

**KAMU HİZMETİ VE SİYASAL DESPOTİZM ARASINDA KAMU YAYINCILIĞINI
YENİDEN DÜŞÜNMEK: 2002-2012 KESİTİNDE TÜRKİYE'DE KAMUSAL
YAYINCILIK**

***RETHINKING PUBLIC SERVICE BROADCASTINGS BETWEEN THE PRINCIPLE
OF THE PUBLIC SERVICE AND POLITICAL AUTHORITARIANISM: PUBLIC
SERVICE BROADCASTING IN TURKEY IN THE COURSE OF 2002-2012***

Serhat KAYMAS*

Özet

Medya sektörü; neo liberalizmin küresel olarak uygulamaya konulduğu 1980'lerden itibaren, hem ulusal hem de küresel düzeyde, önemli değişimlere tanık olmaktadır. Süre giden değişim sürecinin etkilediği alanlar arasında kamu hizmeti yayıncılığı özel bir yere sahiptir. O kadar ki, kamu hizmeti yayın anlayışının, 1980'li yıllardan itibaren giderek toplumsal meşruiyetine yönelik eleştirilerin odağında yer aldığı gözlenmektedir. Yeni liberalizmin, uygulamaya konulduğu erken dönemlerinden itibaren “tepeden inme” bir ideoloji değişimini getirmesi ve söz konusu sürecin anlamlı bileşenlerinden birisi olarak medyanın öne çıkması, kamu hizmeti yayıncılık anlayışının da yeniden yapılanmasına yol açmıştır. O kadar ki; kamu hizmeti yayıncılığının ulusu bir arada tutan yapı taşı olarak görüldüğü dönem, yerini giderek kamu hizmeti yayıncılarının medya sektöründeki rekabeti engelleyen ve bu doğrultuda şikâyetlerin dillendirildiği yeni bir döneme bırakmıştır. Böylesi bir yeniden yapılanma içerisinden bakıldığında, kamu hizmeti yayıncılığının özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki yapılanması özel bir dikkat çekmektedir. Türkiye özelinden bakıldığında, bir yandan sermaye birikim modelindeki değişime koşut olarak dönüşüm geçiren diğer yandan Avrupa Birliği üyelik süreci refakatinde yeniden yapılanan ülkede, kamu hizmeti yayın kuruluşunun değişim sürecini değerlendirmek oldukça anlamlıdır. Bu çalışma, Türkiye’de yapısal bir değişimin ardından kamu hizmeti yayıncılığını yeniden değerlendirmeyi amaçlamıştır. Avrupa Birliği içerisinde kamu hizmeti yayıncılığı siyasal içerisinden bakarak değerlendirilmesi ve Türkiye’de 2008 yılından itibaren yapısal bir değişim içerisindeki kamu hizmeti

* Dr. Serhat KAYMAS Hacettepe Üniversitesi Hacettepe Ankara Sanayi Odası 1. Organize Sanayi Bölgesi Meslek Yüksekokulu

yayıncılığının anlamlandırılması için önemlidir. Çalışmada, Türkiye kamu hizmeti yayıncılığındaki değişim, daha genel bir düzeyde Türkiye'nin 2008 yılından itibaren yaşadığı değişim süreci değerlendirilerek, ele alınmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığının değişim sürecini değerlendirmenin yanı sıra, bu çalışmanın bir diğer sorusunu demokratik bir iletişim düzenini ve iletişim özgürlüğü adına kamu hizmeti yayıncılığının nasıl yeniden biçimlendirilebileceği oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma, Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı için demokratik bir iletişim düzeni adına kamu hizmeti için bir model önerisi de getirmektedir.

Abstract

In the course of 1980's, media markets witnessed gradual changes, in internal and global levels, especially after the neo liberalism came into effects globally. The most important of these ongoing changing processes is related to public broadcasters. On the one hand, from the 1980's onwards, structural changes in the whole media market stimulated by liberalizing policies both national and global levels, ongoing commercialization in media markets and ongoing intensification process of media ownership in the hands of media barons triggered a new questions on the social legitimacy of public broadcasting services. In this given conditions, Public Broadcaster faced with the gradual criticisms that the comprehension of these model. It is observed that, those focus on subsequently directed against the social legitimacy of the public service broadcasting's foundational principles. Neo liberalism has been tremendously effects which are give rise to almost "top down" change in an ideology and a significant on the media since 1980's. Therefore a gradual erosion of the general principles of public service broadcasting has left a system increasingly susceptible to economic and political interest in the neo liberal marketplace. Furthermore the liberalization programme and the attempts to create rivalry marketplace conditions which have forced the dismantling of state monopolies in broadcasting have also resulted in reconsideration in media markets of many questions relating on the proper scope and funding of public service in general and public service broadcasting in particular. So that, public service broadcasters is far from previous stable and privileged conditions. In this regard, public service broadcasting has gone into process of reconstruction but the new period has not a hopeful for public broadcasters. Insomuch as that, public broadcaster faced with not only loose ground but also witnessed complaints which are regarded disrupt of the market structure and the methods of

the subsidies (state aid) for the public broadcaster. So that the public service broadcasting as seen as the “building block” of the nation that holds the term is far away and replaced by a new era when public broadcaster has been seen as an obstacle of the market structure. In this respect, the reconstruction of public service broadcasters in the developing world has draw an attention to a large extend. Looking at the case of Turkey’s experiment, on the one hand in parallel with changes in an evolving model of capital accumulation and on the other hand the European Union accession process, accompanied by restructuring of the public broadcasting saervice is quite significant. This study has aimed a re-assessment of public service broadcasting after the structural changes in 2008. In this study, changes in public broadcasting service at a more general evaluation of the ongoing process of the changes faced with Turkey since 2002 is discussed. This study also investigated further the question of the possibilities of the freedom of communication. In this context, this study seeking a new model of public service broadcasting on behalf of the democratic communication order.

Giriş

Adalet ve Kalkınma Partisi’nin; Türkiye demokrasisini yönetme gücü elde ettiği Kasım 2002 tarihinden bu yana ülkenin makro düzeydeki değişiminin, iletişim özgürlüğünün gittikçe sınırlandırıldığı yönündeki bir endişeyi canlandıran ölçüde medya sektöründe de izlenebileceği bir alan oluşturduğu gözlenir. Ülkelerin medya sistemlerinin; demokrasiye olan bağlılığının ölçüldüğü anlamlı bir referans olduğu dikkate alındığında, kamu hizmeti yayıncılığının analizinin sözü edilen demokrasi referansının değerlendirilebileceği önemli bir ölçüt olduğu belirtilmelidir. Türkiye’de, “kamu hizmeti” yayıncısının 1964-1971 yılları arasındaki görelî özerklik döneminin ardından, siyasal iktidara yakınlığının haber ve program içeriklerinin belirlenmesi adına sıklıkla eleştirilen konumuna rağmen¹, bu çalışma içerisinde 2000-2012 dönemi içerisinde kamu hizmeti yayıncısının değerlendirilmesi var olan eleştirilerin yeniden üretilmesini amaçlamamıştır. Aksine, söz konusu dönem içerisinde siyasa analizi yöntemi üzerinden var olan durumun saptanması ve değerlendirilmesi ile Türkiye’nin demokrasiye bağlılığının test edildiği bir referans olarak kamu hizmeti yayıncısının var olan koşullarına dair bir betimleme çabası sergilenmiştir. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun siyasal iktidara yakınlığı üzerinden gerçekleştirilecek bir demokrasi algısı çalışması için 2000-2012 kesiti oldukça anlamlı bir olanak sunmaktadır. Gerçekten de, Yüksek Seçim Kurulu tarafından, 30 Mart 2014 yerel seçimleri sürecinde, iktidar partisine 13

saat 12 dakika propaganda olanağı tanınırken, diğer partilere tanınan süre dahi söz konusu kesit içerisinde ülke yönetiminin demokrasi algısına dair önemli bir endişenin kaynağını oluşturmuştur. Öyle ki, Cumhuriyet Halk Partisi'ne 45, Milliyetçi Hareket Partisi'ne 48, Barış ve Demokrasi Partisi'ne ise yalnızca 2 dakikalık bir yayın olanağının sunulması üzerine, bütün bir tarihi boyunca ilk kez, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'na uyarı cezası verilmesi; ülkenin demokrasi referansının hali üzerine anlamlı bir kesitin açılmış olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, çalışma içerisinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

- Türkiye'de 2000-2012 kesiti içerisinde, kamu hizmeti yayıncısı için uygulamaya konulan yapısal değişim programı, gerçekte nasıl bir değişimi öngörmektedir?
- Ülkenin demokrasiye olan bağının test edilebildiği önemli bir referans olarak kamu hizmeti yayıncısının var olan koşulları, bir siyasa analizi modeli içerisinde nasıl değerlendirilebilir?
- Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ile siyasal iktidar arasındaki ilişkiler, çalışmanın ele alındığı dönem içerisinde nasıl bir değişim süreci izlemiştir?

Türkiye'de yeni bir otoriter medya sistemini en azından üstü örtülü olarak ifadelendiren “yandaş medya” kavramı; Türkiye'de medyanın dönüşümünü gösteren önemli bir terim olmasına rağmen, söz konusu dönem içerisinde Türkiye mediasındaki değişimi açıklayabilme gücüne tek başına sahip değildir. O kadar ki, 3 Ekim 2005 tarihinden bu yana Avrupa Birliği ile katılım müzakerelerini sürdüren Türkiye'nin bu tarihin ardından da, ifade ve düşünce özgürlüğü ile gazetecilerin çalışma koşullarına ilişkin olarak yöneltilen eleştirilerin odağında yer aldığı gözlenmektedir. 3 Ekim 2005 tarihinden bu yana aday ülke statüsü üzerinden katılım müzakerelerinin gerçekleştirildiği Avrupa Birliği İlerleme Raporlarının, Türkiye'nin ifade ve düşünce özgürlüğü ile gazetecilerin çalışma koşullarına dair endişesini, üstelik söz konusu raporların önemli bir bölümünde, ifade etmesi sorunun Avrupa Birliği öncelikli olmak üzere, ülke sınırları dışında yansıma bulduğunu göstermektedir. Öte yandan, 2013 yılı Mayıs ayının sonunda dört il dışında neredeyse tüm Türkiye'ye yayılan Gezi Parkı Eylemleri, Türkiye'de ifade ve düşünce özgürlüğü sorununun yeni boyutlar edinerek genişlediğini daha da bir görünür kılmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin tarafı olmasına rağmen, eylemlerin bastırılmasındaki sert tutumu sonucunda beş kişinin hayatını kaybetmesinin yanı sıra onlarca kişinin yaralanması, Türkiye'nin bir kez daha tam da ifade ve düşünce özgürlüğü

bağlamında Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği üyeleri tarafından eleştirilmesine yol açmıştır. Türkiye'nin 2002 yılından bu yana izlediği değişim süreci; yalnızca ifade ve düşünce özgürlüğü bağlamında değil giderek Türkiye'nin demokrasiye bağlılığının ölçüldüğü bir dizi önemli eleştirinin referansını oluşturmaktadır. Bununla birlikte sözü edilen referansın önemli bir boyutunun, ülkenin medya ve demokratik iletişim özgürlüğü bağlamı içerisinde düşünülmesi gerektiği belirtilmelidir. Gerçekten de, ülkelerin sahip olduğu iletişim sistemlerinin, yalnızca yayın deneyimlerine dair sorgulamalar için değil, bununla birlikte belki de daha da önemli olarak, ülkenin demokrasi algısı ve siyasal açıklığına dair anlamlı açıklamalara sahip olduğu belirtilmelidir.

Kamu hizmeti yayıncılarının, neo liberalizmin sürüklediği farklı nehirlerin yatağında süre giden yolculuğu tam da iletişim özgürlüğü, demokrasi ve siyasal açıklığa dair böylesi anlamlı soruları-sorunları içermesinin ötesinde, ülkelerin demokrasi algılamalarındaki değişimin yayıncılık modellerine nasıl yansıdığı yönündeki sorgulamalara yol açmasıyla da önemli bir uğrak sunmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'nin 2002 yılından itibaren daha genel düzeyde yaşadığı değişime, daha özel bir alandan, kamu hizmeti yayıncılığının yeniden yapılanması içerisinden bakarak Türkiye'de demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğüne dair bir tartışma açmayı amaçlamıştır. Bu yönüyle Türkiye'nin; en az iki neden doğrultusunda demokrasi, iktidar ve medya ilişkisini yeniden sorgulamaya dair yol haritasında özel bir uğrağı oluşturduğu belirtilmelidir. Çünkü bir yandan Türkiye'nin 1980'lerden itibaren sermaye birikim modelindeki değişime koşut olarak, bir dizi alanda "tepeden inme" ideoloji değişimi deneyiminden geçmesi demokratik iletişim düzeni, medya ve iktidar ilişkisini yeniden ziyaret etmeye dair bir çağrıyı zaten oluşturduğu görülür. Ancak; söz konusu tepeden inme değişiminin, tam da değişimi toplumsal rıza üreterek taşıyabilecek kanallara duyduğu ihtiyaç medyayı da giderek neo liberal ekonomi politiğin ideolojik aracı olarak konumlandırdı. Böylesi bir dönemde, demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğüne dair beklentiler her ne kadar kamu hizmeti yayıncılığını daha da bir görünür kıldıysa da, gündelik pratikleri içerisinden bakıldığında bir yandan siyasal iktidar öte yandan ticarileşme sarmalında kamu hizmeti yayıncısının giderek demokrasiye dair beklentileri karşılamaktan uzak olduğu da görüldü.

Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığını yeniden düşünmeye dair ikinci nedeni, her ne kadar tamamlanmamış bir modernite projesi olarak değerlendirilebilirse de, Avrupa Birliği

üyelik süreci refakatinde Türkiye'nin medya siyasasındaki uyumlaştırma arayışları oluşturur. Avrupa Birliği'nin her ne kadar kurucu siyasası içerisinde, örneğin Amsterdam Sözleşmesi 16. maddesi ya da rekabet ilkelerini düzenleyen 86. ve 87(1) maddeleri gibi, genel olarak kamu hizmeti ve özelinde kamu hizmeti yayıncılığı için özel bir vurgu getirildiği gözlenir. Ancak, neo liberal hegemonyanın refakatinde izlenen yeniden yapılanma süreci, Birliği giderek "Amerikanlaşma" yoluna sürüklerken (Podkalicka, 2008:324); Birliğin izlediği liberalleşme programı ve ortak pazarın kurulması yönündeki çabası, giderek kamu tekellerinin "sökülmesine" yol açmıştır. Kamu hizmeti yayıncılarının tam da söz konusu "tekel" kavramı üzerinden değerlendirilmesi giderek hem yayın kapsamı hem de finansman biçimleri üzerinden eleştiriye açık bir kamu hizmeti yayıncılığı anlayışını öne çıkartmaktadır. Öte yandan yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yakınsama (*convergence*) süreci, kamu yayıncılarını doğrudan etkileyen bir diğer unsur olarak kurulmuştur (Harrison ve Wood, 2001:478). Çünkü böylesi bir süreç yalnızca devletin frekanslar üzerindeki "kontrol" gücünü azaltmakla sınırlı kalmamış bununla birlikte, yayıncılığın geleneksel sınırlarının giderek bulanıklaşması medya sektörünün farklı bölümleri arasındaki bütünleşme sürecini de arttırmış ve artan rekabet, kamu yayıncılarının medya sektöründeki meşruiyetini giderek sorgulamaya açık hale getirmiştir.

