyu baskısı ve yayıncılık teknolojisinde sağlanan gelişmeler sonucunda, özel-tecimsel televizyon yayıncılığına geçiş sürecinde birçok ülkede sıkıntılar yaşanmıştır. Ancak John Fiske’e göre kültürel ekonomide izleyicinin - üretimi belirleyen unsur olarak- gücü çok fazladır.¹²⁴ Önceden kestirilemeyen bazı olumsuzlukların oluşması doğaldır çünkü piyasanın şekillendirilmesinde izleyici talepleri belirleyici unsurlardandır.

Tecimsel televizyonların yaygınlaşması, kamu yayıncılığında da birtakım değişikliklere neden olmuştur. Giderek tecimselleşen yayıncılık pazarında, kamu hizmeti yayıncılığının kamusal alan idealini ne kadar gerçekleştirebildiğine dair değerlendirmelerle birlikte, kamu hizmeti yayıncıları kendilerini yeniden tanımlayarak, tecimsel yayın yapan rakipleriyle ilişkilerini, program önceliklerini ve toplumdaki kurumsal statülerini gözden geçirmektedirler.

¹²⁴ John Storey, **Popüler Kültür Çalışmaları**, Çev.Koray Karşahin, Babil Yayınları, İstanbul 2000, s.35.

Yayıncılıkta oluşan rekabet ortamı nedeniyle programlarda kalite düşmüş ve parasal kaynak anlamında sadece kullanım vergilerinden beslenen televizyon kanalları gelirlerini artırmak için reklam yayınlarına ağırlık vermeye başlamışlardır. Buna örnek olarak İngiliz yayın kuruluşu BBC gösterilebilir.

Kamu hizmeti yayıncıları yükümlülüklerini kamu hizmeti yayıncılığına uygun programcılık, bağımsız ve doğru haber ve herkese ulaşma prensiplerine sadık kalarak yerine getirirler. Kamu hizmeti yayıncılarının yükümlülükleri genel olarak şunlardır:¹²⁵

- Programlarda ve görüşlerde farklılığa yer vermek,
- Belli oranda haber, kültürel, sanatsal, dinsel ve eğitsel programlar ile azınlıklar ve toplumu oluşturan tüm unsurlara seslenerek çok kültürlülüğü ve etnikliği yansıtmaya yönelik programlar, çocuk ve eğlence programları yayınlamak,
- Yerel kültürler ve değerleri desteklemek, ulusal ve Avrupa mirasının çeşitlilik ve zenginliğini yansıtmak,
- Kazançlı olmadığı için ticari sektörün ilgi göstermediği konular ve ilgi alanlarına yönelik yayın yapmak,
- Bağımsız, doğru, tarafsız, dengeli haber ve bilgi sağlamak,
- Çok çeşitli yenilikçi ve çoğulcu programlar sayesinde geniş bir kamusal tartışma forumu yaratmak.

1998 yılında Avrupa Birliği Görsel İşitsel Politika Üst Düzey Grubu'nun raporunda da kamu hizmeti yayıncılığının önemini altı çizilirken özellikleri şu şekilde belirtilmiştir:¹²⁶

- Geniş ölçüde erişilebilir olması,
- Toplumun çoğulculuğunu yansıtmaması,

¹²⁵ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.52.

¹²⁶ Mutlu, **a.g.e.** , s.74.

- Herhangi bir çıkar grubu tarafından denetlenmemesi,
- Piyasanın tek başına temin edemeyeceği Toplumda tüm konularda gerekli kamusal tartışmanın araçlarını sağlaması.

Kamu yayıncılığı, ülkelerin siyasi yapılarına göre uygulamada birtakım farklılıklar gösterebilir. İktidarın tüm yayınlarda söz sahibi olması ve kamu hizmeti yayıncılığı yapan kuruma kendi istekleri yönünde baskı yapması bu uygulamaların hiç de istenmeyen halidir. Devletin özerk, tarafsız ve demokrasinin çoğulculuk ilkesine bağlı bir kurum aracılığıyla ulusal yayın yapması ise kamu yayıncılığında en arzulanan uygulamadır. Bu ideal kamu yayıncılığı anlayışıyla gerçekleştirilen yayınların amaçları şöyle sıralanabilir:¹²⁷

- Toplumunu oluşturan tüm sınıfların seslerini duyurabilmelerini sağlamak
- Kamu hizmeti yayıncılığında kamu yararı gözetilerek, ulusu bilgilendirmek, eğitmek, yaratıcılığını artırmak, iç ve dış sorunlar hakkında bilinçlendirmek ve aynı zamanda eğlendirmek
- Toplumun değerlerine ve yargılarına uygun olmak kaydıyla gelişme ve değişimi destekleyen eğitim, bilgi ve kültür ağırlıklı programlar üreterek yayınlamak
- Yayınların özgür bırakılarak iktidarın yayıncı kurumun işleyişine önceden belirlenmiş demokratik sınırlandırmalar dışında karışmaması

EU Monitoring and Advocacy Programı (EUMAP) kapsamında hazırlanan izleme raporunda, Avrupa ülkelerinde halkın büyük bölümünün ana haber kaynağının kamu hizmeti yapan televizyonlar olduğu ispatlanmıştır.¹²⁸ Günümüzde Avrupa Birliği'nde kamu yayıncılığı yapan televizyonların toplumsal iletişim aracı olarak kalması ve nitelikli yayın modeli oluşturmasının önemi üzerinde görüş birliği vardır.

¹²⁷ Tekinalp, **a.g.e.** , s. 32-33.

¹²⁸ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.35.

Avrupa’da kamu yayıncılığı gerçekleştiren televizyonların ana gelir kaynağı, alıcı sahiplerinden alınan ruhsat ücretleri (kullanma vergisi) dir. Bunun yetersiz kalması durumunda ise devlet yardımları ve reklamlara başvurulabilir.¹²⁹

2.3.6.2. Avrupa Birliği’nde Kamusal Yayıncılık ve Tecimsel Yayıncılık Çatışması

Dominique Wolton, Avrupa’da görsel-işitsel pazarda 1980’lere kadar olan, kamusal yayıncılığın egemen durumundan, günümüzde özel tecimsel yayıncıların egemenliğine doğru kesin bir geçiş yaşandığını ileri sürer.¹³⁰

Bazı Batı Avrupa ülkelerinde (İngiltere, Danimarka, İsveç, Norveç) kamu televizyonlarının reklam almaları yasaklanmıştır. Buna karşın Avrupa’da reklam pastasından pay alabilmek için tecimsel televizyonlarla rekabet eden kamu televizyonları da vardır.

Günümüzde, tecimsel televizyonlarla reklamlar gelirleri ve parasal kazanç konularında rekabete girmelerinin, son derece gerekli olan kamusal yayın yapan televizyonların toplumsal işlevlerini kaybetmelerine yol açabileceği ve programların niteliğinin düşebileceği yönünde görüşler dile getirilmektedir. Reklama dayalı tecimsel televizyonlarda kazanç kaygısı program içeriklerini etkileyebilmektedir.¹³¹

Hedeflenen Avrupa vatandaşlığı konusunda merkezi bir alan olan kitle iletişim sistemleri, kapitalizmin ve serbest piyasanın kendi dinamiklerine bırakılamayacak kadar önemlidir.¹³²

¹²⁹ İlal, **a.g.e.** , s.45.

¹³⁰ Dominique Wolton, **Eloge du Grand Publique, Une Théorie Critique de la Télévision**, Flammarion, İmp.en France 1990, s.21.

¹³¹ İlal, **a.g.e.** , s.61.

¹³² Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, 1.Baskı, Mayıs 2001, s.43.

1980'lerin başından itibaren dünyada yaşanan politik ve ekonomik değişimlerin iletişim alanına yansması tecimselleşme şeklinde olmuştur. AB'de kamu hizmeti yayıncılığının maddi olarak desteklenmesi birtakım sorunlara yol açmıştır.

Uygulanan politikalar kamu hizmeti yayıncılığını tecimsel televizyonlar lehine olumsuz etkilemiştir. Tecimsel televizyonlar devlet yardımının sadece kamu hizmeti yayıncılarına verilmesinin yayıncılık pazarında serbest rekabete ve rekabeti öngören Roma Anlaşması hükümlerine aykırı olduğunu, kamusal yayıncılığın devlet yardımı ile desteklenmesinin uygun olmadığını ileri sürmüşlerdir.

Buna karşılık Avrupa Parlamentosu 1996 yılında, kültürel mirasın korunmasını gerekçe göstererek, kamusal yayıncılığın kamu alanında temel bir oyuncu olduğu görüşünden hareketle, lisans ücretini devlet yardımı olmaktan çıkaran bir düzenleme gerçekleştirmiştir.¹³³

Daha sonra, Almanya ve İngiltere'deki tecimsel televizyonlar, kamu destekli tecimsel kanallar açılmasına (Almanya'da Kinderkanal çocuk kanalı ile bilgi ve belgesel kanalı Phoenix, İngiltere'de BBC News 24 kanalları) karşı çıktılar.

Buna karşı ise Komisyon, kararını, 1997 tarihli Amsterdam Antlaşması'na dayanarak kamu hizmeti yayıncıları lehine vermiştir. Komisyon, üye devletlerin belirli bir hizmetin işlev ve yükümlülükleri ile genel yararın tarifini yapma hakkının bulunduğunu belirtmiştir. Komisyon ayrıca, üye ülkelerdeki kamusal yayıncılığının içeriğine karar verme hakkının komisyona değil üye devlete ait olduğunun altını çizmiştir.¹³⁴

Komisyon'un bu kararı, Birlik üyesi ülkelerde kamusal yayıncılığı yürüten kuruluşlara parasal destek sağlama olanağı tanımıştır. Bu durum, kamusal yayıncılık için olumlu bir durumdur.

¹³³ Richard Collins, **Public Service and the Media Economy, European Trends in the Late 1990s**, Gazette Vol.60 No:5, 1998, s.363-376.

¹³⁴ David Ward, **The Democratic Deficit and the European Union Communication Policy, An Evaluation of the Commission's Approach to Broadcasting**, Javnost-The Public, Vol.8 No:1, 2001, s.75-94.

Yine de Komisyonun kamu hizmeti yayıncılığını rekabet kurallarının dışında tutmak için ısrarcı olduğunu söylemek zordur. Çünkü kamusal yayın yapan kuruluşlara devlet tarafından yapılacak parasal yardımların çerçevesinin kesin olarak çizilmemiş olması, tecimsel kanallar açısından değerlendirilebilir bir durum olarak görülmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığı bir yandan Avrupa Konseyi ve başka uluslararası örgütler tarafından Avrupa'da demokrasinin önemli bir unsuru ve kültürel mirasın önemli bir parçası olarak nitelendirilip övülürken, diğer yandan Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası kimi kuruluşlar tarafından, ayrıcalıklı konumları nedeniyle eleştirilirler. Kamu yayıncılarının hem devletten parasal destek alıp hem de reklam gelirleri üzerinden tecimsel yayıncılarla rekabete girmeleri eleştiri konusu olmaktadır.¹³⁵

Avrupa Birliği, kendisini oluşturan ülkelerin ulusal kültürlerindeki farklılıklar nedeniyle henüz tam olarak homojen bir yapıya kavuşmamış olduğundan, Birlik görsel-işitsel yayıncılık politikaları da Avrupa genelinde aynı titizlikle uygulanamamaktadır. Avrupa Birliği içinde tecimsel televizyonlar ile kamusal yayın yapan televizyonlar arasında kıyasıya bir mücadele yaşanmaktadır. Avrupa Birliği kararlarında, sorumlu yayıncılık anlayışı gerekliliğinin üzerinde durulurken aynı zamanda yayınların serbest dolaşımı önündeki engellerin kaldırılmasının öneminin belirtilmesi, bu mücadelenin kararlara yansması şeklinde yorumlanabilir. Avrupa Birliği içinde her zaman farklılıklar olacaktır. Zaten Avrupa Birliği farklılıkların birlikteliği değil midir?

