

MAKALE HAKKINDA

Geliş : Ocak 2014

Kabul: Mart 2014

TÜRKİYE'DE MEDYA VE AVRUPALILAŞMA SÜRECİ: TÜRKİYE MEDYASI, AVRUPALILAŞAN BİR KAMUSAL ALAN DENEYİMİ İÇİN KATKI SUNABİLİR Mİ?

MEDIA AND THE EUROPEANIZATION IN TURKEY: IS THE TURKEY'S MEDIA PROVIDE ANY CONTRIBUTION TO THE EUROPEANIZATION OF THE NATIONAL PUBLIC SPHERE ?

A. Serhat KAYMAS^a

ÖZ

Türkiye'ye, Avrupa Birliği aday ülke statüsünün tanındığı 1999 yılındaki Helsinki Zirvesi'nin ardından Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkileri, Türkiye'nin toplumsal oluşumunu ve modernleşme sürecini önemli ölçüde etkileyen boyutları ile kamusal alanda da gittikçe genişleyen bir ilginin odağına yerleşmiştir. Türkiye'nin Avrupalılaşması sürecinin, ülkenin modernleşmesini ve toplumsal oluşumunu etkileyen boyutlarıyla medya ve kamusal alan tartışmalarına dair özel bir gündeme yol açtığı gözlenir. Ancak Türkiye medyasının ülkenin Avrupalılaşması sürecinde olduğu kadar, ulusal kamusal alanın Avrupalılaşmasına dair sunduğu katkının da oldukça tartışmalı olduğu belirtilmelidir. Bu çalışmada, Avrupa Birliği içerisinde kamusal alan tartışmalarına dair bir tartışmanın ardından, Türkiye medyasının Avrupalılaşan bir kamusal alan deneyimi için bir katkı sunup-sunamayacağı ele alınmaktadır. Türkiye'nin medya siyasasındaki değişim ve Gezi Parkı eylemleri ekseninde Türkiye'de medya ve kamusal alan denklemini ele alan çalışma, Türkiye'de Avrupa Birliği sürecinin medya içerisinde yanlış kurulan bir denklem olduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Avrupa Birliği, Ulusal Kamusal Alanların Avrupalılaşması, Medya ve Kamusal Alan.

ABSTRACT

After the Helsinki European Council Summit in 1999 when is declared a Republic of Turkey's candidate country status of the European Union, Turkey and the European Union's relationships is occupied a great deal of attention and ever-expanding field of the Turkey's national public sphere. Europeanization as an important dynamics can significantly affected on the modernization and social formation of the Turkey is also paved the way for the rethinking of the Europeanization of the national public sphere and media relations. Although media's effects on the re-making on the public sphere and of course Europeanization process, Turkey's media experience on the national public sphere's Europeanization is very opaque and to say that controversial. Having detailed analysis of the Europeanization of the public sphere in the European agenda, the writer of this article is discussed the Turkey's media experiences and is seeking an answer the following question. Is the Turkey's media provides any contribution to the Europeanization of the Turkey's national public sphere as a case of Gezi Occupy. The study is pointed out the media and the Europeanization of the public sphere has been ill-defined topics in Turkey.

Key Words: Europeanization Process of the National Public Sphere, Republic of Turkey, European Union, Media and Public Sphere.

^a Öğr.Gör.Dr. Hacettepe Üniversitesi, Hacettepe ASO 1. OSB Meslek Yüksekokulu, kaymas@hacettepe.edu.tr

Giriş

Avrupa Birliği'ne "katılması mukadder bir ülke" olarak aday ülke statüsünün tanındığı 1999 Helsinki Zirvesi Sonuç Bildirgesi'nin ardından; Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin "bir nehrin farklı yataklarına doğru" sürüklendiği gözlenmektedir. 12 Eylül 1963'de imzalanan Ankara Antlaşması'ndan bu yana Türkiye'nin Avrupa Birliği niyetinin somut uğrağını oluşturmaya rağmen Zirve'nin ardından gelişen siyasal gündem aslında kendi içerisinde önemli bir çelişkinin de gittikçe görünür kılınmasını sağlamıştır. Türkiye'nin "uzun-ince yolculuğu" bu kez hedefe yaklaştıkça bir o kadar da uzaklaşan, belirsizlik ve hatta gerilim eksenlerinin eş anlı kurulduğu bir denkleme dönüşmüştür. İslami siyasal ideolojiden gelen ve kendisini muhafazakâr-demokrat kimliği üzerinden tanımlayan Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarının ilk döneminde (2002-2007) oldukça yakınlaşan Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin, sonraki yıllarında yerini uzaklaşma hatta giderek bir gerilim eksenine terk ettiği söylenmelidir¹. Egemen siyasal konjonktür içerisindeki bağlamın ve toplumsal art alanın değişmesine rağmen, gerçekte değişmeyen, Türkiye içi siyasal alan denkleminin oluşmasında ve Türkiye modernleşmesinin çelişkili yönleri ile yüzleşme olanağı bulduğu bir alan olarak Avrupa Birliği'nin Türkiye'de kamusal alan tartışmalarında edindiği yer ve söz konusu yerin genişlemesidir. Bununla birlikte, Türkiye'nin Avrupalılaşması² sürecinin;

katılım müzakerelerinin başladığı 3 Ekim 2005 tarihinin ardından kamusal alanda edindiği yer, Türkiye'nin siyasa gündemine eklemlendiği yeni sorular üzerinden genişlerken, gerçekte oldukça anlamlı bir sorunun neredeyse üstünün örtüldüğü belirtilmelidir.

Avrupa Birliği ve Türkiye arasındaki ilişkilerin, Türkiye'de modernleşme sürecinin yeniden inşasına doğru genişlemesiyle birlikte daha da bir gözlenen soru, aslında Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin resmi söylem ve müzakerelerin dışında bir iletişim uzamının nasıl kurulabileceğinden bağımsız değildir. Bu yönüyle; Türkiye'de Avrupa Birliği gündeminin gerek Türkiye modernleşmesinin yeniden inşasına ve gerekse devlet-birey arasındaki ilişkinin liberalleştirilmesine dair eklemlendiği yeni soruların aslında medya ve kamusal alanın yeniden ele alınması yönünde bir davetiye çıkarttığı açıktır. Üstelik Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin üstü örtülü olarak tartışmaya davet ettiği sorun, aslında oldukça temel bir düzeyde Türkiye ve Avrupa Birliği arasında sürdürülebilir bir iletişimin nasıl kurulabileceği ile eş anlı olarak gelişmektedir. O kadar ki; ulusal kamusal alanın ulus ötesi bir nitelik almasında Türkiye'de medyanın söz konusu alanda bir katkı oluşturup-oluşturamayacağı aslında Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin geleceğini de biçimlendirme potansiyeli taşımaktadır. Bu çalışma içerisinde, "Türkiye'de medya, Avrupa kamusal alanının oluşması için bir katkı sunabilir mi?" olarak belirlenen soru; Avrupa Birliği içerisindeki

yansımaları, en azından 1992 yılındaki Maastricht Antlaşması döneminden itibaren “demokrasi” ya da genişletildiğinde “iletişim açığı” olarak bulmaktadır. Avrupa Birliği’nin genişleme dönemlerinin ardından, ekonomik ve nüfus büyüklüğü bağlamında ulaştığı hacim bu kez de söz konusu büyüklüğün nasıl yönetilebileceğinin yanı sıra yurttaşları ile siyasal iletişim olanaklarının nasıl geliştirilebileceğine dair soruları da odağına almıştır.

Maastricht Antlaşması dönemi tam da böylesi bir anı görünür kılan ilk uğrağı oluşturmaktadır. Avrupa Birliği için bu tarihten sonra da, yurttaşları ile iletişim gündeminin egemen siyasa dizgesi içerisine daha da bir yerleştiği görülür. 2005 yılında Avrupa Birliği genişlemeden sorumlu üyesi Olli Rehn’in, Aralık 2006 Zirvesi’nin ardından Birlik için resmi stratejiye dönüşen, konuşmasında belirlediği 3C formülü (**conditionality-koşulluluk, sadeleştirme-consolidation ve communication-iletişim**), Avrupa Birliği ile üye / aday ülkeler arasındaki iletişim sorunu daha da bir görünür kılmıştır (aktaran Özdemir, 2012:302). Bununla birlikte, Avrupa Birliği siyasası içerisinde yer edinen kamusal alan ve iletişim eksenlerinin, bu çalışmanın ilerleyen kısımlarında eleştirilmek üzere, iki ana biçim altında ilerlemesi dikkat çekmektedir. Gerçekten de, ulusal kamu alanlarından bağımsız bir pan-Avrupa kamusal alanının oluşturulması ile ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşması olarak öne çıkan

seçenekler, Avrupa Birliği merkezi siyasasında, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi doğrultusunda, Avrupa eserleri için kota uygulamasına doğru genişlemiştir.

Türkiye’nin de, 3 Ekim 2005 tarihinden bu yana Avrupalılaşma sürecinin derinleşmesi ile birlikte katılım müzakereleri boyunca izlenen yapısal programların giderek medya siyasasına doğru genişlemesi, ülkenin Avrupa Birliği üyeliği niyetini görünür kılmış olmasına rağmen, söz konusu değişim sürecine dair eleştirileri de uyandırmaktadırⁱⁱⁱ. Türkiye’nin “politika transferi” yaklaşımı ile medya siyasasında yer edinen, Avrupa Eserleri kavramı ve bu doğrultuda “kota uygulamasının” söz konusu eleştirilerin iki ana gündemini oluşturduğu görülür. Çalışmanın ilerleyen kısmında bu konu ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki iletişimsel açığın görünür kılındığı yakın dönem içerisindeki örnek ise Gezi Parkı Eylemleri olmuştur.

Gezi Parkı Eylemleriyle birlikte, Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin giderek Türkiye’nin demokrasiye bağlılığının test edildiği bir sınava dönüşmesinin, Türkiye’de medyanın Avrupalılaşma sürecindeki konumunu yalnızca eylemlerin var olan medya yapısına dair eleştirisi üzerinden değil, daha geniş düzeyde bakıldığında, medya ve Avrupalılaşma sürecinin yeniden değerlendirilmesine olanak tanınması üzerinden kurmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de medyanın tam da söz

konusu dönemdeki pratiklerine bakıldığında, Avrupalılaştırma sürecine katkı sunmasının ötesinde kamunun bilme hakkını değerlendirme biçimi dahi oldukça anlamlı bir dizi eleştirinin gerçekleştirilmesini gerekmektedir. O denli ki, eylemlerin başladığı gece medya kanallarının bir şampuan şirketinin düzenlediği güzellik yarışmasına ya da “penguenlerin yürüyüşü” isimli belgesele gösterdiği ilgi, ancak BBC ve CNN öncelikli olmak üzere merkezlerinin AB ülkeleri olduğu televizyon kanallarının üstelik süreci bir demokratik bir hak olarak görmesinin ardından değişmiştir. Üstelik söz konusu değişimin yine de yeterli olduğunun söylenmesi güçtür. Gerçekten de, CNN International’ın Türkiye ortağı CNN Türk’ü “kamunun bilme hakkına saygı” çerçevesinde uyarması hatta sözleşmenin fesih edilmesi tehdidinin ardından gerçekleştiği dikkate alınmalıdır. Bütün bu yönleri ile Türkiye’de ulusal medyanın Avrupalılaştıran bir kamusal alan kavramına katkı sunabilmesinin ötesinde Avrupa televizyonlarının, Türkiye’nin demokrasi ve özgürlüklerin genişletilebilmesine dair bir çabası olduğu söylenebilir. Ancak, Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin bu tarihten önce de bir demokrasi açığı sorunu olarak değerlendirilmesi gerektiği açıktır. Katılım müzakerelerinin başladığı söz konusu dönem, her ne kadar Cumhuriyet’in ilanının hemen ardından Türkiye’nin, “çağdaş uygarlığa ulaşma”^{iv} hedefinin anlamlı bir göstergesi olarak düşünülebilir ise de, bu tarihten sonra genişleyen ilişkilerin Türkiye ve

AB arasında bir demokrasi ve iletişim açığı olarak da değerlendirilmesi gereken uzamı oluşturduğu belirtilmelidir. Gerçekten de, Türkiye’nin demokrasiye bağlılığının Avrupa Birliği’nin ise “Avrupa idealinin” sınıandığı yeni dönem^v, daha önce de belirtildiği gibi, farklı bir nehrin yatağına taşıdığı Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerini, bu kez belirsizliğin ötesine geçen bir gerilim ile de karşılaştırmıştır. Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin; o güne değin yazılmış olan “en sert” eleştirilerin yoğunlaştığı 2012 yılı İlerleme Raporu ve Türkiye’nin karşı bir rapor eliyle, neredeyse aynı sertlikte, yanıt vermesi her ne kadar gittikçe belirsizleşen hatta sabitlenen ilişkilerin bu kez gerginliğe dönüştüğüne dair endişeleri görünür kılmıştır. Ancak, çalışmanın henüz başında sözü edilen sınavın ve gerilim denkleminin İlerleme Raporu sonrasında da devam ettiği görülür. Gezi Parkı Eylemleri ve arkasından gelişen olayların, Avrupa Birliği için Türkiye’nin neredeyse demokrasiye bağlılığının sınıandığı önemli bir referans olarak algılandığı görülür. Bu bağlamda, Türkiye’nin Avrupa Birliği üyeliğinin önemli bir aşaması olarak daha önce açılması planlanmış olan “Bölgesel Politikalar ve Yapısal Araçların Koordinasyonu” isimli müzakere faslının (22. Fasil) açılmasının engellenmesi özel bir örneği oluşturmaktadır. Her ne kadar Fransa tarafından 12 Şubat 2013 tarihinde engelin kaldırılacağına açıklanmasına rağmen, Türkiye’nin söz konusu eylemlerle birlikte gösterilerin bastırılmasındaki sert tavrı nedeni ile hem Avrupa Parlamentosu’nun uyarısı hem

de Almanya'nın karşı çıkmasının ardından, İlerleme Raporu'nun açıklanacağı 2013 Ekim ayına ertelenmesi, Türkiye'nin demokrasi sınavı için anlamlı bir eksen oluşturmuştur. Öte yandan, Türkiye ile üyelik müzakerelerinin aynı dönemde başlatıldığı Hırvatistan'ın 1 Temmuz 2013 tarihi itibarı ile AB üyesi olması, Sırbistan ve Kosova ile üyelik görüşmelerinin başlatılmasına yönelik açıklamalar bu kez Avrupa Birliği için test edilen Avrupa kimliği sınavının diğer örneğini oluşturmaktadır^{vi}. Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin ulusal kamu alanının Avrupalılaşması tartışması öncesinde, Avrupa Birliği siyaseti içerisinde Avrupa kamusal alanının nasıl kurulduğuna dair bir tartışmanın gerçekleştirilmesi ve ardından Türkiye'de kamusal alanın Avrupalılaşması sürecine doğru tartışmanın genişletilmesi anlamlı olacaktır.

Avrupa Birliği Tartışmaları İçerisinde Avrupa Kamusal Alanının Oluşturulması

Avrupa kamusal alanının ve bu doğrultuda ortak bir Avrupalı kimliğinin, 1990'lı yılların başından itibaren AB siyasetinde yer edindiği görülmekteyse de, aslında, söz konusu gündemin aslında henüz on yedinci yüzyılın sonu ve on sekizinci yüzyılın başına değin

izlenebilecek olan bir tarihçeye doğru genişletildiği belirtilmelidir. Ortak bir Avrupa kamusal alan düşüncesinin hem felsefi tartışmalarda hem de merkezi kurumlar eliyle siyasal alan içerisinde yer edindiği ve söz konusu kavramın ve kavramla bileşen tartışmalarla on dokuzuncu ve yirminci yüzyıla doğru genişlediği görülür. Ancak kamusal alan düşüncesi ile bir pan-Avrupa kamusal alanın oluşturulabileceğine dair düşüncenin oluşması Philip Schelesinger'e (2006:418) göre, sosyal iletişim modelleri ile bir uyum, yakınlık ve hatta ortak kader duygusunun oluşturulabileceğini henüz 1900'lü yılların başında Otto Bauer'in düşünceleri ile siyaset gündemine yansımıştır. Yurttaşların, sosyal iletişim ağlarına katılımı aracılığı ile sürdürülebilir bir iletişimin eş anlamlı olarak bir siyasal topluluğa, kimliğe ve bir aidiyet duygusunun gelişmesine doğru genişleyeceği fikri söz konusu dönemden itibaren gelişmiştir. Avrupa kamusal alan düşüncesinin kurulmasını on sekizinci yüzyıl içerisindeki tartışmalar ekseninde okuyan Slavko Splichal (2006:697), Avrupa Birliği kurucu figürleri arasında yer alan Immanuel Kant ve Jeremy Bentham'ın kamusal alana dair düşüncelerini ve aralarındaki farklılıkları aşağıdaki gibi çizelge haline getirir.

Çizelge 1. Bentham ve Kant'ın Düşüncelerinde Alternatif Kamusal Alan Kavramsallaştırması (Splichal, 2006:697).