Kamu hizmeti yayıncılarının, 1980'lerden itibaren karşılaştığı küresel düzeydeki sorunlarına rağmen, demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğünün sağlanmasında üstlendikleri özel konum, kamu hizmeti yayıncılığının halen önemli işlevlere sahip olduğunu da gündeme getirmektedir. Ancak kamu hizmeti yayıncılığına dair tartışmaların zaten böylesi bir yayın modelinin işlevini tamamlayıp – tamamlamadığı üzerine değil aksine yeniden bu modelin yeniden nasıl düzenlenebileceği üzerine olduğu gözlenir. Türkiye'de, ülkenin bir yandan sermaye birikim modelindeki değişim öte yandan Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinin, bir dizi alanda olduğu gibi, medya siyasası alanına da yapısal uyum arayışını daha da bir öne çıkartması kamu hizmeti yayıncılığının yeniden ziyaret edilmesine açık bir davetiye oluşturur. Türkiye'de kamu hizmeti yayıncısının zaten başlangıcından itibaren siyasal iktidarla organik bağ içinde olduğu ve resmi ideolojinin kurulduğu değilse de, taşındığı kanalları oluşturduğu yönünde bir dizi eleştirinin odağında yer aldığı zaten gözlenmektedir. Bununla birlikte; Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) ülkenin daha genel düzeyde, Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarı dönemiyle birlikte 2002 yılından itibaren, yaşadığı değişime koşut olarak yeniden yapılandırılma sürecini değerlendirmek, demokratik bir iletişim düzeni ve

iletişim özgürlüğü adına anlamlı bir çaba olarak öne çıkmaktadır. Gerçekte, kamu hizmeti yayın kuruluşlarının demokratik ve çoğulcu bir medya yapısının anlamlı bir bileşeni olarak değerlendirilmesinin, 1990'lerden bu yana hatta kamu yayıncılarının tekel olduğu dönemlerde dahi olmayan biçimde, yoğun bir ilgiyle yeniden başladığı gözlenir (Bardoel ve d'Haenens, 2008a:356). Kamu yayıncılarının bir bakıma performans ölçütlerini oluşturan söz konusu yeniden değerlendirme süreci, dört ana ekseninde yoğunlaşmaktadır. Dennis McQuail (1992:49-64), kamu yayıncılarının değerlendirme kriterlerini şöyle maddeleştirmiştir.

- a) “Evrensel Hizmet İlkesi” ve söz konusu ilkenin yeniden yorumlanması,
- b) Çoğulculuk, çok seslilik ve toplumsal, siyasal ve ekonomik ve kültürel alanlardaki çoğulculuğun program içeriklerindeki temsili
- c) Demokratik sorumluluk, kamu yayıncısının şeffaflığı ve netliği
- d) Kamu finansmanı
- e) Kâr amaçlı olmayan ancak demokratik bir iletişim düzeninin gerçekleştirilmesi için gerçekleştirilen performanslar.

Bu çalışma içerisinde TRT'nin 2008-2012 yılları arasındaki değişim süreci, demokratik bir iletişim düzeninin nasıl oluşturulabileceğine dair öncelikli bir soru ekseninde gerçekleştirilmekte ve çalışma, kamu hizmeti yayıncısını üç ana alana ayrıştırılabilecek alanlarda değerlendirmektedir. Bu alanlar, a) kamu hizmeti yayıncısının, bir dizi tematik kanala ayrıştırılması: Türkiye’de kamu hizmeti yayıncısının, üstelik Avrupa Birliği medya siyasasında tematik kamu yayıncılığına dair bir dizi anlamlı eleştiri getirilmişken, giderek geleneksel yayın mantığından uzaklaşarak tematik kanallara vurgu geliştirmesinin anlamı. b) Türkiye’de 2002 yılı sonrasında ülkenin daha genel düzeyde yaşadığı değişim sürecine koşut olarak, kamu hizmeti yayıncısının yayın içerikleri ve program türlerinin dağılımı. Kamu hizmeti yayıncısı için yayın içeriklerinin değişim süreci gerçekte kurumsal değişime dair anlamlı veriler oluşturmaktadır. c) Türkiye’de medya siyasasındaki ve kamu hizmeti yayıncılığına yansımaları çalışma içerisinde değerlendirilecektir.

Kamu hizmeti yayıncısının değişim sürecini, ülkenin genel düzeyde yaşadığı değişim süreci ekseninde okumayı amaçlayan çalışma, aşağıdaki sorulara yanıt aramaktadır. a) Kamu

kurumlarının özelleştirilmesini ekonomi politikalarında yoğun olarak kullanan siyasi iktidar döneminde, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun 2008 yılındaki düzenlemenin ardından bir dizi tematik kanala ayrıştırılmasının amacı nedir? Türkiye'de ki düzenleme; Avrupa Birliği kamu yayıncılarının, medya sektöründe artan rekabet ve ticarileşme ortamında izleyici kaybını dengeleme amacıyla kullandıkları farklı yayın kurumlarını tek bir çatı altında toplama yönündeki strateji (Enli, 2008:108) ile açıklanabilir mi? b) Türkiye'de kamu hizmeti yayıncısının 2008 yılındaki değişim sürecinin ardından, yayın içerikleri ve ağırlıklı program türlerindeki değişim, demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğünün yapısal koşullarına hizmet edebilir mi? c) Avrupa Birliği medya politikalarındaki değişim, Türkiye'de kamu yayıncılığı için bir model oluşturabilir mi? d) Üstelik Avrupa Birliği'nin, bir Avrupalılaştırma pratiği olarak gördüğü ortak kültürel uzam oluşturma yönündeki politikalarının, giderek yeni liberal hegemonyanın sürüklediği uğraklar boyunca endüstriyel temelli politikalara dönüşümü, bu doğrultuda kamu yayıncılarının, medya sektöründe ikincil kılınmasına rağmen, Türkiye'de kamu yayıncılığı için Avrupa Birliği modeli nasıl uygulanabilir? Bu çalışma içerisinde tartışılması amaçlanan yukarıdaki sorular, demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğü adına öncelikli olarak tartışılması amaçlanan çoğulcu ve çok sesli bir medya yapısının nasıl oluşturulabileceğine dair daha bütüncül bir sorunun unsurları olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, kamu hizmeti yayıncılığını özellikle yeni liberalizmin uygulamaya konulduğu 1980'li yılların öncesinden, kamu hizmeti yayıncılığına dair erken dönemli tartışmalardan, başlayan bir perspektif içerisinden bakmak oldukça anlamlı olacaktır. Gerçekten de, kamu hizmeti yayıncılığı değişim sürecini tarihsel bir bağlam içerisine yerleştirmek: Türkiye'de de, Adalet ve Kalkınma Partisi dönemi ile birlikte kamusal yayıncılığın değişim sürecini anlaşılır kılacaktır.

Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Ulusu Oluşturan Bütünden, Pazar Yapısındaki Engel Algılamasına Doğru

Kamu hizmeti yayıncılığının; liberal hegemonya etkisindeki değişim süreci, tam da ülkelerin sermaye birikim modelindeki değişimin üst yapıya yansımaları daha da bir görünür kılan anlamlı bir örnek olarak öne çıkmaktadır. Gerçekten de, yeni liberalizmin refakatinde “evrensel hizmet ilkesi” anlayışının tepeden inme dönüşümü (Collins ve Murrone, 1996:77,

Keane,2009:126)ⁱⁱ, kamu hizmeti yayıncılarının da ulusu bir arada tutan ya da bütünleştiren işlevinden uzaklaştırarak sözde izlenen serbest pazar önündeki bir engel olduğu düşüncesine doğru genişler. Michael Tracey (1996:26); II. Dünya Savaşının ardından ulusu bir bütün olarak kurabilme ve toplumu bir arada tutabilen harç olarak kamu hizmeti yayıncılığının öne çıktığını söyler. Kamu hizmetine bu dönemde biçilen rol gerçekte medya politikalarında yeni bir değer dizgesini öne çıkartan bir gelişme olarak okunabilir. Bu dönem içerisinde, kamu hizmetine dair genel kanının bu kez de kamu hizmeti yayıncılığına doğru genişlediği ve demokratik bir iletişim düzeninin kurulabilmesine dair beklentilerin odağına yerleştiği görülür. Bununla birlikte, liberal demokrasilerin egemen olduğu ülkeler için medya politikalarının “ikinci dönemi” olarak da isimlendirilebilen 1945-1980 döneminin, önemli ölçüde Birleşmiş Milletler tarafından biçimlendirildiği belirtilmelidir (Puppis, 2008:407). Gerçekten de; Avrupa Birliği gibi ulus üstü siyasal bir proje henüz gündemde dahi değilken, devletin yeniden yapılandırılmasının yayıncılık alanındaki yansımaları kamu hizmeti yayıncılığı oluşturmaktadır. Dönem içerisinde ulusal uyum ve denge arayışları, bütün bir politika sürecine yansımıştır (McQuail ve Cuilenburg, 2003: 191). Liberal demokrasilerde medya politikalarının ikinci dönemi, ulusal çıkarların korunması ve demokrasinin genişletilmesi yönleri ile ayırt edilebilmektedir. Sosyal demokrasinin güç kazandığı söz konusu dönem, kamu hizmeti yayıncılığı ve medyanın sosyal sorumluluğu olduğu yönündeki açılımlara sahip olmuştur. Bütün bu yönleriyle, medyaya karşı gerçekleştirilen devlet müdahaleleri medya politikalarının sosyal ve kültürel amaçlarının gerçekleştirilebilmesi adına onaylanmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı dönemi içerisinde de, başlangıcından itibaren bütün bir medya politikalarına egemen olan ikilemin yansımaları görülmüştür. Wolfgang Kleinwachter’in (2000:453) açıkladığı gibi “bireysel iletişim özgürlüğü” karşısında “iletişim özgürlüğü önündeki devlet kontrolü” kamu hizmeti yayıncılığı döneminde bir dizi uygulama üzerinden yeniden üretilmiştir. Örneğin, Birleşmiş Milletler tarafından 1966 yılında uygulamaya konulan “*International Covenant on Political and Civil Rights*”ⁱⁱⁱ içerisinde böylesi bir ikilemin okunabilmesi mümkündür. Sözleşme 19. Maddesi birinci fıkrasında “*Herkesin, bir müdahale ile karşılaşmaksızın fikirlere sahip olma hakkı vardır*” ifadesini kullanmaktadır. İkinci fıkrasında da, ilk fıkrayı güçlendiren hüküm yer almaktadır. Sözleşme; “*Herkes ifade özgürlüğü hakkına sahiptir; bu hak bir kimsenin ülke hudutlarıyla sınırlanmaksızın sözlük, yazılı veya basılı veya sanatsal ürün şeklinde veya kendi tercih ettiği başka bir*

iletişim vasıtasıyla her türlü bilgi ve düşünceyi arama, edinme ve ulaştırma özgürlüğünü de içerir” hükmünü getirmiştir. Buna rağmen söz konusu fıkraların ardından Sözleşme’nin üçüncü paragrafı yukarıda belirtilen, bireyin iletişim özgürlüğü karşısında devletin iletişim üzerindeki kontrolü, ikilemin daha da bir görünür kılınmasını sağlamaktadır. Sözleşme’nin üçüncü fıkrasına göre; **“Bu maddenin ikinci fıkrasındaki haklar özel bir ödev ve sorumlulukla kullanılır. Bu nedenle bu hak, sadece hukuken öngörülen ve aşağıdaki sebeplerle gerekli olan sınırlamalara tabi tutulabilir: a) Başkalarının hak ve itibarına saygı b) Ulusal güvenliği ve kamu düzenini (ordre public) veya sağlık ve ahlaki koruma”** hükmü getirilmiştir. Sözleşme’de yer alan söz konusu düzenlemenin özellikle 1948 yılında Birleşmiş Milletler tarafından ilan edilen **“Declaration of Human Rights”** düzenlemesinin ardından gerçekleştirilmesi dikkat çekmektedir. Ancak, söz konusu ikilemin; Birleşmiş Milletler tarafından 1970’li yıllar boyunca gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki enformasyon eşitsizliğini yok edebilmeyi amaçlayan **“Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni”**^{iv} tartışmaları boyunca egemen siyasa belgelerinde daha da bir görünürlük edindiği gözlenir. Tartışmalar boyunca, bireysel iletişim özgürlüğü ve iletişim önündeki devlet kontrolü giderek gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin farklılıklarını da içerecek denli genişleyen yorumların konusunu oluşturmuştur. Üçüncü dünya ülkeleri için; hükümetlerin iletişim üzerindeki kontrolü, medya siyaseti üzerinden kültürel çeşitliliğin korunması olarak yorumlanırken, batılı demokrasiler için böylesi bir durum giderek insan haklarını tehdide yönelen “hükümet sansürü” olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle, küresel medya yönetiminin giderek ülkeler arasındaki demokrasi algılayışından da önemli ölçüde etkilendiği görülmektedir. Gerçekten de, Amerika Birleşik Devletleri’nin 1983 yılında Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni tasarımını gerçekleştirdiğini düşündüğü Birleşmiş Milletler üyeliğinden çekilmesi tam da küresel medya yönetimine dair söz konusu ikilemi yeniden üretmiştir. Hatta Amerika Birleşik Devletleri’nin 1991 yılındaki Körfez Savaşı boyunca medya üzerine getirdiği sınırlandırmayı yine “ulusal güvenlik” gerekçesi ile açıklaması dikkat çekmektedir. Küresel medya yönetimini biçimlendiren, 1945-1980 dönemi boyunca öne çıkan bir diğer unsur özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa genelinde medyanın yeniden yapılandırılması oluşturmaktadır. Yeniden yapılandırma süreci Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa geneli içerisinde medyanın sosyal sorumluluğu bağlamında medya politikalarında yer edinmiştir. Amerika Birleşik Devletleri’nde 1947 yılında, basın özgürlüğü üzerine toplanan komisyon^v, medya politikaları gündeminde yeni bir unsura, “medyanın içerisinde yer aldığı topluma karşı

olan sorumluluğuna” yer verilmiştir. Bu şekilde, küresel medya politikalarında da yeni bir dönemin geliştiği görülür.

