



akademia

## **KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ FİNANSMAN SORUNU VE TÜRKİYE’DEKİ DURUM**

### **Özet**

1980’li yıllarla birlikte her alanda olduğu gibi medya alanında da köklü dönüşümler yaşanmıştır. Ticari televizyonların hızlı bir şekilde yaygınlaşması, kamu hizmeti yayıncılığı yapan televizyonların tekel konumlarını sona erdirmiştir. Neo –liberalist politikaların etkin olduğu bu yeniden yapılanma sürecinde kamu hizmeti yayın kurumları tartışmaların merkezine yerleşmiştir. Bu kurumlara yönelik eleştirilerin odağını ise finansman konusu oluşturmuştur. Türkiye örneğine bakıldığında TRT’nin de aynı konu çerçevesinde eleştirildiği görülmektedir. Nitekim Türkiye’nin kamu hizmeti yayıncısı olan TRT, ticari rakiplerinin ortaya çıkmasından sonra gelirleriyle hep gündemi meşgul etmiştir. Özellikle kurumun elektrikten aldığı pay ile bandrol ücretleri çeşitli kesimler tarafından sorgulanmıştır. Gerek dünyada kamu hizmeti yayıncılarının gerekse Türkiye’de TRT’nin finansman sorununun ele alındığı bu çalışmada, literatürün yanı sıra yazılı basın haberlerinden de yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda TRT’nin kamu hizmeti yayıncılığının gözardı edildiği, vatandaşın üzerinde bir yük olarak görüldüğü, ticari televizyonlarla kıyaslandığı ve desteklenmediği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Finansman, TRT

## **FINANCING PROBLEM OF PUBLIC SERVICE BROADCASTING AND THE SITUATION IN TURKEY**

### **Abstract**

Along with 1980s, there had been many radical transformations in media as well as in all other domains. Commercial televisions’ becoming rapidly widespread put an end to the monopoly of public service broadcasting televisions. During this restructuring process in which neo-liberalist policies had been influential, the public service broadcasting corporations were put in the centre of discussions. However, focus of the criticisms directed at these corporations was financing. Considering the example in Turkey, it is seen that TRT has also been criticised for the same issue. As a matter of fact, revenue of TRT, the public service broadcaster of Turkey, has always been in the centre of the discussions after its commercial competitors appeared. Especially the share that they get from electricity and their banderol fees have been questioned by several different circles. In this study where financing problems of both public service broadcasters in the world and TRT in Turkey are addressed, in addition to the literature, media news were also used. Research results showed that public service broadcasting of TRT has been ignored, it has been regarded as a burden on citizens of Turkey, it has been compared to commercial televisions and it hasn’t been supported.

**Keywords:** Public Service Broadcasting, Financing, TRT

## Giriş

Vatandaşlara karşı sorumluluk taşıyan, siyasi iktidarlara belirli bir mesafede duran ve programlarını belirlemek için piyasaya bel bağlamayan kamu hizmeti yayıncılığı kısaca; tüm nüfusa yöneltilen, tam kapsamlı bir programcılık sunan, kâr amacı gütmeyen ve dolayısıyla ticari de olmayan bir yayıncılık türü olarak tanımlanabilir (McChesney, 2006, 314). Bu tanım çerçevesinde kamu yayıncılığının temelini, öncelikle yayın frekansının sınırlı ve ulusa ait olduğu anlayışı oluşturmuştur. Bu anlayışa göre, siyasal iktidar ulus-devletin koruyucusu olarak işlev görse de, yayıncıların işlerinden uzak tutulmalıdır. Diğer taraftan yayınlar, izleyicilerden toplanacak ruhsatiye ücretleri aracılığıyla gerçekleştirilmeli, devletin müdahalesi ise bu ücretlerin miktarlarının saptanması ve toplanmasıyla sınırlı olmalıdır. Başka bir ifadeyle, kamu hizmeti yayınlarının mali kaynağı kamusal fonlar olmalıdır (Mutlu, 1999, 24).