Avrupa Birliği;

- Ulusal hükümetlerin resmi ve gayriresmi görüşme ve pazarlıkları ile tanımını bulan devletler ve hükümetlerarası bir anlaşma,

¹³⁵ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.49.

- Avrupa Konseyi ve Bakanlar Konseyi gibi AB karar organları ile tanımlanabilecek bir uluslarüstü örgütlenme,
- Kamu ya da özel girişim kuruluşlarının çoğunlukla gayriresmi düzlemdeki lobi etkinlikleri ile oluşan uluslaraltı bir örgütlenme,

şeklinde açıklanabilir.

AB'nin karar organları ve iletişim politikalarındaki farklılıklar ve çelişkiler, uluslarüstü model içinde daha kolay anlaşılabilir.

1990'lı yıllardan itibaren Avrupa Birliği yayıncılık ve telekomünikasyon alanında Avrupa Komisyonu'nun yanında Avrupa Parlamentosu da etkisi giderek etkisini artırmaktadır.

Bunun yanında Avrupa Komisyonu içinde de farklı konularda çalışmalar yapan genel müdürlükler (DG-Directorate General) arasında da yayıncılık politikaları konusunda mücadeleler yaşanmaktadır.

Serbest pazarı savunan, endüstriyel bakış açısıyla medyada sanayileşmeyi savunan ve medya endüstrisinin fazla düzenlenmesine karşı çıkan, güçlü Avrupa firmalarının yoğunlaşma ve tekelleşme pahasına da olsa güçlenmesini savunan görüş ile çoğulculuğa önem veren ve Avrupa kültürlerinin korunarak çeşitliliğin yaşatılmasını savunan görüş temsilcileri arasında mücadeleler yaşanmaktadır.

Avrupa çapında "Özel Televizyoncular Birliği" çatısı altında örgütlenen tecimsel yayın yapan kuruluşlar, Avrupa Birliği Komisyonu'nun birlik genelinde yayımlar üzerinde düzenleyici kurallar getirmesine karşı çıkarken, yayıncıların bu düzenleme ve kuralları kendi içlerinde çözümlenmeleri gerektiğini ileri sürerler. Ancak hepimiz biliyoruz ki deregülasyon yani serbestleşmenin de sınırları olmalıdır ve medya sektörü, piyasa kurallarına bırakılmayacak kadar önemlidir.¹³⁶

¹³⁶ Biggam, a.g.e. , s. 41.

Serbestleşmeyi savunan görüş temsilcileri, kamusal yayıncılığın parasal anlamda desteklenmesine ve geniş kitleler tarafından ilgi gören spor ve eğlence programları yapmasına karşı çıkarken ABD, Dünya Ticaret Örgütü ve OECD ile yakın ilişkiler kurulmasını savunurlar. ABD ve bu uluslararası örgütler, görsel-işitsel pazarın tümüyle serbestleştirilmesini istemektedirler.¹³⁷ Çoğulculuğun korunmasını önemseyen, Avrupa kültürlerinin yaşatılmasını savunan görüş temsilcileri ise kamusal yayıncılığın Avrupa yayıncılık pazarında önemli bir denge unsuru olduğunu ve desteklenmesi gerektiğini ileri sürmektedirler.¹³⁸

2.4. Görsel-İşitsel Politikaların Saptanmasında Etkin Karar Organları

Yayıncılık Avrupa Birliği düzeyinde içerik, ekonomik ve teknik açılardan ayrıntılı düzenlemelere tabidir. Bu düzenlemelerin bağlayıcı olup olmamasına göre tüm Birlik üyesi ülkeler, belli düzenlemeleri gerçekleştirirler. Avrupa Birliği hukukunda yalnızca belirli yasal kurallar doğrudan bağlayıcıdır: Kuruluş anlaşmaları tarafından belirlenmiş, doğrudan yasal açıdan bağlayıcı nitelikte olan (birincil yasalar) ve üye ülkeler tarafından kabul edilen, Brüksel'deki yasama kurumlarının çıkardıkları bir dizi başka bağlayıcı (ikincil yasa) yasalar. İkincil yasalar, düzenlemeler, direktifler ve kararlardır.¹³⁹

İletişim alanında Avrupa Birliği'nin getirdiği düzenlemelerin hukuksal olarak en az bağlayıcı olanı Avrupa ülkelerinin bakanlarının toplantısında verilen demeçlerdir. Avrupa Komisyonu tarafından yapılan düzenlemeler ulusal mahkemeleri doğrudan etkileyebilir ve en bağlayıcı düzenlenmelerdir. Komisyon tarafından belirlenen direktifler ise, Birlik ülkelerinde ulusal yasalarda yapılan değişikliklerin yapılmasıyla bağlayıcılık kazanır.¹⁴⁰

¹³⁷ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.56.

¹³⁸ Bek, **a.g.e.** , s.36-37.

¹³⁹ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.93-94.

¹⁴⁰ James Michael "Regulating Communications Media: From the Discretion of Sound Chaps to the Arguments of Lawyers", Der.Marjorie Ferguson, **Public Communication, The New Imperatives, Future Directions for Media Research**, London 1993, s.56-58.

Avrupa Birliği politikalarının uygulanması sürecinde, belirlenen programların yürütülmesinden AB Komisyonunun ilgili Genel Müdürlükleri sorumludur. Program komiteleri, Birliğe üye ülkelerin temsilcilerinden oluşur. AB Komisyonu ve komiteler, gerekli hallerde uzman kişi ve kuruluşlardan yardım alabilirler. Programların uygulanmasında katılımcı ülkelerde ulusal birimler kurularak, katılımcı ülke ve Komisyon arasında eşgüdüm sağlanmaya çalışılır.¹⁴¹

2.4.1. AB'nin Görsel İşitsel Politikasının Yasal Dayanağı

Avrupa Birliği Kurucu Antlaşmasının İlkeler bölümünde, Birliğin üye devlet kültürlerinin geliştirilmesini amaçlayan etkinlikler yapması gereğine vurgu yapılmış ve Antlaşmanın 151. maddesinde ise Topluluğun kültür alanındaki yetkileri belirlenmiştir.

Antlaşmanın devlet yardımlarını içeren 87. maddesinde, üye ülkeler tarafından kamu kaynakları yoluyla yapılan ve üye ülkeler arasında ticareti etkileyerek rekabeti ortadan kaldıran yardımların ortak pazar kavramına aykırı olduğu belirtilir. Bu maddeye göre, üye devletler arasındaki ticareti etkileyebilecek ve ortak pazardaki rekabetin engellenmesi, kısıtlanması veya bozulmasını amaç edinen veya bu sonucu doğuran teşebbüsler arasındaki tüm anlaşmalar, teşebbüs birliklerinin kararları ve birlikte davranışlar ortak pazarla bağdaşmazlar ve yasaktır.¹⁴²

Antlaşmanın üçüncü bendinde ise kültürün geliştirilmesi ve mirasın korunmasını amaçlayan yardımların rekabeti ortadan kaldırmadığı ve ortak pazara aykırı olmadığı belirtilir.

Antlaşmanın Başlık 12 bölümünde ise tamamen kültür konusunu içeren hükümler vardır. Bu bölümde yer alan 151. madde şu ifadeleri içerir:¹⁴³

¹⁴¹ Kihitir, **a.y.** , s.107.

¹⁴² Ercüment Tezcan, **a.g.e.** , s.201.

¹⁴³ Tursun, **a.g.e.** , s.7.

1. Birlik, ortak kültür mirasını da dikkate alarak, üye ülke kültürlerinin, ulusal ve bölgesel çeşitliliklere saygı kapsamında yaygınlaşmasına katkıda bulunur.
2. Birlik etkinliği, şu alanlarda üye ülkeler arasında işbirliğini teşvik ederek, gerektiğinde etkinliklerini desteklemeyi amaçlar:
 - Avrupa halklarının kültür ve tarihlerinin tanıtılarak yaygınlaştırılması,
 - Avrupa için önemli olan kültürel değerlerin korunması,
 - Tecimsel olmayan kültürel alışverişler,
 - Görsel-işitsel sektörü de kapsayacak şekilde, sanatsal ve edebi eserler yaratılması.
3. Birlik ve üye ülkeler, üçüncü ülkeler, uzman uluslararası örgütler ve özellikle Avrupa Konseyi ile kültür alanında işbirliğini desteklerler.
4. Birlik, bu Antlaşmanın diğer hükümleri uyarınca yapacağı etkinliklerde, özellikle kültürel çeşitliliği gözeterek geliştirmek için kültürel unsurları dikkate alır.
5. Konsey, bu maddede değinilen hedeflerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla:
 - 251. maddede öngörülen usule göre ve Bölgeler Komitesi'ne danışarak, üye ülkelerin yasa ve düzenlemelerinin uyumlu hale getirilmesi dışında, destekleyici önlemleri belirler. Konsey 251. Maddede öngörülen usule göre oybirliğiyle karar alır,
 - Komisyon'un önerisiyle, oybirliğiyle önerilerde bulunur.

Avrupa Birliği'nin kurucu antlaşmalarından olan Roma Antlaşması'nda görsel-işitsel politika alanında bir yetki tanımı yapılmamıştır. Yerleşme ve hizmet sağlama özgürlüğü, tanımı yapılmamış, bu yetkilerin zamanla gelişmesi sağlanmıştır. AB Adalet Divanı, hizmet sağlama özgürlüğünün alanını radyo, televizyon ve sinemadan başlamak üzere görsel-işitsel sektörün tamamını kapsayacak şekilde genişletmiştir.

1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Birliği'ni kuran Antlaşma'nın

kültürle ilgili 128. maddesinde (Amsterdam Antlaşması'nın 151. maddesi) görsel-işitsel pazara özel atıfta bulunularak, gerekli durumlarda Birliğin, üye ülkeler tarafından gerçekleştirilen, görsel-işitsel sektörü de kapsayacak şekilde sanat ve edebi varlıklar alanında gerçekleştirdikleri faaliyetleri destekleyeceği belirtilmiştir. Amsterdam Antlaşması'nın ekinde bulunan Kamu Yayını Sistemine İlişkin Protokolde, kamusal yayıncılığın, kitle iletişimde çoğulculuğun korunması ve halkların demokratik, sosyal ve kültürel gereksinimlerinin karşılanmasındaki önemi belirtilerek, Birlik üyesi ülkelerin kamusal yayıncılığa verdikleri önem desteklenmektedir.¹⁴⁴

Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel alanda ABD'nin gerisinde kalmış olması, 1980'lerden itibaren Birliği yayın ve dağıtım teknikleri ile ekonomik ve kültürel alanlarda yeni girişimlerde bulunmaya zorlamıştır. Bu girişimlerin en önemlilerinden biri olan Yeşil Kitap, ortak bir yayın piyasasının kurulması amacıyla 1984 yılında yayınlanmıştır. Aynı yıl, görsel-işitsel alanda korsanlıkla mücadele ve görsel-işitsel ürünlerin Birlik içinde dağıtımının standardizasyonu için bir karar alınmıştır. Komisyon tarafından 1985 yılında hazırlanan ve Avrupa Tek Pazarının tamamlanmasına vurguda bulunan Beyaz Kitap'ta, yüksek tanımlı televizyonun (HDTV) geliştirilmesi ve görsel-işitsel pazarın rekabete açılması amacıyla yapılacak girişimlerin önemi üzerinde durulmuştur.

Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel politikalar kavramı ilk kez 1986 yılında Komisyona sunulan yayın faaliyetlerine ilişkin öneriyle gündeme getirilmiş ve bir Avrupa televizyon kanalının kurulması önerilmiştir.

Komisyon, Avrupa görsel-işitsel pazarının geliştirilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını taahhüt etmiştir. 1988 yılı Sinema ve Televizyon Yılı olarak ilan edilirken, Avrupa'da görsel-işitsel üretim yapan kurumlar ile üye ülkelerdeki ulusal kurumlar arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi yolunda alınacak önlemler ve gerekli düzenlemeler, Birlik kurumlarında tartışmaya açılmıştır.

¹⁴⁴ Çapanoğlu, a.g.e. , s. 5-6.

Komisyon 1989 yılında, Avrupa’da yüksek tanımlı televizyon (HDTV) hizmetlerinde genel bir strateji belirlenmesi için birtakım hedefler koymuş ve dünya genelinde bir görsel-ışitsel üretim standardının belirlenmesi amacıyla girişimde bulunulmasını kararlaştırmıştır. Avrupa Birliği görsel-ışitsel politikasının belirlenmesinde en büyük adım ise, ilk kez 1989’da yayınlanmış olan Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF)’nin 1997 yılında revize edilmesiyle atılmıştır.

2.4.2. AB’nin Görsel İşitsel Politikasının Temel Amaçları

Avrupa Birliği’nin görsel-ışitsel politikalarının belli başlı amaçları çok genel olarak şöyledir:¹⁴⁵

- Mevzuat ve standartların belirlenerek rekabetin düzenlenmesi
- Küreselleşme sürecinde, Birliğin bilgiye dayalı bir ekonomi haline gelerek bir “Bilgi Avrupası” oluşturulması amacıyla yeni teknolojiler ve yenilikçi yaklaşımların desteklenerek yaygınlaştırılması ve bunlara erişimin sağlanması.¹⁴⁶
- Üye ülke halkları arasında kültürel alışverişlere, Avrupa kültürü ve vatandaşlığı kavramının zihinlere yerleştirilmesine, dolayısıyla Avrupa bütünleşmesine hizmet edecek bir görsel-ışitsel pazar yaratılması.

2.4.3. AB’nin Görsel-İşitsel Politikasının Ulusal Düzeydeki Politikalarla Koordinasyonu

Günümüzde iletişim teknolojisinde meydana gelen değişikliklere paralel olarak medyadaki oyuncu sayısının da artması, kurallar ve yayıncılığın kendisinde önemli değişiklikleri de beraberinde getirmektedir.

¹⁴⁵ Çapanoğlu, a.g.e. , s. 7.

¹⁴⁶ Kihitir, a.y. , s.106.

Bu değişiklikler iki boyutta incelenebilir; birincisi, sınır ötesi televizyon yayıncılığı örneğinde olduğu gibi Avrupa çapında ve tüm Avrupa Birliği üyesi ülkeler için bağlayıcı olan değişiklikler, diğeri ise TV sahipliğine ilişkin mevzuatların düzenlenmesi gibi, Birlik düzeyinde olmayan ve ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilen düzenlemeler.¹⁴⁷

Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel politikasının sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi, beraberinde eğitim ve kültür politikalarıyla rekabet ve bölgesel politikalarının uyum içinde olmasını gerektirir.

Görsel-işitsel pazarda dünyada yaşanan serbestleşme ve gelişmeler, Avrupa'da da yayıncılar arasındaki rekabeti artırmıştır. GATT (Ticaret ve Tarifeler Genel Anlaşması) sonrası, teknolojik ve ekonomik gelişmeler, Avrupa içinde bilgi çağı kavramını gündeme getirmiştir.¹⁴⁸

İletişim ve Bilişim teknolojilerinde son dönemde meydana gelen çarpıcı ilerlemeler, görsel-işitsel pazardaki rekabet politikalarının önemini artırmış ve bu pazardaki yayıncı ve yapımcıların denetlenmesi gereğini doğurmuştur.

İletişimde teknolojinin gelişmesiyle, AB düzeyinde ülkeler arası eğitim ve kültür faaliyetleri geliştirilerek etkin ve yaygın eğitim ve öğretim programları hazırlanmaya başlanmıştır. Bu çerçevede düzenlenen geniş katılımlı program ve projeler sayesinde üye ülke halkları arasında ve bireyler arasında etkileşimin artmasıyla Avrupa'nın kültürel çeşitlilik ve zenginliği canlı kalmaktadır.

Avrupa Birliği, bölgeler arasındaki ekonomik farklılıkların azaltılabilmesi, yatırım ve istihdam olanaklarının geliştirilmesi, yeni teknolojiler ve bilişim ekonomisine bütün Birlik vatandaşlarının erişiminin sağlanması amacıyla bazı bölgesel politikalar yürütmektedir. Birliğin 2000-2006 dönemi bölgesel politika

¹⁴⁷ Cem Duna, **Avrupa Birliği'nde Medya Mevzuatı**, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005, s. 19

¹⁴⁸ Bek, **a.g.e.**, s.27.

programında E-Avrupa eylem planının uygulamaya geçirilerek bilişim toplumu yaratılması amacıyla bilişim teknolojileri kullanımında bölgeler arasındaki farkların azaltılması öngörülmüştür.¹⁴⁹

2.4.4. AB Ülkelerinin Görsel-İşitsel Sektörlerinin Düzenleme, Kontrol ve Finansmanını Sağlayan Ulusal Kurumlarının Durumları

Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel pazarda, ulusal düzenleyici kurumların varlıkları sürmektedir. Bu bağımsız kurumlar yürürlükteki mevzuatlar ve direktiflere uygun olarak görsel-işitsel pazarı düzenlemektedirler. Kendi ülkelerinin yasal ve idari sistemine bağlı olan bu düzenleyici kurumlar, yetkilerini Birlik müktesebatına uygun şekilde ve tarafsız olarak kullanırlar.

Avrupa Birliği ülkelerinde tek bir yayın düzenleme modeli yoktur. Yayın düzenleme kurumlarının performansı ulusal özellikleri, kültürel kodları, yayıncılık tarihini ve yerel siyasi kültürün özelliklerini yansıtır.¹⁵⁰

Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel pazarda düzenleme yetkisi iki şekilde kullanılmaktadır: Almanya, Yunanistan, İrlanda, Avusturya, Hollanda gibi ülkelerde bağımsız ve özerk bir kurum veya ajans, ulusal pazarın tüm alanlarında yetkilerini kullanır. Diğer ülkelerde ise, düzenleyici kurumun yetkilerini ilgili bakanlık ile birlikte kullanması, pazardaki tarafsızlık beklentisini gölgeleyebilmektedir. Tüm Avrupa Birliği ülkelerinde, bazı konulardaki istisnalar dışında ulusal düzenleyici kurumların tam düzenleme yetkisi bulunmaktadır.¹⁵¹

¹⁴⁹ Çapanoğlu, **a.g.e.** , s.8.

¹⁵⁰ EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, **a.g.e.** , s.38.

¹⁵¹ Çapanoğlu, **a.g.e.** , s.12.

3. AB'nin Görsel-İşitsel Politikası İçinde Televizyonun “Ortak Avrupa Kültürü” Yaratmadaki Önemi ve Uygulamaları

Kitle iletişim araçları, belirli konuları kamunun görüş ve tartışma alanına sokabilir veya uzaklaştırabilir. İletişimin iyiden iyiye görselleştiği çağımızda, özellikle televizyon, gerçeği yeniden üretme ve kitleleri etkileme gücüyle, kamuoyunun biçimlenmesinde uzun süreli bir etkiye sahiptir. Televizyon,

günümüzün en önemli kültür taşıyıcısıdır ve kitle kültüründe sınırsız bir rol oynamaktadır.

Günümüz toplumu; postmodern toplum, bilgi toplumu, iletişim toplumu, gösteri toplumu gibi değişik kavramlarla nitelendirilmektedir. Küreselleşmenin etkisi altındaki günümüz koşullarında toplumsal değişim ve dönüşümleri hazırlayan etkenler arasında iletişim, bilişim ve teknoloji alanlarındaki gelişmelerin önemi vardır.

Sonuçta, Avrupa Birliği bütünleşmesi fikrinin üye ülke halklarına benimsetilmesinde, televizyon aracılığıyla ifade edilen görüşler daha baskın ve yaygın görüş olarak algılanacaktır.

3.1. MEDIA Programı Nedir? Görsel-İşitsel Politikayı Destekleyen Diğer Birlik Programları

Günümüzde Avrupa Birliği şirketlerinin görsel-işitsel ürünleri ve film üretimi, oran olarak artmış olsa da üye ülke sinemalarında gelirlerin yaklaşık %75'ini ABD yapımı filmleri oluşturmaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından 1987 yılında oluşturulan MEDIA Programı (MEDIA - Measures to Encourage the Development of an Audiovisual Industry), Avrupa'da görsel-işitsel pazarda eğitimin teşvik edilerek ürünlerin üretim, dağıtım ve finansmanına destek sağlamak amacıyla oluşturulmuş, Avrupa görsel-işitsel üreticilerinin dünya çapında rekabet güçleri ve kapasitelerinin artırılarak geliştirilmesini hedefleyen bir destekleme programıdır. MEDIA programı, Avrupa Birliği görsel-işitsel politikasının geliştirilmesi sürecinde Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF)'den sonra ikinci önemli aşamadır.

MEDIA Programı 1987 yılında 29 milyon dolar gibi düşük bir bütçeyle başlatılmıştır. Daha sonra değişik aşamalardan (MEDIA I, MEDIA II, MEDIA Plus) geçen ve 1990-1995 yılları arasında MEDIA I ismi verilen program için 200 milyon

Euro ayrılarak 15'ten fazla proje desteklenmiştir. Bu projelerden bazıları şöyle sıralanabilir:¹⁵²

- EFDO (European Film Distribution Office): Düşük bütçeli filmlerin dağıtımını destekler.
- SCRIPT (European Script Fund): Özellikle küçük ülkelerden senaryo yazarlarına eğitim çalışması sunar.
- EAVE (European Audiovisual Enterprises): Az gelişmiş bölgelere öncelik vermek kaydıyla medya çalışanlarına eğitim seminerleri düzenlenmesini sağlar.
- SCALE (Smalls Countries Improve Their Audiovisual Level in Europe): Avrupa'nın kültürel farklılığını desteklemek için oluşturulmuştur.
- BABEL (Broadcasting Across the Barriers of European Languages): EBU (European Broadcasting Union-Avrupa Yayın Birliği) işbirliğiyle, Avrupa'da daha az konuşulan dillerin altyazı ve dublajı için destek olur. DOCU belgeselleri, CARTOON animasyon çalışmalarını, MAP TV ise film arşivi konusunda televizyon kanallarını destekler.

MEDIA I programının ardından 1996-2000 yılları arasında 310 milyon Euro bütçeli MEDIA II programı gerçekleştirilmiştir. 2001-2005 dönemini kapsayan 400 milyon Euro bütçeli Medya Plus programında eğitime 50 milyon Euro, geliştirmeye ise 350 milyon Euro ayrılmıştır.