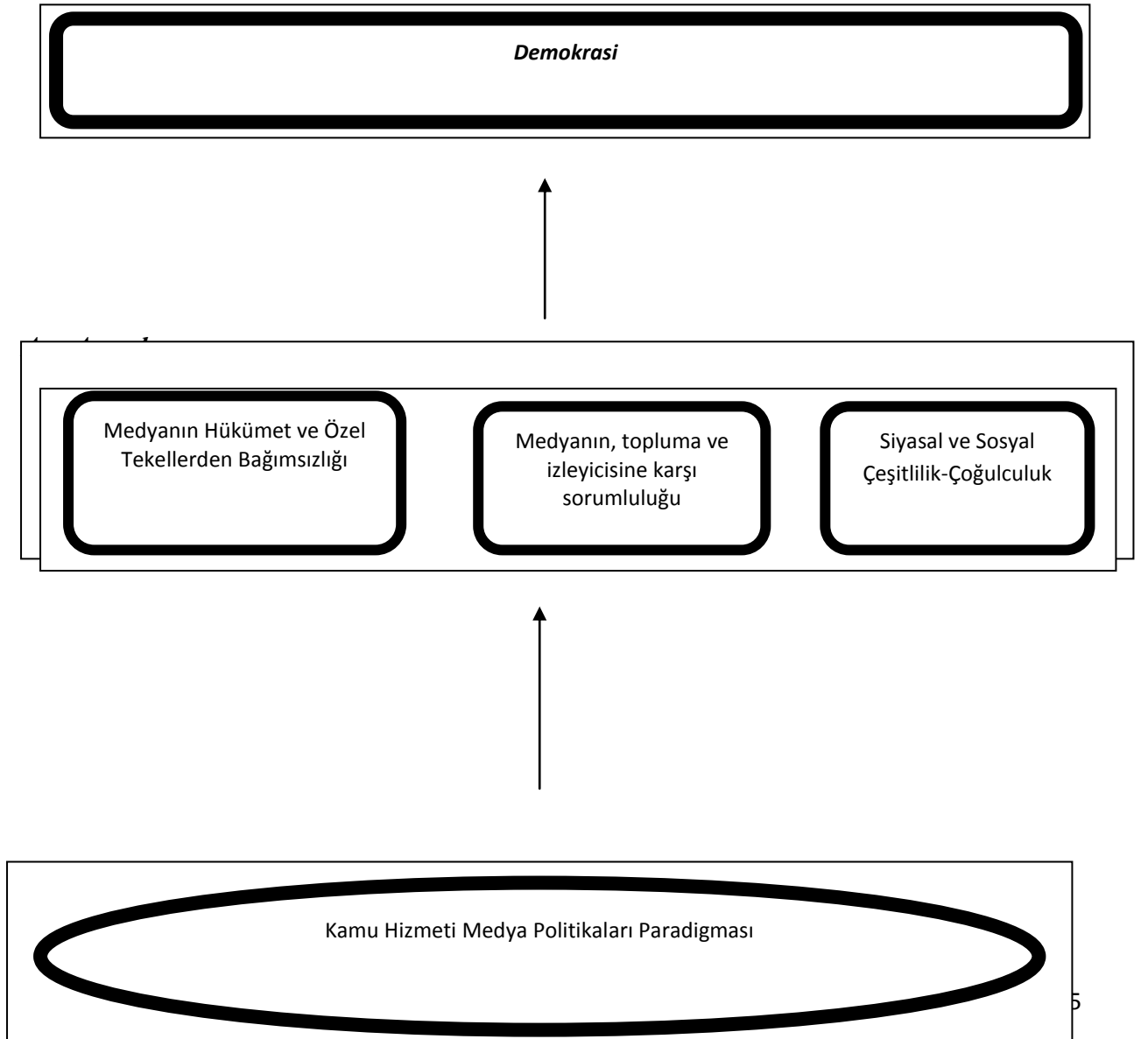
Küresel politikadaki söz konusu yeni dönem, Amerika Birleşik Devletleri’nin ardından Avrupa’ya doğru genişleyen bir dizi politika unsuru olarak yansımıştır. İngiltere’de, Hutchins Komisyonu’nun yansıması olarak 1947–1949 yılları arasındaki Kraliyet Basın Komisyonu ve İsviçre’de 1960’lı yıllar boyunca gelişen Basın Komisyonu ve Avrupa’da birçok ülkede sözü edilen Komisyonlar yapısındaki kurumların oluşturulması, liberal demokrasilerde kamu hizmeti yayıncılığı döneminin giderek küresel bir eğilime dönüştüğünü göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri için söz konusu “yeni”^{vi} dönem, her ne kadar Avrupa ülkelerinde kamu hizmeti yayıncılığının anlamlandırılmasından önemli ölçüde farklı olsa da, İkinci Dünya Savaşı’nın ardından kamusal politikaların ve kamu hizmetinin geliştirilmesi ve gündelik yaşam pratiklerinde yaygınlaştırıldığı belirtilmelidir. Örneğin söz konusu dönemde, radyo ve televizyon yayıncılığının düzenlenebilmesi için ulusal yayıncılık otoritesinin (FCC)^{vii} kurulması, Amerika Birleşik Devletleri için ulusal kamu politikalarının yayıncılık alanına doğru genişlediğini göstermektedir. Öte yandan, küresel medya politikalarının sözü edilen yeni döneminde gerek Amerika Birleşik Devletleri ve gerekse Avrupa ülkelerinde politika amaçlarının birbirine oldukça yakın olduğu görülür. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri’nde medyada “dürüstlük” ve “mülkiyet çeşitliliği” kamu politikalarının temel amaçlarını oluşturmaktayken, Avrupa ülkelerinde “özgür ve sorumlu basın” yaklaşımı kamu politikalarının biçimlendirilmesinde etkili olmuştur (McQuail ve Cuilenburg, 2003:193).

Avrupa ülkeleri için görsel-ışitsel yayıncılıkta kamu tekellerinin egemenliği, bir dizi örneğinde de gözlendiği gibi özellikle yazılı basına yapılan devlet desteği ile kamu ve özel sektör yayıncılığı arasında dengenin sağlanması da gözetilmektedir. Öte yandan dönem içerisinde kamunun geniş tercihlerine ve azınlık gruplarına özel bir ilgi gösterilmiş ve yayınlarda çoğulcu bir yapının geliştirilebilmesi için dikkat verilmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı modelinin ortak niteliklerini Denis McQuail ve Jan van Cuilenburg (2003:194) aşağıdaki gibi maddeleştirmektedir: a- bu dönemdeki medya politikaları, ağırlıklı olarak, demokratik (hatta temsili veya katılımcı) politikaların ihtiyaçlarından kaynaklanan kuramsal yaklaşımlar tarafından biçimlendirilmiştir. b- Bu dönemdeki medya politikaları, ulus devletlerin sınırları ile sınırlandırılmış ve ulusal çıkarlara yoğunlaşmıştır. c- Bu dönemdeki medya politikaları, sosyal amaçlarla gerçekleştirilen hükümet müdahalelerini meşru olarak

görmektedir. d- Bu dönemdeki medya politikaları, aktif ve sürekli politika üretimi ile söz konusu politikaların revizyonuna ihtiyaç duymaktadır. McQuail ve Cuilenburg (2003:194) tarafından, kamu hizmeti yayıncılığı paradigması aşağıdaki gibi şema haline getirilmektedir.

Şema 1: 1945-1980/1990 Yılları Arasındaki Kamu Hizmeti Yayıncılığı Paradigması
(McQuail ve Cuilenburg, 2003:194).

Nihai Amaç / Kamu Çıkarı



Küresel medya politikalarının ikinci dönemi, kamu hizmeti medya politikaları, liberal demokrasilerdeki kapitalist sermaye birikiminde yaşanan ve 1980’li yıllara değin uzanan ekonomik krizin ardından yaşanan yeniden yapılanma dönemi, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının da yeniden ele alınmasına yol açmıştır. Öyle ki, 1980’li yıllar liberal demokrasinin egemen olduğu birçok ülkede, normatif yaklaşımın belirlediği ve kamu hizmeti felsefesinin biçimlendirdiği küresel medya politikaları ile kapitalist sermaye birikiminin değişen koşulları eşliğinde yeni bir medya politikası tasarımı yanlıları arasındaki mücadeleye tanıklık etmiştir. Bu bağlamda, Amerika Birleşik Devletleri’nin 1984 yılında yeni liberalizme koşut olarak^{viii}, yeni bir telekomünikasyon ve iletişim tasarımına doğru genişlemesi, küresel medya politikaları alanında yeni bir döneme yol açmıştır. Bu bağlamda, yeni bir medya politikası bağlamının kamu hizmeti yayıncılığı alanında kurulduğu gözlenir. İletişim politikalarındaki yeni “değerler dizisi”, iletişimin de kapitalizmin yeniden yapılandığı sektörlerden birisi olarak görüldüğünü daha da bir öne çıkartmaktadır. Bir önceki dönemin kamu iletişimine dair sosyal ve siyasal beklentilerin yerine ekonomik beklentilerin geçmesi ve iletişimin giderek bir pazar olarak görülmesi bu kez medya siyasası eliyle, serbest pazar ilkelerinin kamu hizmeti yayıncılığına doğru genişlemesine yol açmıştır. Ancak 1980 sonrası dönemin karakteristik niteliklerini yalnızca kapitalizmin yeniden yapılanmasına koşut olarak medya politikalarında kuralsızlaştırmanın egemen olması değil, gerçekte tam da bunun sonucunda küresel medya devlerinin ulusal medya pazarlarını hegemonya mücadelesinin alanı olarak kullanması ve hatta iletişim kaynaklarının sömürgeleştirilmesi oluşturur. McQuail ve van Cuilenburg’un 1980 sonrası medya siyasasındaki değişim sürecine dair genel değerlendirmesi, sermaye birikim modelini küresel kapitalizme eklemeye niyeti üzerinden belirlemiş olan Türkiye için oldukça dikkat çekmektedir. Gerçekten de, ülkenin sermaye birikim modeli ile kamu yayıncılığı arasındaki bağın çözümlenmesi, her ne kadar Türkiye’de iletişim çalışmaları içerisinde oldukça sınırlı bir ilginin odağında yer almasına rağmen, aslında birbirine oldukça yakın bir ilişkinin görünür kılınmasına yol açmaktadır. Raşit Kaya’nın (1999:7) belirlediği gibi, Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığının ülkenin modernleşme ve kalkınma paradigması ile belirlenen kuruluş döneminin ardından, gerçekte bu dönemde Amerika Birleşik Devletleri’nin Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun kurulması yönünde önemli bir etkisi bulunmaktadır, TRT’nin bir diğer rolü ülkenin egemen ideolojisinin taşıyıcı olmasından kaynaklanmaktadır. Devletin resmi ideolojisinin, kamusal alanda kurulduğu ya da taşındığı

iletişim kanalı olarak Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun, her ne kadar kamu finansmanına ihtiyaç duymasına rağmen, "kamu hizmeti" ve "kamu yararı" kavramlarının ne egemen siyasa içerisinde ne de kurumun yıllık yayın planlarında tanımlanmadığı belirtilmelidir^{ix}. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye'de kamudan uzak bir kamu yayıncılığının hüküm sürdüğü belirtilmelidir. Bununla birlikte, neo liberalizmin kamu hizmeti yayıncısını bir bakıma "sürüklediği" koşullara bakıldığında alternatif bir kamu hizmeti yayıncısı modeli için Türkiye için model alınabilecek olan bir örneğin olmadığı belirtilmelidir. Bu doğrultuda, her ne kadar Avrupa Birliği katılım müzakereleri ile birlikte, Avrupa Birliği'nin Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığının yeniden yapılanmasına dair bir kaynak oluşturduğu söylenebilirse de gerçekte Avrupa Birliği'nin de neo liberalizm gündeminin dışında olmadığı bu nedenle demokratik bir iletişim düzeninin oluşturulabilmesine dair ortak sorunları taşıdığı belirtilmelidir.

Avrupa Birliği Siyaseti İçerisinde Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli

Avrupa Birliği üyelik müzakereleri, Türkiye için "uyum süreci" bağlamında daha genel bir düzeyde sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarındaki dönüşümün refakatinde, yayıncılık alanının da yeniden yapılan(dırıl)masına yol açmaktadır. Türkiye'de medya siyaseti sözü edilen uyumlaştırma, hatta Avrupa Birliği'nin bir politika aracı olarak kullandığı Avrupalılaştırma, doğrultusunda "tepeden inmece ideoloji değişimini" içerecek biçimde yeniden yapılanmaktadır. Avrupa Birliği medya siyasetinin, Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı için değerlendirilmesi gereken ikinci boyutunu; tam da kapitalizmin yeniden yapılanmasına koşul olarak gerçekleşen değer dizgesindeki değişim süreci oluşturmaktadır. İletişimin giderek bir sektör olarak ele alınması, medya sektöründeki kuralsızlaştırmanın ötesine geçerek kamu hizmeti yayıncılığının, medya sektöründe rekabeti engelleyen bir unsur olarak görülmesi sözü edilen değer değişiminin, kamu hizmeti yayıncılığında kamunun dışlanmasına dair dikkat çeken uğrakları oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Avrupa Birliği için yeni liberalizmin siyaseti açıklamasının birbirine paralel iki eğilim doğrultusunda ele alınabileceği belirtilmelidir. Karol Jakubowicz'in (2004:278) belirlediği söz konusu eğilimler,

(a) iletişimin pazarlaştırılabilir bir sektör olarak görülmesi ve bu bağlamda iletişimin pazarlaştırılabilmesine dair politikaların hem Avrupa Birliği içerisinde ve hem de üye ülkeler arasında hegemonik bir güç olarak kökleşmesi ve

(b) yeni iletişim teknolojileri, telekomünikasyon ve görsel-işitsel endüstri arasındaki yakınsamanın hızlanması, Avrupa Birliği iletişim siyasasının kökten bir dönüşüm yaşamasına yol açmıştır. Avrupa Birliği'nin ilk dönem medya siyasasını belirleyen; yurttaşlığın geliştirilmesi için demokratik bir platform oluşturma, evrensel erişim hakkı üzerinden tüm kesimlerin yayın hakkının olduğunun vurgulanması ile kalite olmak üzere üç temel ilkenin (Harrison ve Wessels, 2005:835) giderek yok sayıldığı ve hatta söz konusu ilkelerin meşruiyetinin sorgulandığı gözlenmektedir. Mark Wheeler (2004:352), 1992 yılındaki Maastricht Anlaşması^x dönemine değin Avrupa genelinde kamu hizmeti yayıncılığında uzlaşım sağlanan ilkelerin, her ne kadar Maastricht Anlaşması kamu hizmeti yayıncılığının ülkelerin özerk politikaları sonucunda korunması gerektiği vurgulansa da, bu Anlaşma ile içinin boşaltıldığını belirtir. Amsterdam Anlaşması'nın ayrılmaz eki olan "**Kamu Yayıncılık Sistemi Hakkında Protokol**", gerçekte Birliğin kamu hizmeti yayıncılığına dair bakışını olanca açıklığı ile ortaya koymaktadır. Protokol içerisinde kamu hizmeti yayıncılığının "özerk" ve "verimli" işletmeler olarak değerlendirilmesi her ne kadar kamu hizmeti yayıncılığını ve önemini vurgulamıştır. Amsterdam Anlaşması'nın özellikle 16. maddesi, Avrupa Birliği'nin yalnızca ekonomik bir birlikten ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Kültürel çeşitliliğin korunması yönünde Avrupa Topluluğu'nun 151. maddesinin, kültürel eylem bağlamında tanıdığı alan, kamu hizmeti yayıncılığını ilgilendiren Amsterdam Anlaşması'nın 16. maddesinde de kamu yayıncılığının önemini vurgulanması doğrultusunda devam etmektedir. Anlaşma dönemine değin, Avrupa genelinde uzlaşım sağlanan ilkeler aşağıdaki gibi maddeleştirilebilir:

(a) **Çoğulculuk:** Medya sektörünün egemen ilkesi olarak değerlendirilmektedir. Demokratik bir iletişim düzeni için "olmazsa olmaz" koşul olarak görülmektedir.