Ticari televizyonların ortaya çıkması ve yayıncılık sisteminde bir güç haline gelmeleri neticesinde, uzun yıllar boyunca siyasi iktidarlardan desteklenen ve savunulan kamu hizmeti yayıncılık anlayışı yavaş yavaş eski gözde konumunu yitirmiştir. Oluşan ticari rekabet ortamı, kamu yayın kurumlarının ticarileştirilmesine yönelik siyasi baskıları daha da artırmıştır. Özel yayıncılarla rekabet etme durumunda kalan kamu yayıncıları ilk tepki olarak yayın politikalarını ve stratejilerini değiştirmişlerdir. Bu değişiklik sonucunda özel televizyonların kötü birer kopyası haline gelen bazı kamu yayın kurumları için neden hâlâ ruhsat ücretleri toplandığı sorusu gündeme getirilmiştir (Çaplı, 2001, 46-47).

Yayıncılık alanında kamu tekellerinin kaldırılmasını isteyenler, genel olarak çok kanallı televizyon yayınlarının olduğu bir ortamda neden kendi paralarıyla fonlanmış kamu hizmeti yayıncılarına gerek olduğunu da sorgulamaya başlamışlardır. Bu görüşü savunanlar, televizyon izleyicisinin, bu serbest pazarda bağımsız hareket ederek dilediği kanalı, dilediği programı izleyebilmesinin temel koşul olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu görüşler dikkate alındığında kamu hizmeti yayıncılığına yönelik saldırılarda bu kurumların zayıf noktalarından birini finansman kaynaklarının oluşturduğu görülmektedir.

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de kamu hizmeti yayıncısı TRT aynı sıkıntılı süreçten geçmiştir ve geçmektedir. 1990’lı yıllarla birlikte yasadışı bir ortamda ortaya çıkan çok sayıda ticari televizyonla rekabet etmek zorunda bırakılan kurum, çeşitli eleştirilerin de merkezini oluşturmuştur. Rakiplerin ortaya çıkışı kamunun fonlamasıyla hizmet veren bir kamu hizmeti yayıncısı olan TRT’nin gelir kaynaklarının sürekli gündeme getirilmesine de zemin hazırlamıştır. Nitekim izlenebilmek için izleyiciden herhangi bir para talep etmeyen ticari televizyonlarla TRT kıyaslanmaya başlanmıştır. Bu süreçte özellikle TRT’nin iki gelir kaleminin (elektrik payı ve bandrol ücretleri) eleştirisi konusu yapıldığı dikkati çekmektedir.

Bu bilgilerden hareketle çalışma, hem dünyada hem de Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılarının finansman kaynaklarının eleştirilme nedenlerini ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Türkiye’nin kamu hizmeti yayıncısı olan TRT’nin finansman kaynaklarının yoğun bir şekilde tartışılması ve sürekli gündeme taşınması ele alınan bu konunun önemini ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında TRT’nin en çok tartışılan iki gelir kalemi olan elektrik payı ve bandrol ücretleri üzerinde durulmaktadır. Bu iki gelir, elektrik faturaları ve birtakım cihazlar üzerinden alınarak TRT’ye aktarılan paylardan elde edilmektedir. Dolayısıyla vatandaşın alınan bu paylar, çeşitli kesimler tarafından dile getirilmekte, şikayetler de yazılı basında sıklıkla yer almaktadır. Çalışmada, yazılı basında bu konular hakkında çıkan haberler analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı çerçevesinde, öncelikle kamu hizmeti yayıncılığı ve bu yayıncılığın finansman kaynaklarının sorgulanmasının altında yatan sosyal, siyasal ve ekonomik değişimler üzerinde durulmaktadır. Ayrıca çalışma kapsamında aynı dönem içerisinde Türkiye’de medya sisteminde meydana gelen dönüşümler ve TRT’nin bu süreçteki konumu da ele alınmaktadır. Çalışmanın son bölümünde ise Türkiye’de sıkça eleştirilen ve kamunun üzerinde bir yük olarak görülen TRT’nin elektrikten aldığı pay ile bandrol ücretlerine yönelik tartışmalar, yazılı basında çıkan haberlerden elde edilen verilerle değerlendirilmektedir.