MEDIA Plus Programı, 26 Nisan 2004 tarihli Konsey toplantısında, 31 Aralık 2006 tarihine kadar uzatılmıştır.¹⁵³

MEDIA Plus programı kapsamında gerçekleştirilen, ekonomi, finans ve

¹⁵² **Le Sité du Programme MEDIA Plus de la Communauté Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/media/index_fr.html 15.03.2006

¹⁵³ **Le Sité du Programme MEDIA Plus de la Communauté Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/media/index_fr.html 20.02.2006

ticaret yönetimi, multimedya teknolojileri alanlarında ileri düzeyde eğitim programları yoluyla Avrupa Birliği görsel-işitsel pazarı çalışanlarının dünya pazarlarında rekabet güçlerinin artırılması hedeflenir. Tüm AB Programlarının olduğu gibi bu programın da hedefi, somut getirisinin yanında kültürlerarası etkileşimi kolaylaştırma ve farklı ülke halklarını görsel-işitsel bir proje etrafında toplayarak dayanışma bilincini artırmaktır.

MEDIA Plus kapsamındaki geliştirme programı ise Avrupa Birliği görsel-işitsel eserlerinin dijital teknolojiler kullanılarak üretimi, reklamı ve dağıtımının desteklenmesini hedefler. 53 ülkede 379 sinema salonu bulunan Avrupa Sinema Ağı, fonlarının %60'ını Avrupa yapımı film ve programlarının uluslararası dağıtımının desteklenmesi için kullanılan MEDIA Plus Programı kapsamındadır.

MEDIA Programı dışında, Avrupa Birliği ülkelerindeki özel ve kamu sektöründeki yayıncı kuruluşların sahipleri, içerik yaratıcılar, tasarımcılar, yayıncılar ve dağıtımıcılar, servis sağlayıcı şirketler gibi dijital içerikle ilgili tüm kişi ve kuruluşları bir araya getirerek Avrupa dijital içeriğinin, dil ve kültür çeşitliliğinin geliştirilmesi için sektörler arası ortaklık projelerini geliştirmeyi amaçlayan piyasa odaklı, çok yıllık program uygulanmaktadır. Avrupa Birliği' nin araştırma ve bilim alanında düzenlediği 6. Çerçeve Programı da bilişim teknolojileri alanında sunulacak proje önerilerine açıktır.¹⁵⁴

3.2. Çok Dilli Televizyon Yayınlarının Desteklenmesi

Avrupa Birliği Komisyonu çeşitli ihaleler açarak çok dilli radyo ve televizyon kanalları için içeriğin desteklenerek dağıtım ağlarının geliştirilmesine yönelik yaratıcı ve yenilikçi projeleri destekler. Dillerin kültürlere açılan kapılar olduğu düşüncesinden yola çıkan Komisyon, çeşitli dillere ait kültürel ürünlerin serbest dolaşımını amaçlayan faaliyetleri teşvik ederken, ülkeler arasındaki işbirliğinin önemini vurgulamaktadır.¹⁵⁵

¹⁵⁴ Çapanoğlu, a.g.e. , s.10-11.

¹⁵⁵ **La diversité linguistique, Portail Européen de la Culture**, (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/portal/action/linguistic/lingui_fr.htm 20.02.2006

3.3. Diğer Avrupa Ülkeleriyle İlişkiler

Avrupa Komisyonu, Avrupa bütünleşmesini sağlayabilmek amacıyla EBU' (European Broadcasting Union)'u Avrupa kanalı geliştirme konusunda desteklemiş ancak 1982'de yayına başlayan Eurikon ve 1985 yılında yayına başlayan Europa TV, izleme oranlarının düşük olması ve reklam alamamaları nedeniyle ancak birer yıl yayınlarını sürdürebilmişlerdir. Daha sonra CNN ve Sky News'a rakip olarak kurulan ve tüm Avrupa'da yayın yapan Eurosport (spor kanalı 1989) ve Euronews (haber kanalı 1993) kanalları daha başarılı olmuş ama arzulanan izlenme oranına ulaşamamıştır. Birlik üyesi ülkelerin tamamında yayın yapan bu kanallar, sadece kültürel açıdan Avrupa bütünleşmesine hizmet etmezler, aynı zamanda Avrupa siyasal kamusal alanının yaratılmasında öncü bir adım olması açısından da önemlidirler.

1950 yılında kurulan EBU (European Broadcasting Union) sadece Avrupa Birliği üyelerinin değil tüm Avrupa ülkelerinin kamusal yayıncılık yapan TV kanalları arasında program alışverişi sayesinde uluslararası işbirliğini artırmıştır. Ancak yayınlarda izlenme oranının, başarıyı belirleyen temel ölçü olarak düşünüldüğü günümüzde EBU, Avrupa'da tecimsel yayıncılık yapan kuruluşlara da malzeme, haber ve program vermektedir.

3.4. Üye Ülkelerin Televizyon Yayını İle İlgili Yasa ve Düzenlemelerinin Uyumlaştırılması

Kültürün görselleştiği günümüzde, Avrupa görsel-işitsel pazarı ve yayıncılığını düzenleyen kuralların standardizasyon ve kontrolü de büyük önem taşımaktadır. Kültürün ana taşıyıcılarından birisi konumundaki televizyon ile ilgili ilkelerin düzenlenmesi, Birlik görsel-işitsel mevzuatı içinde başlıca konudur.

Ortak kültür özellikleri, halklar arasında işbirliği ve tutarlılığı kolaylaştırırken, kültürel farklılıklar ise ayrılık ve çatışmaları destekler.¹⁵⁶ Avrupa Birliği, devletlerüstü nitelikte bir oluşumdur. Bu açıdan Avrupa bütünleşmesi amacına uygun olarak her ülke, sınırları içinde kendi düzenlemelerini yapma hakkına sahip olmakla birlikte, Konsey ve Komisyon'un kararları, üye devletler için uyulması zorunlu kararlardır.¹⁵⁷ Bu kararlar, sağladıkları standardizasyonla, ortak nokta ve uygulamaların öne çıkarılmasına, dolayısıyla Avrupa bütünleşmesi düşüncesi ve hedefine hizmet eden araçlardır.

3.5. Eureka ve Avrupa Kültürleri

EUREKA, Yüksek Tanımlı Televizyon (HDTV) için pazar yaratma ve pazarı besleme amacı ile oluşturulmuş bir programdır. Eureka Programı, doğrudan finansal yardım yapmaz. Küçük coğrafi ya da dilsel bölgelerdeki kültürel kimliklerin korunarak güçlendirilmesini hedefler.¹⁵⁸

Avrupa Araştırma Koordinasyon Kurumu (EUREKA), 1985'te Fransa'nın girişimiyle ABD Stratejik Savunma Girişimi'ne bir tepki olarak başlatılmıştır. Eureka, 1990'lardan itibaren yüksek çözünürlüklü dijital televizyon (HDTV) ve televizyon yayınlarının alımı ve iletiminde Avrupa standartlarının uyumlulaştırılması üzerine yoğunlaşmıştır.¹⁵⁹

Avrupa Birliği üyesi 12 ülkenin Devlet ve Hükümet başkanlarının Rodos Toplantısında ve Avrupa Konseyi üyesi 26 ülkenin, 2 Ekim 1989'da Paris'te kararlaştırmış olduğu Ortak Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesinde, Avrupa kültürü ve ulusal kültürlerin korunmasına gösterilen duyarlılık ifade edilmektedir.¹⁶⁰

¹⁵⁶ Samuel P.Huntington, **Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması**, Çev. Mehmet Turhan-Y.Z.Cem Soydemir, 3. Baskı, OkuyanUs Yayın, İstanbul, Mart 2004, s.178.

¹⁵⁷ Önen, **a.g.e.** , s.49.

¹⁵⁸ Bek, **a.g.e.** , s.25.

¹⁵⁹ Dinan, **a.g.e.** , s.99.

¹⁶⁰ Tekinalp, **a.g.e.** , s. 21.

Bu Bildirgede, Avrupa Konseyinin, kültürel unsurlar ve görsel-işitsel alanın öneminin gerektirdiği, kendi içinde tutarlı, dinamik bir görsel işitsel pazarın geliştirilebilmesi için etkin bir düzenleme ve eşgüdüm gerektiği vurgulanmıştır.

Ayrıca Avrupa'nın zenginliğini oluşturan tüm kültürlerin ve dillerin korunarak yaygınlaşmasının özendirilerek, Avrupa'nın liguistik kapsamı sınırlı olan ve küçük yüzölçümüne sahip ülkelerinin de kültürel kimliklerine saygı gösterilerek, Avrupa'da kültürel çoğulculuğu korumak amacının altı çizilmiştir.

Avrupa Birliği, iletişim tekniklerindeki değişiklikler ve görsel-işitsel programlara giderek artan gereksinmeler nedeniyle ortaya çıkan kültürel, teknik ve endüstriyel tehlikelere karşı alınacak önlemlerin öncelikle profesyonellerin harekete geçirilmesi ve onların dinamizminden geçtiğine inanılmaktadır. Kültürel ve görsel işitsel alandaki işbirliğinin geliştirilebilmesi için tüm Avrupa'da, yapımcıların çıkarlarına saygı göstererek yaratıcı kapasitelerin özgürce geliştirilebilmesi, Avrupa'daki program endüstrisinin daha rekabetçi hale getirilerek, tam olarak halka ulaştırılabilmesi ve güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Yaklaşık her satırında kültür sözcüğü geçen Görsel-İşitsel Eureka Bildirisi'nde, bu amaçların gerçekleştirilebilmesi için atılması gerekli adımlar sıralanmıştır.

Bunlar içinde Avrupa yapımlarının ön plana çıkarılmasının önemi belirtilirken, Avrupa çapında dağıtım mekanizmalarının geliştirilerek, Avrupa izleyicisini ayıran liguistik sınırların ortadan kaldırılması ve Avrupa yapımı eserlerin serbestçe dolaşımının desteklenmesi gereğinin altı çizilmiştir.

Avrupa izleyicisinin beklentilerini karşılamanın yanında, uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek özgün Avrupa yapımlarının üretilmesi ve ortak yapımlar için uygun bir finans sistemi oluşturulması da Görsel-İşitsel Eureka Bildirisi'nde dile getirilen başlıca amaçlardandır.

Ayrıca üretim kapasitesi yeterince güçlü olmayan ve dilleri sınırlı bir alanda konuşulan Avrupa ülkelerinin görsel-işitsel ürünlerinin daha geniş çapta dağıtımını, geliştirilmesini sağlamak ve görsel-işitsel sektörde Avrupa'daki küçük ve orta girişimlerin rekabetini güçlendirmek için düzenlemeler yapma gereğine değinilir.

Sonuç olarak, Görsel-İşitsel Eureka Bildirisi'nin amacının, ulusal kültürleri öldürmeden, Avrupa ortak kimliğini ve Avrupa görsel-işitsel ortak pazarı oluşturmak ve bu pazarı uluslararası pazarlarda rekabet edecek düzeye getirmek olduğu söylenebilir.

3.5.1. Ulusal Kültürler ve Dil Sorunu

Dil, birleştirici özelliği sayesinde kültürlerin ve ulusal kültürlerin oluşumunda yaşamsal öneme sahiptir. Günümüzde ise egemen olan Amerika önderliğindeki küresel kültürün biçimlenişinde evrensel bir dil olan İngilizce kullanılmaktadır. Buna karşılık, dünyanın değişik ulusal ve kültürel sistemleri, varlıklarını koruyabilmek için dillerini yaşatma çabası içindeler.

Avrupa Komisyonu da, dil sorununu, görsel-işitsel ürünlerin dolaşımında öncelikle çözülmesi gereken bir konu olarak görmektedir.

1965 yılından bu yana, dünyada bir iletişim uyduları patlaması yaşanmaktadır.¹⁶¹ Doğrudan uydu yayıncılığında yaşanan gelişmeler ve çoğalan TV kanalları, üretilen programların hem kısa sürede hem de birçok dilde yayınlanmasını gerekli kılmıştır.