(b) **Kültürel Çeşitlilik:** Özellikle ulusal kültürlerin ve kimliklerin korunması bağlamında değerlendirilmiştir.

(c) **Yurttaşlığın geliştirilmesi,** kamuya evrensel erişim hakkının tanınması ve yeni hizmetlere erişim hakkının getirilmesi, Avrupa Birliği öncesinde dahi Avrupa genelinde yayın hizmetleri bağlamındaki ilkeleri oluşturmaktaydı. Avrupa Ekonomik Topluluğu'ndan, Avrupa Birliği'ne doğru izlenen yol haritası içerisinde bakıldığında, Maastricht Anlaşması'nın diğer alanlarda olduğu gibi, medya siyasasını da önemli ölçüde dönüştürdüğü görülür. Her ne kadar Avrupa

Birliği'nin erken dönemli siyasasında^{xi} belirlenen ortak bir Avrupa görsel-işitsel uzamın ve ortak bir Avrupa kimliğinin geliştirilmesi yönündeki amacın sonraki yıllarda da, en azından söylem düzeyinde, korunduğu görülmekteyse de, kamu hizmeti yayıncıları için giderek iki ayrı kamp içerisinde yaşanan bir çatışmanın temellerinin atıldığı belirtilmelidir.

Mark Wheeler'in (2004:353) belirlediği gibi, kamu hizmeti yayıncılığı söz konusu olduğunda "liberalleştirme" programını savunanlar ile "devletçiler" arasındaki çatışma tam da doruğa ulaşmaktadır. Böylesi bir çatışmanın, giderek Avrupa Parlamentosu içerisinde bile genişlemesi dikkat çekmektedir. Genel Müdürlükler arasında dahi söz konusu çatışmanın izleri gözlenmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği Eğitim ve Kültür İşleri'nden sorumlu olan 10. Genel Müdürlük, kültürel çeşitlilik bağlamında kamu hizmeti yayıncılığının korunması ve desteklenmesi yönünde açıklamalar gerçekleştirmiştir. Ancak, Birlik içerisinde rekabetten sorumlu olan 9. Genel Müdürlüğün, kamu hizmeti yayıncıları ile görsel-işitsel sektör arasındaki rekabet sorununda, ticari yayıncıları destekleyen bir tutum içerisinde olduğu gözlenir. Kamu ve ticari yayın kuruluşları arasındaki rekabetin düzenlenmesine dair önemli bir düzenleme ise, 2 Ekim 1997'de Amsterdam Anlaşmasının eki olarak yürürlüğe giren Amsterdam Protokolü'yle gerçekleştirilmiştir. Ancak, söz konusu Protokol kamu yayıncıları içerisinde eleştiriyle karşılanmanın ötesinde Robert McChesney'in (1999:84) belirttiği gibi; "böylesi bir protokol bir önceki kuşakta gerçekleştirilseydi sadece gereksiz değil aynı zamanda anlamsız da bulunurdu" olarak değerlendirilmiştir. Protokolün yürürlüğe girmesinin ardından İspanya, Almanya, Danimarka, İtalya ve Fransa'daki ticari yayıncılar başta olmak üzere Birlik üyesi bir dizi ülkedeki yayıncıların, sektör içerisindeki rekabete engel olmaları gerekçesi ile kamu hizmeti yayın kuruluşlarını şikâyet etmeleri söz konusu ticarileşmeyi daha da bir görünür kılmaktadır^{xii}. Avrupa Birliği, her ne kadar, ticari yayın kuruluşlarından kaynaklanan şikâyetleri, önemli ölçüde kamu hizmeti yayıncıları lehine çözümlerse de, Birliğin 86 (2) ve 87 (3)(d) maddeleri kamu hizmeti yayıncılığına dair sözde bir destek politikası izlediği anlaşılmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılarının gerek üye ülke içerisindeki ve gerekse üye ülkeler arasındaki ticareti engelleyebilecek ölçüde destek alamaması yönündeki düzenlemeyi içeren 87 (3) (d) ile zaten kamu hizmetinin, ticaretin önünde bir engel olarak algılandığı ortaya çıkmaktadır. Öte yandan; söz konusu yayıncıların ortak pazar içerisindeki rekabeti engelleyebilecek ya da ekonomik çıkarlara zarar verebilecek bir eylem içerisine giremeyeceklerini düzenleyen 86(2); kamu hizmeti yayıncılarının giderek ikincil kılındığı ve sınırlı bir konuma doğru itildiğini daha da bir görünür kılmaktadır. Her iki maddenin de

belirginlikten uzak olduğu ve kamu yayıncılarına yapılan devlet desteğinin hangi hallerde ticareti engelleyebileceği, ekonomik çıkarlara nasıl zarar verebileceği anlaşılır değildir. Buna rağmen, medya sektörü içerisinde kamu yayıncıları için öngörülen devlet finansmanı, süredenen şikâyetlerin odağını oluşturmaktadır. Avrupa Birliği medya politikaları içerisinde, kamu yayıncıları önündeki bir diğer sorun ise yeni iletişim teknolojileri ve oluşturduğu kazanımların, yakınsak teknolojilerin, kullanılmasıdır^{xiii}. 1997 yılındaki “*Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology, and the Implications for Regulations, towards an Information Society Approach*” isimli siyasa belgesi tam da kamu hizmeti giderek nasıl da medya sektörü dışına itildiğini daha da bir ortaya çıkartmaktadır. Siyasa belgesi tam da, medya politikalarındaki üçüncü döneme eşlik eden bir tutumu paylaşmaktadır (Padovani ve Tracey, 2003:136). Avrupa Birliği söz konusu siyasa üzerinden giderek ulusal düzenleyici otoritelerin egemenlik alanını kırmakta ve ulusal iletişim pazarlarının bu kez de küresel rekabete açılmasını ön koşul olarak belirlemiştir. 2003 yılında güncellenen söz konusu siyasa bu kez de üye devletlerin ulusal düzenleyici otoritelerini hedef almakta ve gerçekleştirilecek düzenlemelerin Avrupa Birliği medya politikaları doğrultusunda açıklık ve rekabet ilkelerini vurgulaması gerektiğini belirtmektedir (Wheeler, 2004:360). Ancak siyasa sürecinin kamu yayıncıları için kamu hizmeti ve kamu yararı bağlamında bir dizi anlamlı açıklamaya sahip olduğu belirtilmelidir. Elizabeth Jacka'nın (2003:187) belirtmiş olduğu gibi, yeni iletişim teknolojilerinin medya sektöründe yer edinmesiyle birlikte kamu hizmeti yayıncılığı için tam da bir “alt-üst” gerçekleşmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin medya sektöründe giderek daha da bir yer edinmesiyle birlikte o güne değin tek bir ulusal devletin sınırları ile tanımlanan iletişimin giderek merkezsizleştiği ve bu yönüyle medya politikalarının da giderek ulusal sınırlar içerisinde kalamayacağı ortaya çıkmaktadır. Jackie Harrison ve Bridgette Wessels (2005:838), söz konusu yeni medya biçimini ve oluşturduğu iletişim biçiminin genel özelliklerini aşağıdaki gibi tablo haline getirirler.

Tablo 1: Yeni Medya ve Oluşturduğu İletişim Biçimi (Harrison ve Wessels, 2005:838).

	Geleneksel Medya	Yeniden Biçimlenme Süreci	Yeni Medya
Sosyal İlişkiler	Kitlesele ve Özel		Bireyselleştirme ve
	Kamu Hizmeti	Şebeke Üzerinde	Seçim
	Yayıncılığı	Kökenleri, geç modern dönemde	Kökenleri, geç modern dönemde
	Kökenleri, orta modern dönemde	Ortaklıklar ve Eklemlenme	Ulusal, Yerel ve Ulus aşırı Yönelimler
	Ulusal ve Bölgesel Yayıncılık		

Biçim	Yayın	Enformasyon: Topluluk Şebekeleri, IDTV, Web Blogları	İnternet yayıncılığı, cep telefonları, web blogları
		Yayın Formatı: Pazarın belirli bölümlerine yönelen kanallar, İsteğe bağlı ya da ön ödemeli kanallar, Kişisel video kayıtları geleneksel yayınların internet versiyonları	

Kullanım	Ulusal Birlik	Kitlesel medyanın,	Küyerel ilgilenim
	İzleyici	bireysel kullanımı	Çeşitli çıkarlar ağı
	parçalanması	Bireysel tercihler	

Yeni iletişim teknolojileri ve söz konusu teknolojiye dayanan kitle iletişim araçlarının medya sektöründe giderek daha da bir yer edinmesi, kamu hizmeti yayıncılarının bu kez de küresel medya devleri karşısında izleyicilerini kaybetmesine yol açmaktadır.

Avrupa Birliği medya siyasasının, kapitalizmin yeniden yapılanmasına koşturarak, medya sektörünü çoğulculuk ve çok seslilik üzerinden değil ancak rekabet ve pazar olarak tanımlaması ile bileşerek demokratik bir iletişim düzeni, ya da Jonathan Hardy'nin (2001:15) belirlediği gibi "enformasyonun demokratik akışı", üzerinde temel bir engel olarak konumlandığı daha da bir öne çıkmaktadır. Ancak, Avrupa Birliği kamu hizmeti yayıncılığı siyasasının gerçekte bir dizi belirsiz unsura sahip olduğu da belirtilmelidir. Üstelik David Hall'un (2002:199-200) söylediği gibi kamu yayıncıları yalnızca teknolojik değil bununla birlikte siyasal, ekonomik ve toplumsal olarak da önemli bir baskı ile karşılaşmaktadır. Karol Jakubowicz (2004:293), Avrupa Birliği medya siyasasında kamu hizmeti yayıncılığı bağlamındaki sorunları aşağıdaki gibi maddeleştirmektedir:

- Kamu hizmeti yayıncılığına dair belirgin ve anlamlı bir tanımın geliştirilmemiş olması,
- Kamu hizmeti yayıncılığına dair politika araçlarının birden daha çok resmi yasa altında toplanmış olması ve en önemlisi,
- Kamu hizmeti yayıncılığı ile bu yayın biçiminin dışında yer alan kamusal faaliyetler arasında anlamlı, uygun ve belirgin bir ayrımın geliştirilmemiş olması

Avrupa Birliği medya siyasasının temel sorunlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda da, kamu hizmeti yayıncılarının toplumsal sorumluluğu, finansman biçimi, düzenleyici otoriteler ile olan ilişkisi giderek belirginliğini kaybetmektedir. Avrupa Birliği tartışmaları içerisinde bir dizi farklı uygulamanın gerçekleştirilmiş olması tam da böylesi bir belirsizliğin somut

açıklamasını oluşturmaktadır. Tablo 2’de, Avrupa Birliği tartışmaları içerisinde kamu hizmeti yayıncılığı modelleri yer almaktadır.

Tablo 2: Avrupa Birliği Tartışmalarında, Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Modelleri
(Jacubowicz, 2004:284).

Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli	Tanımı
Yıpratıcı Model	Kamu hizmeti yayıncılarının, yeni iletişim teknolojilerine uyumunu engelleyen, yeni kanal ve servisleri geliştirmesi ve internet yayıncılığına girmesine izin verilmeyen yayın modelini oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerini kullanma hakkı yalnızca ticari yayıncılara tanınmıştır.
Dağıtılmış Kamu Hizmeti Modeli	Kamu hizmeti programcılığı, o dönem için etkin olan organizasyonlardan aldığı desteğe göre ayırt edilebilir. Düzenleyici otoritelerin tanıdığı izin doğrultusunda; çeşitli kurum ve kuruluşlar kamu hizmeti yayıncılarına destek verebilir, program üretimini teklif edebilir hatta kamu hizmeti yayın kuruluşlarının programlarına sponsorluk yapabilir, mali açıdan destek olabilirler.
Manastır Modeli	Bu modelde kamu hizmeti yayıncıları tam da gerçek bir izolasyona tabii tutulmuştur. Ticari yayıncılar karşısında tamamlayıcı bir rol oynamaktadırlar. Kâr amaçlı yayıncılık gerçekleştirilemez ve ticari yayıncıların programlarına destek verme görevi kamu

hizmeti yayıncılarına yüklenmiştir.

Klasik Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli

Bu model, Avrupa Birliği üye ülkeleri dahil olmak üzere bir dizi ülkede egemen olan kamu hizmeti yayıncılığını oluşturmaktadır. Geleneksel model olarak da isimlendirilen söz konusu model, geniş alan yayıncılığı gerçekleştirmekte ve hedef kitle ayrımı gözetmeden toplumun birbirinden farklılaşan taleplerine seslenmektedir.

Yarı Ticari Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli

Bu yayıncılık modelinde, kamu hizmeti yayıncıları da tıpkı ticari yayıncılar gibi reklam geliri elde etmekte ve ticari yayıncılar ile rekabete girmektedir. Ticari yayıncılara çok yakın programlar üreten yarı ticari kamu yayıncılığı modelinde kamu yayıncıları eş anlı olarak reklamcılardan kaynaklanan etkilere de açıktır.

Saf Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli

Kamu hizmeti yayıncıları, çok sayıda karasal sayısal yayın temeline sahip televizyon kanalı (DTT) oluşturabilirler ancak program geliştirme hakkına sahip değildirler.