Kamusallığın Alternatif Kavramsallaştırması	Bentham	Kant
Üst İlke	Yarar	Adalet
Haklılık Kriteri	İnsanların mutluluğu	Kamusallık
Amaç	Yasamanın İşlemesi (Parlamento kararlarının yayınlanması)	Halkın Aydınlanması
Tercih Edilen İletişim Biçimi	Basın	Paylaşılan anlamların inşası, nedenlerin kamu tarafından kullanılması
Yayın Özgürlüğü için Kurumsallaşmanın Tercih Edilen Biçimi	Basın Özgürlüğü	İletişim Hakkı
Kurumsallaşma Amacı	Sosyal Reformlar	Bireylerin bağımsız muhakemesi ve yasal düzen
Kamunun Kavramsallaştırılması	Çoğunluk (kamuoyunun en geniş oranlarda toplanması)	Ortak değer ve duygulara dayanan hayali entelektüel topluluk
Kamuoyunun Sosyal İşlev İlkesi	Halkın güvensizlik ve ahlaki yaptırımlara dair sorunlarında yasama organı üzerinde etkili kontrolün sağlanması	Yasa koyucular ve etkilenen yurttaşlar üzerinde manevi kuvvetin sağlanması

Avrupa kamusal alan fikrinin yer edinmeye başladığı ilk yıllardan itibaren Avrupa Birliği ortak kamusal alan kavramının yurttaşları, kamusal katılıma ve sosyal iletişim ağlarına dâhil etme kapasitesi üzerine inşa edildiği belirtilmelidir. Kamusal alan tartışmaları erken döneminden itibaren değerlendirildiğinde, kamusallık biçimlerinin sivil toplum alanındaki iletişim, diyalog ve müzakere sürecini bu doğrultuda da kullanılan yöntem ve araçları

özel olarak vurguladığı gözlenir. Slavko Splichal tam da bu doğrultuda, Kantçı kamusallık ilkesinin ulusal ve hatta Avrupa siyasal çerçevesinin ötesine uzanan evrensel bir iddia olduğunu hatırlatır. Gerçekten de, kamusal alana dair erken dönemli tartışmalar içerisinden bakarak iletişim kanallarının ve siyasal iletişimi besleyen sivil toplumun öneminin on sekizinci yüzyıldan itibaren vurgulandığı gözlenir. Bentham ve Kant'ın

gerçekleştirdiği kamusal alan kavramsallaştırmasının iletişim kanallarının özgürlüğüne özel bir vurgu yaptığı da bu doğrultuda gözlenmektedir. Bununla birlikte, Avrupa kamusal alanının oluşmasına dair ilk tartışmaların genellikle ulus devlet sınırları ve ulusal kamusal alan kavramı üzerine biçimlendirildiğini gözlemleyebilmek olasıdır. Ulus devletler içerisinde, vatandaşın siyasa sürecine eklemlendiği bir yer olan kamusal alan düşüncesinin gittikçe ortak bir Avrupa kamusal alanı ve ulus ötesi kamusal alan düşüncesine doğru genişleyebilmesi ise Jurgen Habermas'ın çalışmaları ile olanaklı hale gelmiştir. Bununla birlikte; Nancy Fraser'ın (1992:123) karşıt kamusal alan ve karşıt kamusal alan^{vii} düşüncesiyle birlikte, Habermas'ın ortak bir kamusal alan kavramına dair eleştirel bir yaklaşım geleneğinin üstelik oldukça güçlü bir biçimde oluşturulmuş olduğu belirtilmelidir. Ancak, Jurgen Habermas'ın ortak bir Avrupa deneyimi olarak kamusal alan ve ortak bir kimlik olarak Avrupalılık üzerine geliştirdiği düşüncelerinin, en azından ana hatlarıyla, yeniden tartışılması anlamlıdır. Habermas (2001:65), ortak bir Avrupa kamusal alanının oluşturulmasına dair ileri sürdüğü çalışmasında, her ne kadar önceki çalışmalarında daha çok ulus devletler özelinde kamusal alan kavramı ile ilgilenmiş olmasına rağmen, Avrupa için ortaya çıkan demokrasi açığının bir pan-Avrupa kamusal alanının tam da kurumsal sürece yerleştirilmesiyle giderilebileceğini bu doğrultuda söz konusu kamusal alan

kavramının Avrupalılaştırma için yetersiz bütünleşme sorununun çözümü için anlamlı olacağını belirlemiştir.

Avrupa kamusal alanı düşüncesinin gittikçe ulus ötesi kamusal alan düşüncesine doğru bir genişleme içermesine rağmen, bir dizi açıdan önemli ölçüde eleştirildiği belirtilmelidir. Jonhattan Bowman'ın (2007:738-739), Habermas'ın son dönemi ile ilgili eleştirisi tam da böylesi bir anı görünür kılmaktadır. Bowman'a göre; Habermas önerdiği "kurumsal düzenleme" ve "anayasal yurttaşlık" düşüncesi, yurttaş için siyasal hak kavramı ile Avrupa Birliği tartışmalarını birleştirmeye dair bir çaba içerse de, liberal siyasal haklar ne ortak bir siyasal kimliğin oluşmasını ne de yabancıların Avrupa kimliğini paylaşmasını sağlayabilecek niteliktedir^{viii}. Öte yandan, Habermas'ın Avrupa demokrasi açığı üzerine geliştirdiği "anayasal yurtseverlik" kavramı üzerinden de bir dizi eleştiri geliştirilmiştir. Habermas'ın Avrupa demokrasi açığı ve Avrupa Birliği meşruiyeti için geliştirdiği "anayasal yurtseverlik" kavramı her ne kadar Avrupa için hukuki meşruiyet temelinde bir bütünleşmeyi öngörmekte ise de tam da bu yönüyle bir dizi, üstelik bir kısmının oldukça keskin olduğu, eleştirinin odağına yerleştirilmiştir. Örneğin Bowman (2007:740) böylesi bir tasarının, demokrasi açığını bu kez meşruiyet açığına dönüştürebileceği yönünde eleştirir. Bowman'a göre; Habermas'ın "anayasal yurtseverlik" projesi hem ölçeği hem de yol açabileceği yeni sorunlar

üzerinden değerlendirilmelidir. Habermas'ın önerisinin, ölçek itibari ile yanlış olduğunu söyleyen Bowman'a göre böylesi bir proje henüz başından itibaren tüm yurttaşların siyasal süreçlere doğrudan katılımı esasına göre işlemektedir ki zaten böylesi bir doğrudan demokrasi modeli söz konusu dahi olamaz. İkincisi ise, söz konusu teklif üstü örtülü olarak Avrupa Parlamentosu'nun yetkilerini arttırmakta, Bakanlar Konseyi'ni ise yeniden yapılandırmaktadır ancak bununla birlikte Avrupa sorunlarını bu kez siyasal kontrol ve denetim aracına dönüştürmektedir. Bowman'a göre, bu kez de Avrupa yurttaşlarının, Avrupa yurttaşı olmayanlar üzerindeki baskısını arttıracak ve kamusal alan düşüncesini henüz doğumu sırasında "boğacaktır". Avrupa Birliği'nin 29 Ekim 2004 tarihinde Avrupa Birliği üye ve aday ülke liderleri tarafından imzalanan yeni anayasa deneyimi öncesinde, Habermas'ın "anayasal yurtseverlik" kavramı ile söz konusu sürece kuramsal bir destek oluşturma çabası ayrıca dikkat çekmektedir^{ix}.

Habermas'ın çalışmalarının her ne kadar bir dizi örneğinde görüldüğü gibi keskin olarak eleştirilmesine rağmen Avrupa Birliği ve demokrasi açığı için bir pan-Avrupa kamusal alanı düşüncesi ile yeni bir fikir olarak değerlendirilmesi gerekir. Böylesi bir değerlendirmenin ise, en azından Avrupa Birliği'nin bu kez gerçekten de bir demokrasi ve eş anlı olarak bir iletişim açığı içerisinde olduğunun ifade edilmesi yönüyle zaten oldukça anlamlı bir katkı niteliğindedir. Avrupa

Birliği'nin 2001 yılından itibaren ortak kamusal alan ve ortak kimliğe dair tasarımını tetikleyen çalışmaların kuramsal tartışmalar içerisinde yansımaları bulması oldukça önemlidir. Gerçekten de, Jostein Gripsurd'un (2007:479) işaret ettiği gibi, Avrupa Birliği kuruluşunun üzerinden geçen 50 yılın^x ardından bu kez de "demokrasi açığı" ve önemli siyasal projelerde yurttaş katılımının sağlanamamasını büyük bir endişe ile karşılamaktadır. Jostein Gripsurd; Avrupa Birliği içerisinde böylesi bir kaygının Avrupa Birliği ve yurttaşları arasındaki iletişim açığının bir başlangıç olarak değerlendirilmesinden bu yana, Avrupa Birliği kurumları ile yurttaşları arasındaki genişleyen "iletişim dengesizliğinin" 2001 yılındaki "**White Paper on Governance**" raporu ile ifadelendirildiğini söyler. Bununla birlikte söz konusu iletişim açığının bir kaygı olarak görülmesinin tam da "Avrupa Birliği" teriminin ilk kez kullanıldığı 1992 tarihli Maastricht Antlaşması dönemine değin genişletilmesi çok da yanlış karşılanmaması gerekir. Maastricht Antlaşması dönemine değin Avrupa Birliği siyasetçilerinin kamuoyunun kolaylıkla yönlendirilebilir olduğu yönündeki düşüncesi, bu dönemden sonra yerini giderek kamuoyunun siyasal karar alma süreçlerinden bağımsız hareket edebileceği düşüncesine bırakmıştır. Hakan Yılmaz ve Emre Erdoğan (2012:17) bu durumu şöyle açıklamaktadır;

"Danimarka'da Maastricht Antlaşması'nın ilk referandumda reddedilmesi, o güne kadar siyasilere AB konusunda şartsız destek verdiği varsayılan seçmenlerin aslında tam tersi yönde

hareket edebileceklerini de göstermiştir. Hatta AB kurumlarının ve bütünleşme sürecinin sadece hükümetler eliyle yürütülmesi ve herhangi bir seçmen denetimine tabii olmaması da, AB kurumlarında demokrasi eksiği sorununu ortaya çıkartmış, AB kurumlarının meşruiyetinin sağlanabileceği katılım süreçleri tasarlanmaya başlamıştır”.

Avrupa Birliği'nin, kamuoyunun siyasal süreçlere katılımının arttırılmasını amaçlayan politikaların giderek bir Avrupa kamusal alanının oluşturulması idealine doğru genişlediği ve bu doğrultuda ortak bir “Avrupalı” kimliğinin oluşmasını amaçladığı görülür. Öte yandan Avrupa Birliği söz konusu “demokrasi açığı” bağlamında ortak bir Avrupalı kimliğin kendisini gerçekleştirme alanı olarak kamusal alan kavramının da siyasa dizgesine alındığı gözlenir. Kamusal alanın, son kırk ya da elli yıl içerisinde “dünya görüşü”^{xi} kavramı ile birleşse bile daha çok ulus-devlet sınırları içerisinde düşünüldüğünü belirleyen Jostein Gripsrud (2007:483), Avrupa Birliği tartışmaları içerisindeki kamusal alan kavramının ise değişken bir dizi anlama sahip olduğunu söyler. Avrupa kamusal alanı ya da ulusal kamusal alanların giderek Avrupalılaşması olarak düşünülen yapının kamusal alan kavramının dönüşümüne işaret eden yapısı olduğu gibi bir yandan da siyasal yapı içerisinde işlevsel olan boyutlarının olduğu söylenmelidir. Philip Schelesinger (2007:417), Avrupa Birliği kamusal alanı kavramı ile bir yandan iletişimsel uzamın genişlemesi ile Avrupa Birliği yurttaşlarının kozmopolitan ağlara dâhil edilebilmesi, ya da yurttaş hareketliliği, için anlamlı bir fırsat

oluşturduğunu belirler. Böylesi bir düşünce, Avrupa Birliği'nin ortak kimlik tasarımı ve aidiyet geliştirme pratiği içerisinde de oldukça anlamlı olmuştur. Avrupa Birliği merkezi ile üye ülkeler arasındaki ilişkinin gelişmesiyle ortak bir kimlik ve aidiyetin gelişebileceğini düşünen Schelesinger, bu bağlamda Avrupa Komisyonu'nun 2006 yılında alandaki siyasasını oluşturmaya başladığını belirtir. 2001 yılındaki “*White Paper on Governance*” siyasasının ardından geçen beş yıl sonra 2006 yılında Komisyonun yayınladığı “*White Paper on a European Communication Policy*” isimli siyasa bir bakıma Avrupa Birliği'nin bu tarihten sonraki ortak bir kültürel kimlik ve aidiyet projesini örmektedir.

Sivil toplumun, siyasal alana taşınması olarak da değerlendirilebilecek söz konusu siyasanın, bir yandan da Birlik yurttaşı da olan vatandaşları arasında ortak bir iletişimsel uzam oluşturma çabası içerisinde olduğu bu şekilde ise, sosyal iletişim ağlarının kurulması ve Castells'in “şebeke toplumu”^{xii} ya da “ağ toplumu” olarak isimlendirdiği yapının kurulmasının hedeflendiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, Avrupa kamusal alanının oluşması için bir dizi ön koşulun olduğunun da söylenmesi gerekir. Örneğin Swantje Lingenberg (Gripsrud, 2007:483'den alınmıştır) ortak bir Avrupa kamusal alanı için üç önemli şartın olması gerektiğini söyler:

- ***İyi kurulmuş bir Avrupa kamusal alanı, ulusal kamu alanlarına benzer bir yapı***

İçermelidir: Ortak bir dil, Avrupa çapında kurulmuş bir medya sistemi ve Avrupa aidiyetine sahip yurttaşlar, ilk koşulu oluşturmaktadır.

- ***Bir Avrupa kamusal alanından söz edilebilmesi, ulusal kamu alanlarının sağladığı bir alt yapıya ihtiyaç duyduğu kadar, Avrupa perspektifinde Avrupa meselesi olarak görülen bir gündemin oluşturulmasına da ihtiyaç duymaktadır.*** Bu ortak bir Avrupa kamusal uzamının oluşması için ikinci koşuldur.
- ***Avrupa kamusal alanı, ortak kamusal sorunların eş anlı olarak, ortak bir çerçeve içerisinde tartışılacağı konu-yönelimli bir kamuya ihtiyaç duyar.***

Lingenberg'e göre, Avrupa kamusal alanının söz konusu üç temel şartı yukarıdaki ölçütlerdir. Ancak, Jostein Gripsrud söz konusu şartların kendi içerisinde bir dizi açıdan eleştirilebileceğini belirtir. Örneğin ilk şart, ulusal kamu alanlarına benzeyen bir kamusal alanın kurulabilmesi, ne geçmişte ne de öngörülebilir yakın bir gelecekte mümkün değildir. İkinci koşulun ise negatif bir anlam taşıdığını belirleyen Gripsrud'a (2007:484) göre, Avrupa Birliği içerisindeki yapılan araştırmaların siyasal gündeme 5 ve 7 dakika

arasında bir zaman tanıdığını ancak söz konusu sürenin çoğu kez öncelikli olarak bir ulusal kamuoyunun sorunu olarak algılandığını belirler. Avrupa kamusal alanının üçüncü koşulunun ancak tüm şartların ortak olarak olumlu olduğu durumlar için geçerli olduğunu düşünen Gripsrud (2007:484), Avrupa için böylesi bir yaklaşımın Avrupa üyesi ülkeler içerisinde zaten sosyal değişimler, teknolojik gelişmeler ve medya politikaları içerisinde çoğulculaştırıldığı hatta parçalandığı için çok da işlevsel olmadığını belirtir. Önerisi ise uyum içerisindeki ortak bir Avrupa kamusal uzamının katılımcı yurttaşlar arasındaki coğrafi yakınlıktan daha çok söylemler ve semboller ağında kurulabileceğidir. Bu açıdan bakıldığında aslında Gripsrud'un, Avrupa kamusal alanının oluşturulması yönündeki erken düşüncelere eklemeliğini düşünmek mümkündür. Sosyal iletişim ağları ve ortak bir yayın ağının kurulmasını ise tam da böylesi bir eksende ele aldığı söylenmelidir. Marcel Machill, Markus Beiler ve Corinna Fischer (2006:61), Avrupalılaştıran bir kamusal alan kavramının, Avrupa Birliği tartışmaları içerisinde iki ana biçimde ele alındığını belirler. Buna göre, Avrupalılaştıran bir kamusal alan düşüncesinin ilk biçimini; ***üye devletlerden bağımsız bir pan –Avrupa kamusal alanının oluşturulması*** ikinci biçimini ise, ***ulusal kamusal alanların Avrupalılaşması sonucu olarak ortaya çıkan bir Avrupa kamusal alanı*** oluşturur. Ancak, yazarlara göre, üye ya da üye aday devletlerin ulusal kamusal alanlarından bağımsız bir pan-Avrupa kamusal alanının

oluşması her ne kadar iletişim çalışmaları içerisinde yaygın olarak tartışılmasına rağmen böylesi bir süreç gerçekte tam da bir “ütopyadır”. Avrupa Birliği yurttaşlarının, her ne kadar İngilizcenin yaygın olarak kullanılmasına rağmen, henüz kitleler tarafından resmi olarak tanınan bir niteliğinin olmaması- bir “*lingua franca*” olarak kabul edilmemesi^{xiii}- nedenleriyle, henüz ortak bir dili paylaşmaması kamusal alanın oluşturulabilmesi için henüz bir dil engelinin varlığını görünür kılmaktadır. Gerçekte bütün bu yönleri ile bakıldığında, kamusal alanın halen ulus devlet sınırları ve sınırlılıkları içerisinde ele alındığı gözlenmekte ve pan-Avrupa kamusal alanı olarak ifade edilen ulus devletlerden bağımsız bir kamusal alanın oluşmayacağı ya da oluşamayacağı görülmektedir. Gerçekten de, çalışmanın ilerleyen kısmında da çözümleneceği gibi ulusal kamu alanlarından bağımsız bir Avrupa kamusal alanının oluşturulması, en azından medya örneklerinde gözlemlendiği gibi^{xiv}, çoğu örneğinde gözlemlendiği gibi başarısız deneyimleri gündeme getirmektedir. Bununla birlikte, her ne kadar ulusal kamu alanlarından bağımsız bir Avrupa kamusal alanı düşüncesinin “başarısızlığı” vurgulanmakla birlikte, ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşması deneyimleri için ortak bir başarısızlığın olduğunu söylemek en azından bir haksızlık olacaktır. Gerçekten de, Avrupa Birliği’nin en azından 1950’li yıllardan itibaren ortak bir yayın ağını, EBU, oluşturması, yeni iletişim teknolojileri ve ağları üzerinden ortak bir kamusal alanın

kurulabileceğine dair girişimler henüz ulus ötesi ağların Avrupalılaşması gündemini oldukça dinamik kılmaktadır. Bu yönüyle, ulus ötesi ağların kurulmasının medya politikaları ile desteklenmesi gerektiği söylenmelidir.