## 1. Neo-Liberalizm ve Değişen Dünya Sistemi

1980’li yıllarla birlikte dünya, “yeniden yapılanma” adı verilen bir sürece girmiştir. Bu süreçle birlikte dünyada hem sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda hem de bu alanlara paralel olarak medyada dönüşümler hızlı bir biçimde gerçekleştirilmiştir. Özellikle televizyon yayıncılığı alanında büyük dönüşümlerin yaşandığı bu yıllarda neo-liberalizm politikalarının etkin olduğu görülmektedir.

Neo-liberalist politikaların hakimiyetinden önceki sürece bakıldığında, 1970’li yılların ortalarına kadar Bretton Woods sisteminin kurallarının geçerli olduğu görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı’nı kazanan ülkeler, 1944 yılında yaklaşık otuz yıllık istikrarı sağlayacak, uluslararası para ayarlamasıyla ilgili bir anlaşma yapmışlardır. Anlaşmaya göre, bu ülkelerin paraları, ABD merkez bankasının güvencesi altına alınmış, dolar karşısında sabit bir parite geçerli kılınmış ve döviz ticareti de devlet gözetimine bağlanmıştır (Martin ve Schumann, 1997, 57-58). Böylece 1970’lerin başlarına kadar süren savaş sonrası ekonomik büyüme dönemi, ABD’nin küresel ekonomik gücünün ve özellikle de Amerikan şirketlerinin çıkarlarının uluslararası boyutta genişlemesine olanak sağlamıştır (Shutt, 2003, 42).

Ancak savaş sonrasındaki iktisadi genişlemenin ekonomik krizler neticesinde 1970’li yılların başında sona ermesiyle, Keynesçi kapitalizm modelini öne çıkaran ve Amerikan şirketlerinin küresel yayılmasını kolaylaştıran ekonomik ortam da bozulmaya başlamıştır. Bu ortamın düzeltilmesi için, bir taraftan devlet harcamalarının denetim altına alınması, ekonomik başarının anahtarı olarak görülmüş; diğer taraftan da kârları artırmak için vergi kesintileri ve çeşitli sübvansiyonlar yoluyla devletin maliye politikalarının özel sektöre destek olması gerektiği öne sürülmüştür (Shutt, 2003, 30 –33).

Bu arada 1970’li yıllarla birlikte yaşanmaya başlanan ekonomik krizler nedeniyle, ithal ikameci sanayileşmeye dayanan kalkınmacılık anlayışı da terk edilmeye başlanmıştır. Bu yeni dönemde kalkınmacılık anlayışının yerine küreselleşme kavramı gündeme gelmiştir. Çoğunlukla siyasi bir proje olarak kabul edilen küreselleşme sonucu, devletlerin kamusal, siyasi otoritesi karşısında piyasaların özel, iktisadi gücüne ayrıcalık tanınmıştır (Colás, 2008, 124). Dolayısıyla küreselleşmeyle beraber devlet aygıtı, şişmiş bürokrasiyi besleyen mekanizma olarak algılandığı için parçalanmaya başlamıştır. Hatta özel işletmelerin tanımsal olarak piyasa gelişmelerine daha duyarlı olması ve maksimum düzeyde etkin olmalarından dolayı, devlet işletmelerinin neredeyse tamamen verimsiz olduğu ve de mümkün olduğu kadar süratli bir biçimde özelleştirilmeleri gerektiği ileri sürülmüştür (Wallerstein, 2006, 130-131).