Bu amaçla Komisyon tarafından hazırlanan BABEL projesi (Broadcasting Across The Barriers of European Languages) ile, Avrupanı sınırlı coğrafyalarında konuşulan dillerde üretilmiş yapımlara, özellikle gençlere yönelik (çizgi filmler

¹⁶¹ Rigel, a.g.e. , s.45.

dahil) filmlere, TV dizileri ve belgesellere dublaj ve altyazı konularında destek verilmektedir.

BABEL projesiyle, televizyon için üretilen Avrupa yapımlarının etkin bir şekilde yapılan dağıtımı sayesinde, bağımsız üreticiler kaydadeğer bir gelir elde etmişlerdir.

Komisyon ayrıca, televizyonda yayınlanan tartışma programlarında, haber ve eğitim programları ve kültürel tartışmalarda simültane çeviri kararı alarak, Avrupa kimliğini pekiştirecek Euronews v.b. ortak Avrupa ortak programlarının etkinliğini artırılmasını sağlamıştır.¹⁶²

3.5.2. Ulusal Politikalar

Bazı Avrupalı politikacılar, Avrupalı ulusal yöneticilerin, Avrupa Birliği'nin görsel-işitsel sektörde getirmek istediği düzenlemelere, yönergelere, önerilere somut olarak ve dürüstçe destek vermediklerini ileri sürmektedir. Öncelikle yapım ve ön yapım aşamasında kamusal sektörün işbirliğini genişletmesi ve Komisyonun Avrupa eserlerine koyduğu kotaya başta kamusal televizyonların uyması önerilmektedir.

Avrupa Birliği'nin, Avrupa Konseyi'nin yaptığı gibi ulusal kültürlerin ve dillerin korunması konusuna fazla değinmemesi de eleştirilmektedir. Oysa Avrupa Konseyi, kültürel ve ekonomik konuları birlikte ele alarak, ekonomi alanında yaşanan gelişmelerin ulusal ve yerel kültürler ile dilleri yok etmemesi için gerekli önlemlerin geliştirilmesini önermektedir. Ancak Avrupa'da yaşanan nüfus hareketleri ve göçler, ulusal, bölgesel, etnik ve kültürel farklılıkları yok etme potansiyelleri ile küreselleşmeye hizmet ederler.

Avrupa Birliği ise güçlü bir ekonomi ve hukuksal düzenlemeler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu nedenle, Avrupa Birliği'nin getirdiği öneriler, Birlik üyesi ülkeler

¹⁶² Tekinalp, **a.g.e.** , s. 22-23.

tarafından kendi kültürel sektörleri için olumsuz şekilde algılanabilmektedir. Üye ülkeler bu riskleri en aza indirebilmek için, kendi ulusal görsel-işitsel üretimlerini ön plana çıkartmaya çalışmakta ve Avrupa Konseyi'nde kendi kültürel değerlerini korumayı amaçlayan çeşitli öneriler getirmektedir¹⁶³

3.5.3. Avrupa Yapımı Programlar ve Avrupa Kültürlerinin Korunması

3 Ekim 1989'da çıkarılan Konsey Yönergesiyle, Avrupa Birliği ülkelerindeki televizyon yayınlarında Avrupa yapımı programlara önemli ölçüde yer ayrılması ilkesi getirilmiştir. Avrupa yapımı programların oranı, yayıncıların izleyicilerine sundukları programların bilgi, eğitim, kültür ve eğlence ağırlıklarına bağlı olarak kendi seçimlerine bırakılmıştır.

Komisyonun görüşüne göre, Avrupa'nın zengin kültürel çeşitliğini oluşturan farklı dil ve kültürlerin varlığı Avrupa görsel-işitsel endüstrisinde yaratıcılık için bir avantaj olmasına rağmen, işbirliği ve düzenleme eksikliği nedeniyle pazarın parçalanması dezavantajlı bir durum yaratmaktadır. Komisyon bu olumsuzlukların önüne geçebilmek için, İngilizce dışında dünyanın birçok yerinde yaygın olarak konuşulan Almanca, Fransızca, İspanyolca ve Portekizce gibi Avrupa dillerinde üretilen eserleri, bu dillerin yaygın olarak konuşulduğu bölgelerde satarak Avrupalı yapımcıların uluslararası pazarlara açılmalarını önermektedir.

Komisyonun görüşüne göre filmler ve televizyon programları çok önemli kültürel unsurlardır. Avrupa'daki kültürel çeşitliliğinin ortaya çıkarılması, Avrupa'nın görsel-işitsel endüstrisinin gelişip yayılmasına katkı sağlayacaktır. Kültürel farklılıkların gözardı edilmeyip, aksine vurgulanması, Avrupa yapımı eserlerin Avrupa ve dünyadaki Pazar payını daha da büyütecektir. Bu nedenle Komisyon, Avrupa'daki bölgelerarası kültürel farklılıkların ortaya çıkarılabilmesi

¹⁶³ Tekinalp, a.g.e. , s. 23.

amacıyla, dilleri daha sınırlı bir coğrafyada konuşulan ve görsel-işitsel kapasitesi sınırlı olan bölgelere de büyük önem vermektedir.¹⁶⁴

Görsel-işitsel sektörde çoğulcu yaklaşım, medyadaki birleşmeler ve çok medyalı gelişmelerin yayılmasıyla, günümüzde daha da önem kazanmıştır. Bu yüzden Komisyon, üye ülkelerde görsel-işitsel sektörde faaliyet gösteren tüm unsurların işbirliği gerekliliği üzerinde önemle durmaktadır.

Sınırlı bir coğrafyaya yayılmış olan kültürlerde sağlanacak görsel-işitsel gelişmelerin, bu bölgelerdeki diğer ekonomik etkinliklerde de ilerlemeler sağlayacağı düşünüldükçe ve bu bölgelerin özelliklerine göre önlemler geliştirilerek kültürel dinamiklerinin harekete geçirilmesine çalışılmaktadır. Bu sayede, teknoloji ve bilgi aktarılması ve bölgesel girişimler birleştirilerek piyasanın düzenlenmesi ve gelişmesinin sağlanması öngörülmüştür.

Komisyon'un Avrupa'da görsel-işitsel endüstrinin gelişmesi için Konsey'e sunduğu 1994-1995 faaliyet programında şu öneriler yer almaktadır:¹⁶⁵

- Uzman şebeke ağlarının kurulması,
- Çok dilliliğin desteklenmesi,
- Bağımsız üreticilere pazarın açılması,
- Avrupa yapımı programların dağıtım mekanizmalarının geliştirilmesi,
- Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında medya tanıtım ve gelişim ajanslarından oluşan şebekelerin kurularak dilleri sınırlı alanlarda konuşulan ve üretim kapasitesi daha az olan bölgelerde de görsel-işitsel pazarın gelişiminin sağlanması.

¹⁶⁴ **La diversité linguistique, Portail Européen de la Culture**, (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/portal/action/linguistic/lingui_fr.htm 20.02.2006

¹⁶⁵ **Culture 2000 Présentation de la Commission Européenne** (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 18.02.2006

Sonuç olarak Komisyon, 1991-1995 faaliyet raporunda, Avrupa görsel-işitsel pazarını güçlendirirken aynı zamanda üretim ve dağıtımda da bölgesel farklılıkları da en aza indirmek istemektedir. Bu gayretlerin temelinde, Avrupa görsel-işitsel pazarını güçlendirme arzusu yanında Avrupa halklarının kültürel farklılıklarını ve zenginliğini Avrupa ve dünyaya tanıtmaya arzusu ve kararlılığı yatmaktadır.

3 Ekim 1989'da çıkarılan Konsey Yönergesiyle Avrupa Birliği ülkelerinde televizyon yayınlarında Avrupa yapımı programlara önemli bir yer ayrılması ilkesi getirilmiştir. Bu programların oranı ise, yayıncıların izleyicilerine sundukları programların bilgi, eğitim, kültür ve eğlence ağırlıklarına bağlı olarak kendi seçimlerine bırakılmıştır.

Komisyonun görüşüne göre, Avrupa'nın zengin kültürel çeşitliğini oluşturan farklı dil ve kültürlerin varlığı, Avrupa görsel-işitsel endüstrisinde yaratıcılık için bir avantaj olmasına rağmen, işbirliği ve düzenleme eksikliği nedeniyle pazarın parçalanması dezavantajlı bir durum yaratmaktadır. Komisyon bu olumsuzlukların önüne geçebilmek için, İngilizce dışında dünyanın birçok yerinde yaygın olarak konuşulan Almanca, Fransızca, İspanyolca ve Portekizce gibi Avrupa dillerinde üretilen eserleri, bu dillerin yaygın olarak konuşulduğu bölgelerde satarak Avrupalı yapımcıların uluslararası pazarlara açılmalarını önermektedir.

Komisyonun görüşüne göre filmler ve televizyon programları çok önemli kültürel unsurlardır. Avrupa'daki kültürel çeşitliliğinin ortaya çıkarılması, Avrupa'nın görsel-işitsel endüstrisinin gelişip yayılmasına katkı sağlayacaktır. Kültürel farklılıkların göz ardı edilmeyip aksine vurgulanması, Avrupa yapımı eserlerin Avrupa ve dünyadaki pazar payını daha da büyütecektir. Bu nedenle Komisyon, Avrupa'daki bölgelerarası kültürel farklılıkların ortaya çıkarılabilmesi amacıyla, dilleri daha sınırlı bir coğrafyada konuşulan ve görsel-işitsel kapasitesi sınırlı olan bölgelere de büyük önem vermektedir.

Görsel-işitsel sektörde çoğulcu yaklaşım, medyadaki birleşmeler ve çok medyalı gelişmelerin yayılmasıyla günümüzde daha da önem kazanmıştır. Bu yüzden

Komisyon, üye ülkelerde görsel-işitsel sektörde faaliyet gösteren tüm unsurların işbirliği gerekliliği üzerinde önemle durmaktadır.

Sınırlı bir coğrafyaya yayılmış olan kültürlerde sağlanacak görsel-işitsel gelişmelerin, bu bölgelerdeki diğer ekonomik etkinliklerde de ilerlemeler sağlayacağı düşünüldükçe, bu bölgelerin özelliklerine göre önlemler tasarlanmakta, kültürel dinamiklerinin harekete geçirilmesine çalışılmaktadır. Bu sayede, teknoloji ve bilgi aktarılması ve bölgesel girişimler yoluyla piyasanın düzenlenerek, gelişmesinin sağlanması öngörülmüştür

Sonuç olarak Komisyon, 1991-1995 faaliyet raporunda, Avrupa görsel-işitsel pazarını güçlendirirken aynı zamanda üretim ve dağıtımda ise bölgesel farklılıkları en aza indirmek istemektedir. Bu çabaların temelinde, Avrupa görsel-işitsel pazarını güçlendirme arzusu yanında Avrupa halklarının kültürel farklılıklarının ve zenginliğinin Avrupa ve dünyaya tanıtma arzusu ve kararlılığı vardır.

3.5.4. AB'nin Görsel-İşitsel Politikası İle Kültür ve Eğitim Politikasının Koordinasyonu

Televizyonun gelişerek uyduların iletişimde aracılık yapması ve sibernasyonun kitle iletişiminde kullanılmaya başlanması, bir anlamda kitle iletişim araçları devrimini ortaya çıkarmıştır. İnsanın toplumsallaşması süreci içinde kitle iletişim araçları, artık bireyleri sürekli olarak etkilemekte ve yönlendirmektedir. Bir başka deyişle toplumsal değer ve kuralların bireye kazandırılması görevi neredeyse tümüyle kitle iletişim araçlarının eline geçmiştir.¹⁶⁶ Bu bağlamda Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel pazar, ekonomik olduğu kadar Birliği oluşturan ülke halklarının yaşamına yaptığı sosyal ve kültürel etki nedeniyle de dikkatle ele alınması gereken bir konudur.