Ful – Portfolyo Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli

Bu modelde, kamu hizmeti yayıncıları evrensel ve özelleştirilmiş tüm program hizmetlerini gerçekleştirmekte, yeni iletişim teknolojilerinin kazanımlarını kullanmaktadırlar. Kamu hizmeti yayıncılığının söz konusu modelinde, kamu hizmeti yayıncıları eş anlı olarak ticari

yayıncılara benzer bir yapı sergilemektedir.

Spesifikleştirilmiş Tematik Kamu Hizmeti

Yayıncılığı Modeli

Bu modelde, kamu hizmeti yayıncısı çeşitli amaçlara yönelik “özelleştirilmiş” tematik kanallar kurmakta ve program hizmeti vermektedir. Avrupa Birliği ülkelerinde son dönem içerisinde ağırlıklı olarak tercih edilen kamu hizmeti modelini oluşturur. BBC kanalları, özellikle Channel 4, France 2 ve France 3 kanalları örnek olarak verilebilir.

Elektronik Program Rehberi

Bu model, daha çok yeni iletişim teknolojilerinin kazanımları üzerine gelişen kamu hizmeti yayıncılığını oluşturmaktadır. Özellikle Batı Avrupa'nın 2014 yılından itibaren kamu hizmeti yayıncılığı vizyonunu “elektronik program rehberi” hizmeti oluşturmaktadır. Bu bağlamda, kamu hizmeti yayıncıları program üretiminde değil daha çok pazar ve kullanıcı araştırma çalışmaları, kullanıcı araştırma yöntemleri, vaka çalışmaları ve pazar dağılımları üzerine çalışmalarını sürdürecektir.

Avrupa Birliği kamu hizmeti yayıncılığına dair gerçekleştirilen tasarımların, tablo 1 içerisinde sözü edilen model çeşitliliği dikkate alındığında, kamu hizmeti yayıncıları için bir dizi somut yükümlülüğünü de içine aldığı gözlenir. Karol Jacobowicz (2004:288), Avrupa Birliği medya siyaseti içerisinde kamu hizmeti yayıncılarına dair yükümlülüklerin temelde iki farklı biçimde ele alınabileceğini belirtir. Her ne kadar; Avrupa Birliği medya siyaseti, kamu hizmeti yayıncılığına dair “kültürel çeşitlilik”, “kalite” ve “demokrasiye dair katkıları” bağlamında ele alınmaktadır. Bu nedenle, kamu hizmeti yayıncılığı çoğu kez medya sektörü dışında özel olarak düzenlenmektedir.

Avrupa Birliği medya siyaseti içinde kapitalizmin yeniden yapılanmasına koşut olarak, 1990'lı yılların ardından, yaşanan dönüşüm ve kamu hizmeti yayıncılarının da giderek ikincil kalmasına yol açmaktadır. Avrupa görsel işitsel uzamının yaratılması ya da bir Avrupalılaştırma pratiği olarak kamu hizmeti yayıncılarına tanınan "ayrıcalık" giderek meşruiyet temellerinin dahi sorgulandığı bir yeniden yapılanmaya doğru genişlemektedir. Avrupa kamu hizmeti yayıncılarının ikincil kalması ya da, daha da bir açık söylendiğinde, pasif bir konuma doğru itilmesi bu kez de yeni bir medya "paradigması" eliyle gerçekleştirilmektedir. Aşağıdaki tabloda, Birlik siyaseti içerisinde kamu hizmeti yayıncılığının yükümlülüğü ve sözü edilen yükümlülüğün içeriği yer almaktadır.

Tablo 3: Avrupa Birliği Siyaseti İçerisinde Kamu Hizmeti Yayıncılığı Yükümlülüğü (Jacubowicz; 2004:288)

Kamu Hizmeti Yayıncılığı Yükümlülük Türü	Yükümlülüğün Tanımı
Yalnızca kamu hizmeti yayıncılarına tanınan yükümlülük türü: Diğer yayıncılar düzenleme dışında bırakılmaktadır.	<ul style="list-style-type: none">• Spesifik alt yapı ihtiyaçları (kapsama alanı, teknolojik standartların belirlenmesi)• Ticari yayıncılarla kıyaslandığında, sınırlandırılmış reklamcılık düzenlemeleri• İçerik yükümlülükleri
Yurttaşların erişim hakları doğrultusunda, kamu hizmeti yayıncıları için ek yükümlülükler	Komisyon tarafından, ihtiyaç duyulması halinde, kamu hizmeti yayıncıları için ek yükümlülükler de tanınabilmektedir. Bunlar; ağırlıklı olarak program türleri doğrultusunda gerçekleşmektedir.
	<ul style="list-style-type: none">• Enformasyon Programları

- Eğitim Programları
- Kültürel Programlar
- Bölgesel temelli ya/da doğrudan sosyal veya etnik azınlıkları ilgilendiren Programlar
- Kurmaca, Seriyaller, Filmlere ilişkin özel düzenlemeler.

Avrupa Birliği medya politikaları, üye ülkelerde olduğu gibi uzunca bir süredir üyelik müzakerelerini sürdüren Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığı için, ilki medya politikalarındaki değişim ve ikincisi kamu hizmeti ile siyasal iktidar partileri arasındaki bağ olmak üzere en azından iki nedenden ötürü özel bir önem taşımaktadır. Bununla birlikte, Çalışmanın bu bölümüne kadar, Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığına model oluşturan kaynaklar ana hatları ile değerlendirilmiş

Türkiye ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Yeniden Yapılanma mı? Parçalanma mı?

Avrupa Ülkelerinde de 1980’lerden itibaren “kültür – temelli” politika sürecinden “ticari – merkezli” politika sürecine doğru bir değişim yaşanmasının ardından, kamu hizmeti yayıncılığındaki krizden farklı olarak (aktaran Bardoel ve d’Haenens, 2008b:337), Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığının neredeyse tüm geçmişi boyunca devletle kurduğu organik bağlar, kamusal yayıncılığını değişik hükümetlerin müdahalelerine karşı savunmasız bırakmış ve TRT’nin geçmişi boyunca çoğulcu ve çok sesli bir iletişim düzeninin ihtiyaçlarıyla uyumlu özerk ve tarafsız bir kurumsal yapıdan çok uzakta kalmasına yol açmıştır (Çatalbaş, 2004:87).

Avrupa’da ki örneklerinden farklı olarak; “siyasal” ve “ticari” çıkarlara karşı önemli bir güç odağı konumundan hareket edebilen ve art alanında sağlam bir kamu hizmeti

yayıncılığı olarak gelişen bir kamusal yayıncılık modeli, Türkiye'nin tartışma gündeminde, sınırlı bile olsa yer al(a)mamıştır. Gerçekte, Türkiye için ayırt edilmesi gereken bir diğer sorun kamu hizmeti yayıncısının karakteristik niteliğinden kaynaklanmaktadır. Avrupa Birliği ölçeğinde kamu hizmeti yayıncılarının karakteristik niteliklerini değerlendiren Espen Ytreberg (2002:759), kamu hizmeti yayıncılarını “karizmatik”, “bürokratik”, “avangarde” ve son olarak “tekelci paternalist” olarak ayır eder. Gerçekte, kamu hizmeti yayıncıları için kamu yararı ve kamu çıkarını nasıl ele aldıklarından bağımsız olmayan söz konusu sınıflandırma çabası Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu söz konusu olduğunda, kamu çıkarının bürokrat elit ve egemen iktidar tarafından belirlendiği “bürokratik model” olarak değerlendirilmesi gerekir. Gerçekten de, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, 1964 yılındaki kuruluşunu izleyen dönemden itibaren siyasal iktidarlar ve kamu hizmeti yayıncılığı arasındaki ilişkilerde olduğu kadar, toplumun birçok kesimi ile kurduğu ilişkilerde de anlamlı sorunlarla karşılaşmış ancak kamu çıkarı kavramının nasıl değerlendirilebildiği çok da açık olmamıştır. Bununla birlikte; Beybin Kejanlıoğlu'nun (2004:173) belirlediği gibi, TRT'nin kurulması her ne kadar Türkiye'de yayıncılık alanındaki gelişmeleri hızlandırmıştır. Ancak, TRT'nin örgütlenme ve personelden kaynaklanan yetersizlikleri ve hem bölgesel farklılıkların dikkate alınmadan gerçekleştirilen programcılık ve ilkel yapım koşulları hem de siyasal iktidarlara iç içe geçmiş yapısı eleştirilen odağındaki bir kamu hizmeti yayıncılığı modelini ortaya çıkartmıştır. Bununla birlikte, TRT için bir diğer önemli sorun 1964 yılında yasal olarak tanınan “özerkliğine” rağmen, siyasal iktidarların baskısına açık bir yapı sergilemesidir^{xiv}. Bununla birlikte, 1971 Muhtırasını izleyen dönemle birlikte, 20 Eylül 1971'de 1960 Anayasası'nın 121. maddesi değiştirilerek TRT'nin özerkliğine son verilmiş ve TRT tarafsız bir kamu tüzel kişiliği olarak tanımlanmıştır. Ancak gerçekleştirilen değişimin ardından 8 Mart 1972 tarihinde yürürlüğe giren 1568 Sayılı Yasa ile TRT Yönetim Kurulu'nun öncelikle yetkileri kısıtlanmış ve ardından Genel Müdürlük doğrudan Bakanlar Kurulu'nun uygun gördüğü bir adayın atanması hükmü getirilmiştir. Bunun yanı sıra; TRT mali açıdan da doğrudan hükümete bağımlı hale getirilmiştir.

Bu bağlamda, 3 Mart 2011'de yürürlüğe giren 6112 Sayılı “*Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*” özel bir dikkat çekmektedir. Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığına dair en son siyasaı oluşturmasına rağmen, Yasa içerisinde, kamu hizmeti yayıncılığına dair herhangi bir düzenleme gerçekleştirilmemiştir. Buna rağmen, Yasa'nın 45. Maddesinde ticari yayıncılar için geçerli olan yayın ilkeleri (madde 8) ile yayın

hizmetlerinde ticari hükümleri içeren diğer hükümlerinin Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu için de geçerli olduğu belirtilmiştir. 45. maddenin “b” bendinde ise TRT tarafından sözü edilen yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde öncelikle Radyo Televizyon Üst Kurumu tarafından uyarılacağı ve ardından yükümlülüğün yerine getirilmesi için ilgili Bakanlığa bildirileceği belirtilmiştir. Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığına dair özel bir düzenlemenin gerçekleşmemesinin dışında “özerk” ve “tarafsız” bir yayın kurumu değil ancak siyasal iktidara doğrudan bağlı bir kurumun tasarlanmış olduğu söz konusu madde içerisinde olanca açıklığı ile görülmektedir (rtuk.org.tr). Bu durumun yanı sıra, daha önceki örneklerinden farklı olarak, Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ilk kez bir siyasal iktidarın, kamusal yayıncılık kurumu üzerindeki baskısı 26 Haziran 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5767 Sayılı Kanunda olduğu kadar açık bir biçimde görülmemiştir. Öyle ki, getirilen değişiklikler ile kamusal yayın üzerindeki denetim veya müdahale değil doğrudan siyasal iktidarın hegemonya alanı olarak kurulan bir kamu hizmeti yayıncılığının tasarlandığı gözlenir. Gerçekten de, yasadaki değişiklikler yalnızca yüzeysel bir okumayla dahi, doğrudan siyasal iktidarın egemen olduğu bir yayıncılık biçimini gündeme getirmiştir. O kadar ki, Kanun’da demokratik bir iletişim düzeni veya iletişim özgürlüğüne dair somut bir açılım yer almamakta hatta demokratik bir iletişim düzeninin bileşenleri olarak görülmesi gereken “kamu hizmeti” veya “kamu yararı” kavramları, Kanun’da kelime olarak dahi yer bulamamıştır. Aksine, Kanun bir kamusal yayıncılık kuruluşunun nasıl da siyasi despotizme terk edilebileceğini neredeyse tüm maddeleriyle daha da bir ortaya çıkartmaktadır. Öyle ki, getirilen değişiklikler ile doğrudan siyasal iktidarın hegemonya alanı olarak kurulan bir kamu hizmeti yayıncılığının tasarlandığı gözlenir. Gerçekten de, yasadaki değişiklikler yalnızca yüzeysel bir okumayla dahi, doğrudan siyasal iktidarın egemen olduğu bir yayıncılık biçimini gündeme getirmiştir. Kanun; bir kamusal yayıncılık kuruluşunun nasıl da siyasi despotizmin unsuru olarak görüldüğünü neredeyse tüm maddeleriyle daha da bir ortaya çıkartmaktadır. Öyle ki, Kanun’da yer alan maddeler, bir bakıma Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığının ne “kamu” ne de “kamuya hizmet” amacını değil de siyasal iktidara bağlı bir kamu kurumunu tarif etmektedir. Bu doğrultuda, Kanun’da yer alan bazı maddelerin ana hatları ile yeniden okunması gerekir.

Tablo 4: 5767 Sayılı Kanun’da Değiştirilen Maddeler ve Siyasal İktidarın Artan Gücü

Madde 2 – 2954 sayılı Kanununun 9 uncu maddesinin birinci fıkrasının c bendi aşağıdaki

şekilde değiştirilmiştir

“c) Bu Kanun çerçevesinde; Türkiye sınırları içinde yayın yapan yerel, bölgesel, ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile sözleşme, anlaşma ve protokoller imza etmek; ayrıca **Başbakanlığın** (vurgu, makalenin yazarına aittir) onayını alarak gerektiğinde uluslararası radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile anlaşma, sözleşme ve protokoller imza etmek”

Madde 3 – 2954 sayılı Kanununun 11 inci maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

“Kurumun en yüksek karar ve yönetim organı olan Yönetim Kurulu; Genel Müdür, **Bakanlar Kurulu** tarafından genel müdür yardımcıları arasından atanan iki üye ile elektronik veya kitle iletişimi alanlarında bir; hukuk alanından bir; işletme, iktisat veya maliye alanlarından bir ve sanat veya kültür alanlarından bir kişi olmak üzere, bu alanlarda temayüz etmiş kişiler arasından seçilen ve atanan dört üyeden oluşur. Dışarıdan seçilen yönetim kurulu üyeleri; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından her bir alandan teklif edilen iki kat aday arasından **Bakanlar Kurulu kararı ile atanır.** (metindeki vurgular, makalenin yazarına aittir).