Avrupa Kamusal Alanı İçin Ulus Ötesi Ağların ve Avrupa Kamusal Alanının Oluşması

Avrupa Birliği’nin ortak bir kamusal alan ve ortak bir kimlik (Avrupalılık) tasarımı için ulus ötesi iletişim ağlarının kurulmasına dair ilk deneyimlerin görsel-işitsel yayıncılık alanında “*EBU-Avrupa Yayın Birliği*”^{xv} ile birlikte düşünülmesi gerekmektedir. Jostein Gripsrud’un belirttiği gibi (2007:485), 1950 yılındaki kuruluş döneminin ardından Avrupa Birliği üye ülkelerinin olduğu kadar, Türkiye’de Türkiye Radyo ve Televizyon Kanalı’nda olduğu gibi, Avrupa eksenindeki kamu hizmeti yayın kurumlarının üyeliği ile 56 ülkeden, 74 televizyon kanalının “aktif” olarak üyesi olduğu önemli bir kuruluşa dönüşür. Öte yandan, Avrupa Yayın Alanı dışında yer alan ancak Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) üyesi olan 21 ülkeden, 35 “bileşen üyeye”^{xvi} sahip bir kuruluş haline gelmiştir. Gerek üye sayısı ve gerekse sahip olduğu yayın ağı doğrultusunda, Avrupa Yayın Birliği’nin oldukça geniş bir örgütlenme seviyesine sahip olduğu belirtilmelidir. Her ne kadar, Avrupa Yayın Birliği’nin bir pan-Avrupa kamusal alanının açılması yönünde özel bir yönü olmasına rağmen, bir pan-Avrupa kamusal alanının kurulmasına dair tek örneğin yalnızca

Avrupa Yayın Birliği olduğu söylenemez. Aksine, Philip Schelesinger (1997:371) özellikle medya siyasası üzerinden Avrupalılaşıma olanaklarının genişletilmesine dair çabasını özel olarak vurgulamaktadır. Schelesinger; Avrupa Birliği'nin özellikle 1993 yılındaki GATT (Ticaret ve Tarifeler Üzerine Genel Antlaşma) görüşmeleri ve sonrasında özellikle görsel-işitsel yayıncılık alanında bir "**Amerikanlaşma**" tehdidi olarak gördüğü, Amerika Birleşik Devletleri'nin kültürel ticaret alanında genişleyen gücüne karşı, hem ortak bir kimlik tasarımı hem de medya politikaları geliştirdiğini belirtir. Avrupa Birliği için GATT Antlaşmaları döneminin yanı sıra NAFTA (Kuzey Amerika Serbet Pazar Antlaşması) görüşmeleri sürecinin de eş anlı olarak hem Avrupa kamusal alanı hem de ortak kimlik siyasası eksenine dâhil edilmesi gerekmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği'nin görsel işitsel yayıncılık alanında genişleyen ve bir bakıma "rekabet" olarak da değerlendirilmesi gereken politikalarının her ne kadar bir görsel-işitsel pazarın kurulmasına ve genişletilmesine yönelik olarak kurulmasına rağmen aralarında oldukça temel farklılıkların da çözümlenmesi gerekmektedir. Avrupa Birliği'nin, bu çalışmanın henüz girişinde belirtilen, "demokrasi" daha da bir genişletildiğinde "iletişim açığının" engellenebilmesi için medya siyasasının anlamlı bir işleve sahip olduğu belirtilmelidir. Her ne kadar, "ortak pazarın" bu kez görsel-

işitsel kültürel alana doğru genişlediği yönünde bir dizi eleştiri ile karşılanmasına rağmen^{xvii}; Avrupa Birliği için yayın politikalarının ne yalnızca serbest pazar olanaklarına erişim, ne de tek başına küreselleşme sürecinin yol açtığı bir "kültürel homojenleştirme" sürecine duyulan kaygı temelinde ele alındığı belirtilmelidir. Avrupa Birliği için görsel-işitsel alan; söz konusu kaygılarla birlikte ortak bir kolektif kimlik olanaklarının geliştirilebilmesine dair bir perspektife de sahip olmuştur (Schelesinger, 1997:376). Ancak henüz GATT görüşmelerinin öncesinde her ne kadar Avrupa Birliği üyesi on iki ülkeden 4000 sanatçının, GATT görüşmeleri kapsamından kültürel ürünlerin çıkartılmasına yönelik bir bildiri imzalamasına rağmen hem GATT dönemi hem de GATT antlaşmaları sonrasında Avrupa Birliği için, ulusal kamusal alanların Avrupalılaşması çerçevesinde yeni bir dönemin açıldığı belirtilmelidir. Gerçekten de, bu dönemin ardından özellikle geleneksel radyo-televizyon yayıncılığı alanı ile telekomünikasyon alanı arasındaki "yakınsama" olanağının dijital kanalların ve dijital yayın platformlarının genişlemesine olanak sağlaması yayıncılık kapasitesindeki artış üzerine önemli bir rol oynamıştır. Philip Schelesinger (1997:377) bu dönemin ardından, Avrupa Birliği için medya siyasası ekseninde Avrupalılaşıma olanaklarının yeniden ele alınmasına dair anlamlı bir fırsatın oluştuğunu belirler. Örneğin bu tarihten sonra izleyicilerin erişim sağlayabileceği kanal sayısının 500 düzeyine yükselmesi, en azından ulusal kamu

alanlarının ulus ötesileşmesi anlamında bir Avrupalılaştırma deneyimi için, olanak tanımıştır. Ancak Schelesinger (1997:377), GATT sonrası dönemin Avrupa Birliği medya siyasasının da yeniden ele alınmasına yol açtığını ve özellikle 1995 Nisan ayında Avrupa Komisyonu'nun "**Green Paper on the Strategy Options**" isimli siyasa belgesinin ardından Avrupalılaştırma olanaklarına dair Avrupa Birliği siyasasının anlamlı ölçüde değiştiğini belirtir. Marcelino Oreja ve ekibinin hazırlamış olduğu "**Green Paper on Strategy Options**" isimli çalışma^{xviii}, Sınırsız Televizyon Yönergesi'ne (**Television Without Frontiers Directive**) taraf olan devletlerin gerçekleştirdiği eserlere, yönergeye taraf diğer devletlerin görsel-ışitsel ağlarında %51 oranında kota uygulamasını getirmiştir. Buna rağmen Almanya ve İngiltere öncelikli olmak üzere söz konusu kota uygulaması Avrupa Birliği üyesi devletlerin bir kısmı tarafından eleştirilmiştir. Schelesinger'in belirlediği gibi, Avrupa Birliği görsel-ışitsel alanının yeniden yapılandırılması siyasası, 2000'li yılların ardından **MEDIA** programları ile etkisini arttırarak sürecektir. Ancak, bir dizi başarısız uygulamanın temelleri de yine söz konusu dönem içerisinde atılmıştır. Avrupa Sineması'nın izleyicilerinin üçte ikisini kaybetmesi ile her ne kadar tam aksinin hedeflenmesine rağmen, Amerika Birleşik Devletleri'nin, Avrupa görsel-ışitsel uzamındaki gücünü daha da arttırması söz konusu siyasanın ürünü olmuştur. Bu doğrultuda "Avrupalılaştırma" sürecinin aslında ulusal kamu alanlarının kültürel çeşitliliğine,

etnik farklılıklarına ve ulusal pazarlara doğru ayrışmasına ihtiyacı bulunduğu ancak siyasanın tam da söz konusu farklılıkları gündemine dahi almadığı yönünde eleştirilmiştir (Schelesinger, 1997:378). Bununla birlikte, yapısal dönüşümün ardından pan-Avrupa televizyon kanal sayısının yanı sıra potansiyel izleyici kitlelerinin de önemli bir artış içerisinde olduğu belirtilmelidir. Örneğin "**Eurosport**", 2000'li yıllarla birlikte 59 ülke ve 20 dile ulaşan yayın içeriği ile 240 milyon izleyiciye ulaşmaktadır (Gripsurd, 2007:486)^{xix}. Öte yandan, pan-Avrupa kamusal alanının oluşmasını düşündüren bir dizi örneğin tam da bu dönemin ardından geliştiği belirtilebilir. Örneğin 1993 yılında Avrupa Yayın Birliği tarafından başlatılan ve 24 saat yayın yapan haber kanalı "**Euronews**", 2007 yılı içerisinde 121 ülkede 189 milyon haneye ulaşmıştır. Bu doğrultuda, yakın rakipleri olan 122 milyon haneye ulaşan **CNN**, 73 milyon haneye ulaşan **CNBC-E** ve 70 milyon haneye ulaşan **BBC World** kanalları ile iyi oluşmuş bir rekabeti sürdürdüğü gözlenir. Öte yandan, yalnızca Avrupa Yayın Birliği tarafından değil Avrupa merkezli diğer televizyon kanallarının da ulus ötesi yayın ağlarının kurulmasına katkı sundukları görülür. Türkiye'de de birçoğu izlenebilen hatta Türkiye'de medya grupları ile işbirliği oluşturan **ARTE**, **RTL**, **BBC Prime**, **BBC World**, **Bloomberg**, **Cartoon Network**, **CNBC**, **Discovery**, **Fox News**, **MTV**, **National Geographic**, **SKY News**, **TV 5**, **Universal Studios Networks** ve **VH 1** isimli televizyon kanalları bu doğrultuda örnek olarak

düşünülebilir (Gripsrud, 2007:487). Bununla birlikte Avrupa Birliği'nin "demokrasi" ya da daha da bir genişletildiğinde "iletişim açığını" her ne kadar tek başına belirleyen bir dinamik olmasa dahi, Avrupalıların medya kullanım örüntülerinin de söz konusu kamusal alanın oluşumuna dair bir etkisinin olduğu söylenmelidir. Avrupa Birliği kamuoyu araştırmaları bu bağlamda önemli bir veri oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği Yurttaşlarının Medya Kullanım Örüntüleri: Medya Kullanımının Avrupa Kamusal Alanının Oluşması Üzerindeki Etkisi

GATT görüşmelerinin ardından yeniden yapılandırılması amaçlanan Avrupa Birliği medya sektörü ve yurttaşlar tarafından medya kullanım örüntülerinin söz konusu tarihten sonra da Avrupa Birliği "barometre" araştırmaları çerçevesinde, Avrupa kamusal alanının ulus ötesi eksenlerde kurulmasına dair iyi kurulmuş bir araştırma geleneğinin olduğu söylenmelidir. Örneğin, Eurobarometer 189 araştırmasına göre (aktaran Gripsrud, 2007:487), ortalama olarak, Avrupa Birliği yurttaşlarının %37'si diğer Avrupa ülkelerindeki kanalları izlemektedir. Ancak böylesi bir izleme deneyimi ülkeler arasında önemli ölçüde değişmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği'nin eski üyeleri ile yeni üyeleri ya da görece olarak daha zengin üyeleri ile diğer üyeleri arasında olduğu gibi coğrafi yakınlık, tarihsel ve kültürel benzerlik ya da farklılıkların belirlediği izleme deneyimlerinin kurulabildiği belirtilmelidir. Bu yönüyle, örneğin Lüksemburg ve Malta yurttaşlarının, Avrupa

Birliği üyesi diğer devletlerin televizyonlarını düzenli olarak izledikleri, Avusturya, Belçika ve Hollanda yurttaşlarının ise izleme deneyimlerinde özellikle dilsel yakınlığın belirleyici bir faktör olarak değerlendirildiği söz konusu araştırmada görülmüştür. Öte yandan Slovenya ve Danimarka yurttaşlarının çoğunun Almanya, Portekiz, Estonya ve İrlanda yurttaşlarının ise yarısının düzenli olarak bir Avrupa Birliği ülkesinde bulunan televizyon kanallarını izledikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte ölçeğin diğer yanında yer alan İngiltere, Yunanistan, İtalya ve İspanya yurttaşlarının ise ağırlıklı olarak ülke televizyonlarını izledikleri ancak yurt dışı yayınları tercih etmedikleri saptanmıştır. İlk dönem çalışmaların sonraki yıllarda gerçekleştirilen çalışmaları içerisinde de, her ne kadar kısmen farklılıklar taşımaya rağmen, Avrupalıların önemli ölçüde benzer eğilim içerisinde olduğunu ortaya çıkartmıştır. Çalışmanın ilerleyen kısmında, 2013 yılında gerçekleştirilen eb78 araştırması bu bağlam içerisinde tartışılacaktır.

Ulus ötesi iletişim ağlarının kurulduğu, yazılı basın ve televizyon dışındaki bir diğer alan ise internettir. Avrupa Birliği siyaseti içerisinde pan-Avrupa kamusal alanının oluşturulması için internetin her ne kadar "teknoloji yönelimli bir iyimserlik" (Splichal,2006:700) olarak eleştirilmesine rağmen küresel düzeyde olduğu gibi Avrupa Birliği içerisinde de kamusal alan tartışmalarının genişlemesine verdiği katkı üzerinden değerlendirilmesi

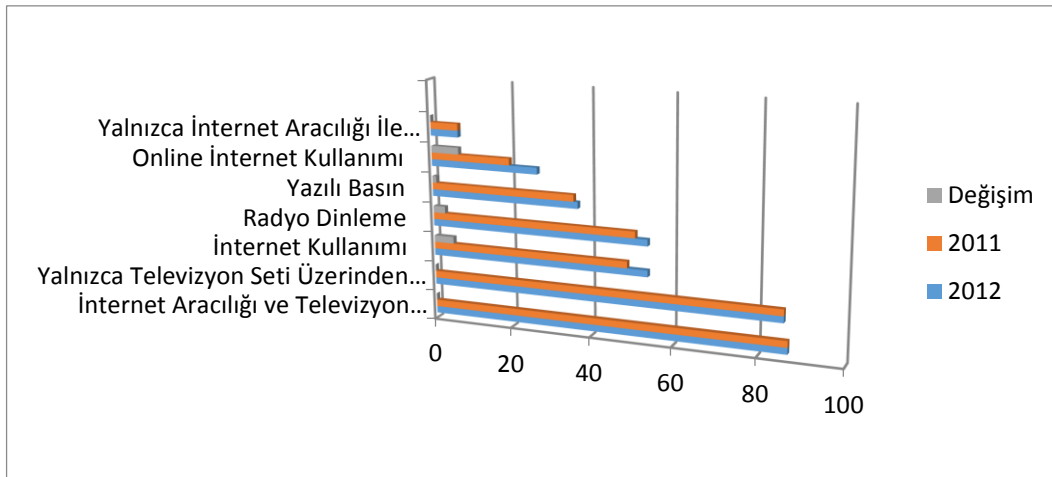
gerekmektedir. 1990'lı yıllarda Avrupa Birliği siyasası içerisinde internet politikalarının alındığı ilk dönemlerden itibaren internetin bir "teknolojüya" söylemi üzerinden ele alındığını belirten Philip Schelesinger'e (1997:378) göre, Avrupa Birliği siyasası tam da bu yönüyle bir ikilemi üstelik kendi eliyle oluşturmuştur. Avrupa Birliği'nin egemen siyasası içerisindeki ikilem, Avrupa kültürel çeşitliliğinin tıpkı görsel-işitsel sektörde olduğu gibi serbest pazar güçleri aracılığı ile korunabileceğine duyulan inancın, gerçekte bu alanda kültürün kendi içerisindeki çeşitliliğini ve çoğulcülüğünü dikkate alınmamasıdır. Bu doğrultuda, Avrupa Komisyonu üyesi Martin Bangemann'ın ismini taşıyan Bangemann Raporu'nun (1994), enformasyon toplumu söylemi ile tekeli ve rekabet karşıtı piyasa mekanizmalarının kırılabilceği yönündeki düşüncesinin gittikçe bu kez enformasyon otobanında yeni bir korumacılık biçimi oluşturabileceği yönünde eleştirilmiştir. Bununla birlikte; her ne kadar çalışmanın ilerleyen kısmında Avrupalılaştırılmış bir kamusal alan eleştirisi hem Avrupa Birliği siyasası hem de Türkiye'ye yansması bağlamında gerçekleştirilmiş olmasına rağmen bu kısım içerisinde alanda süre giden tartışmaların ancak ana unsurları ile değerlendirildiği belirtilmelidir.

Yeni iletişim olanaklarının giderek gündelik yaşam pratiklerine ve bu doğrultuda Avrupa kültürüne doğru genişlemesi, internetin de bir pan-Avrupa kamusal alanına ya da ulusal kamu alanlarının

Avrupalılaşmasına dair sunduğu katkının belirlenmesine doğru genişleyen bir dizi tartışmanın odağını oluşturduğu belirtilmelidir. Ancak, internetin bir pan-Avrupa kamusal alanının oluşturulmasından çok bireysel katılım olanaklarının genişlemesi ile bireyin, kozmopolitan ağlara dâhil edilmesinin olanaklarının genişlettiği söylenmelidir. Slavko Splichal'in (2006:701-702) tartıştığı gibi; internet, sahip olduğu yeni iletişim olanakları ile birlikte, bireysel katılım sürecini kamusal siyasete doğru genişlemesine katkı sunmaktadır. Splichal'e göre, uluslar arası sivil toplumun gerçek bir kozmopolitan kamu alanına doğru genişlemesi ve bu doğrultuda, özel bir yere bağlı olmaksızın kamusal katılımın bu kez merkezsizleşmesine olanak oluşturmaktadır. İnternet tam da bu yönü ile kamusal alana dair önceki geleneksel sınıflandırma ve ayrıştırmaların da bir bakıma alt üst olmasına yol açmıştır. İnternet kamusal alanın yeni olanakları için bir yandan yeni tanımlar oluştururken öte yandan üstelik geleneksel medya biçimlerinden oldukça farklı olarak katılım sürecinin, kamusal siyasete doğru genişlemesine yol açmıştır. Bu doğrultuda Splichal'in (2006:702) belirlediği gibi, geleneksel medyanın "pasif" görünürlük üzerinden kamusal alanda yer edinmesini sağladığı gündemin, internetin geniş ölçekli aktif katılım üzerinden genişlettiği gözlenir. Öte yandan, geleneksel medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileri, baskı ve çıkar odaklarının çıkarları gibi nedenler boyunca çoğu kez ikincil kıldığı ya da önemsizleştirdiği gündemin

internetin merkezleşmiş yapısı doğrultusunda hem görünür olduğu hem de gittikçe çoğullaştığı anlamları ortaya çıkartması da, katılım olanaklarını genişletmesi gittikçe kamusal siyasetin dönüştürülmesindeki rolünü görünür kılmaktadır. Öte yandan, internetin tam da söz konusu merkezleşmiş yapısının bir diğer sonucu ise karşıt kamusal alan ve karşıt kamusal alanların oluşmasında sunduğu destektir. Farklılıkların dışlandığı ve alana katılan tüm kesimlerin "eşitmiş" gibi algılandığı geleneksel kamusal alanın sınırlarının tam da karşıt kamusal alan ve karşıt kamusal alanın düşünülmesi ile aşılabileceği açıktır. Slavko Splichal (2006:703), Çizelge 1 içerisinde yer aldığı gibi, Kant'ın kamusal alana dair alternatif kavramsallaştırmasının ancak internet üzerinde üretilebildiğini belirtir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği yurttaşlarının gündelik

yaşam pratiklerinde her ne kadar internetin her ne kadar genişleyen bir role sahip olmasına rağmen halen erişiminde ve güvenilirliğinde önemli bir dizi sorunun olduğu, en azından 2012 yılında gerçekleştirilen Euro Barometer 78 araştırmasında, vurgulanmıştır. Araştırmaya göre, Avrupa yurttaşları halen radyoya diğer araçlardan daha fazla güven duymakta, televizyon ise en çok kullanılan kitle iletişim aracı statüsünü korumaktadır. Her ne kadar genelleme olanağı olmasa dahi en azından ön görülebilir bir gelecekte de söz konusu eğilimin süreceği, bu çalışma içerisinde, düşünülmektedir. Euro Barometer 78 araştırmasına göre, Avrupa Birliği yurttaşlarının medya kullanım deneyimi aşağıdaki gibi şekil haline getirilebilir.