¹⁶⁶ Emre Kongar, "İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde Yer Alan İlkeler Açısından Kitle İletişim Araçları Bildirgesinin Değerlendirilmesi", **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980, s. 126.

Avrupa Birliği için en önemli konulardan olan eğitim alanında üye ülkeler, kendi sistemlerini yürütmekle birlikte Birlik genelini kapsayan değişim programları, yenilikçi ve son teknolojilerin kullanıldığı eğitim programları gibi ortak faaliyetler düzenlemektedirler. Görsel-işitsel araçlar, Avrupa Birliği için eğitim, öğretim ve kültürün geliştirilmesinde çok önemli bir yere sahiptir.

Bilişim teknolojilerinde sağlanan gelişmelerle ortaya çıkan ve mültimedya teknolojileri ile internetin kullanılarak eğitim kalitesinin ve hızının artırıldığı e-eğitim sistemi, Avrupa Birliği eğitim politikası içinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu sistemin geliştirilmesi amacıyla 2002-2004 dönemini kapsayan bir eylem planı hazırlanmıştır.

Avrupa Birliği'nde birbirini destekleyen ve etkileşim içinde olan görsel-işitsel politika ile kültür ve eğitim politikasının koordinasyonu ve yürütülmesi, Avrupa Komisyonu'nun Eğitim ve Kültür Genel Müdürlüğü tarafından sağlanmaktadır. Avrupa Birliği görsel-işitsel politikasından da sorumlu olan Avrupa Komisyonu Eğitim ve Kültür Genel Müdürlüğü, kendisine bağlı Kültür/Görsel-İşitsel Politika ve Spor Müdürlüğü, Görsel ve İşitsel İçerik Müdürlüğü ve Mültimedya-Kültür ve Eğitim Müdürlükleri aracılığıyla Birlik görsel-işitsel politikasını yürütmektedir.¹⁶⁷

3.6. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi İle Getirilen Temel Düzenlemeler

İletişim teknolojilerinin başdöndürücü bir gelişme kaydettiği günümüzde, televizyon en önemli kültürel şekillendiricilerden biridir.¹⁶⁸ Avrupa Birliği görsel-işitsel pazarındaki kültürel çeşitliliğin desteklenmesine yönelik hazırlanan ve televizyon kanallarının sayısını artırarak pazarın gelişimini sağlayan Sınır

¹⁶⁷ Çapanoğlu, **a.g.e.** , s.13.

¹⁶⁸ Morley- Robins, **a.g.e.**, s.104-112.

Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF), Birlik görsel-işitsel politikasının oluşturulmasında bir dönüm noktasıdır.

3 Ekim 1989 tarihinde kabul edilen ve aday ülkeler tarafından da genel hatlarıyla uygulanan direktif, Birlik içinde görsel-işitsel pazarının gelişimi için lokomotif görevi yapmıştır. Direktif üzerinde 1997’de Birlik içerisinde yayın hizmetlerinin serbestçe dolaşımı sayesinde görsel-işitsel pazarın gelişimini sağlamak amacıyla birtakım değişiklikler yapılmıştır. 30 Aralık 1998 tarihine kadar, üye ülke görsel-işitsel mevzuatlarının direktifle uyumlu hale getirilmesi hedeflenmiştir.

Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi’nin getirdiği belli başlı düzenlemeler şunlardır:¹⁶⁹

- Televizyon yayınlarına uygulanan kurallar,
- Avrupa yapımı film ve televizyon eserlerinin üretim ve dağıtımlarının geliştirilmesi,
- Toplumun tamamının bütün yayınlara erişiminin sağlanması,
- Televizyon reklamcılığı, sponsorluk ve tele-alışveriş,
- Küçüklerin zararlı yayınlardan korunması,
- Cevap ve düzeltme haklarının tanınması,
- İzleyicilerin toplum açısından önem taşıyan belli başlı etkinliklere erişimi.

Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF), Avrupa Birliği genelinde televizyon hizmetlerinin –üye ülkelerde kamu yararının gözetilmesini de dikkate alarak- başarıyla yürütülmesini sağlamıştır. Bu amaçla üye ülkeler bağımsız düzenleyici otoriteler kurmuş, personel ve kaynak ayırmışlardır.

İletişim teknolojisindeki gelişmeler ve görsel-işitsel pazardaki değişimlerle birlikte direktifin revize edilmesi gereksinimi doğmuştur. Bu çalışmalar 2001 yılı

¹⁶⁹ Pars Kutay, “AB Müzakereleri ve Türk Medya Sektörü: Ne Yapılmalı? ”, **Avrupa Birliği’nde Medya Mevzuatı**, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005, s. 52.

Haziran ayında başlatılmıştır. Bu çalışmalar çerçevesinde ihtiyaçların tesbiti ve bir kamusal değerlendirme elde etmek için toplumsal bir tartışma forumu oluşturulmuştur. Bunun sonucunda yayınlanmış olan bir bildirmede, Avrupa Birliği çerçeve mevzuatının yeniden düzenlenmesinden çok, uygulamada yaşanan aksaklıkları çözümlenmek amacıyla televizyon reklamcılığı mevzuatının yorumlanarak Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF)'nin yeni reklam tekniklerine uygulanma yollarının netleştirilmesi istenmiştir. Bildirmede, orta vadede Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF)'nde, reklam ve yayın mevzuatının etkilerine ilişkin bağımsız kuruluşlarca yapılacak araştırma çalışmaları ve uzmanların görüşleri ışığında değişiklik ve güncelleştirmeler yapılması gerekliliği ortaya konmuştur.¹⁷⁰

3.6.1. Sınırsız Avrupa Televizyonu İle İlgili Karar Alma Sürecinden Örnekler

1982'de Avrupa Parlamentosu'nca görevlendirilen Komisyon, 1983 ve 1984 yıllarında iki rapor hazırlamıştır. Bunların ilki, ortak bir Avrupa televizyon kanalı oluşturma, diğeri ise 1989 yılında Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF) olarak onaylanacak olan Sınırsız Televizyon Sözleşmesi konularındadır. 1997 yılında değişikliğe uğrayan ve Avrupa'da görsel-işitsel pazardaki hizmetlerin uyumlu hale getirilmesini hedefleyen direktif (rapor), üye ülkelerde Avrupa yapımı programların sınırlama olmaksızın serbest dolaşımını öngörmektedir. Direktif, televizyon programlarının desteklenmesi ile üretim ve dağıtımları, televizyon reklamları, sponsorluk, tele-alışveriş, küçüklerin korunması ve cevap hakkı gibi başlıklarda düzenlemeler getirmektedir. Avrupa Komisyonu, Avrupa çağında bir düzenleyici otoritenin (ERA-European Regulatory Authority) kurularak tüm Avrupa Birliği üyesi ülkelerde yasaların birebir aynı olacağı şekilde, yayıncılığın tüm alanlarını detaylı bir yasal düzenlemeyle uyumlaştırmak amacıyla, temel kuralların dile getirildiği bir çerçeve oluşturmamıştır. Bunun yerine üye ülkelerdeki uygulama ve düzenlemelerin aşamalı olarak uyumlu hale getirilmesi amacıyla ulusal düzenleyici otoriteler (NRA-

¹⁷⁰ Çapanoğlu, a.g.e. , sayfa 9-10.

National Regulatory Authorities) arasında eşgüdümü destekleme yönünde karar alınmıştır.¹⁷¹

3.6.2. Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi Üzerine Devletlerarası Tartışmalar

Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi (TVWF) genelde tecimsel yayıncılardan destek bulmuştur. Bazı küçük ülke hükümet ve yayıncıları ile kamusal yayıncılık yapan kuruluşlar ise direktife karşı görüş belirterek Avrupa görsel-ışitsel pazarında kültürel kimliklerin ve çeşitliliğin yok olacağını ileri sürmüşlerdir.

ABD'ye karşı rekabeti kolaylaştırabilmek için Avrupa yapımlarına kota ayrılması önerisi, direktifte çok tartışılan konulardan biri olmuştur.

Başta ABD yapımları olmak üzere yabancı yapımlara kısıtlamalar getirilmesi fikrine en büyük desteği, film ve televizyon endüstrilerinin kota sayesinde korunabileceğini savunan Fransa vermiş ve kota %50 olarak belirlenmiştir. Avrupa görsel-ışitsel yapımlarına yüksek oranda kota konulmasının ucuz Amerikan yapımları karşısında Avrupa yapımlarına olan talebi artıracak olması, pazardaki küçük üretici ülkeler için elverişli ve arzulanan bir ortam yaratmıştır. Ancak daha sonra konu müzakere edilmiş ve Birlik üyesi ülkelere kota konusunda esneklik tanınmıştır.

Birlik içinde kota fikrine karşı çıkanlar ise, bunun Avrupa'nın kültürel çeşitlilik ve zenginliğinin gözardı edilerek, tek tip Avrupa kimliği ve kültürü olduğu varsayımına neden olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu görüş sahipleri Avrupa ile ABD'nin ortak batı kültürünün parçaları olduklarını, bu nedenle Avrupa kamusal alanının Amerika ile rekabet konusunda değil, kültürel haklar ve Avrupa vatandaşlığı çerçevesinde olmasının gereğine işaret ederler. Bu görüşü benimseyen Komisyon,

¹⁷¹ Bek, a.g.e. , s.28.

1997 direktifiyle, kota konusunun yalnızca tecimsel olmadığını, daha önemli olan kültürel kimliği de ilgilendirdiğini belirtmiş ve kotayı 2002'ye kadar onaylamıştır.

ABD'nin küresel yayıncılık şirketleri, kotanın GATT hükümlerine aykırı olduğu ve tüketici tercihini sınırlayarak ABD yapımlarının Avrupa görsel-işitsel pazarından dışlanmasına neden olacağını öne sürmüşlerdir. Oysa Uruguay toplantısında Avrupa Birliği üyesi 12 ülkenin girişimiyle, kültürel ve görsel-işitsel ürünler GATT (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması)'nın pazarın serbestleşmesi paketi kapsamı dışında tutulmuş olduğunu önceki bölümlerde yazmıştık ve bu anlaşma hükümlerinde televizyon konusunda bir görüş yoktu.

Avrupa ülkeleri Avrupa yapımları için % 50-60 arası kotalar belirlemişlerdir ve kotaların uygulanışını kontrol eden düzenleyici kuruluşlar vardır.¹⁷²

Sonuç

Genel çıkarların belirleyici olduğu çağımızda, farklı kültürler ve farklı ulusal kişilikler toplu olarak hareket edebilmekte ve ortak örgütlenmeler kurmaktadır. Küreselleşme her alanda kendini gösterirken büyük sermaye hareketleri, kültürel farklılıklar ve evrensel değerler ile birlikte ulusal kimlikleri de baskı altına almıştır.

¹⁷² Bek, a.g.e. , s. 30.

Avrupa bütünleşmesi çabalarının yaklaşık yarım yüzyıldır kıta üzerinde çok önemli ekonomik ve kültürel etkileri olmuş ve bu yolda atılan adımlar, küresel anlamda güçler dengesini de değiştirmiştir. Çağımızda artık ülkeler için mutlak ulusal egemenlik çağı sona ermiştir.

Ancak Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve dünyanın daha ekonomiye dayalı bir hal alması, Avrupa Birliği'nin kültür, demokratik gelenekler, kamusal alan, kamu hizmeti, Avrupa vatandaşlığı gibi öncelikleri olan politikalarından ekomomi eğilimli ve merkezli politikalara yönelmesine yol açmıştır.