“Yönetim Kurulu üyeliği dört yıldır. Süresi biten üyeler ile herhangi bir sebeple Yönetim Kurulundan ayrılanların yerine yeniden atama yapılır. Süreleri sona eren üyelerin yeniden atanmaları mümkündür. Herhangi bir sebeple üyeliğin normal süreden önce sona ermesi halinde ayın usulle yenisi dört yıllığına atanır. Yeni atanan üye göreve başlayıncaya kadar mevcut üyenin görevi devam eder. Bir yıl içinde mazeretsiz iki toplantıya katılmayanların üyeliği kendiliğinden sona erer. **Bakanlar Kurulu tarafından atanan genel müdür yardımcısı üyeler gerektiğinde Bakanlar Kurulu tarafından değiştirilebilir**”. (metindeki vurgular, makalenin yazarına aittir).

Yukarıda yer alan değişikliklerin, kamusal yayıncılığın yalnızca siyasal iktidarın içinde eritilmesini değil, özellikle 3. Maddedeki değişim dikkate alındığında, yönetim ve denetimi siyasal iktidar tarafından gerçekleştirilecek bir kamusal yayıncılığın hedeflendiğini de daha da bir açığa çıkartmaktadır. Ancak, Bakanlar Kurulu'nca atanan genel müdür yardımcılarının “**gerektiğinde**” yine Bakanlar Kurulu tarafından değiştirilebilmesi hem kamu hizmeti yayıncılığın hem de demokratik bir iletişim düzeninin geleceği adına dikkat

çekmektedir. Çünkü söz konusu ifadenin belirsizliğinden kaynaklanan ve siyasal iktidarın tercihleriyle belirlenen bir kamu hizmeti yayıncılığının, Anayasa’da açıkça belirlenmiş olan özerkliğini ve tarafsızlığını belirsizliğe ittiği ve siyasal iktidarın öznel tercihlerinin, kurumsal işleyişin önüne geçtiği bir fiili duruma yol açacağı görülmektedir.

Yasal düzenlemede yer alan bir diğer önemli değişiklik ise, hem kurumsal yapı hem de kurum çalışanlarını etkilemekte, çalışanlar açısından kurumun “küçültüleceği” ve üstelik çalışanların bir bakıma “sus payı” karşılığında emekliliğe sevk edilmesi, daha da bir açık söylendiğinde, kurumdan tasfiyesinin amaçlanması dikkat çekmektedir. Yeni değişiklikler ile TRT’nin kurumsal yapısı ve kapatılan birimleri aşağıdaki gibi tablo haline getirilebilmektedir.

Tablo 5: 5767 Sayılı Kanun’da Değiştirilen Maddeler ve Kurum Yapısı

Madde 5 – 2954 sayılı Kanununun 16 ncı maddesinin birinci ve ikinci fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

“Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu; Genel Müdür, dört Genel Müdür Yardımcısı, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Genel Sekreterlik, Özel Kalem Müdürlüğü ile Televizyon, Radyo, Haber ve Spor Yayınları, Dış Yayınlar, Dış İlişkiler, Müzik, Arşiv, Strateji Geliştirme, Bilgi Teknolojileri, Stüdyolar ve Program İletim Hizmetleri, Verici İşletmeleri, Muhasebe ve Finansman, Satınalma, İnsan Kaynakları, Eğitim, Reklam – Tasarım ve Destek Hizmetleri Daire Başkanlıklarından oluşur. Dairelerin Genel Müdür Yardımcılarına olan bağlantıları Genel Müdürün teklifi ile Yönetim Kurulu tarafından belirlenir.

Yasal değişikliğin ardından, daha önce kurum yapısı içerisinde bulunmasına rağmen yeni düzenlemede kapatılan birimler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 6: Kamu Hizmeti Yayıncılığında Kapatılan Birimler

Savunma Sekreterliği, Satın Alma Komisyon Başkanlığı, İnceleme Araştırma Kurulu Başkanlığı, Yayın Planlama, Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Personel Dairesi Başkanlığı, Araştırma ve İmalat Dairesi Başkanlığı, Etüt Proje ve Tesis Dairesi

Başkanlığı, Yapı İşleri Dairesi Başkanlığı, Hasılat Dairesi Başkanlığı, Alım – İkmal Dairesi Başkanlığı ve Reklam Dairesi Başkanlığı ile TRT'nin taşra teşkilatlarından Genel Müdürlüğe bağlı müdürlükler ile haber bürolarının dışında kalan Bölge Müdürlükleri kapatılmıştır.

TRT'nin kapatılan birimleri içinden bakıldığında ise, Yayın Planlama, Koordinasyon ve Değerlendirme Başkanlığı, Araştırma ve İmalat Dairesi Başkanlığı, Hasılat Dairesi Başkanlığı ile Reklam Dairesi Başkanlığı'nın kapatılmasının bir yayın kuruluşu için oldukça dikkat çekmektedir. Öyle ki, bir kamusal yayıncılığın gerçekleştirilmesi için söz konusu dairelerin önemi yadsınamamasına rağmen, yasal değişikliklerin kurumsal yapı üzerinde olduğu kadar kurum çalışanlarının da “yeniden yapılanmasını” amaçladığını ancak söz konusu yapının personelin tasfiyesine yöneldiği gözlenir. Üstelik söz konusu düzenlemeler ancak “geçici maddeler” ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 7: 5767 Sayılı Yasa ve Personelin Tasfiyesi

Madde 9 – 2954 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici maddeler eklenmiştir.

“GEÇİCİ MADDE 11 – Bu kanunda öngörülen yeni teşkilat düzenlemeleri nedeniyle kaldırılan, birleştirilen, ismi veya yapısı değiştirilen birimlerde unvanlı / unvansız olmak üzere; Daire Başkanı, Başkan, Üye, Başkan Yardımcısı, Bölge Müdürü, Bölge Müdür Yardımcısı, Müdür, Şube Müdürü, Müdür Yardımcısı, Genel Sekreter, Genel Sekreter Yardımcısı, Savunma Sekreteri, Başuzman ve Uzman (Teknik Hizmetler Sınıfı Hariç) kadrolarında bulunanların görevleri ile Kurum Genel Müdür uzmanlarının görevleri, bu maddenin yayımı tarihinden itibaren en geç üç ay içerisinde sona erer ve eşit dereceli Araştırmacı unvanlı kadrolara atanırlar. Söz konusu personel, Kurumcu ihtiyaç duyulan hizmetlerde görevlendirilebilir...”

Kurum çalışanlarının önceki unvanlarını kaybetmeleri yalnızca unvan kaybı olarak değerlendirilemez. Öyle ki, söz konusu unvanların bir kurumun üst düzey çalışanlarının sahip olabilecekleri ancak görev ve sorumluluklarının da yine aynı unvanlardan kaynaklandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Kurumun yönetimini, Bakanlar Kurulu'nun yetkisine alan, üst

düzye çalışanlarını ise, “Araştırmacı” gibi bir unvan vererek, alternatif bir okuma ile, tasfiye etmeye çalışan yasal düzenleme yine aynı geçici maddesinde, kamu kurum ve kuruluşları için yaygın olmayan bir diğer uygulamayı da gündeme getirmiştir. Öyle ki, yasal değişikliklerin ardından emeklilik nerede ise, çalışanlara “sus payı” verilerek, teşvik edilmektedir. Yasa’nın Geçici 11. Maddesine göre planlanın bir kurumsal tasfiye olduğu belirtilmelidir.

Tablo 8: 5767 Sayılı Yasa ve Çalışanların Kurumdan Tasfiyesi

Madde 9 –

“GEÇİCİ MADDE 11 -Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihte görev yapan Kurum personelinden (geçici personel hariç); 5434 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanununa göre emeklilik hakkı kazanmış olanlara bu maddenin yayımı tarihinden itibaren üç ay, bu hakkı 2008 yılı sonuna kadar kazanacak olanlara da kazandıkları tarihten itibaren iki ay içinde emeklilik başvurusunda bulunmaları halinde, emekli ikramiyeleri %30 fazlasıyla ödenir. Ancak, bu kapsamda emekli olan personel, emekli oldukları tarihten itibaren üç yıl içinde Kurumda yeniden istihdam edilemez.”

Kurum çalışanlarını, emekliliğe teşvik eden yasal düzenleme üstelik örnekleri yaygın olmayan bir değişiklik daha getirmektedir. Personelin, emekli ikramiyelerinin %30 oranındaki artışı ancak bir tür “sus payı” olarak kabul edilebilir çünkü söz konusu durum ancak kurum personelini bir tür tasfiye projesi içinde anlamlı kılınabilir. Türkiye’de, yaygın olmamakla birlikte, ancak özelleştirme sürecindeki kamu kurumlarındaki personele ödenmesi teklif edilen fazla emekli ikramiyesinin bu kez özelleştirilmesi bir yana daha çok siyasal iktidarın hegemonyasına alınan bir kamu kurumunda gerçekleştirilmesi dikkat çekmektedir. Bir kurumun yeniden yapılanması adına gerçekleştirilen yasal düzenleme bir yandan üst yönetimi içeriği çok da kolay belirlenemeyecek “araştırmacı” unvanıyla eski görev ve sorumluluklarını kaybetmesine yol açmakta ancak öte yandan kurumdaki personelin bir bakıma sus payı ödemesi ile tasfiyesini amaçlamaktadır. Üstelik yapılan değişiklikler ile neo liberal düzenin egemen kıldığı bir çalışma biçimi daha yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Sözleşmeli personel çalıştırılması, yayıncılık gibi bir alanda güvenceden yoksun bir çalışan sınıfı oluşturmaktadır ki, böylesi bir çalışma düzeni içerisinde yayıncının çıkar ve baskı gruplarına

karşı, her ne kadar içeriğinin nasıl doldurulabileceği tartışmalı olsa da, “tarafsız” davranabileceği açık değildir.

Kamu yayıncılığında değişiklik getirmeyi amaçlayan ancak hiçbir maddesinde kamu yararı veya kamusal hizmet kavramlarını barındırmayan Yasa öte yandan içeriği ve planı belirsiz olan bir diğer düzenlemeye daha yer vermiştir. Kurum tarafından, Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde yayın yapılabilmesi (madde 21) gerek hangi dil ve lehçelerin yayın kapsamına alınabileceğini belirtmemiş ve gerekse söz konusu yayınlara niçin yer verildiğini de açıklamamıştır. Bütün bunlara rağmen yasal düzenleme, üstelik “laiklik ilkesinin karşıtındaki eylemlerin odağı olmak” yönündeki suçlama ile hakkında kapatılma davası sürdürülen, bir siyasal iktidarın kamu hizmeti yayın kuruluşuna da egemen olma yönündeki açılımlarına dair somut bir belge niteliğindedir.

Adalet ve Kalkınma Partisi içinden bakıldığında; yasal değişikliğin, medya gücüne sahip olabilmek adına gerçekleştirilen diğer uygulamaların kamusal yayıncılığa yansımaları olarak okunmak gerekir. Türkiye’de birbiri ardına yaşanan 2000 ve 2001 ekonomi politik krizleri (Kaymas, 2008:80) döneminde bankaların, aralarında Türkiye medyasının önemli bir bölümünün de yer aldığı, ortaklıklarının siyasal iktidar eliyle yönetilen Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na devredilmesi zaten siyasal iktidarın egemenliğindeki bir medya düzeni için ilk adımı oluşturmaktadır. Öte yandan yine bu kapsamda değerlendirilebilecek olan bir başka gelişme Sabah ve A TV yayın grubunun ki söz konusu dönemde Türkiye’nin ikinci büyük medya grubunu oluşturmaktadır, Başbakanın damadının yönetiminde yer aldığı Çalık Grubu’na, kamu bankaları olan Vakıfbank ve Halkbank’tan sağlanan kredilerle satılması oluşturur. Bu çalışmanın odağında medya ve siyaset ilişkilerini bütün yönleri ile değerlendirmek yer almamaktadır. Çalışma içerisinde yalnızca yeniden yapılandırılan kamu hizmeti yayıncılığı tartışılacaktır.

TRT’de Yeniden Yapılanma

Kamu hizmeti yayıncılığının 1964-1971 yıllarını kapsayan yaklaşık yedi yıllık özerk döneminin ardından giderek hükümete bağımlı bir yapı aldığı belirtilmelidir. Kamu hizmeti yayın kuruluşunun söz konusu siyasal iktidara bağımlılığı sonraki yıllarda da değişmemiştir. Her ne kadar TRT’nin yenilenme çalışmalarının anlamlı bir sonuç üretmediği, yenilenme dönemlerinin gerçekte geçmiş sorunların yeniden üretimine dönüştüğü belirtilmelidir^{xv}. 2008

yılındaki yeniden yapılanma bir dizi nedenden ötürü özel bir önem taşımaktadır. Türkiye’de yeniden yapılandırılması amaçlanan kamu hizmeti yayıncılığının, Devlet Planlama Teşkilatı (2007:39) tarafından hazırlanan 9. Kalkınma Planı’nda geçtiği ifade ile TRT’nin söz konusu yeniden yapılanma için Değişim Ofisi oluşturması ve çalışmalarını McKinsey&Company Şirketi ile birlikte sürdürmesi her ne kadar yeniden yapılanma çabasının anlamlı bir uğraş olduğunu göstermekteyse de, böylesi bir düzenlemenin yabancı sermayeli bir şirket eliyle gerçekleştirilmesi ve yerel politika araçlarına başvurulmaması gerçekleştirilmesi amaçlanan düzenlemenin, iç dinamikler tarafından değil dış dinamikler ve küresel sermayeye hazırlık yönündeki bir girişim olarak değerlendirilmesine yol açmaktadır.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun yeniden yapılanmasının ardından, geniş alan yayıncılığından (*broadcast*), dar alan yayıncılığına (*narrowcast*) doğru bir değişim yaşaması her ne kadar toplumun birbirinden farklılaşan ihtiyaçlarına yönelik bir yayıncılık modeli olarak değerlendirilebilir. Ancak; daha geniş bir açıdan bakıldığında, tematik kanallar yoluyla içerden ticarileştirilen bir kamu hizmeti yayıncılık modelinin tasarlandığı görülmektedir. Çünkü son düzenleme içerisinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun birden çok kanala ayrıştırılması ve her kanalın bağımsız bir “koordinatör” eliyle yönlendirilmesi bir kurum içerisinde birden çok kanalın oluşmasına yol açmakta ve yayın sektöründe, diğer yayıncı kuruluşlara, en azından reklam gelirleri yönünde, yeni bir rakip olarak katılmaktadır. Ancak, Türkiye’de kamu hizmeti yayın kurumunun, sektör içerisinde ve dışından yoğun eleştiri alan bütçesi^{xvi} düşünüldüğünde, Türkiye medya pazarındaki artan gücü daha da bir önem kazanmaktadır. Buna rağmen, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun söz konusu gücünü nasıl koruyabileceği, üstelik sahip olduğu kanal sayısındaki artış ve tematikleştirilen kanalların giderek medya sektöründeki izleyici payını düşürmesine koşut olarak aldığı eleştiriler dikkate alındığında, belirgin değildir. Tablo 9 içerisinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun yeniden yapılanmasının ardından sahip olduğu kanal ve istasyonlar ile yayın biçimleri yer almaktadır.