Şekil 1: Avrupa Barometer 78 Araştırmasına Göre Avrupa Yurttaşlarının Medya Kullanım Örüntüsü (eb78:4).

2012 yılında gerçekleştirilen standart Avrupa Barometre (eb-78) araştırması her ne kadar, önceki araştırma deneyimlerinde de olduğu gibi, genel bir Avrupalılaşma sürecini değil ancak Avrupa Birliği üye ve aday ülkelerindeki kamuoyunun algısını belirlemeye yönelik bir araştırma olmasına rağmen Avrupalılaşma sürecine dair genel bir bilgi verebilmektedir. Araştırmada belirlenen parametreler değerlendirildiğinde, Avrupa Birliği yurttaşları için halen televizyon izleme deneyiminin halen oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu açıdan, 2012 ve 2011 araştırma sonuçlarının oldukça benzer olduğu belirtilmelidir. Avrupalılar için televizyon izleme halen “en yüksek” medya kullanımını oluşturmaktadır ve gerek 2011 ve gerekse 2012 yıllarında söz konusu oran yalnızca televizyon seti üzerinden bir izleme deneyimi söz konusu olduğunda %86, internet aracılığı ve televizyon setinin bir arada ele alınması ile %87 düzeyine ulaşmaktadır. Yazılı basın ise her ne kadar 2012 yılında yapılan araştırma sonuçlarına göre, 2011 yılındaki araştırmaya göre yüzde 1 düzeyinde bir artış göstermekle birlikte, Avrupalılar için medya kullanım oranlarında en az değer olan %36 düzeyinde kalmıştır. Avrupalıların en çok güvendiği kitle iletişim aracı olan radyo dinleme deneyimi ise hem 2011 yılında yapılan araştırmaya göre %4 oranında bir artış göstermekte hem de Avrupa genelinde %54 düzeyine ulaşmaktadır. İnternet kullanımının ise, %1 gibi sınırlı bir yükseliş dikkate alınmadığında, nerede ise radyo kullanımı ile benzer bir kullanım oranına

sahip olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği içerisinde medya kullanım örüntülerinin üye ve aday ülkeler arasında birbirinden farklılaştığı ve çeşitlilik içerisinde olduğu belirtilmelidir. Farklılıklar yaş, eğitim ve cinsiyet düzeyinde olabildiği gibi ülkeler arasında da olduğu gözlenmektedir. Örneğin, 55 ve üzeri yaş aralığındaki Avrupalıların televizyon izleme deneyimleri genç ve öğrencilere göre oldukça yüksek olabilirken, internet kullanımı söz konusu olduğunda Çizelge neredeyse tamamen değişmektedir. Bunun gibi ülkeler arasındaki farklılıklar da kimi kez keskin bir ayrışma içerdiği belirtilmelidir. Örneğin, Bulgaristan ve Portekiz yurttaşlarının %94’ünün yoğun bir televizyon izleme deneyimine sahip olduğu, Finlandiya yurttaşlarının ise, Avrupa genelinin oldukça altında %79 düzeyinde kaldığı görülmektedir. Medya sektörünün alt alanlarında da televizyon izleme deneyimindeki farklılıkların sürdüğü görülmektedir. Avrupalıların, 2012 yılında en çok güvendiği kitle iletişim aracının radyo olduğu söz konusu araştırmada belirlenmiş ancak ülkeler arasında keskin farklılıklar gözlenmiştir. Avrupa Birliği’nde ikinci olarak yoğun kullanılan araç olan radyo, 2010 ve 2011 yılındaki dinleyici kaybının ardından 2012 yılında yeniden bir yükseliş süreci içerisine girmiş ve %53 düzeyinde kamuoyunun ilgisinde yer edinmiştir. Bununla birlikte Avrupalıların medya kullanım deneyimlerinin çoğu kez bir dizi etken üzerinden biçimlenmesi dikkat çekmektedir. Eğitim, yaş, cinsiyet farklılıklarının ötesinde

istihdam edilme biçimlerindeki değişimin dahi medya kullanım örüntüleri üzerinde etkisi olduğunu belirtmek gerekmektedir. Örneğin, eb 78 (2012:6) araştırmasında yaş ve eğitim düzeyinin yükselmesi ile birlikte radyo kullanımının da arttığı saptanmıştır. 40-54 yaş aralığındaki katılımcılarda olduğu gibi lisans eğitimi ve daha üst eğitime sahip olan kesimin radyoyu en yoğun olarak kullanan grubu oluşturduğu görülmüştür. Genç ya da daha az eğitilmiş kesimlerin ise radyoyu daha az kullandığı belirlenmiştir.

Televizyon kullanımında olduğu gibi, radyo kullanımında da ülkeler arasında farklılıklar saptanmıştır. Radyoyu gündelik yaşam pratiklerinde en çok kullanan Avrupa Birliği üyeleri; Belçika (%71 oranında), Almanya (%70 oranında) ve İrlanda (%70 oranında) iken, Romanya (%28), Portekiz (%26) ve Bulgaristan (%25) radyoyu en az kullanan AB üyesi ülkeleri oluşturmaktadır. Avrupa Birliği üye ülkelerinde radyonun gündelik yaşam pratikleri içerisinde kullanılması her ne kadar 2010 ve 2011 yılı araştırmalarına göre daha yüksek bir sonucu oluşturmaya rağmen, eb 78 (2012:7) araştırmasında aday ülkeler içerisinde radyo kullanımının oldukça düşük bir düzeyde kaldığı görülmüştür. Örneğin, Sırbistan'da %30 oranında kullanılan radyo Makedonya da % 18 düzeyinde kalmakta ancak en düşük oran %9 ile Türkiye'de görülmektedir. Yazılı basın ise en az kullanılan kitle iletişim aracıdır. Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında, on Avrupalının yedisinin düzenli olarak okuduğu gazeteler,

aday ülkelerde daha da düşük bir orandadır. Bununla birlikte, diğer kitle iletişim araçlarında da olduğu gibi yazılı basının kullanımı da gerek yaş, eğitim ve cinsiyet gerekse istihdam pratikleri ve ülkeler arasındaki farklılıklardan etkilenmektedir. Örneğin daha genç nüfusa göre daha yaşlı (40-54 yaş aralığı) Avrupalılar arasında yazılı basın daha fazla izlenmekte, yüksek eğitilmiş ve yönetici olan kesim ise oldukça yüksek bir oranda (%46) gündelik olarak yazılı basını takip etmektedir (eb 78, 2012:7). Yazılı basının izlenmesinde ülkeler arasındaki farklılıklar dikkate alındığında ise, Avrupa Birliği'nin görece olarak daha zengin ve güçlü ülkelerinde yazılı basın daha fazla izlenmektedir. Örneğin İsveç (%95), Avusturya (%93), Finlandiya (%92), Lüksemburg (%90), Almanya (%87), Hollanda (%84) ve İrlanda (%83) oranlarında yazılı basının güçlü olarak izlendiği ülkeleri oluşturmaktadır. Avrupa Birliği'nin diğer ülkeleri (üye ya da aday) arasında da her ne kadar en azından Türkiye'de olduğundan daha yoğun olarak takip edilmesine rağmen yine de daha düşük bir oranda kalmaktadır.

Kitle iletişim araçları arasında kullanım oranının yükselmesine rağmen, en az güven duyulan aracın internet olması ise ilginç bir yapılanma sunmaktadır. 2011 yılına göre %5 oranında bir artış gösteren internet kullanımının, en azından haftada bir kez kullanan kesimin %69 oranında bir artışın olduğunu gündeme getirmesine rağmen, %22 düzeyinde bir Avrupalının hiç kullanmadığı, %5

düzeşinin ise aracın alt yapısına dahi sahip olmadığı bir durumu görünür kılmıştır (eb 78, 2012:8). Bununla birlikte, internet kullanımı yönetici konumunda çalışanlar (%83), 2011 yılına göre %6 oranında artış gösteren beyaz yakalı çalışanlar (%71) arasında yoğunur. İşçi sınıfı içerisinde ise her ne kadar %53 oranında kullanılmasına rağmen, diğer sınıfların oldukça altında kalması dikkat çekmektedir. Diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak bu kez genç kesimin yoğun olarak kullandığı internet öte yandan, ülkeler arasında da neredeyse sayısal eşitsizlik gündemini açığa çıkartan bir farklılığı görünür kılmaktadır. Avrupa Birliği'nin görelisi olarak daha zengin ülkelerinde internet kullanımının yoğunlaşması dikkat çekmektedir. Örneğinin, Hollanda (%83), İsveç (%83) ve Danimarka'da (%81) oranında yoğun bir kullanım örüntüsüne sahip olmasına rağmen Avrupa Birliği'nin daha az gelişmiş ülkelerinde örneğinin Bulgaristan'da her ne kadar artış göstermesine rağmen %38, Yunanistan ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'nde benzer bir oranla %38, Romanya'da %32 ve Portekiz'de %29 oranında kullanılmaktadır. Avrupa'nın geri kalan bölümlerinde ise internet kullanımının %50 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Örneğinin İspanya'da %54, Belçika'da %64 ve Malta'da %55 oranında kullanılmaktadır (eb 78, 2012:8). Bununla birlikte söz konusu ülkelerde internet kullanımının düzenli olarak arttığı saptanmıştır.

Araştırmaya göre, Türkiye'de günlük düzenli internet kullanımı ise ancak %42 düzeyinde kalmaktadır. İnternet kullanım oranlarındaki artışın, "online" sosyal ağların kullanımında da artışa yol açtığı belirtilmelidir. Günlük olarak sosyal ağların kullanımı %27 seviyesine ulaşmasına rağmen, 10 Avrupalının 4'ünün henüz söz konusu ağları hiç kullanmadığı araştırmada belirtilmiştir. Danimarka, İsveç ve Hollanda birbirine oldukça yakın olarak %42-43 seviyesinde online sosyal ağları düzenli olarak kullanmakta bu ülkelerin ardından ise İspanya (%35), İrlanda (%31) ve Malta (%39) gelmektedir. Avrupa Birliği içerisinde sosyal ağların en az kullanıldığı ülkeler ise Portekiz (%19), Polonya (%17) ve Romanya (%18) olduğu görülmektedir.

Aday ülke olarak Türkiye'nin internet kullanımı, Avrupa ortalaması olan %42 seviyesindedir (eb 78, 2012:11). Avrupaların medya kullanım örüntülerinin önemli bir diğer sonucu ise güven duyulan kitle iletişim araçlarının dağılımında kendisini göstermektedir. Buna göre; %54 güven ve %38 güvensizlik oranı ile radyo ilk sırada yer almaktadır. Televizyon, Avrupalıların en çok kullandığı kitle iletişim aracı olmasına rağmen güven endeksinde ikinci sırada yer almakta ve %48 orandaki güven ile %47 oranındaki güvensizlik birbirine oldukça yakın bulunmaktadır. Yazılı basın, üçüncü en çok güvenilen aracı oluşturmaktadır. Bununla birlikte basına duyulan güvende 2011 yılına göre önemli bir eksilme söz konusu olduğu gibi

%40 oranındaki güven unsuru, %54 oranındaki güvensizliğin de oldukça arkasında kalmıştır. Avrupalıların en az güven duyduğu araç ise söz konusu araştırmaya göre kullanım oranındaki artışa rağmen internettir. Danimarka ise internete en az güven duyan ülkedir ve güven oranı yalnızca %22 düzeyinde kalmıştır. Diğer Avrupa ülkelerinde ise %35 oranındaki güvene karşı, %44 oranında bir güvensizlik söz konusudur (eb 78, 2012:12).

Avrupalıların medya kullanım örüntüsüne dair hem en yakın tarihli hem de en çok örneklem üzerine gerçekleştirilmiş 2012 Barometre araştırması, genel olarak bakıldığında, Avrupalıların giderek genişleyen medya kullanımına rağmen güven ve güvensizlik oranlarının birbirine oldukça yakın düzeylerde olması, araç kullanımındaki artışa rağmen güvensizliğin de bir o kadar genişlediğini düşündürmektedir. Avrupalılaştırma üzerine enformasyonun temel düzeyde söz konusu araçlardan sağlandığı düşünüldüğünde söz konusu güvensizliğin gittikçe Avrupalılaştırma düzeyinin de gerçekten de bir şüphe içerisinde genişleyebileceğine dair düşünce oluşturmaktadır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise; aday ülke statüsündeki Türkiye'nin tam da Avrupa ortalamasını oluşturmuş olmasıdır. Türkiye'nin halen Avrupa Birliği üyesi olan birçok ülkenin üzerinde medya kullanım deneyimine sahip olduğu belirtilmelidir.

Medya ve Avrupalılaştırma ilişkisinin belirlenmesinde bir diğer unsur ise hem söz konusu araçların kullanılması ve oluşan kamuoyu algısının değerlendirilmesidir. Bununla birlikte söz konusu değerlendirmenin oldukça genel hatları ile bir eleştiriyi beraberinde getirdiği belirtilmelidir.

Avrupalılaştırma Kamusal Alan Medya Siyasetinin Eseri Olabilir mi?

Avrupalılaştırma deneyiminin öncelikle Avrupa Birliği medya siyaseti olmak üzere, kamuoyu algısı, medyanın Avrupalılaştırma sürecine verdiği destek ile gazetecilik pratikleri olmak üzere bir dizi açıdan ele alınması gerekmektedir. Avrupa Birliği'nin demokrasi açığı bağlamında ele alınan ve egemen siyaset içerisinde de ortak bir kamusal alanın oluşturulması ya da ulusal kamu alanlarının Avrupalılaştırması olarak yer edinen sürecin, yanlıları ve karşıtları arasında bir dizi tartışmanın kurulmasına yol açtığı belirtilmelidir. Her ne kadar Aykut Çelebi'nin (2002:86) belirlediği gibi, "Avrupa'ya özgü bir kamusal alan, AB'nin önündeki demokratik açılımı sağlayabilecek yegane unsur" olarak görülmesine rağmen, hem yalnızca bir ölçek sorunu olarak ele alınamaması ve hem de gerçekte ulaşılmasına dair bir garantisi olmayan bir yolculuğa dönüşmesi nedeniyle zaten eleştirilerin odağında yer almaktadır. Avrupa kamusal alanı oldukça genel bir düzeyde Birlik üyesi ülkelerle sınırlı olmasına rağmen salt bir ölçek sorunu olarak ele alınamamaktadır. Çelebi'nin (2002:86) belirttiği gibi, Avrupa kamusal alanı ulusal

kamu alanlarının ulus üstüne taşınmış bir biçimi olmadığı gibi, kamusal alanın ulus üstü ölçekteki bir yeniden üretimi de değildir. Öte yandan, Avrupa kamusal alanı bir kültür ve ortak kimlik sorunu olarak da görülmelidir. Avrupa kamusal alanı olabildiği denli genel bir ifadeyle, Avrupalı, ya da kendisini Avrupalı olarak gören, toplumsal hareketlerin, düşünce, değer ve pratiklerin eseridir (Çelebi, 2002:87). Ancak bu şekilde de henüz garantisi olmayan bir rota çizilmiş olmaktadır ki böylesi bir rotanın Avrupa'ya dair görüşme, müzakere ve hatta mücadeleler ekseninde belirlendiği söylenmelidir. Ancak bu çalışmada, Avrupa Birliği'nin siyasa eksenindeki Avrupalılaştırma tartışmalarını ana hatları ile dahi olsa tartışmak yerine medya ve kamusal alan arasındaki etkileşim ve tartışmanın sınırları içerisindeki bir yeniden değer biçme çabası amaçlanmıştır. Bu açıdan tartışmanın medya ve kamusal alanda Avrupa tasarımına dair bir çizgi izleyeceği belirtilmelidir. Avrupa kamusal alanının medya eksenindeki değerlendirilmesi, her ne kadar genel bir Avrupa Birliği siyasası ve düşüncesinden bağımsız olmamasına rağmen daha çok egemen medya ve kamusal alanın oluşma biçimi olarak eleştirilerin odağına alınmaktadır.