Görsel-işitsel pazarın gelişiminde stratejik öneme sahip olan Avrupa film ve televizyon programı sektörü, Avrupa kültürünün en kuvvetli taşıyıcısı ve üye ülkelere ait ulusal kültür ve kimliklerin de canlı tanığıdır. Bu nedenle Avrupa film ve televizyon programı sektörü, Avrupa halklarının yaratıcılığını ve kimliklerini sergilemeli ve aynı zamanda uluslararası pazarlarda da rekabet edebilmelidir.

1980' li yıllarla birlikte Avrupa doğrudan yayın uydularının ortaya çıkışı, kablolu yayın ve haberleşme uydularındaki hızlı büyüme, Avrupa görsel-işitsel pazarının çehresini değiştirmiştir. İletişim teknolojisinde meydana gelen değişikliklere paralel olarak görsel-işitsel oyuncu sayısının da artması, kurallar ve yayıncılığın kendisinde önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Fakat bu büyük ve hızlı dönüşüm, üye devletlerin ulusal yapı ve pazarlarının hazırlıksız yakalanmasına neden olmuştur. Çünkü üye ülkelerdeki ulusal pazarlar, uluslararası arenada ABD ve Japonya'nın güçlü görsel-işitsel endüstrileriyle rekabet edemeyecek kadar dardır. Kendi ulusal pazarlarıyla sınırlı kalmış ve dağınık bir görüntü çizen Avrupalı görsel-işitsel sektör yapımcıları, parasal anlamda güçlü küresel yayıcılık endüstrisiyle rekabet edebilir durumda değildir. Bunun sonucunda Avrupa Birliği de görsel-işitsel politikasını belirlerken, Avrupa endüstrisinin ayakta durabilmesi ve rekabet edebilmesi amacıyla, ekonomik ve tecimsel etkenleri öncelikli olarak değerlendirmiştir.

Ancak görsel-işitsel ürünlerin dolaşımının serbestçe yapılabildiği kültür ağırlıklı güçlü bir Avrupa pazarı yaratma hedefi ise ne yazık ki, küresel endüstriyel rekabet kaygılarının sonucunda kamusal yayıncılığın önemini yitirmesi, Avrupa görsel-işitsel pazarında şirketleşme ve şirket birleşmelerinin ortaya çıkması ve bu yönde düzenlemeler getirilmesi sonucunda başarısız olmuştur.

İletişim ve bilişim teknolojilerinde son dönemde meydana gelen çarpıcı ilerlemeler, görsel-işitsel pazardaki rekabet politikalarının önemini artırmış ve bu pazardaki yayıncı ve yapımcıların denetlenmesi gereğini doğurmuştur.

Küresel rekabet kaygılarının dayattığı ve Avrupa'nın demokratik geleneği, kültürü, Avrupa vatandaşlığı kavramı, kamusal alan anlayışı ile çelişen tecimsel yayıncılık eğilimi, ortak Avrupa Kültürü projesinin başarısızlıklarından en önemlisidir. Avrupa pazarında Avrupa yapımı görsel-işitsel ürünlerin yaygınlaşmasını amaçlayan destek programları, Avrupa çapında yayın yapacak ortak televizyon kanalları gibi yollarla yürütülmeye çalışılan ve ortak kültürün yaratılmasını hedefleyen politikalar, küresel tecimsel rekabet kaygılarını ön planda tutan politikalar yüzünden başarılı olamamıştır.

Avrupa pazarında ürünlerin serbest dolaşımını destekleyen politika, pazarı besleyen büyük üreticiler ve ülkeler açısından kazançlı bir ortam yaratmıştır. Hızlı bir değişim ve dijitalleşmenin yaşandığı Avrupa görsel-işitsel pazarında gerekli düzenlemelerin yeterince hızlı yapılamamış olması, büyük sermaye gruplarının birleşerek pazara hakim olmalarını sonucunu doğurmuştur. Pazarda tecimselleşmeyi artıran ve acımasız rekabet ortamını körükleyen bu politika sonucunda ise, küçük Avrupa ülkelerine ait yayınlar ve yayıncıların pazarda ayakta kalabilmesi oldukça zorlaşmıştır.

Avrupa Birliği ülkelerinde tek bir yayın düzenleme modeli yoktur. Yayın düzenleme kurumlarının performansı ulusal özelliklerini, kültürel kodlarını, yayıncılık tarihini ve yerel siyasi kültürün özelliklerini yansıtır. Avrupa Birliği'nde görsel-işitsel pazarda, ulusal düzenleyici kurumların varlıkları sürmektedir. Bu

bağımsız kurumlar yürürlükteki mevzuatlar ve direktiflere uygun olarak ulusal görsel-işitsel pazarları düzenlemektedirler. Kendi ülkelerinin yasal ve idari sistemine bağlı olan bu düzenleyici kurumlar, yetkilerini Birlik müktesebatına uygun şekilde ve tarafsız olarak kullanırlar.

İçerik açısından -Birlik ülkelerini kapsayacak- düzenlemelerin gözardı edilerek ,üye devletlere bırakılması da ne yazık ki bu ülkelerdeki çoğulculuk, Avrupa ortak kamusal alanı ve Avrupa vatandaşlığı gibi hedefleri erozyona uğratmıştır.

Görsel-işitsel ürünler için güçlü bir Avrupa pazarını yaratma hedefi, ortak Avrupa kültürü yaratma hedefini ikinci plana atmıştır. Avrupa Birliği, görsel-işitsel pazarın oluşturulmasından kaynaklanan hedefler ile kültürel mirasın korunmasıyla ilgili hedefler arasında bir denge kurmalıdır. Avrupa'ya ait –kültür ağırlıklı ve tutarlı- bir görsel-işitsel politika, yalnızca Avrupa'nın ortak kültürel mirasını değil, aynı zamanda çeşitlilik katarak bu ortak kültürel mirası zenginleştiren çok çeşitli ulusal ve yerel kimlikleri de güçlendirecektir.

Kültürel bütünleşme, uzun vadede Avrupa Birliği'nin aşması gereken en önemli sorunlarından birisi olacaktır. Kültürel bütünleşme, diğer alanlara göre daha uzun zaman gerektiren bir sorundur. Bu nedenle toplumsal bir süreç olarak kabul etmek gerekir. İletişim teknolojisinin gelişmesiyle, AB düzeyinde ülkeler arası etkin ve yaygın eğitsel ve kültürel programlar hazırlanmaya başlanmıştır. Kültürlerarası karşılıklı değişimler, Avrupa Birliği'nin gerçekleştirmek istediği bütünleşmenin en önemli anahtarları olacaktır. Kültür ve medya alanlarındaki Birlik Programlarına üye ülke halklarının etkin katılımları, bütünleşme sürecinin tamamlanabilmesi için atılacak en büyük adımlardır.

Ancak her bir Avrupa ülkesi vatandaşı için Avrupa sembolü farklı anlam taşıyabilir ve farklı yorumlanabilir. Burada önemli olan bu sembolleri desteklemek ve benimsenmesini sağlamak amacıyla çaba harcayanların (burada Avrupa yapımı görsel-işitsel ürünler) niyeti değil, izleyicinin içinde bulunduğu ulusal kültür, değerler ve davranış kalıplarının izin verdiği ölçüde algılayabildiğidir. Avrupa

ülkelerinin dil ve sosyokültürel yapılarındaki farklılıkların izleyicilerin tercih ve alışkanlıklarında da birçok farklılıklara neden olması, Avrupa yapımı görsel-işitsel ürünlerin desteklenerek Birlik genelinde serbest dolaşımının sağlanabilmesi çabalarının önünde en önemli sorun olarak durmaktadır. Birliğin bu yöndeki politikasının amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla oluşturulan destek programlarının çok başarılı oldukları söylenemez.

1980'lerden itibaren iletişim konusu üzerine eğilmeye başlayan Avrupa Birliği'nde, Avrupa Komisyonu'nun yolun başında hedef olarak belirlediği ortak bir Avrupa kültürünü oluşturma politikası, Birlik ülkelerinin ulusal gerçeklikleri ile birbirinden farklı kültür ve sosyal yapılarının dayatması sonucunda zamanla, Avrupa'nın varolan kültürel çeşitlilik ve zenginliğini koruma çabası şeklini almıştır. Bu çerçevede düzenlenen geniş katılımlı program ve projeler aracılığı ile üye ülke halkları arasında ve bireyler arasında etkileşimin artırılarak Avrupa'nın kültürel çeşitlilik ve zenginliğinin canlı tutulması amaçlanmaktadır.

Tam olarak Maastricht Antlaşması'yla Avrupa Birliği'nin eylem alanına giren ortak kültür politikası, üye ülkelerin kültürel kimliklerinin uyumlulaştırılmasını ve benzeştirilmesini amaçlamaz, aksine çeşitliliklerinin korunmasını amaçlar. Antlaşmanın 151. maddesine göre Birlik, üye devletlerin kültürlerinin gelişmesine katkıda bulunmalı, ulusal ve bölgesel farklılıklarına saygı duyarak aynı zamanda ortak kültürel mirası öne çıkarmalıdır. Avrupa Birliği'nin kültürel ve görsel-işitsel etkinlikleri, Birlik'i oluşturan ülkelerin halklarının kültürel çeşitliliğine önem verir, fakat bu ulusal ve yerel kültürel kimlikler, Avrupa halklarının ortak kültürel mirasını gölgelememelidir.

Hayatın her alanında olduğu gibi, eğitim ve kültürde de görselliğin egemen olduğu çağımızda görsel-işitsel etkinlikler, Avrupa Birliği'nin kültürel hedeflerini gerçekleştirmede en önemli araçlardır. Görsel-işitsel ve kültürel politikalar ise Avrupa'nın bütünleşme sürecinin gerçekleştirilebilmesi açısından çok önemlidir. Kültür 2000 ve MEDIA Plus Programları, Birlik programları içinde, Avrupa vatandaşlığı bilincinin üye ülke halklarının zihinlerine yerleştirilmesinde başrolü

üstlenecektir. Bu sayede Avrupa bütünleşmesinin refah ve özgürlükler bakımından önemini kavrayan Birlik vatandaşları, bütünleşme sürecinin aktif destekçileri olacaktır.

Sonuçta denebilir ki Avrupa Birliği, birbirinden farklı kültür ve kimliklere sahip olan Avrupa ülkelerini gerçek anlamda birleştirecek ortak bir kültür ve kimlik oluşturamamıştır. Ancak birarada yaşamayı sağlayacak hukuksal ve yönetsel düzenlemeler getirilerek, ekonomik anlamda güçlü, halklarının köklerini aynı coğrafyada bulduğu devletlerin oluşturduğu bir birlik şeklini almıştır.

Ancak yine de ümitli olmak gerekir. Ülkeler arasında ulusal ve ortak çıkarların dengelenmesini, ulusal kültürlerin farklılıklarına saygı gösterilerek farklı kimliklerin yaşatılmasını temel alan Birlik hedefleri, aynı zamanda zengin Avrupa kültürel mirasının korunmasını da sağlar. Ülkeler ve Bloklar arasındaki düşmanlıkların hakim olduğu Soğuk Savaş yılları boyunca özgürlüğe ve demokrasiye olan inancını yitirmemiş Avrupa ülkelerinin kurmuş olduğu Avrupa Birliği, bugün kıtanın tamamını kapsayacak şekilde genişlemektedir.

Bibliyografya / Kaynakça

Kitaplar:

Alemdar, Korkmaz,
İrfan Erdoğan:

Öteki Kuram, Erk Yayınları, Ankara, Mart 2005.