Yaşanan bu gelişmeler sonucunda, uzun genişleme dönemi, yerini dünya kapitalizminin uzun ve yapısal bir ekonomik krize bırakmıştır. Bu kriz, daha önceki dönemde kurulmuş olan mekanizmaları uluslararası sermaye için birer “ayak bağı” haline getirmiş; Keynesçilik ve daha genel anlamda devlet müdahaleciliği, sosyal devlet, geniş bir kamu sektörü ve ithal ikameci sanayileşme, sermaye birikiminin önünden kaldırılması gereken birer engel haline gelmiştir (Savran, 1998, 11). Böylece, gelişmekte olan ülkelerin özel finans piyasalarına girişlerinin sınırlı kaldığı veya olmadığı ve sermaye kontrollerinin milli politika bağımsızlığına imkan tanıyacak bir şekilde, sınırlı miktardaki uluslararası finansal akımlar için tasarlanan Bretton Woods sisteminin çökmesinden sonra, 1980’lerde OECD ülkeleri sermaye kontrollerinin çoğunu ya da hepsini kaldırmışlardır. Özel finansı çekmek için uluslararası ajansların baskısı altında orta gelir düzeyindeki ülkelerde ve sonrasında da bazı Doğu Avrupa ülkelerinde kontroller kaldırılmıştır. Neticede ülkelerdeki finansal piyasalar geliştikçe bu ülkelerdeki uluslararası finansal işlemlerin etkisi de artmıştır (Perraton, Goldblatt vd., 2006, 10-11).

Kısaca özetlenen bütün bu gelişmelerin akabinde İkinci Dünya Savaşı’nı izleyen 25 yıl boyunca iktisadi faaliyetin belirlenmesi konusunda hakim paradigma olan Keynesçilik, 1970’lerin ortalarında gerilemeye başlamış ve yerini yeniden canlanan neo-liberalizme bırakmıştır (Palley, 2008, 44). Devlet müdahalesinin zıttı bir şekilde piyasa ile özel kesimin çıkarlarının ideolojisi olarak tanımlanan ve baştan sona yeni bir toplumsal düzen olarak kabul edilen neo-liberalizm,

Sovyetler Birliği'nin yıkılışının ardından ortaya çıkan tek kutuplu dünyada, ABD'nin diğer ülkeler üzerindeki hegemonyasının pekişmesine katkıda bulunan bir politika olmuştur (Duménil ve Lévy, 2008, 26).

1979'da Thatcher'ın ve ardından 1980'de Ronald Reagan'ın seçimleri kazanması, neo-liberal iktisat politikasının resmen hakimiyet kurduğu dönemin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Palley, 2008, 51). Bu başlangıçla birlikte yirminci yüzyıl Avrupa siyasetinin temel özelliği olan "Refah Devleti" fikri terk edilerek, hükümet harcamalarında kesintiye gidilmesi, giderek daha fazla şeyin bireye ve piyasaya terk edilmesi gibi görüşler egemen olmaya başlamıştır (MacGregor, 2008, 236-237). Neo-liberalizmle birlikte özelleştirmeyi, serbest ticareti, ihracata dayalı büyümeyi, finansal sermaye hareketliliğini, emek piyasasının düzenlemelerden arındırılmasını ve makroiktisadi kemer sıkma politikalarını savunan "Washington Uzlaşması" uluslararası iktisat politikasında egemen hale gelmiştir (Palley, 2008, 51).

Neo-liberal sosyal politika, piyasaya, "özel" in "kamu" ya üstünlüğüne, bireyciliğe, seçme özgürlüğü hakkındaki fikir ve değerlere önemle vurgu yapmıştır. Bu politika çerçevesinde sosyal korumacı yasaların dolaylı olarak ticaretin önünde engel teşkil ettiği düşünülmüştür. Refah devletinin iktisadi büyümeye mani olduğu, ekonomiye kaldıramayacağı yükler getirdiği ve uluslararası rekabet edebilirlik önünde engel oluşturduğu dile getirilmiştir (MacGregor, 2008, 239). Bir yandan neo-liberalizme göre piyasa, kaynakların etkin dağılımı anlamında akılcılığı simgelemekte, diğer yandan hükümet müdahalesi, hem bu akılcılığı ihlal ettiği, hem de etkinliğe ve özgürlüğe zarar verdiği için arzu edilmeyen bir şey olarak görülmektedir (Munck, 2008, 107). Dolayısıyla neo-liberalizm, hükümetin piyasaların işleyişini sınırlayacağı bir düzenleme yerine, piyasaların toplumsal denetiminden koparılmasını sağlayacak bir düzenleme istemiştir (MacEwan, 2008, 288).