Medya ve iletişim eksenlerinde bir pan-Avrupa kamusal alanının kurulmasına dair tartışmaların, henüz başlamadan söndüğü belirtilmelidir. Gerçekten de Avrupa Birliği için, her ne kadar İngilizce küresel olarak yaygın bir

dil olmasına rağmen, henüz ortak bir dilin olmaması ve henüz Avrupa Birliği için ortak bir medya deneyiminin gelişmemesi gittikçe pan-Avrupa kamusal alanının kurulamayacağına dair örnekler olarak görülmüştür. Öte yandan, Avrupa kamusal alanına dair son dönem çalışmalar, Avrupa Birliği içerisinde ortak bir medya, bu doğrultuda gazetecilik, kültürünün oluşmadığını vurgular (Machill, Beiler ve Fisher, 2006:62). Bununla birlikte Avrupa kamusal alanının oluşumuna dair medya odaklı çalışmaların da gerçekte oldukça önemli bir gündemi gittikçe dışlaması da bu bağlamda eleştiri odağında yer almıştır. Marju Lauristin (2008:405), Avrupa kamusal alanına dair gerçekleştirilen medya odaklı çalışmaların aslında medya kullanıcılarının (izleyici, okuyucu, vb) algılarının zaman içerisindeki değişimini araştırma gündeminden dışlayarak, yalnızca Avrupa konularının kitle iletişim araçlarındaki yoğunluğuna odaklandıklarını belirtir. Bununla birlikte Avrupa Birliği ortak kamusal alanının biçimlenmesine dair önemli bir sorun tam da Birliğin üye ülke medya gruplarından kaynaklanmaktadır. Lauristin'in (2008:405) belirttiği gibi, ulusal medya grupları Avrupa Birliği konularını ağırlıklı olarak yalnızca ulusal gündeme yansımaları doğrultusunda ele almamakla bununla birlikte daha da bir önemli olarak Birliğin eski ve yeni üyeleri arasında güven ilişkisini güçlendirebilen yayın içeriklerine çoğu kez yer vermemektedir. Bu doğrultuda, İsveç medya gruplarının Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında var olan ön yargılar ve stereotipleştirmeler

üzerinden gerçekleştirdiği yayın politikaları örnek olarak verilmektedir. Lauristin'in bu eleştirisi, Avrupa Birliği haberciliğinin ağırlıklı olarak gerçekleştiği Brüksel'deki gazeteciler üzerine araştırma yapan Martin Gleissner ve Claes H. de Vreese'nin eleştirisi ile bir bütünlük oluşturmaktadır. Gleissner ve Vreese (2005:233), AB haberciliğinin yetkili bir otorite temsilcisi tarafından aynı anda birçok gazeteciye yaptığı resmi açıklama (**pack journalism**) üzerinden temellendiğini ancak gazetecinin söz konusu açıklama ötesinde izleyicisinin, içinde yer aldığı kurumun ve son kertede kendi tutumlarının biçimlendirdiği bir habercilik üzerinden haberi oluşturduğunu belirler. Bununla birlikte, haber pratiklerinin çoğu kez "medya kurumunda yer bulma" kaygısı ile biçimlendirildiğini, bu nedenle de ağırlıklı olarak ulusal gündem ekseninde haberin değerlendirildiğini araştırmacılar belirlemiştir. Avrupa Birliği içerisindeki demokrasi açığının bir diğer unsuru ise, üye ya da aday ülkelerin siyasal sistemlerinin Avrupa Birliği'nin siyasal sisteminden oldukça farklı olarak kurulmuş olmasıdır. Avrupa kamusal alanının biçimlendirilebilmesi için önemli bir sorun tam da söz konusu siyasal sistem farklılıklarının okuyucuya aktarılma sürecinden kaynaklanmaktadır.

Ulus üstü bir kamusal alan modeli olarak pan-Avrupa kamusal alanının biçimlenmesi, yukarıda yer aldığı gibi, ön koşullarının dahi oluşmasından oldukça uzak bir görünüm sunmaktadır. Bununla birlikte, Avrupa

Birliği'nin demokrasi açığının önlenmesine dair ikinci olasılık tartışılmalıdır. Ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşması olarak değerlendiren ve Avrupa Birliği egemen siyasası içerisinde daha çok medya politikalarının uyumlaştırılması ve hatta her ne kadar amaçlanan bir iletişim uzamının kurulabilmesini engellemesine rağmen, kota uygulamaları ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşmasına dair kazanımlar olarak görülmektedir. Bununla birlikte, ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşmasının belirleyicisi olarak dört gösterge Avrupalılaşma sürecinin taraftarları tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır (Machill, Beiler ve Fischer, 2006:63-64). Bu doğrultuda söz konusu göstergeler aşağıdaki gibi yer almaktadır. a) **ilk gösterge: Avrupa Birliği'ndeki tarafların, Birlik dışındaki taraflarla tartışmaya girebilmesi.** Bu durum yatay Avrupalılaşma olarak değerlendirilmektedir. Ulusal medya aracılığı ile ortak sorunların kamusal alana taşınması ve aktörlerin söz konusu sorunları tartışma olanağı bulması olarak değerlendirilen söz konusu süreç içerisinde, Avrupa Birliği yalnızca merkezi bir siyasal örgütlenme olarak düşünülmez. Aksine ulusal kamu alanlarında sorunların tartışma olanağı bulması Avrupalılaşma süreci olarak değerlendirilir. b) Ulusal kamu alanlarındaki Avrupalılaşma sürecinin taraftarları için **Avrupa Birliği ekseninde ortak sorunlar ve çözüm yolları üzerine ortak bir diyalog sürecinin gerçekleştirilmiş olması, Avrupalılaşmanın ikinci göstergesi olarak**

düşünülür. İlk göstergenin genişletilmiş biçimi olarak öne çıkan ikinci gösterge, ulusal medya kanalı ile ortak sorunların kamusal alana taşınması ve tartışılmasıdır. Ancak, ilk göstergeden farklı olarak söz konusu ikinci gösterge Avrupa Birliği tarafları için bir eş anlamlılık sürecine ihtiyaç duymaktadır. c) **üçüncü gösterge: Dikey Avrupalılaştırma** olarak isimlendirilir. Avrupa Birliği taraftarlarının, Avrupa Birliği seviyesinde bir diyaloga girebilmesi olarak tanımlanan dikey Avrupalılaştırma, ulusal ve Avrupa Birliği genelindeki kitle iletişim araçları ile iletişimsel bir uzamın oluşturulmasını amaçlar. Ancak, böylesi bir iletişimsel uzamın oluşturulması ulusal medya ve ulusal kamusal alanların dışında değildir. d) Ulusal kamu alanları ekseninde bir dizi tartışmanın ardından, **Avrupalılaştırmanın dördüncü göstergesi ise,** Avrupalılaştırma taraftarlarının Avrupa Birliği genelinde ortak amaçları taşıyan tartışmalara ve ortak anlamlara ulaşmasıdır. Ulusal kamu alanlarından bağımsız bir pan-Avrupa kamusal alanının bir dizi denemeye rağmen gittikçe başarısız olması bu kez de ulusal medya ve ulusal kamu alanları içerisinde Avrupalılaştırma arayışına yol açmıştır. Bununla birlikte söz konusu Avrupalılaştırma sürecinin küreselleştirme süreciyle bir bakıma birleştiği belirtilmelidir. Ulusal kamu alanları her ne kadar ulus devletler içerisinde biçimlenmesine rağmen küresel sorunların, ulus devletleri gittikçe

ulusal sınırlarına kapanan çözümler üretebilir olmaktan çıkarttığı belirtilmelidir. Aykut Çelebi'nin (2002:89) belirlediği gibi, küresel sorunlara dair ulus üstü alanların oluşumu "deli dana hastalığı" örneğinde ya da göç sorununda görüldüğü gibi ilk yıllarında ekonomik veya çevresel sorunların yol açtığı dinamikler ile ilgili iken sonraki yıllarında küresel işbirliği arayışları gittikçe hukuksal, siyasal, toplumsal ve hatta kültürel alanlara doğru genişlemekte ve ulus üstü kamu alanlarının oluşumuna yol açmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu küresel genişlemenin ulus devletler üzerinde olduğu kadar kamuoyu algısının küresel işbirliği ekseninde oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ulusal kamu alanlarının, Avrupalılaştırmasına dair bir gündem tam da böylesi bir ihtiyacı daha çok vurgulamaktadır. O kadar ki, Avrupa Barometre araştırmalarının, genel bir Avrupa algısı yerine ulusal kamusal alanlardaki algıyı ortaya çıkartmaya yönelmesine rağmen söz konusu kamusal algının belirlenmesine yönelik çalışmaları bu kapsamda değerlendirilmelidir. Bununla birlikte, Avrupalılar arasında ortak Avrupa Birliği sorunlarına dair önemli bir açığın bulunduğu belirtilmelidir. 2012 yılında gerçekleştirilen eb 78 araştırmasında böylesi bir eğilim olanca açıklığı ile görülmektedir. Çizelge 2'de, Avrupalıların sözü edilen iletişim açığını değerlendirme biçimi yer almaktadır.

Çizelge 2 Ulusal Medya Kurumlarından Avrupa Birliği Sorunları Hakkında Bilgilendirmelerine Dair AB Yurttaşlarının Düşünceleri (eb 78; 2012:29).

	İyi Bilgilendirildiğini Düşünenler	İyi Bilgilendirilmediğini Düşünenler	Bilgisi Olmayanlar
AB (27 üye) Genel	%31	%68	%1
Cinsiyete Göre Dağılım			
Erkekler	%37	%62	%1
Kadınlar	%26	%72	%2
Yaş Gruplarına Göre Dağılım			
15-24 Yaş Grubu	%32	%66	%1
25-39 Yaş Grubu	%30	%68	%2
40-54 Yaş Grubu	%32	%67	%1
55 ve Üzeri Yaş Grubu	%31	%68	%1
Eğitime Göre Dağılım (Eğitimin Sonlandığı Yıla Göre)			
15 yıl ve daha az	%19	%80	%1
16-19 yıl aralığı	%29	%70	%1
20 yıl ve üzeri	%42	%57	%1
Halen Öğrenci	%37	%61	%2
Mesleklere Göre Dağılım			
Kendi İşyeri Olan	%37	%62	%1
Yöneticiler	%47	%52	%1
Diğer (beyaz yakalı) çalışanlar	%35	%63	%2
Mavi Yakalı Çalışanlar	%26	%72	%2
Ev Hanımları	%21	%79	%0
İşsizler	%22	%76	%2
Emekliler	%37	%68	%1
Öğrenciler	%37	%61	%2
Avrupa Birliği İmajı (Genel)			
Olumlu	%45	%54	%1
Olumsuz	%25	%74	%1
Nötr	%26	%72	%2

Araştırmaya göre, ulusal kamusal alanların Avrupalılaşmasına dair, genel olarak bakıldığında, bir olumsuzluğun yüksek olduğu görülmektedir. Ulusal medyanın, Avrupa Birliği sorunlarını yansıtmadığını ya da sınırlı olarak yansıttığını düşünenlerin sayısı oldukça yüksektir. Bu durumun, Avrupa Birliği'ne karşı olumlu bir algının sınırlı bir düzeyde kalmasının nedenleri arasında önemli bir yere sahip olduğu düşünülebilir. Öyle ki, Avrupalıların önemli bir bölümü her ne kadar ulusal medya gruplarında Avrupa haberlerine dair yeterli olarak gördükleri bir habercilik pratiğine rağmen, ulusal medya ve kamusal alanda “yanlış bilgilendirilmiş” (*ill-informed*) olduklarını düşünmektedirler (eb 78;2012:30). Bu yönüyle, en azından bireysel düzeyde, Avrupalılaşma sürecinin ulusal kamu alanlarına ve medyaya yansımaları biçiminde, yanlış bilgilendirilmekten kaynaklanan, önemli bir sorunun olduğu söylenmelidir. Öte yandan, bireysel düzeydeki eğilimin yanı sıra Avrupa Birliği'nin gerek üye gerekse aday ülkeleri düzeyinde de daha genel bir Avrupalılaşma sürecinde sorunun olduğu ifade edilebilir. O kadar ki, Avrupa Birliği genelinde ulusal medyanın ve ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşmasına dair eğilimin, Avrupa Birliği genelinde, %31 düzeyinde olmasına rağmen tıpkı bireysel eğilimlerde olduğu gibi Avrupa Birliği üye ve aday ülkeleri arasında da bir dizi anlamlı farklılığın olduğu söylenmelidir. 2012 yılında yalnızca Lüksemburg ve Danimarka'da kamuoyunun yükselen bir Avrupalılaşma algısına sahip olduğu görülür. Bununla birlikte

her iki ülkede de neredeyse “bardağın yarısı dolu, yarısı boş” olarak görülmektedir. Lüksemburg için ülke olarak Avrupalılaşma süreci hakkında iyi bilgilendirildiğini düşünen %56, bireysel düzlemde %54 seviyesine düşmektedir. Danimarka'da ise bireysel düzeyde iyi bilgilendiğini düşünen kesimin %51 olmasına rağmen, ülke olarak Avrupalılaşma üzerine bilgilendiğini düşünenlerin sayısı oldukça azalmakta ve %44 seviyesine gerilemektedir. Diğer ülkelerde ise benzeri bir durumun var olduğu vurgulanmalıdır. Örneğin Avrupalılaşma oranının yüksek ya da Avrupa Birliği üzerine iyi bilgilendirildiğini düşünen Malta, İtalya ve Portekiz olmasına rağmen 2010 ve 2011 yıllarına göre önemli bir azalma olduğu kaydedilmelidir. Malta'da söz konusu, iyi bilgilendiğini düşünenlerin, %45 düzeyinde olmasına ve geçen yıllara göre bir artış kaydedilmesine rağmen henüz %50 seviyesine ulaşamamıştır. İtalya ve Portekiz'de ise geçen yıllara göre “keskin bir azalma” görülmüştür. İtalya'da ulusal düzeyde %15 olan iyi bilgilendiğini düşünenlerin sayısı 2011 yılına göre %9 oranında bir azalma içermektedir. Portekiz de ise %16 oranında iyi bilgilendiğini düşünenlerin sayısı ise bir önceki yıla göre %6 oranında azalmıştır. Ülke oranlarının yanı sıra bireysel düzeyde her ne kadar daha yüksek bir oran olmasına rağmen, İtalya'da %23 ve Portekiz'de %22, yalnızca geçen yıla göre %6 oranında bir azalma kaydedilmiştir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği sorunlarının ülke medyasında ve ulusal kamuoyunda yeterli

oranda yansıtılmadığını düşünen ülkelerin sayısı ise azımsanabilecek gibi değildir.

Yunanistan'da ki %84 oranındaki memnuniyetsizlik, İspanya'da da aynı seviyede görülmektedir. Fransa kamuoyu ise her ne kadar Yunanistan ve İspanya'dan yalnızca %2 oranında bir artış içerisindedir. Ancak %80 düzeyinde iyi bilgilendirilmediğini düşünen bir kamuoyunun varlığı belirtilmelidir. Portekiz kamuoyu yine Fransa kamuoyuna yakın bir görünüm çizmektedir. Avrupa Birliği aday ülkelerinde ise, her ne kadar hem Avrupa Birliği ortalaması hem de üye devletlerin kamuoyunun daha üstünde bir bilgilendirme oranının varlığına rağmen yine de %50 sınırının altındadır. Örneğin Dağlık Karabağ en yüksek orana sahip olmasına rağmen %46 düzeyinde kalmakta, İzlanda %45 oranında bilgilendiğini düşünmektedir. Türkiye'de kamuoyunun egemen eğilimi ise Avrupalılaşma üzerine iyi bilgilendiğini düşünenlerin oranının %44 düzeyinde kaldığını göstermektedir. Her ne kadar Avrupa Birliği ortalamasının üstünde dahi olsa, kamusal alanda yeterli bir Avrupalılaşmanın henüz gelişemediğini ortaya çıkartan söz konusu oran, aday ülke statüsü üzerinden üyelik görüşmelerini gerçekleştiren Türkiye için dikkat çekmektedir.

Türkiye'de ulusal kamusal alanın Avrupalılaşması ya da ulusal medyada Avrupa Birliği sorunlarının nasıl ele alındığı bir yandan, Türkiye'de kamuoyunun Avrupa Birliği algısı ile ilgili bir görünüme sahiptir. Ancak öte yandan,

bu çalışmanın ana sorunsalını oluşturduğu gibi ülke medyasının, Avrupalılaştan bir kamusal alan için nasıl bir katkı sunabileceği ile oldukça yakından ilgilidir.

Türkiye Kamusal Alanında Avrupa Birliği Tartışmaları

Fuat Keyman'ın (2013:13) vurguladığı gibi, demokratik yönetim kavramının içeriğini siyasal partilerden sivil topluma, temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye doğru genişleten Avrupalılaşma süreci; kimlik-vatandaşlık ilişkisinin siyasetin önemli bir gündemi haline gelmesine katkı sunmaktadır. Bununla birlikte, Avrupalılaşma ve küreselleşme eş anlı olarak düşünüldüğünde söz konusu süreçlerin önemli bir boyutunun Türkiye içi siyasal denklemin belirlenmesinde yol açtığı konum savaşları olduğu söylenmelidir.

Küreselleşme sürecinin, ulus devletin kendisini gerçekleştirdiği alanları "sarsması", bir küresel-ulusal eksenin oluşturduğu bir güç ve iktidar mücadelesine yol açtığı, Avrupalılaşma sürecinin ise oluşturduğu kimlik-vatandaşlık eksenini ile önemli bir siyasal müzakere ve çatışma ekseninin kurulmasına yol açtığı belirtilmelidir (Keyman, 2013:11). Bununla birlikte, Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinde oldukça ilginç bir durumun vurgulanması gerekmektedir. Beril Dedeoğlu'nun (2011:86) isabetle vurguladığı gibi, Türkiye'nin hem küreselleşme hem de Avrupa Birliği süreci eş anlı olgular olarak gelişmekte^{xx} ve

küreselleşme yönelimi giderek Avrupa Birliği ile kurulan ilişkilerle ifadesini bulmaktadır. Ancak, Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik süreci "paradoksal" bir durumun giderek daha da bir görünür kılınmasına yol açmaktadır. Öyle ki, AB müzakereleri öncesinde Avrupa Birliği üyeliği çok daha geniş kesimlerin uzlaşma kurduğu bir alanı oluşturmaktayken müzakerelerin başlaması ile birlikte Avrupa Birliği fikrinden uzaklaşma eğilimi açığa çıkartmıştır. Dedeoğlu'nun saptadığı söz konusu ikilem, eş anlamlı olarak Türkiye modernleşmesinin bir çelişkisi olarak da değerlendirilmiştir (Dağı, 2001:130'dan aktaran Dedeoğlu,2011:87). Bununla birlikte, Avrupalılaşma sürecinin, Türkiye içi siyasal denkleminin belirlenmesinde ağırlığını genişletmesi her ne kadar Türkiye için bir demokratikleşme ve reform sürecini içermesine rağmen, yapısal uyum sürecinin kendi içerisinde belirgin bir yapısal dönüşümü de içermesi, Türkiye'de Avrupa Birliği ve bu doğrultuda küreselleşme sürecine direnç gösteren kesimlerin oluşmasına da yol açmıştır^{xxi}.