Baudrillard, Jean:

Tam Ekran, Çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yay.,
İstanbul 2001.

- Bauman, Zygmunt: **Parçalanmış Hayat**, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2001.
- Baylis, John,
Steve Smith: **The Globalization Of World Politics**, Oxford University P., New York 2001.
- Clark, Ian: **Globalization and Fragmentation: İnternational Relations in the Twentieth Century**, Oxford University P., New York 1997.
- Collins, Richard: **Public Service and the Media Economy, European Trends in the Late 1990s**, Gazette Vol.60 No:5, 1998.
- Çapanoğlu, Sema G.: **Avrupa Birliği'nin Telekomünikasyon ve Görsel-İşitsel Politikası**, İktisadi Kalkınma Vakfı 2004.
- Dinan, Desmond: **Avrupa Birliği Ansiklopedisi (Encyclopedia of the European Union)**, Çev.Hale Akay,Kitap Yayınevi, 1. Basım, İstanbul Nisan 2005.
- Dönmezer, Sulhi **Sosyoloji**, Beta, 10. Bası, İstanbul 1990.
- Dursun, Çiler: **TV Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, 1.Baskı, Mayıs 2001.
- Ellwood, Wayne: **Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu**, Çev. Betül Dilan Genç, Metis Yayınları, İstanbul 2003.
- Erkal, Mustafa E.: **Sosyoloji (Toplumbilimi)**, Der Yayınevi, İstanbul 1999.
- Falk, R.: **Küreselleşme**, Çev. A.Çaksu, Küre Yay., İstanbul 2001.

- Fay, Brian: **Sosyal Bilimler Felsefesi**, Çev: İsmail Türkmen, Ayrıntı, 2001.
- Fiske, John: **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev.Süleyman İrvan, Ark, Ankara 1996.
- Friedman, Thomas: **Küreselleşmenin Geleceği**, Çev. Elif Özsayar, Boyner Holding Yay., İstanbul 1999.
- Giddens, Anthony: **Modernliğin Sonuçları**, Çev. E.Kuşdil, Ayrıntı Yay., İstanbul 1997.
- Güvenç, Bozkurt: **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitabevi, 6. Basım, İstanbul, Ekim 1994.
- Hirst, Paul,
Graham Thompson: **Küreselleşme Sorgulanıyor**, Çev. Ç.Erdem-E.Yücel, 2.Basım, Dost Kitabevi, Ankara 2000.
- Huntington, Samuel P.: **Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması**, Çev. Mehmet Turhan-Y.Z.Cem Soydemir, OkuyanUs Yayın, İstanbul, 3. Baskı, Mart 2004.
- İlal, Ersan: **İletişim, Yıgımsal İletim Araçları ve Toplum**, Der Yayınları, 2. Basım, İstanbul 1991.
- Kihtir, Arzu: **Avrupa Birliği'nin Eğitim Politikası**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul 2004.
- M.E.B.: **Milli Eğitim Bakanlığı, Milli Eğitim Politikaları ve Şurular (araştırma)**, Haz: MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Şura Genel Sekreterliği, Ankara, MEB Yayını, 1996, s.1.
- Morley, David,
Kevin Robins: **Kimlik Mekanları**, Çev: Emrehan Zeybekoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1997.

- EUMAP Türkiye
Koordinatörü İstanbul
Politikalar Merkezi: **Open Society İnstitute (OSI) / EU Monitoring and Advocacy Program 2005 Yılı İzlemeRaporu**, Mas Matbaacılık, İstanbul 2005.
- Ortega, Y. Gasset: **Tarihsel Bunalm Ve İnsan**, Çev: Neyire Gül Işık, Metis, 1992.
- Önen, Mesut: **Uluslararası İlişkiler Dersleri**, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2. Bası, İstanbul 1988.
- Postman, Neil: **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, Ocak 1994.
- Rigel, Nurdoğan E.: **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul 1991.
- Storey, John: **Popüler Kültür Çalışmaları**, Çev.Koray Karaşahin, Babil Yayınları, İstanbul 2000.
- Tekinalp, Şermin: **Avrupa Topluluğunda Ulusal Kültür ve Televizyon**, Fakülteler Matbaası, İstanbul 1993.
- Topçuoğlu, N.Nur: **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, Vadi Yayınları, Ankara 1996.
- Tursun, Hasan T.: **Avrupa Birliği'nin Kültür ve Görsel-İşitsel Politikası ve Türkiye'nin Uyumu**, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İstanbul, 2004.
- Ward, David: *The Democratic Deficit and the European Union Communication Policy, An Evaluation of the Commission's Approach to Broadcasting*, Javnost-The Public, Vol.8 No:1, 2001.

- Wolton, Dominique: **Eloge du Grand Publique, Une Theorie Critique de la Television**, Flammarion, Imp.en France 1990.
- Zıllıoğlu, Merih **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, 1. Bası, İstanbul 1993.

Makaleler:

- Açıkgöz, Özkan: “Avrupa Birliği’nde Kültürel Entegrasyon ve Türkiye’nin Durumu”, **Stratejik Öngörü Dergisi**, TASAM Yayınları, Sayı 1, Mayıs 2004.
- Bek, Mine G.: “Avrupa Birliği’nde İletişim Alanının Düzenlenmesi: Kültür Ağırlıklı Politikadan Ekonomi Merkezli Politikaya Doğru”, **Küreselleşme, iletişim**

Endüstrileri ve Kimlikler Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları, Ümit Yayıncılık Ankara 2003.

- Biggam, Ross: “Mülkiyet-Çapraz Mülkiyet: Bir AB düzenlemesine ihtiyaç var mı? Üye devletler uygulamalarına genel bir bakış”, **Avrupa Birliği’nde Medya Mevzuatı**, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005.
- Dedeoğlu, Beril: “Avrupa Birliği Bütünleşme Süreci I: Tarihsel Birikimler”, **Dünden Bugüne Avrupa Birliği**, Derleyen: Beril Dedeoğlu, Boyut Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul Ekim 2003.
- Doğramacı, Emel: **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları** - başlıklı konferansın açış konuşması-, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980.
- Duna, Cem: **Avrupa Birliği’nde Medya Mevzuatı** –başlıklı panelin açış konuşması-, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005.
- Genç, Rafet: “Kitle İletişim Araçları Evrensel Bildirgesi ve Yeni Uluslararası İletişim Düzeni”, **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980.
- Hall, Stuart: “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik”, **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, Edit.A.D.King, Çev. G.Seçkin-Ü.H.Yolsal, Bilim ve Sanat Kitabevi, Ankara 1998.
- Halloran, James D.: “Kitle İletişimi: Şiddetin Belirtisi mi, yoksa nedeni mi?”, Çev.Ruşen Keleş, **İletişim ve Toplum Sorunları**, Yayına Haz.Dr.Oya Tokgöz, UNESCO/Türk Sosyal Bilimler Derneği. Oğaç Matbaası. 1983.

- Keyder, Çağlar: “Sonuç”, **İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında**, Der.Çağlar Keyder, Metis Yayınları, İstanbul 2000.
- Kihtir, Arzu: “Avrupa Birliği Programları: Medya Programı Medya Plus”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 21, 2005.
- Kongar, Emre: “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde Yer Alan İlkeler Açısından Kitle İletişim Araçları Bildirgesinin Değerlendirilmesi”, **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980.
- Kutay, Pars: “AB Müzakereleri ve Türk Medya Sektörü: Ne Yapılmalı? ”, **Avrupa Birliği’nde Medya Mevzuatı**, RTÜK-TVYD Ortak Yayını, İstanbul 2005.
- Michael, James: “Regulating Communications Media: From the Discretion of Sound Chaps to the Arguments of Lawyers”, Der.Marjorie Ferguson, **Public Communication, The New Imperatives, Future Directions for Media Research**, London 1993.
- Mumcu, Uğur: “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde Yer Alan İlkeler Açısından Kitle İletişim Araçları Bildirgesinin Değerlendirilmesi”, **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, Yayına Haz. Ertuğrul Özkök, UNESCO/Hacettepe Üniversitesi, Ankara 1980.
- Mutlu, Erol: “Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali”, **Medya Politikaları**, Der.: Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı, İmge Yayınları, Ankara 2001.
- Sassoon, Donald: “Kültürel Pazarlar Üzerine”, **New Left Review Türkiye Seçkisi 2002**, P.Anderson, Everest Yay., İstanbul 2003.

- Tehraniyan, Majid: “Modernleşmenin Laneti-Modernleşme ve İletişimin Diyalektiği”, Çev.Nermin Abadan Unat, **İletişim ve Toplum Sorunları**, Yayına Haz.Dr.Oya Tokgöz, UNESCO/Türk Sosyal Bilimler Derneği. Olgaç Matbaası. 1983.
- Tezcan, Ercüment: “Avrupa Birliği Rekabet Politikasının Hukuksal Boyutu”, **Dünden Bugüne Avrupa Birliği**, Der.: Beril Dedeoğlu, Boyut Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul Ekim 2003.
- Tomlinson, Alan: “İntroduction : Consumer Culture and the Aura of the Commodity”, Alan Tomlinson(der.), **Consumption, İdentity and Style**, London, Routledge, 1990.
- Türkkahraman M., Şenol D. Çevik: “Normatif ve Fonksiyonel Bütünleşme Bağlamında Avrupa Birliği ve Türkiye”, **Yeni Türkiye: AB Özel Sayısı** (36) .

Elektronik Kaynaklar:

Akbaş, Özden Umut, “Küreselleşen Dünyada Türkiye: Yerel Lider Küresel Takım Oyuncusu”, **Bizim Avrupa’da AB**, Nisan 2003, (çevrimiçi) <http://www.bizimavrupa.com/at.html> 28.04.2006

Avrupa Birliği’nin Tarihçesi, İktisadi Kalkınma Vakfı,

(çevrimiçi) <http://www.ikv.org.tr/abtarihce.php> 20.02.2006

Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu (çevrimiçi) <http://www.deltur.cec.eu.int>
12.04.2006

“Bütünleşme Biçimleri ve Avrupa Birliği”, Mircan Yıldız, (çevrimiçi)
<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ekim99/butun.htm> , 31.05.2006

Cinéma et audiovisuel, Portail Européen de la Culture, (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/portal/activities/cinema/cine_fr.htm 20.02.2006

Culture 2000 Présentation de la Commission Européenne (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/cult_2000_fr.html 14.02.2006

Direction Générale de l'Education et de la Culture (çevrimiçi)
http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture 31.05.2006

Kabatepe, Erdal, “Avrupa Birliği- Kùltürler Kaynaşması” ,
Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, , Ocak 2003, Yıl 3, Sayı 35.
(çevrimiçi) <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi35/kabatepe.htm> 31.05.2006

La diversité linguistique, Portail Européen de la Culture, (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/culture/portal/action/linguistic/lingui_fr.htm 20.02.2006

Le Site du Programme Media Plus de la Communauté Européenne (çevrimiçi)
http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/media/index_fr.html 15.03.2006

“Les negociations a l'UNESCO sur la diversite culturelle”, **Portail Européen de la Culture**, (çevrimiçi) http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco_fr.htm
20.02.2006

On Derste Avrupa - Pascal Fontaine Avrupa Birliği Genel Sekreterliği'nin resmi web sitesinden (<http://www.abgs.gov.tr/>) (çevrimiçi)
<http://www.maksimum.com/haberler/ozeldosya/126/17542.php?page=2> 12.01.2006

Pays de la Méditerranée du Sud, du Proche-Orient et du Moyen-Orient,
(çevrimiçi)

http://ec.europa.eu/culture/portal/action/relations/relation_third_africa_fr.htm

20.02.2006