## 2. Değişen Medya Sisteminde Kamu Hizmeti Yayıncılığının Konumu

II. Dünya Savaşı'ndan sonra iki kutuplu bir dünyanın ortaya çıkması, hükümetlerden bağımsız, kamu mülkiyetinde olan ve kamunun mali desteğiyle hizmet veren bir yayıncılık türü olan kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının egemen olmasını sağlayan en önemli gelişme olmuştur. Nitekim soğuk savaş ortamında, radyo ve televizyon gibi yayın araçlarının devlet kontrolünde olması, ülkelerin kendi kamuoylarının yönlendirilmesi açısından büyük önem kazanmıştır. Bu süreçte iletişim hizmeti de, gerek radyo/televizyon sistemleri gerekse iletişim altyapısı/telefon hizmetleri olarak devletin diğer kamusal hizmetleri arasındaki yerini almıştır.

1980'lerin değişen siyasi, ekonomik, sosyal ortamında telekomünikasyonun işleyişi, donanım ve ağ sağlayıcısının esasen devlet tekelinde olduğu güvenlik-odaklı konumdan, kısmen özelleşmiş şirket temeline dayanan hizmet sektörüne doğru yavaş yavaş geçmiştir. Bu durum da hükümetlerin kendi telekomünikasyon ağlarını kontrol etme yeteneğini azaltmıştır (Hills, 2003, 121). 1920 - 80 yılları arasında devlet ve yayıncılık arasındaki ilişkinin refah devleti olarak tanımlanan birikim düzeni anlayışıyla, 1980'den sonraki dönemde ise egemen olan yeni liberal devlet anlayışıyla örtüştüğü net bir biçimde görülmektedir. Çünkü 80 sonrası, devletin kamu hizmetlerinden olabildiğince çekilerek, bu hizmetleri özel sektörün vermesi gerektiği anlayışı hakim olmuştur (Geray, 2003, 97).

Birbirini izleyen gelişmeler neticesinde; en hızlı bir şekilde neo-liberal ideolojinin temellerini birkaç sektörün yanında medya ve iletişim sektörü kavramıştır. Bu ideolojiyi savunan ekonomistler, basın da desteğini alarak yayımlanan bilimsel yazılarında, piyasa kurallarını tüm iletişim politikası sorunlarına uygulamanın öneminden bahsetmişlerdir (McChesney, 2006, 55). Böylece neo-liberalizmin yükselişi, demokratik bir kamusal alan ihtiyacını yeniden belirtmeyi gerekli kılmıştır. Çünkü neo-liberaler, devlet tarafından düzenlenen yayıncılığı yüksek maliyetli olmak, reklamı sınırlayarak serbest enformasyon akışını engellemek ve tercih hakkı tanımamakla itham etmişlerdir (Stevenson, 2008, 109). Dolayısıyla bu dönemde özellikle ekonomi temelli olmak üzere yeni teknolojilerin ortaya çıkmaya başlaması ile birlikte, telekomünikasyon altyapısında ve medya alanında çok önemli değişimler yaşanmıştır.

1980’li yılların başı iletişim sistemlerinin değişimi, dönüşümü açısından sık sık vurgulandığı gibi bir başlangıç olarak kabul edilmektedir. Bu yıllara değin genel olarak bakıldığında, radyo – televizyon sistemlerinde iki farklı modelden söz edilebiliyordu. Bu modellerden birisi ABD’nin başını çektiği, televizyon yayıncılığını özel sektörün bir işi ve ticari bir faaliyet olarak gören “ticari yayıncılık” (tecimsel yayıncılık), diğeri de Avrupa’da gelişen ve öncülüğünü BBC’nin yaptığı, yayıncılığı devletin bir kamu hizmeti olarak gören “kamu hizmeti yayıncılığı” idi<sup>1</sup>. Ancak 1980’lerle birlikte, bu geleneksel yapının Avrupa bölümünde çok önemli değişimler yaşanmış, bu değişimler sonrası kamu tekelleri birer yıkılmış ve ABD’nin öncülüğünü yaptığı ticari medya sistemi yayılmaya başlamıştır.