Türkiye modernleşmesinin bir çelişkisi olarak da değerlendirilen söz konusu "ikilem", Türkiye'nin "uzun ince Avrupa Birliği yolculuğunu" gittikçe bir "aşk ve nefret" ilişkisine dönüştürmekte, bu doğrultuda Türkiye'nin batılılaşma süreci giderek tam da Dedeoğlu'nun belirlediği gibi; "Batı'ya karşı Batılılaşma" olarak yer edinmiştir. Beril Dedeoğlu bu durumu şöyle ifade eder.

"1980'lerin sonlarına kadar, aslında hemen tüm kurumlarına üye olunmasına, parçası olduğu varsayılmasına ve modernleşme hedefi olarak görülmesine rağmen, Avrupa aynı zamanda "zarar verici" dış oyuncu olarak da değerlendirilmiştir. Bu durumda benimsenen Batı modeli, bir anlamda Batı ile mücadelenin aracı olarak görülmüş ve 'Batı'ya rağmen Batılılaşma' anlamına gelebilecek ikircikli yapı Türkiye'deki modernleşme çelişkilerinden birisi olarak tanımlanmıştır" (Dedeoğlu, 2011:87).

Türkiye modernleşmesinin çelişkisi olarak değerlendirilen "Batı'ya karşı Batılılaşma" olarak değerlendirilen ikircikli yapının medya ve ulusal kamusal alanlardaki Avrupalılaşma tartışmaları üzerinde de etkisi bulunmaktadır. O kadar ki, Türkiye'nin neredeyse bütün bir tarihçesine eşlik eden Avrupa Birliği ilişkileri bir dizi alanda yapısal reform süreci içermesine rağmen, medya politikaları ve ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşmasına dair bir medya siyasasının gelişmediği belirtilmelidir. Philip Schelesinger'in (2007:114) işaret ettiği gibi, Avrupa Birliği tartışmaları içerisinde oldukça anlamlı olarak değerlendirildiği gibi, ulus üstü bir yönetim modeli olarak Avrupa Birliği ile üye ya da aday ülke arasındaki söz konusu yönetimi destekleyebilecek bir iletişim modelinin eksikliğinin bir aday ülke olarak Türkiye'nin de yaşadığı görülmektedir. Ancak, Avrupa Birliği kurulan "paradoksal ilişkinin" gittikçe medya siyasası alanına da yansıdığı belirtilmelidir.

Avrupalılaşıma Ekseninde Türkiye'nin Medya Siyasetindeki Değişim

Türkiye'nin 3 Ekim 2005 tarihinde üstelik bu kez tam üyelik statüsü üzerinden Avrupa Birliği ile sürdürdüğü ilişkinin medya politikalarına yansımalarının uzun bir süre sonra ancak 3 Mart 2011 tarihinde 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'da yer edinmesi böylesi bir paradoksal durumu görünür kılmaktadır. Türkiye'de Avrupa Birliği ilişkilerinin ağırlıklı olarak siyasal ve ekonomik gündemin belirlediği ilişki olarak ele alındığı ancak sonraki yıllarında bir Avrupa kamusal alanının oluşturulmasının siyasa sürecine yansıdığı bu doğrultuda belirtilmelidir. 6112 Sayılı Yasa'nın 3. maddesinde yer alan tanımlar kısmında "Avrupa Eseri" kavramı tanımlanmış ve 15. maddesinde Avrupa eserlerinin ulusal

televizyon kanallarında yer alma biçimi düzenlenmiştir. Yasaya göre Avrupa Eserleri; "yapımı veya ortak yapımı, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'ne taraf devletler ve Avrupa Birliği'ne üye devletlerde yerleşik gerçek veya tüzel kişiler tarafından gerçekleştirilen görsel-işitsel eserleri" olarak tanımlanmıştır. (<http://www.rtuk.org.tr>). Avrupa Eserleri olarak tanımlanan görsel-işitsel eserlerin, televizyon kanallarındaki yayınları ise aynı yasanın "Beşinci Bölüm: Yayın Hizmeti İçeriği" kısmında ayrıntılı olarak yer almaktadır. Avrupa Eserlerinin yayınlanması, Yasa'nın 15. maddesinde şöyle düzenlenmektedir (<http://www.rtuk.org.tr> koyu harfler bu makalenin yazarı tarafından eklenmiştir).

Avrupa Eserleri

Madde 15- (1) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncılarının;

a) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin **en az yüzde ellisini** Avrupa eserlerine,

b) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan **yayın süresinin veya program bütçesinin yüzde onunu bağımsız yapımcıların ürettiği Avrupa eserlerine,**

ayrımları zorunludur.

(2) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşların Avrupa eserlerinin yapımına ve erişimine destek vermelerini teşvik edecek usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

Türkiye'nin 2011 yılındaki düzenlemesi, çalışmanın önceki kısımlarında açıklandığı gibi, Türkiye'nin de gittikçe ulusal kamu alanının Avrupalılaşmasına dair bir çaba içerdiği görülmektedir. Ancak; Avrupa Birliği içerisinde dahi, nasıl bir Avrupalılaşıma sürecinin hedeflendiği doğrultusunda eleştirilen kota

uygulamalarının Türkiye için bir diğer açıdan eleştirilebilir olduğu belirtilmelidir. Gerçekten de, Avrupa Birliği üzerine kamuoyu algısının bilişsel bir düzeyi oluşturan ana haber bültenleri ya da haber programları dışında yer alan diğer televizyon programlarında verilmesi ve kamusal alanın biçimlendirilmesini sağlayan

haber ve haber programları için böylesi bir düzenlemenin gerçekleştirilmemiş olması ayrıca açıklanması gereken bir olgudur. Bu yönü ile bakıldığında Avrupalılaştan bir kamu alanının oluşturulması için kota uygulamalarının, Avrupa Birliği içerisindeki eleştirileri değerlendirmek anlamlı olacaktır. Gerek Avrupa Birliği ve gerekse Türkiye içerisinde her ne kadar ulusal kamu alanlarının Avrupa Birliği sorunlarına önemli bir süre ayırmasına rağmen, ulusal kamu alanlarındaki Avrupalılaştırma sürecinin böylesi mekanik olarak işleyen bir süreç olup-olmadığı yeniden değerlendirilebilir. Ortak bir Avrupa kültürüne dair eserlerin, ortak bir kimliğin görsel-işitsel alanda görünürlük edinmesi olarak değerlendirilebilir ise de, böylesi bir genişlemenin haber ve haber programları içerisine doğru genişlememesi, Avrupa Birliği haberlerinin siyasal ya da ekonomik aktörlerin önemli bir belirleyici olarak yer edindiği haber süreçlerine yol açabileceği belirtilmelidir. Öte yandan, kamusal alanın önemli bir boyutunun genel ya da ortak sorunlar için kamusal diyalog için iletişimsel uzama duyduğu ihtiyaç ile genel bir kültürel üretim süreci içerisinde biçimlendirilen örneğin filmler, müzik ya da belgesel gibi program türlerinin ulusal medya kanallarında yer edinmesi ile nasıl bir ilişkisinin olduğu iyi belirlenmelidir. Avrupa Birliği'nin kamusal diyalog ya da kamusal iletişim için önerdiği kota uygulamalarının tam da bu yönleri ile eleştirildiği oldukça açıktır. Görsel-işitsel alanda kültürel korumacılık politikalarının belirlediği ancak gittikçe ticari

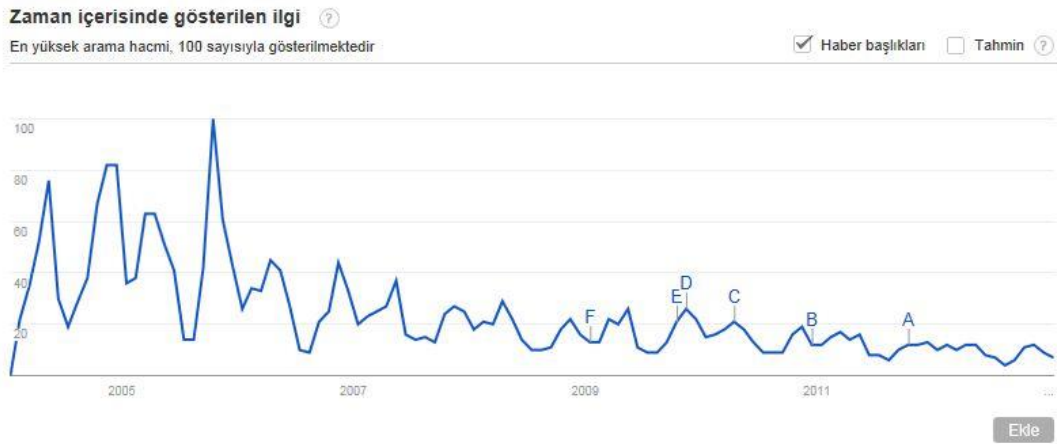
korumacılık uygulamalarına dönüşen Avrupa eserleri, bu çalışmanın önceki kısımlarında değerlendirildiği gibi, Avrupa kamuoyunda bir Avrupalılaştırma sürecinin yer edinebilmesi için yetersiz kalmaktadır. Gerçekten de, çalışma içerisinde görüşülen ulusal televizyon kanallarının "izleyici temsilcileri" içerisinde benzeri bir eğilimin bulunduğu görülmüştür. Örneğin Show TV izleyici temsilcisi Yusuf Gürsoy ile 12.08.2013 tarihinde gerçekleştirilen telefon görüşmesi, 6112 Sayılı Yasa'nın Türkiye için neredeyse mekanik olarak işleyen bir süreç olduğunu ortaya çıkartmıştır. Gürsoy, "Avrupa Birliği'nin kültürel korumacılık algısı doğrultusunda kota uygulamalarının gerçekleştiğini" belirtmiş ve Türkiye'nin Avrupa Birliği katılım müzakereleri doğrultusunda açılan ve kapatılmak üzere olan "Bilgi Toplumu ve Medya" faslında Türkiye'nin de neredeyse doğrudan aldığı ve 6112 Sayılı Yasa'da yer edinen "Avrupa Eserleri" kavramı ile tanıştığını belirtmiştir. Ancak, Gürsoy'a göre söz konusu siyasa da düzenlenen Avrupa Eserleri, Türkiye'nin de Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nin tarafı olmasından dolayı Türkiye'de üretilen eserlerin de Avrupa Eseri olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirlemiştir. Kota uygulamasının hem Türkiye hem de Avrupa Birliği için anlamı bulunmaktadır. Avrupa Birliği için görsel-işitsel alandaki eserlerin serbest dolaşım hakkı edinmesi olduğu ve bu şekilde tek pazarın oluşturulmasına dair bir adım olarak anlaşıldığı görülmektedir.

Türkiye için bakıldığında ise, Avrupa Birliği'nin henüz kamusal alanda bir kültürel uzam ve ortak kimlik politikası olarak ele alınmanın uzağında yer aldığı bununla birlikte, Türkiye içi siyasal denklemin kurulmasında öncü bir rol üstlenen Avrupa Birliği algısının gelişmiş olduğu söylenebilir. O denli ki, Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinde kamuoyu algısının her ne kadar geliştirilebilir bir niteliğe sahip olmamasına rağmen ağırlıklı olarak siyasal ve ekonomik bir gündemin, Türkiye içerisinde yansımaları bulduğu alanlar üzerinde biçimlendirildiği söylenebilir. Gerçekten de, Türkiye ve Avrupa Birliği aramalarına dair bir eğilim araştırması

içerisinde Türkiye'de kamuoyunun Avrupa Birliği ilgisi tam da böylesi bir anı görünür kılmaktadır.

Değişen Bağlam ve Değişen Kamuoyu Algısı Olarak Avrupalılaştırma Süreci

Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin, özellikle 2000'li yıllardan itibaren başlayan süreci içerisinde kamuoyunun araştırma eğilimleri, genelleme amacı taşımasına rağmen en azından genel bir fikir verebildiği için, Google Arama Motoru Arama Eğilimlerinde şöyle yer almaktadır.



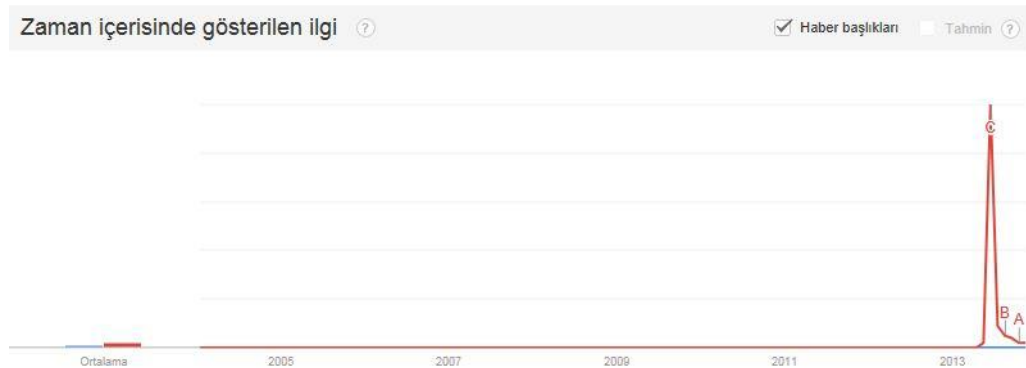
Şekil 2: Google Arama Motorunda, Türkiye ve Avrupa Birliği Aramaları (www.google.com/trends?q=Turkey+eu&ctab=0&geo=all&date=all).

Google Arama Geçmişlerine göre, Türkiye ve Avrupa Birliği anahtar terimlerinin birlikte yer aldığı ilk dönem 2004 yılı içerisinde yer almaktadır. Her ne kadar böylesi bir eğilim, 2004 yılı Aralık ayı içerisinde Avrupa Birliği'nin Türkiye ile üyelik görüşmelerinin başlatılması kararı ile ilgili

olarak ilk kez zirveye ulaşmış ise de, dönem içerisindeki diğer gelişmelerin de Türkiye ve Avrupa Birliği anahtar kelimeleri ile gerçekleştirilen aramaların sayısal artışına yol açtığı belirtilmelidir. Hakan Yılmaz ve Emre Erdoğan'ın (2012:10) belirlediği gibi, 2004 yılı

Nisan ayından itibaren Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin bu dönemdeki yoğunluğunun, kamuoyu ilgisini de konjonktürel gelişmelerle bağlı olduğunu göstermektedir. 2004 yılı içerisinde Kıbrıs Referandumu, Ceza Yasası ve düzenlemeleri, Avrupa Birliği Komisyonu'nun Türkiye Raporu ile gelişen ilişkiler, kamuoyu ekseninde de yoğun aramaların kaydedildiği dönemi oluşturmuştur. 2005 yılında ise, aramaların ikinci kez sıçrama yaptığı görülür. Bu ilgi, 3 Ekim 2005 tarihinde Lüksemburg'da toplanan Hükümetler Arası Konferans ardından Türkiye ile resmen katılım müzakerelerinin başlatılmasından kaynaklanmaktadır. Her ne kadar 2006 ve ardından aramaların düştüğü kaydedilmesine rağmen Aralık 2006'da AB hükümetlerinin, Türkiye'nin Güney Kıbrıs ile ticaret serbestliği antlaşması ile ilgili olarak adım atmaması nedeniyle müzakerelerin yavaşlatılmasına dair kararı, kamuoyunun yine ilgisini çekmektedir. Bununla birlikte, 2011

yılından itibaren gerçekleştirilen aramaların önemli ölçüde gerilediği hatta gittikçe neredeyse sıfır seviyesine indiği görülür. 2011 yılında, Türkiye'nin Kıbrıs sorunu çözümlenmeden müzakerelerin devam edemeyeceği açıklaması (Yılmaz ve Erdoğan, 2012:11) bu tarihte kamuoyunun sınırlı da olsa ilgilendiği bir alan olarak Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerini kamusal alanda tartışması olarak yorumlanabilir. 2011 yılından itibaren ise gerçekleştirilen aramaların sayısı oldukça düşmüştür. Ancak kamuoyunun Türkiye ve AB ilişkilerini yeniden gündemine alması 2013 yılında Gezi Parkı Eylemleri ile birlikte Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin yeniden ancak bu kez gerilim eksenini üzerinden kurulmasıdır. Gerçekten de, Mayıs 2013 ve Temmuz 2013 döneminde artan kamuoyu araştırmalarının bu tarihten sonra da önemli ölçüde gerilemesi dikkat çekmektedir.



Şekil 3: Google Arama Motorunda, Türkiye ve AB Aramaları (www.google.com/trends?q=Turkey+eu&ctab=0&geo=all&date=all).