Tablo 9 : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Televizyon Kanalları (www.trt.net.tr).

Televizyon Kanalı	Yayın Ağırlığı	Yayın Biçimi	Yayın Süresi
-------------------	----------------	--------------	--------------

TRT 1	Geleneksel	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT Haber	Tematik (Haber)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT 3	Tematik (Spor)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT 4	Tematik	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT GAP	Tematik (ulusal olmasına rağmen, yayın ağırlığı Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT Çocuk	Tematik (Çocuk ve Gençlik)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat

TRT 6 (TRT Şeş)	Tematik (Kürtçe)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat
TRT Avaz	Geleneksel Yayın (ancak ağırlıklı hedef kitlelerini Türk Cumhuriyetleri oluşturduğu için ulus ötesi yayıncılığa ilişkin bir örneği oluşturmaktadır).	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Türk	Geleneksel (ancak kanalın yayın ağırlığı Türk Dünyası'na yöneliktir).	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Belgesel	Tematik (belgesel kanalı)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat (ancak program tekrarlar 1 oldukça fazla)
TRT Müzik	Tematik (müzik kanalı)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet	24 Saat

Uydu			
TRT Arapça	TRT'nin, Türkiye'nin resmi ideolojisini Arap dünyasına yansıtan kanalı olarak kurulmuştur. Arap Dünyası için lider ülke statüsünü 2002 sonrasında resmi ideolojisi olarak belirleyen Türkiye, bu anlamda resmi ideolojisini dolayımlayan bir kanal olarak TRT Arapça Kanalı'na ihtiyaç duymaktadır.	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT HD	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun yeni iletişim teknolojileri üzerine geliştirdiği televizyon kanalı, Tematik yayın yapmaktadır	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet ve Uydu	24 Saat
TRT Anadolu	Tematik. TRT'nin yerel ve bölgesel ihtiyaçlara yönelik	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi	24 Saat

televizyon kanalı.
Başlangıç
döneminde, yerel ve
bölgesel yayın
kuruluşları ile
ortaklaşa yayın
paylaşılmış, sonraki
yıllarda TRT söz
konusu yayınları iç
dinamikleri ile
karşılamaştır.

TRT Okul	Tematik (eğitim kanalı)	Karasal Yayın Kablo TV Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
-----------------	-------------------------	--	---------

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun televizyon yayınlarının dışında, internet, yazılı basın (dergi yayıncılığı), yeni iletişim teknolojileri üzerinden gerçekleştirilen yayın biçimleri (pod-cast) ve radyo yayıncılığı gerçekleştiren önemli bir yayın ağı bulunmaktadır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun radyo yayıncılığı gerçekleştiren istasyonları yalnızca ulusal değil aksine sınır ötesi yayıncılık biçimlerini de kapsamaktadır. Tablo 10'da, kamu hizmeti yayın kurumunun sahip olduğu radyo istasyonları yer almaktadır.

Tablo 10: TRT Radyo İstasyonları (<http://www.trt.net.tr>).

TRT Radyo 1	Ulusal – Geleneksel Yayın Biçimi	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
--------------------	---	---	----------------

TRT FM	Ulusal – Geleneksel Yayın Biçimi, ancak ticari yayın kuruluşları ile rekabeti öncelemekte bu nedenle kamu hizmeti yayın kurumu için giderek içeriden ticarileşmenin bir örneğini oluşturmaktadır.	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Radyo 3	Ulusal – Geleneksel Yayın Biçimi	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Radyo 4	Ulusal – Geleneksel Yayın Biçimi	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Türkü	Ulusal – Tematik (Yayın ağırlığı Türk Halk Müziği)	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet	24 Saat

		Uydu	
TRT Nağme	Ulusal-Tematik (Yayın ağırlığı, Türk Sanat Müziği)	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Radyo Haber	Ulusal-Tematik (Yayın ağırlığı, Haber)	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TSR	Ulusal – Tematik (Yayın ağırlığı Türk Sanat Müziği)	Karasal Yayın Kablo Şebekesi İnternet Uydu	24 Saat
TRT Avrupa FM	Sınır ötesi yayın- Geleneksel (TRT Avrupa FM'in amacı, Avrupa'da ki Türklere yayın yapmaktır. Radyo, TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı'na bağlıdır)	Uydu İnternet Kablolu Yayın	24 Saat

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun, her ne kadar ülkenin resmi ideolojisinde Avrupa Birliği adaylığı çerçevesinde medya alanında yeniden yapılanma politikası izlenmesi ve Birlik politikalarında kamu hizmeti yayıncı kuruluşlarının giderek ikincil kalmasına rağmen, önemli bir yoğunlaşma içinde olduğu gözlenir. O kadar ki; Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun, medya sektörü içerisindeki söz konusu yoğunlaşmasına ilişkin ülke örneği oldukça sınırlıdır^{xvii}. Buna rağmen, kamu hizmeti yayıncısı için medya sektöründe mülkiyet yoğunlaşmasının önemli bir başarı kriteri olarak değerlendirilemeyeceği aksine kamu yayıncısı için başarının demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğünün sağlanması, kamu yararı, siyasal iktidarlara karşı mesafesi, kamu tarafından sağlanan bütçenin nasıl kullanıldığı ve bu bağlamdaki şeffaflık gibi bir dizi kriterin, kamu yayıncısı için bir bakıma performans göstergesi olarak kullanılabilmesi belirtilmelidir.

Değerlendirme ve Sonuç: Kamu Hizmeti Yayıncılığı için Yeniden Yapılanma Mümkün Mü?

Kamu hizmeti yayıncısı için söz konusu performans kriterleri, kamu hizmeti ve siyasal despotizm sarmalındaki bir kamu hizmeti yayıncılığının yeniden düşünülmesi için anlamlı uğrakları oluşturmaktadır. Gerçekten de, Türkiye'de neredeyse yarım yüzyıla ulaşan bir tarihe sahip olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun, bütün bir tarihi boyunca siyasal iktidarlar karşısındaki zayıflığı ve bu durumun sonucunda siyasal baskılara direnememesi kamu hizmeti yayıncılığının giderek felsefi temelleriyle dahi uyum içerisinde olamayan yapısını daha da bir öne çıkartmaktadır.

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun demokratik bir iletişim düzeni ve iletişim özgürlüğü bağlamında eleştirilerin odağında yer alması tam da, toplumun değişen beklenti, ihtiyaç ve çıkarlarıyla devletin resmi ideolojisi arasında bir kamusal uzam oluşturamamasından kaynaklanmaktadır. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun iktidar ve toplum arasında demokratik bir kamusal uzam oluşturmak yerine, devletin hatta daha da bir ileri giderek siyasal iktidarların ideolojisini taşıyan bir ideolojik araç olarak konumlanması, topluma karşı sorumluluklarını da giderek ikincil kılmaktadır. Öyle ki, kamusal kaynakların harcanma biçiminin şeffaf olmaması, kamu hizmeti yayıncılığının neredeyse başlangıç yıllarından itibaren kamunun değil ancak siyasal iktidarın ideolojisinin

taşıdığı kanal olarak konumlanması kamu hizmeti yayıncılığının meşru temellerinin dahi sorgulanmasına yol açmaktadır. O kadar ki, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, meşru temellerinin sorgulanmasına dair genişleyen bir dizi eleştirinin odağında yer almaktadır. Örneğin, siyasal iktidarlara yakın şirketlere ve gazetecilere “astronomik” ücretlerle program yaptırılması, devlet protokolüne paralel sunulan ana haber bültenleri, liberalleştirme programına rağmen finansmanın hem reklamlar hem de kamusal kaynaklardan ayrılan gelirlerle gerçekleştirilmesi, çoğulcu ve çok sesli bir iletişim yapısının kurulmasında ikincil kalması gibi bir dizi eleştirinin odağında yer almaktadır. Kamu hizmeti yayın kurumu, tam da bu çalışmanın isminde yer aldığı gibi, siyasal despotizm ve kamu hizmeti sarmalında bir yayın modeline dönüştüren süreç tam da böylesi bir yapının izlerini taşımaktadır. Çalışmanın ana bulguları şöyle maddeleştirilebilir.

- Yeni sağ politikaların medya sektörüne yansıdığı 1980’li yıllardan itibaren kamu hizmeti yayıncılığı teknolojisi, finansman biçimi, medya sektöründe rekabeti engelleyici niteliği ve hatta giderek meşruiyet temellerini sarsan sorgulamaların odağında yer almaktadır. Avrupa Birliği içerisinde ticari yayın kuruluşlarının, kamu hizmeti yayıncılarını şikâyet etmesi bu durumun bir örneği olarak görülebilir. Ancak, siyasa belgelerinde medya sektöründe çoğulcu ve çok sesli yapının oluşturulabilmesi için kamu hizmeti yayıncılarının önemi vurgulanmaktadır.
- Yeni sağ politikaların, kamu hizmeti yayıncılığını giderek herhangi bir ticari varlık olarak gördüğü ve bu yönüyle de kamu hizmeti yayıncılığını ikincil kıldığı giderek daha da bir ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, üstelik siyasa pratiğine tezat olarak, Avrupa Birliği siyasa belgeleri içerisinde kamu hizmeti yayıncılığının önemi vurgulanmaktadır.
- Yeni sağ politikaların siyasa gündeminde yer edinmesiyle birlikte, kamu hizmeti yayıncıları için asıl sorunun kamu yayıncısı adındaki kurumların varlıklarını sürdürüp sürdüremeyeceği değil daha da önemli olarak söz konusu hizmetin geleceğinin nasıl biçimlendirileceği olduğu gözlenir. Bir yandan yeni iletişim teknolojilerinin çoğullaşmasının bir yansıması olarak medya sektöründe kanal sayısındaki artış ve öte yandan yayıncılığın hem piyasa koşulları hem de iktidar sarmalından bağımsız olarak kapsamlı, kamunun birbirinden farklılaşan ihtiyaçlarına yanıt üretebilen bir yayıncılığın nasıl gerçekleştirilebileceği sorunun önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.

- Kamu yayıncılığının gelecekteki yol haritasının geçmiş dönemdekilerin aksine yapısal koşullardan çok daha fazla etkileneceği açıktır. Bu koşulların ilki; serbest pazar içerisinde kamu yayıncılığının yeniden yapılandırılması gerekliliğinin öne çıkmasıdır. Serbest pazar koşulları kamu hizmeti yayıncısının karmaşık ve rekabetçi yayın piyasalarında varlığını nasıl sürdürebileceğine ilişkin sorulara yol açmaktadır. Öyle ki, böylesi bir sorgulama iletişimin demokratik akışı ve iletişim özgürlüğünün sağlanabilmesi için kamu hizmeti felsefesinin yeniden yapılanmasına değin genişletilebilir. Kamu hizmeti yayıncısı önündeki bir diğer önemli koşul; yeni iletişim teknolojileri ile medya sektöründe kanal sayısının artışı ancak tam da böylesi bir çoğullaşmanın sonucu olarak izleyicinin parçalanmasıdır ki, kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların tematik kanallar üzerinden hizmet verebilmesinin, egemen siyasa dizgesi içerisinde ikincil kılındığı gözlenmektedir. Üçüncü yapısal unsur, ülkelerin yapısal ihtiyaçları ve iç dinamiklerini göz önünde bulundurarak oluşturması gereken medya siyasası gündemi içerisinde yer almaktadır. Ancak, Avrupa Birliği'nin ortak bir Avrupa enformasyon uzamının oluşturulması, kültür birliğinin dayatılması gibi gerçekte kültürel çeşitlilik bağlamında dışlayıcı ve arındırıcı bir gündemi izlemesi kamu hizmeti yayıncılarının da giderek ortak bir kültürün oluşturulabilmesi için, ulusu bir bütün olarak kurabilme yönündeki ilk dönem felsefi açıklamasından uzaklaştırmaktadır^{xviii}.
- Kamu hizmeti yayıncılarının, her ne kadar son dönemde giderek artan eleştirilerle karşılaşsalar da, kamu hizmeti anlayışının bütün belirsizliklerine rağmen geçerli olduğu ve gelecekte de böylesi bir misyonun devam edeceğine dair güçlü veriler bulunmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncıları, yukarıda belirlenen ve gerçekte radikal önlem gerektiren bir dizi soruna rağmen söz konusu sorunların üstesinden gelebilecek araçlara ve toplumsal meşruiyete sahiptirler. Kamu hizmeti yayıncılığının, medya politikalarındaki paradigma değişimine rağmen halen önemli bir ihtiyacı oluşturduğuna dair, hem siyasa belgelerinde ve hem de toplumsal düzeyde, güçlü bir uzlaşım bulunmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılarının da, iletişim özgürlüğü ve kamuya karşı sorumluluk kavramlarını da yeniden tanımlayacak ölçüde yeni bir yayıncılık dönemine hazırlanması gerekmektedir. Böylesi bir değişim süreci; çoğulcu ve çok seslilik adına kanal sayısındaki

artış üzerinden değil, kamunun yeniden düşünülmesi ve kamuya karşı sorumluluk ile yüzleşme üzerinden gerçekleşecektir. Öte yandan, yalnızca bürokratik denetim mekanizmasının değil bundan daha da önemli olarak “içeriden hesap verebilir” olan izleyicisinin yönetiminde yer aldığı bir kamu hizmeti yayıncısı, iletişim özgürlüğü için oldukça anlamlı bir işlevi yerine getirebilecektir. Ancak, tam da böylesi bir yeniden yapılanma, tepeden inmece değil tüm aktörlerin ortak katılımıyla gerçekleşebilir.

Kaynakça

BARDOEL, Johannes ve d'HAENNES, Leen (2008a). "Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities: Practices and Reflections From the Netherlands". **Convergence. Vol:14(3)**. 351-360.

BARDOEL, Johannes ve Leen d'Haenens (2008b). "Reinventing Public Service Broadcasting in Europe: Prospects, Promises and Problems". **Media, Culture & Society. Vol 30(3)**. 337 – 355.

COLLINS, Richard ve MURRONI, Christina (1996). **New Media New Policies**. London: Polity Press.

CUILENBURG, Jan van ve Denis McQuail (2003). "Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm". **European Journal of Communication 18(2)**. London, Thousand Oaks, CA ve New Delhi: Sage Publications, 181 – 207.

ÇATALBAŞ, Dilruba (2004). "Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığının Açmazları ve Geleceği". **Türkiye'de Kitle İletişimi**. İçinde. Der: Nilgün Gürkan Pazarıcı Ankara: Turhan Kitabevi, 77 – 97.

DONDERS, Karen ve PAUWELS, Caroline (2008). "Does EU Policy Challenge the Digital Future of Public Broadcasting?: An Analysis of the Commissions's State Aid Approaches to Digitization and the Public Service Remit of Public Broadcasting Organizations". **Convergence. Vol:14(3)**. 295-311.