Şekil 3 içerisinde görüldüğü gibi, neredeyse 2011 tarihinden itibaren “yok” seviyesinde

gerçekleştirilen aramalar bu tarihin ardından özellikle Mayıs ayı dönemi ile birlikte yeniden

yükselişe geçmiş ve 16 Mayıs 2013 tarihinde sığrama gerçekleştirmiştir. Bu tarih, Türkiye’de Gezi Parkı süreci ile başlayan, Türkiye ve Avrupa Birliği arasındaki ilişki hatta “gerilim” ile ilgilidir. Avrupa Parlamentosu’nun, Türkiye’yi eylemler sırasında sert bastırma yöntemlerinin uygulanmasına dair eleştirisinin ardından, ifade ve düşünce özgürlüğü ile demokratik hakların kullanılmasının engellenmesi doğrultusunda kınaması, Türkiye’nin ise söz konusu kararı tanımadığının açıklanması kamusal alanda da Avrupa Birliği’ne dair ilgisini yeniden uyandıran bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir. 2013 Temmuz ayı ise bu kez, Bölgesel Uyum ve Yapısal Araçların Koordinasyonu faslının açılma süreci ile ilgilidir. Avrupa Birliği’nin, Türkiye’de yaşanan gelişmeler üzerine söz konusu faslın açılmasını 2013 İlerleme Raporu sonrasına ertelemesi, bu dönem içerisinde Avrupa Birliği’ne dair ilginin yeniden canlanmasına yol açan gelişmeler olarak değerlendirilebilir. Öte yandan 2013 yılında Ergenekon ve Balyoz mahkemeleri, Suriye’deki iç savaş, Mısır’daki askeri darbe gibi canlı gelişmelerin Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerini yeniden gündeme getiren gelişmeler olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, Türkiye’de Avrupalılaşma olarak okunabilecek olan söz konusu durumun, siyasal ve ekonomik gelişmelerin belirlediği bir eksen içerisinde ele alındığı belirtilmelidir. Bu açıdan bakıldığında Avrupalılaşma sürecinin ancak iç politikaya dair yansımaları üzerinden değerlendirildiği ve tam da Barbara Pfetsch,

Silke Adam ve Barbara Eschner’in (2008:466) belirlediği gibi; Avrupalılaşmanın kendiliğinden gelişen bir süreç olmaktan daha çok, sürece yol açan etkenlerin tetiklediği bir Avrupalılaşmadan söz edilmesi daha anlamlı olacaktır. Adam, Pfetsch ve Eschner’in araştırmasının yoğunlaştığı İngiltere, Fransa, İtalya, Hollanda, İspanya ve Almanya olmak üzere 6 Avrupa Birliği üyesi ile AB üyesi olmayan İsviçre gerçekte Avrupalılaşmanın değerlendirilebileceği farklı uzamlar oluşturmaktadır. Türkiye’de kamuoyu ve medyanın ilgisi bağlamında bakıldığında her ne kadar söz konusu ülkelerle ortak olarak ülke içerisindeki siyasal kültürün yol açtığı bir süreç olarak Avrupalılaşma tartışılabilir ise de, Avrupa Birliği’nin olduğu kadar Birliğin merkezi politikalarının da belirlenmesinde öncelikli bir rol üstlenen AB üyesi ülkelere, anlaşılabilir nedenler doğrultusunda, ayrılaştığı görülür. Ancak Türkiye, Avrupalılaşma olanakları ve süreçleri açısından daha çok Avrupa Birliği ile yakın anlaşmalar gerçekleştiren İsviçre’ye yakın bir Avrupalılaşma süreci içerisinde olduğu düşünülebilir. İsviçre’nin, Avrupalılaşma sürecini daha çok ulusal siyasanın gelişmesinde yaşandığını belirleyen araştırmacılar bu ülkedeki Avrupa Birliği ile ilgili haberlerin %55’inin ulusal gelişmelerin devamı olarak öne çıktığını belirlemiştir. Türkiye’nin ise, İsviçre ile diğer farklılıkların oldukça önemli olmasına rağmen, benzeri bir Avrupalılaşma süreci içerisinde olduğunu belirlemek olasıdır. Genelleme amacı taşımamasına rağmen, Türkiye ve Avrupa

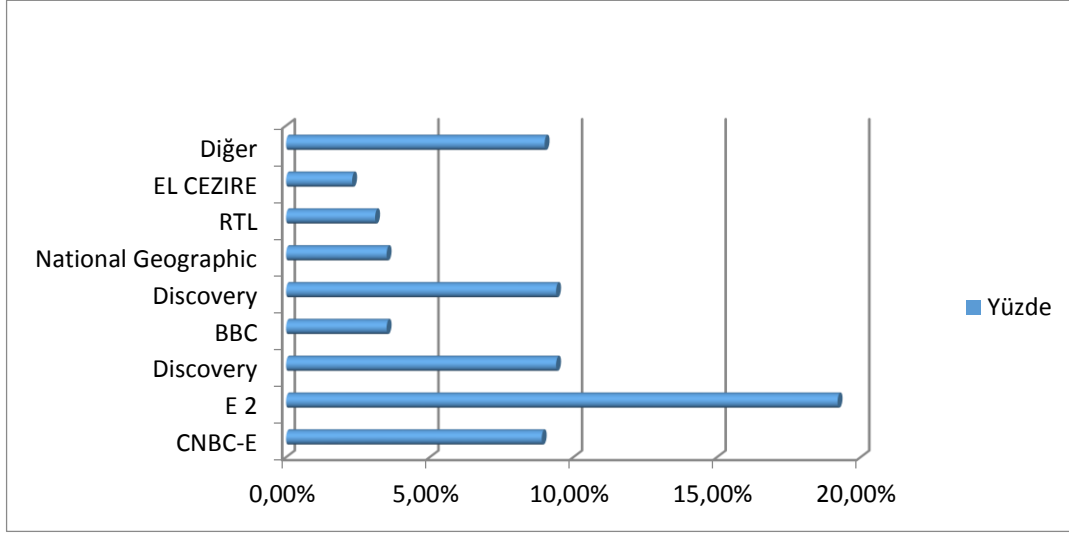
Birliği anahtar kelimeleri üzerinden gerçekleştirilen aramaların özellikle i siyasa gündeminde genişleyen bir Avrupalılaşma süreci oluşturduğu görülmektedir. Kamuoyu ilgisinin yanı sıra, Türkiye’de televizyon izleme deneyiminin de böylesi bir süreci gittikçe açığa çıkarttığı belirtilmelidir.

Türkiye’de Medya ve Avrupalılaşma: Yetersiz Bir Süreç Olarak Avrupa Kamusal Alanı

Türkiye’nin küresel kapitalizme eklemleendiği 1980’li yıllardan itibaren bir dizi alandaki değişimin, iletişim endüstrisindeki değişim sürecine yansıdığı belirtilmelidir. Medya mülkiyeti ve kontrol ilişkilerindeki değişimin yanı sıra, bir yandan Türkiye’de ulusal televizyon kanallarının Avrupa iletişim uzamına doğru genişlemesi, ancak bu genişlemenin yurt dışına yerleşmiş Türk vatandaşlarının ağırlıklı hedef kitle olarak seçilmesi üzerinden gerçekleşmesi ile öte yandan, küresel medya endüstrisinin Türkiye iletişim uzamına doğru genişlemesi olduğu söylenmelidir. Bununla birlikte, Türkiye’de iletişim endüstrisinin mülkiyet ve kontrol ilişkileri çalışmanın odağını değiştireceği için tartışılmayacaktır. Bununla birlikte, Türkiye

iletişim uzamındaki söz konusu değişimin Avrupalılaşan bir kamusal alan deneyimine yol açıp-amadığı değerlendirilmelidir. Gerçekten de, Radyo ve Televizyon st Kurulu tarafından gerçekleştirilmiş olan 2012 yılı Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması’na göre, Türkiye medya sektöründeki değişimin, ulusal kamu alanının Avrupalılaşmasına dair bir deneyime yol amadığı belirtilmelidir.

Araştırmaya göre (2013:117), Türkiye’de televizyon izleyicileri, televizyon kanallarına göre değişmesine rağmen, ağırlıklı olarak yerli diziler, yarışma programları, spor programları ve haberler gibi televizyonun egemen program tür ve formatlarına göre bir izleme deneyimi kurmaktadır. Ancak söz konusu deneyim açık oturumlar gibi kamusal alanın kurulmasında etken olan program formatlarına genişlememektedir. Açık oturumlar ve yabancı filmlerin izlenmesi oldukça sınırlı bir ilginin konusunu oluşturmaktadır. Kamusal alanın Avrupalılaşmasına dair bir diğer önemli gösterge ise Avrupa Birliği merkezli televizyon kanalları öncelikli olmak üzere, yabancı kanalların, izlenmesidir. Araştırmaya göre söz konusu televizyon kanallarının izlenme deneyimi Şekil 4’de yer almaktadır.



Şekil 4: Türkiye’de Yabancı Televizyon Kanallarının İzlenmesi (RTÜK).

Araştırmaya göre, Türkiye’de en fazla izlenen yabancı yayınların CNBC-E ve E 2 kanalları olduğu görülmektedir. Bununla birlikte söz konusu araştırmada hem CNN, Turner gibi televizyon kanallarının olmadığı gözlenmekte, hem de BBC ve RTL kanallarının neredeyse birbirine eşit olarak izlendiği iddia edilmektedir. Yoğun olarak izlenen kanalların ise yayın dillerinin Türkçe olması, Avrupalılaştan bir kamusal alan deneyimi için dil engelini ortaya çıkartmaktadır. Avrupa merkezli televizyon kanallarının Türkiye’de, Türkiye merkezli televizyon kanallarının ise Avrupa’da yayın faaliyetinde bulunması ulus ötesi iletişim ağlarının ve iletişimsel uzamın kurulabileceğini düşündüren bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, kamu alanlarının Avrupalılaşmasına dair görünüm elde edilemediği var olan deneyimlerin ise oldukça sınırlı olduğu belirtilmelidir.

Ulusal kamu alanlarının Avrupalılaşması, medya politikaları ile çoğulcu ve çok sesli bir medya yapısının ürünü olarak değerlendirildiğinde ifade ve demokratikleşme kazanımının ulus ötesi ağlara doğru taşınmasının hem önemi hem de gerekliliği oldukça açıktır.

Sonuç

Avrupa Birliği’nin kuruluşunun üzerinden geçen neredeyse yarım asır sonrasında bir demokrasi açığı olgusu ile karşılaşması ve 2000’li yıllardan bu yana bir dizi proje üzerinden “ulusal kamu alanlarının” Avrupalılaşması olarak değerlendirilebilecek olan sürecin kurulması tam da böylesi bir kozmopolitan ağın oluşturulması adına oldukça önemlidir. Ülkenin egemen siyasal alan denkleminin belirlenmesinde olduğu gibi, gündelik yaşam pratiklerinde kolektif kimliğin

oluşturulduğu, kolektif hafızanın belirlendiği iletişimsel uzam ve medyanın bu bağlamda oldukça özel ve öncelikli bir niteliği bulunmaktadır. Bununla birlikte Avrupa Birliği'nin tam da ihtiyaç duyduğu ortak bir Avrupalılık deneyimi için kurulabilecek bir Avrupalılaştırma kamusal alan deneyiminin üstelik Birliğin egemen siyaseti eliyle "engellendiği" belirtilmelidir. Ortak bir dil sorununun ötesinde, ulus aşırı iletişim uzamının kurulabilmesindeki yetersizlik ve kota uygulamaları gittikçe kültürel korumacılığın keskin duvarlarına dönüşmekte ve ortak bir Avrupalılaştırma deneyiminin kurulmasını tam da bu yönü ile engel oluşturmaktadır. Avrupa Birliği aday ülkesi olan Türkiye ise, medya sektöründe ulusal kamu siyaseti yerine politika transfer eden bir konuma doğru sürüklendiği için söz konusu kota uygulamasını da alarak gerçekte ulusal sınırların ötesinde bir Avrupalılaştırma deneyiminin gelişebileceği iletişimsel bir uzamın kurulmasından gittikçe uzaklaşmaktadır. Oysa Türkiye'nin ekonomi politikalarındaki liberalleşme sürecinin, toplumsal yaşama ve modernleşmenin liberalleşmesine doğru bir genişleyebilmesi ancak ulusal kamu alanlarında en azından politik ve ekonomik alanda izlediği Avrupalılaştırma sürecine paralel bir ağırlık kurulabilmesi ile mümkün olacaktır. Bununla birlikte her ne kadar, Avrupa Birliği içerisinde de medyanın dışsal ve içsel çoğulculuğunun gelişmemesi yönünde bir dizi eleştirinin varlığına rağmen henüz ifade özgürlüğünün ve

demokratik bir iletişim düzeninin gerçekleştirilebilmesi adına beslenebilecek umutların dahi oldukça sınırlı olduğu belirtilmelidir. Türkiye'de ise, ülkenin sermaye birikim modeline koşut olarak 1980'li yılların başından bu yana, medya sektöründe mülkiyet yoğunlaşması, tekelleşme hatta kartel oluşumlarına doğru genişleyen bir iletişim endüstrisinin belirleyiciliği altında ifade özgürlüğünün tartışma gündemine dahi girmesi ancak sınırlı bir dizi örnek üzerinden görülmektedir. Türkiye'nin, politika aktarımı süreci üzerinden Avrupa Birliği'nin kültürel korumacı politikalarını izlediği ve kota uygulamaları ile ulusal görsel-işitsel endüstrisini, Avrupa Eserlerine açtığı gözlemlenebilir, ne ulusal kamu alanının Avrupalılaştırması, ne de çoğulcu ve çok sesli bir medya endüstrisinin oluşmasını sağlayabilen düzenlemeleri içerdiğini gözlemleyebilmek olası değildir. Gerçekten de, her ne kadar Avrupa Birliği'nin "demokrasi" ya da daha da bir genişletildiğinde "iletişim" açığına katkı sunamayan siyaset sürecinin, çalışmanın önceki kısımlarında çözümlendiği gibi, Avrupa Birliği içerisinde dahi üstelik oldukça keskin olarak eleştirildiği belirtilmelidir. Türkiye'nin tam da bu doğrultuda medya politikalarını uyumlaştırma sürecinde, bir kamusal iletişim olasılığını besleyebilen çoğulcu ve çok sesli bir medya yapısını oluşturabilmesi için farklı alternatifleri deneyebilmesi aslında tam da Avrupa bütünleşmesinin yolunu açabilmesi adına oldukça önem taşımaktadır. Uzmanlaşmış bir Avrupa gazeteciliği

projesinin, sivil toplum ve devlet arasındaki etkileşimin, çoğulcu ve çok sesli bir medya yapısının, ifade ve düşünce özgürlüğünün geliştirilmesi ve genişletilebilmesinin, nihayetinde kamuoyu algısı ile biçimlenecek olan Avrupa Birliği üyeliği arayışının yeni bir kamusal alan projesi ile birlikte ele alınması, Türkiye için daha anlamlı olabilirdi.

Türkiye için böylesi bir tercih, kamuoyuna bir aşk ve nefret ilişkisi olarak yansıyan boyutlarının ötesinde de bir Avrupalılaştırma deneyiminin varlığını anlamlı bir kazanım olarak yer edindirebilirdi. Türkiye'nin kendisini uzun bir süredir bağladığı batılılaşma hedefi, gittikçe siyasal ve ekonomik bir gündemin ötesine geçen boyutları ile demokratik katılım ve ifade özgürlüğünün kullanılması adına tam da ulusal kamu alanlarının ulus ötesileşmesi, ya da bu çalışmada ele alındığı gibi, Avrupalılaşması ile olanaklı kılınabilirdi.

Türkiye'nin "uzun ince yolculuğunun", demokrasi ve ifade özgürlüğü kesitinde ulusal kamu alanlarının kozmopolitan ağlara bağlanma olasılığını sınırlı ve ucu açık kota uygulamalarından çıkartarak, bu kez demokrasi, insan hakları ve kamusal alanda akılcı iletişim eylemi üzerinden kurulduğu uğraklar, uzun ince yolculuğu anlamlı kılacaktır.

KAYNAKÇA

BECK, Ulrich (2006). **Cosmopolitan Vision**. Chambridge: Polity Press.
BOWMAN, Jonhattan (2007). "Challenging Habermas's Response to the European Union

Democratic Deficit". **Philosophy & Social Criticism**. Vol:33(6). 736-755.

CALHOUN, Craig (1999). "Nationalism, Political Community and the Representations of Society: Or, Why Feeling at Home Is not a Substitute for Public Space". **European Journal of Social Theory**. Vol:2(2). 217-231.

CASTELLS, Manuel (2006). **Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür. Kimliğin Gücü**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. Çev: Ebru Kılıç.

ÇELEBİ, Aykut (2002). **Avrupa Halkların Siyasal Birliği**. İstanbul: Metis Yayınları.

DEDEOĞLU, Beril (2011). "Türkiye'de AB Karşıtlığı-Küreselleşme Karşıtlığı İlişkisi". **Uluslar arası İlişkiler**. Cilt: 7, Sayı: 28. 85-109.

DELANTY, Gerard ve RUMFORD, Chris (2005). **Rethinking Europe: Social Theory and the Implications of Europeanization**. London: Routledge.

ERALP, Nilgün Arısan (2013). "Fransa'nın Bölgesel Politika Faslında Blokajı Kaldırması Katılım Müzakerelerini Güvenilir Kılmakta mıdır?". <http://www.tepav.org.tr>. Şubat 2013 Sayısı. 1-5.

FRASER, Nancy (1992). "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy: Habermas and the Public Sphere". **Habermas and the Public Sphere (Studies in German Social Thought)**. Ed: Craig Calhoun içinde. Chambridge: MIT Press. 109-142.

GLEISSNER, Martin ve VREESE, H. de Claes (2005). "News About the EU Constitution: Journalistic Challenges and Media Portrayal of the European Union Constitution". **Journalism**. Vol: 6(2). 221-242.

GRIPSURD, Jostein (2007). "Television and the European Public Sphere". **European Journal of Communication**. Vol: 22(4). 479-492.

GÜRSOY, Yusuf (2013). Avrupa Eserleri ve Türkiye Konulu 12.08.2013 tarihinde özel telefon görüşmesi.

HABERMAS, Jurgen (2001). "The Post National Constellation and the Future of Democracy". **The Postnational Constellation: Political Essay**. Der: Max Pensky. Chambridge, M.A: MIT Press. 58-112.

<http://www.3ebu.ch/cms/eng/members> (2013). "Our Members". 01.08.2013.

<http://www.ec.europa.eu/public.opinion/index.en/htm> (2012). "European Citizenship". 27.11.2012.

<http://www.google.com> (2013). "Türkiye ve Avrupa Birliği Anahtar Sözcükleri Üzerinden Yapılan Arama Trendleri". 12.08.2013.

<http://www.rtuk.org.tr> (2013). "6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun". 11.08.2013.

<http://www.trt.net.tr> (2013). "Avrupa Yayın Birliği". 01.08.2013.

KEYMAN, Fuat (2013). "Giriş". **Türkiye'nin Yeniden İnşası: Modernleşme, Demokratikleşme, Kimlik** içinde. Der: Fuat Keyman. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları. 1-13.

LAURISTIN, Marju (2008). "The European Public Sphere and the Social Imaginary of the New Europe". **European Journal of Communication. Vol: 22(4)**. 397-412.

MACHILL, Marcel, BEILER, Markus ve FISCHER, Corinna (2006). "Europe-Topics in Europe's Media: The Debate About the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses". **European Journal of Communication. Vol: 2(1)**. 57-88.

MORIN, Aysel (2009). "Türk Ulusal Kimliğinin Mitik Temelleri: Nutuk'un Yalın Okuması". **Kimlikler Lütfen: Türkiye Cumhuriyeti'nde Kültürel Kimlik Arayışı ve Temsili**. Der: Gönül Pultar. Ankara: Odtü Yayıncılık. 87-105.

ÖZDEMİR, Haluk (2012). **Avrupa Mantiği: Avrupa Bütünleşmesinin Teori ve Dinamikleri**. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

PEKMAN, Cem (2001). "Çok Uluslu Reklamcılık, Uluslararası Düzenlemeler ve Ulusal Uygulamalar: Kuralları Kim İster". **Medya Politikaları**. Der: D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı. İçinde. Ankara: İmge Yayınları. 205-242.

PFETSCH, Barbara, ADAM, Silke ve ESCHNER, Barbara (2008). "The Contribution of the Press to Europeanization of Public Debates: A Comparative Study of Issue Salience and Conflict Lines of European Integration". **Journalism. Vol:9(4)**. 465-492.

RTÜK (2013). **Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması**. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayınları.

SCHELESINGER, Philip (1997). "From Cultural Defence to Political Culture: Media, Politics

and Collective Identity in the European Union". **Media, Culture and Society. Vol:19**. 369-391.

SCHELESINGER, Philip (2007). "A Cosmopolitan Temptation". **European Journal of Communication. Vol: 22(4)**. 413-426.

SPLICHAL, Slavko (2006). "In Search of a Strong European Public Sphere: Some Critical Observations on Conceptualizations of Publicness and the (European) Public Sphere". **Media, Culture & Society. Vol: 28 (5)**. 695-714.

Standart Barometer 78 (2012). **Media Use in the European Union**. <http://ec.europa.eu/public.opinion/index.en.htm>.

TOKER, Huriye (2011). **Kamusal Alanda Avrupa Birliği Tartışmaları: Haber Medyası İncelemesi**. Ankara: Avrupa Birliği Bakanlığı Yayınları.

YILMAZ, Hakan ve ERDOĞAN, Emre (2012). **Bizi Yanlış Tanıyorlar: Avrupalıların Türkiye ve Türkler Hakkındaki Algıları**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çalışma Notları

ⁱTürkiye ve Avrupa Birliği ilişkileri, Cumhuriyetin kurulması öncesinde Osmanlı Devleti ile birlikte düşünüldüğünde aslında sürecin tüm uğraklarında bir yaklaşma / uzaklaşma ile temsil edildiği görülür. Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerini değerlendirme adına kullanılan "aşk ve nefret ilişkisi" tam da böylesi bir olguyu açığa çıkartmaktadır. Bununla birlikte, Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarı ile birlikte başlangıç yıllarındaki yaklaşmanın sonraki yıllarında AKP'nin kurucu kadrosu tarafından dahi "değerli yalnızlık" sürecine bırakması oldukça manidardır. Çünkü Türkiye'nin yakın tarihi içerisindeki uzaklaşmanın iktidar partisi politikalarındaki değişimin sonuçlarını yansıtmaktadır.

ⁱⁱ"Avrupalılaştırma"; oldukça genel anlamı ile Avrupa Birliği bütünleşme yolundaki uyum sürecini ifade etmektedir. Bu çalışma içerisinde kullanılan Avrupalılaştırma terimi, ulusötesileşme tartışmalarında yer edinen Avrupa kamusal alanının oluşturulmasını içeren anlamı ile kullanılmaktadır.

ⁱⁱⁱ Bu çalışma içerisinde, Türkiye'de medyanın kamusal alanın Avrupalılaşmasına dair sunabileceği katkının değerlendirilmesi amaçlandığı için, Türkiye'nin taraf olmasına rağmen Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi doğrultusunda ifade ve düşünce özgürlüğü alanındaki düzenlemeleri geciktirme nedenleri sorgulama dışında bırakılmıştır. Öte yandan, hem 1993 yılındaki Kopenhag

Kriterlerini hem de 1992 Maastricht Antlaşması'nda olduğu kadar 1997 yılındaki Amsterdam Antlaşması'nda da yer verilen görsel-işitsel yayıncılık alanında yerel dillerin kullanılması düzenlemelerine yer vermeyecektir.

^{iv} Türkiye Cumhuriyeti'nin modernleşme süreci ve izlediği yöntem, gerek akademi gerekse toplumun gündelik yaşam pratikleri içerisinde oldukça yaygın bir heyecan ile tartışılmıştır. Türkiye'nin modernleşmesi ve çağdaş uygarlığa ulaşmasının araçları arasında yer alan "batılılaşma" söylemi tam da söz konusu yönüyle, ilginin merkezi unsurları arasında özel bir yere sahiptir. Cumhuriyet öncesi, Osmanlı Devleti ve Osmanlı aydını ile birlikte düşünüldüğünde batılılaşma kavramı, Türkiye modernleşmesi için bir model olarak düşünülebilir. Ancak, Aysel Morin'in (2009:101) belirlediği gibi Tanzimat döneminin gerek siyasal, gerek akademik söyleminde ve gerekse edebiyatında "batılılaşma", "modernleşme" ve "gelişme" kavramlarının birbirinin yerine ikame edilebilir kavramlar olarak kullanıldığı görülür. Morin'e göre söz konusu kavramlar arasındaki ayırım çabası ilk kez Ziya Gökalp'in "hars" (kültür) ve "medeniyet" (uygarlık) kavramlarının kullanılması ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Morin, Ziya Gökalp'in düşüncelerinden etkilenen Atatürk'ün, kültür ve medeniyet arasındaki ayrımı söylemine konuk ettiğini belirtir. Kemalist söylemde yer alan "batılılaşma" ve "batı" kavramlarının kültür, tarih ve coğrafyasından soyutlanmış, soyut ve mitik bir "Batı" algısına dayandırılması gerekmektedir. Batı kavramı bu yönüyle laik bir algılayış üzerinden kurulmuş ve kurgulanmıştır.

^v Bununla birlikte, Nilgün Arısan Eralp'in (2013:1) belirlediği gibi, Türkiye'nin Avrupa Birliği müzakere süreci gerçekte 2010 yılından bu yana tıkanmış durumdadır. Avrupa Birliği'nin beş dönem başkanlığı süresinde hiçbir fasılın açılmaması ve bu çalışmada çözümleneceği gibi Türkiye'de gittikçe Avrupa Birliği'nden uzaklaşma eğilimi söz konusu ilişkinin sağlıklı yürümediğine ilişkin endişeyi güçlendirmektedir. Türkiye'de Gezi Eylemleri ekseninde somutlanan Avrupa Birliği ve Türkiye arasındaki gerilimin, her ne kadar 2013 yılına ertelenen Bölgesel Politikalar ve Yapısal Araçların Koordinasyonu faslının 22. Fasıl olarak açılması planlanıyor ise de, Eralp açılabilir gibi görünen Kamu Alımları, Rekabet ve Sosyal Politika ve İstihdam fasıllarının henüz Türkiye tarafından yerine getirilmediğini belirtir. Eralp'e göre tam üyelik görüşmelerinin zaten bir belirsizlik içermesine rağmen Türkiye'nin, AB ile ilişkisinde resmi olarak olmasa dahi adım atmaya niyetinin olmadığı AB'ye çeşitli vesilelerle hissettirilmiştir.

^{vi} Bununla birlikte bu çalışmanın amacı, Türkiye ve Avrupa Birliği ilişkilerinin siyasal konjonktürün belirlediği bir çerçeve içerisinde bakarak Türkiye'de medyanın temsil pratiklerini söz konusu olaylar üzerinden çözümlenememesi değildir. Aksine bu

çalışma içerisinde daha genel bir düzeyden bakılarak, Türkiye medyası ve Avrupalılaşma olanaklarının tartışılması yer almaktadır.

^{vii} Fraser, Habermas'ın kamusal alanın oluşmasında farklılıkların dışlandığı ve eşitlikçi bir iletişim biçiminin kurulabileceği yönündeki iddiasını eleştirerek gerçekte kamusal alandan farklılıkların dışlanamayacağını belirler. Bu yönüyle kamusal alan, karşıt biçimlerini de zaten içerisinde taşımaktadır. Craig Calhoun ise (1999:219), Avrupalılaşmış bir kamusal alan deneyiminin yalnızca ulusal kamusal alanın bir yeniden üretimi olarak değerlendirilemeyeceğini aksine "birleştirici" ve "kendi içerisinde uyumlu" bir alan olarak henüz başından itibaren ulusal kamusal alanların yerine geçen bir nitelik oluşturduğunu belirler. Calhoun'a göre, Avrupa kamusal alanı kültürel kimliğin geniş tanımlı kategorilerinden ve kişiler arası ilişkiler açısından çok daha farklı bir sürece işaret etmektedir.

^{viii} Bowman (2007:751) bu iddiasını Avrupa içerisindeki Türklerin Avrupa ile bütünleşmesi sorunu üzerinden örnekendirir. Avrupa ülkelerindeki Türk azınlıkların, haklarını korumaya dair çabalarının, çoğu kez üye devletler tarafından tanınmamış olan siyasal örgütler içerisindeki tartışmalar aracılığı ile korunduğunu söyler. Her ne kadar ayrıntılı olarak açıklamasa da Bowman'a göre, Türk azınlıklar haklarını koruma sürecinde üye devletlerin meşru olarak gördüğü siyasal kültüründen ayrılan yolları kullanmaktadır. Örneğin Fransa'da üstelik iyi kurulmuş cumhuriyetçi geleneğe rağmen, dini haklarını genişletebilmek amacı ile cumhuriyetçi anlayışın çok kültürlülük yorumlarının ötesinde hak arayışı içerisinde kalmaktadırlar. Almanya'da ise ikili yurttaşlık (*dual citizenship*) statüsü arayışı içerisinde dirler. Bununla birlikte, azınlıkların yasal ve siyasal haklarının korunması ve hatta söz konusu hakların genişletilebilmesinin de Avrupa Birliği içerisinde en azından tartışılması gereklidir.

^{ix} Ancak, Avrupa Birliği anayasa denemesi kamuoyu kavramının önemini yeniden gündeme getiren bir şekilde bir dizi "başarısızlığın" izini taşımaktadır. Avrupa Birliği'nin yeni anayasa ile o güne değin gerçekleştirilmiş olan tüm antlaşmaların tek bir metin içinde birleştirilmesi ve Anayasa taslağına konulmuş olan, Avrupa Birliği Temel Haklar Bildirgesi'nin uygulamaya konulması amaçlanmıştır. Bununla birlikte, 2004 yılındaki anayasa deneyimi, öncelikle Hollanda ve Fransa kamuoyları tarafından 2005 yılında gerçekleştirilen referandum sonucunda reddedilmiş ve ardından, bu kez de Finlandiya, Slovakya ve Almanya tarafından kısmen tamamlanmış olan halk oylaması süreci iptal edilmiştir. Anayasa taslağının halk oylamasına sunulmasının başarısız olmasının ardından Haziran 2007'de Avrupa Zirvesi'nde söz konusu anayasanın

yerini alması amacıyla bir anlaşma oluşturmak amacı ile yeniden görüşmelere başlanması kararı alınmıştır. Süreç sonucunda Lizbon Antlaşması imzalanır ve 2004 yılındaki Anayasa deneyiminde olduğu gibi tekrar halk oylamasına sunulur. Birlik üyesi bir dizi ülkede oylanmasının ardından bu kez de İrlanda kamuoyu tarafından reddedilir ve yürürlüğe giremez. Anayasa da bir dizi düzenleme yapılmasının ardından yeniden bir bekleme sürecine girilir.

^x Gripsrud, Avrupa Birliği için 1951 yılındaki “Avrupa Kömür Çelik Topluluğu” döneminden itibaren başlayan bir tarihçeyi ifade etmektedir.

^{xi} Gripsrud, “*world opinion*” kavramını kullanmıştır. Her ne kadar Türkçe de dünya görüşü kavramı ile söz konusu kavramın karşılanabilmesi oldukça güç olsa dahi, dünyadan haber alınması anlamında böylesi bir anlam genişlemesi bu çalışma içerisinde tercih edilmiştir.

^{xii} Castells (2006:423); ağ toplumunda toplumsal çıkarların giderek çeşitlilik göstermesi ve parçalanmasının bu çıkarların yeniden inşa edilen kimlikler biçiminde bir araya gelmesinde etkili olduğunu belirtir. Ancak hemen öte yandan, kimliklerin çoğulluğunun, ulus devletin önünde sivil toplumun iddialarını, talep ve isyanlarını getirdiğini belirtir. Avrupa Birliği’nin yurttaşın evini hem siyasal katılıma ve hem de yerelleşme ve bölgeselleşme süreçlerine doğru genişletmesi bu çerçevede değerlendirilebilir. Ulrich Beck (2006:164) Avrupa kimliğinin çoğulcu bir kimlik olarak değerlendirilemeyeceğini tam da bu neden üzerinden açıklar ve Avrupa Birliği’nin bu yönüyle kurucu babalarının ideallerinden giderek uzaklaştığının altını çizer. Gerard Delanty ve Chris Rumford ise (2005:68), Avrupa Birliği’ni, Beck’in öngörülerinden farklı olarak, bir iletişim uzamı olarak değerlendirir. Bu yönüyle İletişimin, siyasal topluluk ya da kolektif aidiyet yerine Avrupa Birliği ötesinde eklemlenmiş bir ağ oluşturacağını belirtirler. Avrupa kamusal alan düşüncesinin kurumsallaşmamış olması böylesi bir düşünce içinde anlaşılabilir.

^{xiii} Yazarlara göre (2006:62), Ekim 2000 döneminde gerçekleştirilen Euorobarometer araştırması tam da böylesi bir düşüncenin belirginleştiği anı açığa çıkartmaktadır. Benzeri bir diğer sonuç ise, 2012 Sonbahar dönemindeki Euoro Barometer (EB 77) araştırmasında da belirlenmiştir. (<http://www.ec.europa.eu/public.opinion/index.en.htm>). Bu çalışmanın ilerleyen kısımlarında söz konusu araştırma ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

^{xiv} Pan-Avrupa kamusal alanının başarısızlığını vurgulayan düşünceler gerçekte ortak bir kimlik projesi olarak öne çıkan Avrupalılık olgusunun başarısızlığı eleştirisi ile birleşirler. Gerçekten de, Avrupa kamusal alanının oluşamayacağına dair eleştiriler özellikle ortak bir dil ve ortak kitle iletişim araçlarının olmamasına odaklanmıştır. Bu

doğrultuda örneğin Financial Times gibi gazetelerin çok sınırlı bir okuyucu kitlesine sahip olması ya da Euro News kanalının sadık bir izleyici kitlesi edinmemesi önemli sorunlar olarak görülmektedir.

^{xv} EBU, 12 Şubat 1950 yılında, İngiltere’nin sahil kasabası Torquay’daki kuruluş döneminin ardından 1993 yılında Orta ve Doğu Avrupalı yayıncıların oluşturduğu benzer bir kuruluş olan Uluslar arası Radyo Televizyon Örgütü (OIRT) ile birleşmiştir (<http://www.trt.net.tr/ebu>)

^{xvi} Avrupa Yayın Birliği’nin oldukça geniş bir coğrafyaya yayılmış olduğu da gözlenmektedir. Örneğin Çin Halk Cumhuriyeti’nden, Güney Afrika Cumhuriyeti’ne değin uzanan bir coğrafyada Avrupa Yayın Birliği’nin üyeleri bulunmaktadır. Bununla birlikte üyelerin ağırlıklı olarak kamu hizmeti yayın kuruluşları olduğu belirtilmelidir.

^{xvii} Örneğin söz konusu eleştirinin temellendiği unsurlar arasında 1995 yılında Sınırsız Televizyon Yönergesi ile, Avrupa Birliği ülkelerinin görsel-ışitsel yayıncılık alanında Avrupa eserlerine %51 oranında bir kota uygulanması bulunmaktadır. Böylesi bir kota uygulanmasına öncelikle Almanya ve İngiltere, söz konusu kota uygulamasının on yıl boyunca devam etmesi doğrultusunda karşı çıkmışlardır. Her ne kadar söz konusu sorun Aralık 1995’de Avrupa Birliği yayıncılık kurallarının “uygulanabilir olması” kararı ile geçici olarak çözümlenmesine rağmen bu kez de Şubat 1996’da Fransa’nın karşı çıkması ile yeni bir boyut kazanmıştır (Schelesinger, 1997:379). Avrupa Birliği’nin söz konusu kota uygulamasına benzer bir uygulamanın Türkiye’de 6112 Sayılı Yasa’nın 15. Maddesinde düzenlendiği görülebilir. Bu konu, çalışmanın ilerleyen kısmında ele alınacaktır.

^{xviii} Türkiye’de 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 Sayılı Yasa’nın Avrupa Eseri olarak tanımladığı eserlere tanıdığı (kota) uygulamasının bu tarihten sonra da Türkiye medyasında ulus ötesileşme tartışmaları içerisinde değerlendirilebilecek bir uygulama getirmediği belirtilmelidir.

^{xix} 2010 yılında Türkçe’nin de kanalın yayın dili ağına katıldığı belirtilmelidir.

^{xx} Beril Dedeoğlu (2011:86), Türkiye’nin 1980’li yılların ortalarından itibaren küreselleşme sürecinin etkisi altına girmesi ile birlikte Türkiye’nin önüne birisi Avrupa diğeri Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere iki “Batı’nın” çıktığını ve her biri ile ayrı bağlantılar geliştirilirken, küreselleşme yöneliminin Avrupa Birliği ile sürdürülen ilişkilerle ifadesini bulduğunu yetkinlikle açıklar. Bu çerçevede ise Türkiye öncelikle Avrupa Ekonomik Topluluğu’na (AET) üyelik başvurusunda bulunmuş, 1995 yılında taraflar arasında Gümrük Birliği tamamlanmış, 1999 yılındaki Helsinki Zirvesi’nin sonuç bildirgesinde Türkiye’nin aday ülke statüsü almasının ardından hem Avrupa Birliği

hem de küreselleşme süreçleri eş zamanlı olgular olarak gelişmiştir.

^{xxi} Bu doğrultuda Avrupa Birliği üyelik potansiyelini bir uygarlık projesi olarak gören siyasal ve ekonomik elit ile devlet kurumları ve bürokrasi ile Avrupa Birliği uyum sürecinin ulus devleti biçimlendirme ya da etkileme potansiyelinden endişe duyan kesimler örnek olarak verilebilir.