DPT (2007). **Dokuzuncu Kalkınma Planı. 2007-2013: Bilgi ve İletişim Teknolojileri Özel İhtisas Komisyonu, Yayıncılık Alt Komisyonu Raporu**. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları.

ENLI, Gann Sara (2008). "Redefining Public Service Broadcasting: Multi Platform Participation". **Convergence. Vol: 14(1)**. 105-120.

HALL, David (2002). "EU Competition Policies and Public Services". **Transfer: European Review of Labour and Research. Vol: 2(2)**. 198-213.

HARDY, Jonathan (2001). "Border Crossings; Convergence, Cross-Media Promotion and Commercial Speech in UK Communications Policy". **51 st Political Studies Association Conference**. Manchester: University of Manchester Press.

HARRISON, Jackie ve WESSELS, Bridgette (2005). "A New Public Sphere Communication Environment? Public Service Broadcasting Values in the Reconfiguring Media". **New Media Society. Vol: 7(6)**. 834-853.

HARRISON, Jackie ve WOODS, Lorna (2001). "Defining European Public Service Broadcasting". **European Journal of Communication. Vol: 16(4)**. 477-504.

HARRISON, Jackie ve WOODS, Lorna (2001). "Defining European Public Service Broadcasting". **European Journal of Communication. Vol: 16(4)**. 477-504.

<http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.sthml>. "History of the BBC".

<http://www.dördüncükuvvetmedya.com.tr>. 02.16.2011.

<http://www.ekonomi.habertürk.com>. "Bakan Şimşek TRT'nin Geçen Yıllık Gelirini Açıkladı". 20.02.2012. 10:15

<http://www.mxlabs.org>. "Kamu Televizyonlarının Mali Kaynakları Nelerdir?". 20.02.2012. 10:00

<http://www.rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2008/06/20080626-1.htm>: Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu ile Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. 01.02.2012

<http://www.trt.net.tr>: "Radyo". 06.03.2011, 15:50.

<http://www.trt.net.tr>: "Televizyon". 06.03.2011, 15:50.

JACKA, Elizabeth (2003). "Democracy as Defeat: The Importance of Arguments for Public Service Broadcasting". **Television and New Media. Vol: 4(2)**. 177-191.

JAKUBOWICZ, Karl (2004). "A Square Peg in a Round Hole: The EU's Policy on Public Service Broadcasting". **European Culture and the Media: Channing Media-Channing**

Europe Series Volume 1 içinde. Ed: Ib Bondebjerg ve Peter Golding. Bristol: Intellect Books. 277-303.

KAYA, Raşit (1999). “*Türkiye’de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi*”.

KAYMAS, Serhat (2008). “Devlet ve Sermaye Sarmalında Türkiye Medyası: Ekonomik Krizler, Medya ve Demokrasi”. **Galatasaray İletişim Vol: 8**. 77-107.

KEANE, John (2009). **The Life and Death of Democracy**. London: Simon & Schuster Press.

KEJANLIOĞLU, Beybin (2004). **Türkiye’de Medyanın Dönüşümü**. Ankara: İmge Kitabevi.

MCCHESENEY, Robert (1999). **Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times**. New York: The New Press.

MCQUAIL, Dennis (1992). **Media Performance: Mass Media and the Public Interest**. London: Sage Publication.

MUTLU, Erol (2001). “Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali”. **Medya Politikaları** içinde. Der: D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı. Ankara: İmge Kitabevi. 23-79.

PADOVANI, Cinzia ve TRACEY, Michael (2003). “Report on the Conditions of Public Service Broadcasting”. **Television and New Media. Vol: 4(2)**. 131-153.

PODKALICKA, Aneta (2008). “Public Service Broadcasting as an Infrastructure of Transition in the Age of Cultural Diversity: Lessons for Europe from SBS Australia”. **Convergence Vol: 14(3)**. 323-333.

PUPPIS, Manuel (2008). “National Media Regulation in the Era of Free Trade: The Role of Global Media Governance”. **European Journal of Communication Vol23(4)**. 405 – 424.

TRACEY, Michael (1996). “Beyond Governance: The Triumph of Populism and Parochialism in the 21st Century”. **Javnost/The Public. Vol:3(2)**. 23-33.

WHEELER, Mark (2004). “Supranational Regulation: Television and the European Union”. **European Journal of Communication. Vol: 19(3).** 349-369.

YTREBERG, Espen (2002). “Ideal Types in Public Service Television: Paternalist and Bureaucrats, Charismatics and Avant-gardist”. **Media,Culture&Society. Vol:24.** 759-774.

Çalışma Notları

ⁱ Türkiye’de kamu hizmeti yayıncısının sosyal, kültürel, teknolojik ve ekonomik koşullarına dair eleştirisi aslında iletişim çalışmaları içerisinde oldukça geniş bir yer almıştır. O denli ki, Erol Mutlu’un (2001:23) henüz çalışmasının başında belirlediği gibi söz konusu eleştirilerin yaygın bir endişeyi ifadelendiren ölçüde “ne olacak bu kamu yayıncılarının hali” sorgulamaları ile genişlemektedir.

ⁱⁱ John Keane (2009:126-130), kamu hizmeti yayıncılık kurumlarının dönüşümünün tam da tepeden inmeçi ideoloji değişimi içerisinde oldukça anlamlı bir yer edindiğini belirler.

ⁱⁱⁱ Birleşmiş Milletler tarafından 16 Aralık 1966 tarihinde yürürlüğe giren, **Siyasi ve Medeni Haklar Uluslararası Sözleşmesi** insan hakları ve demokratikleşme konusunda evrensel normları belirleyen en önemli uluslararası belgelerden birisi olarak kabul edilmektedir. Türkiye, 15 Ağustos 2000 tarihinde sözleşmeyi imzalamıştır. Bununla birlikte Sözleşme’nin, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde onaylanmasının ardından yürürlüğe gireceği belirtilmelidir.

^{iv} **New World Information and Communication Order (NWICO).**

^v **American Commission on Freedom of the Press.** Ancak Komisyon daha çok başkanlığını gerçekleştiren Robert Hutchins’in ismiyle, Hutchins Komisyonu olarak tanınmıştır.

^{vi} Amerika Birleşik Devletleri için söz konusu dönem, New Deal olarak isimlendirilmektedir.

^{vii} **Federal Communication Commission.** Gerçekte FCC’nin kurulması, 1934 tarihindeki Communications Act isimli kanuna dayanmaktadır. Bağımsız bir devlet kurumu olarak örgütlenmiştir.

^{viii} Amerika Birleşik Devletleri, 1982 yılında yayınladığı yönetmelik (**consent decree**) ile öncelikle Bell şirketi’nin telekomünikasyon alanındaki tekel gücüne son verilmiş ve ardından 1984 yılında AT&T şirketinin ülkedeki kartel yapısına son verilerek parçalanmıştır (Picard, 2007:135, Barret, 2006:24, Sullivan ve Hertz, 2009:5).

^{ix} Oysaki kamu yayıncısı için söz konusu iki kavramın önemli bir performans ölçütü olarak değerlendirilebileceği açıktır. Türkiye’nin özellikle 2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda özel olarak yer edindiği söylenmelidir (DPT, 2007:5-6). Her ne kadar tek başına kamu yayıncısını işaret etmese de kamunun şeffaf ve hesap verebilir bir niteliğe sahip olmasını içeren Dokuzuncu Kalkınma Planı, Türkiye’nin 2013 yılına değin istikrarla koruduğu Avrupa Birliği üyelik hedefini içeren düzenlemeleri en azından tartışmaya açması itibari ile özel bir yer edinmiştir.

^x 7 Şubat 1992’de imzalanan Anlaşma; Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun Avrupa Birliği’ne dönüşmesi yönündeki son açılım olarak değerlendirilmelidir. Bu anlaşma ile, Avrupa çapındaki “tek pazar politikasının” ekonomik ve parasal birliğin oluşturulmasına dair açıklamalar gerçekleştirilmiş bu yönüyle de diğer alanlarda olduğu gibi yayıncılık alanında da liberalleştirme programının son adımı atılmıştır.

^{xi} **Television Without Frontiers** ve **Green Paper on the Establishment of the Common Market** isimli siyasa belgeleri, Avrupa Birliği’nin 1984 yılındaki en kapsamlı belgelerini oluşturmaktadır. Her iki belge içinden bakıldığında, Avrupa Komisyonu’nun yalnızca ekonomik faaliyetlerle değil bundan daha da önemli olarak sosyal ve kültürel alanlarda da görevli olduğunu belirtir. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Avrupa Birliği’nin ortak bir iletişim pazarı oluşturmanın ötesinde medya politikalarını ortak bir Avrupalılık kimliğini oluşturmak amacı ile kullandığı görülmektedir ki, böylesi bir amacın sonraki yıllarında da sürdüğü gözlenir. Örneğin, 1990 yılında Avrupa Konseyi yeni bir medya siyasasını gündeme getirmiştir. Buna göre, görsel-ışitsel yayıncılık alanında Avrupa Topluluk kararlarının üç önemli boyutu belirlenmiştir. Bunlar (a) bir bütün olarak Avrupa görsel-ışitsel yayıncılık kapasitesini geliştirmek, (b) söz konusu amacın gerçekleştirilebilmesi için programların serbest dolaşımını sağlamak, içerik endüstrisini geliştirmek, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi için yön göstermek ve (c) Avrupa kültürel çeşitliliğini korumak ve geliştirmek olarak belirlenmiştir.

^{xii} Ticari yayıncıların şikâyetleri, dayanağını Roma ve Amsterdam Anlaşması’ndan almaktadır. Özellikle Amsterdam Anlaşması’nın kamu hizmeti yayıncılık modelini doğrudan ilgilendiren 81, 82, 87 ve 88. maddeleri doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Jackie Harrison ve Lorna Woods’un (2001:486) belirlediği gibi, 81. ve 82. maddeler, kamu hizmeti yayıncılarının rekabet karşıtı anlaşmalar içerisinde olamayacağını ve yayıncılık pazarı içerisindeki güçlerini kötüye kullanamayacaklarını belirlerken, 87 ve 88. maddeler, kamu hizmeti yayıncılığının devlet desteği alacağını açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, yeni iletişim teknolojilerindeki

kazanımlar ve kanal sayısının artışı ticari yayıncılar tarafından, her ne kadar “dikey çeşitlilik” olarak yorumlansa da, kamu hizmeti yayıncılarının izleyici kaybı ile sonuçlanmaktadır. Öte yandan, Birliğin bir Avrupalılaştırma politikası olarak, kanal sayısının parçalanmasına karşı bir tutum aldığı görülmektedir. Birlik tarafından kamu yayıncılarına atfedilen “sosyal uyum” ve “aidiyet” duygusunun sağlanması için program üretilmesi yönündeki tutum, kamu hizmeti yayın kuruluşlarının kanal sayısındaki artışla (daha doğru bir ifade ile kamu hizmeti yayın kuruluşlarının parçalanması ile) daha da bir öne çıkmaktadır. Bu konuya, TRT modelinde izlenen parçalanma politikasında ayrıntılı olarak değinilecektir.

^{xiii} Catherine Pauwels ve Karen Donders (2008:304), AB için dijital teknolojiye geçiş sürecinin kamu hizmeti yayıncılarının finansal krizi için ilk adım olduğunu böylesi bir düzenlemenin ancak pazar aktörleri için bir başarı olduğunu belirtir.

^{xiv} Kejanlıoğlu (2004:175) söz konusu dönemde siyasal iktidarların, TRT üzerindeki baskılarının bir yandan TRT'nin diğer kurumlarla doğrudan yazışma yapamaması, Maliye Bakanlığı tarafından ruhsat gelirlerine el konulması, hesap işlemlerinin yasadışı yollarla incelenmesi ve kadro atamalarının geciktirilmesi gibi kamu hizmeti yayın kurumunu, siyasal iktidara bağımlı kılan bir yapının izlendiğini belirtir.

^{xv} Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, belirli dönemler boyunca kendi içerisinde de yeniden yapılanma dönemleri izlemiştir. Örneğin 2001 yılında yeni yayın dönemine “sizin için değişiyoruz, sizinle değişiyoruz” reklamları ile başlamış, yurtdışındaki bir reklam ajansına yeni logo hazırlatmıştır.

^{xvi} Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun mali kaynaklarını, merkezi yönetimden aldığı bütçe, reklam gelirleri, radyo, televizyon, video ve bileşen cihazların satışından tahsil edilecek bandrol ücretleri, film, bant, plak, nota, dergi, kitap ve benzerlerinin yapım, yayın ve satışından elde edilecek gelirler, radyo ve televizyon kanalı ile yapılacak ilan ve reklam gelirleri, film, bant, plak, nota, dergi, kitap ve benzerlerinin yapım, yayın ve satışından elde edilecek gelirler, düzenlenecek konser, temsil ve benzeri programlara giriş ücretleri ve bu yerlerde yapılacak ilan ve reklam faaliyetlerinden elde edilecek gelirler, yapılacak her türlü bağış, yardım ve diğer gelirler olmak üzere geniş mali kaynaklar oluşturmaktadır. TRT'nin söz konusu mali kaynakları arasında yer alan radyo, televizyon, video ve bileşik cihazlardan alınacak ücretler (bandrol ücretleri) ile elektrik enerjisi hasılat paylarının tahsilat şekli kanunla belirlenirken, diğerlerinin tahsilat şeklinin tespit yetkisi Kuruma verilmiştir (<http://www.mxlabs.org>). Bununla birlikte, TRT'nin bütçesinin ağırlıklı bölümünü elektrik gelirleri oluşturmaktadır. Örneğin, 2011 yılı içerisinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu sadece elektrik gelirlerinden 550 milyon 860 bin 67 TL (yaklaşık 250 milyon Euro) pay elde etmiştir (<http://ekonomi.haberturk.com>).

^{xvii} Örneğin, kamu hizmeti yayıncılığı için neredeyse rol model olan BBC'nin dahi ülke içerisinde ancak TRT kadar televizyon sayısına sahip olduğu diğer televizyon kanallarının ise ancak yayın alanını kapsayan ülkeler bazında gerçekleştiği belirtilmelidir. Radyo istasyonu bağlamında da benzeri bir yapılanmanın söz konusu olduğu bilinmektedir.

^{xviii} Bu açıdan, 3Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 Sayılı Yasa'nın 15. maddesi Avrupa Eseri olarak tanımladığı, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'ne taraf olan ülkelerde üretilen, eserlerin yayını için televizyon yayınlarının %50'sini ayırması kamu hizmeti yayıncılarının ilk dönemdeki felsefi açıklamasını nasıl da kaybedebileceğine dair anlamlı bir örneği oluşturmaktadır.