1980’lerle beraber medya alanında yaşanan değişim sürecine bakıldığında, bu süreci ABD ve Batı Avrupa’nın birbirinden farklı yaşadığı ve uyguladığı görülmektedir. ABD’de süreç, mevcut yasal düzenlemeler çerçevesinde, mevzuatta köklü bir değişime dahi gerek görülmeksizin, uzman-yetkili özel kurulların kararlarına dayanılarak gerçekleşmiştir. Batı Avrupa’da ise konu hemen her yerde baştan radikal yeni bir siyasal karar üretilmesini gerektirmiştir. Nitekim ABD’de yapılan bir bakıma mevcut çıkar grupları arasındaki güç dengelerinin yeni bir ulusal çıkar tanımlaması çerçevesinde yeniden oluşturulmasıdır. Batı Avrupa’da ise neredeyse tümüyle yeniden bir yapılanma söz konusudur. Çünkü kamu yararının ne olduğu ve kamu hizmeti kavramları Batı Avrupa ülkelerinde de piyasaya endekli olarak yeniden tanımlanmışlardır. Sonuçta değişim, sadece radyo televizyonun yeniden düzenlenmesi ile değil, tüm kitle iletişim sisteminin yeniden yapılandırılmasıyla gerçekleştirilmiştir (Kaya, 2009, 128 - 129).

Kamu tekellerine karşı yürütülen bu sistemli politikalar sonrası bütün Avrupa’yı bir anda ticari radyo ve televizyonlar kaplamıştır. Çoğu Avrupa ülkesindeki yasal boşluklar nedeniyle bir anda iletişim ortamı değişmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı, Batı Avrupa’da ve diğer birçok ülkede telekomünikasyon ve yayıncılığın tarihsel misyonunu üstlenmesine rağmen, yayıncılık alanında gerçekleştirilen özelleştirme ve ticarileşme sonucunda krizin içine sürüklenmiştir.

Kamu hizmeti yayıncılığının günümüzdeki sıkıntılarının ve içine düştüğü bunalımın en önemli nedenleri “mali sıkışıklık”, “meşruiyet sorunları” ve “teknolojik değişim” olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır. Keane’e göre (2002, 303 – 307), program üretim maliyetlerindeki aşırı artışlar ve hükümetlerin yaptığı kısıntılar sonucu ruhsat ücreti gelirlerindeki düşüşler gibi sebepler, uzun dönemli mali krizle karşılaşan kamu hizmeti yayıncılarının günümüz teknolojik gelişmelerini izlemelerini engellemiştir. Yaşanılan bu sorun, yayıncıları ortak üretim anlaşmalarını yoğunlaştırmaya, bazı programlama ve üretim hizmetlerini özelleştirmeye, uluslararası pazarlama girişimlerine katılmaya ve genel olarak kazanç peşinde koşan özel girişimciler gibi davranmaya zorlamıştır. Bu durum da kamu hizmeti modelinin meşruluğunu zayıflatmıştır. Kamu hizmeti modelinin 1980’lerle birlikte yüz yüze kaldığı en ciddi zorluk ise, teknolojik gelişmeler olmuştur. Çünkü iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler; frekans kıtlığının kamu hizmeti yayıncılığını ulus – devlet sınırları içinde doğal tekel statüsüne yükselten geleneksel savı yıkmıştır.

Bu gelişmeler neticesinde 1980’lerde çoğunlukla gelirleri hem lisans ücretlerine hem de reklamlara dayanan kamu hizmeti yayıncılığı tekelinden 1990’lı yılların sonu ile birlikte neredeyse bütün Avrupa ülkelerinde ikili sistemlere geçilmiştir (Brants ve Bens, 2000, 21). Örneğin Siune ve Hulten’in (Aktaran: Brants ve Bens, 2000, 21) 1980, 1990 ve 1999 yıllarını baz aldıkları ve ulusal sistemlerin tipolojisini çıkardıkları tabloda, 1980’li yıllarda sadece iki ülkede (İngiltere ve İtalya) hem kamu hizmeti yayıncısı hem ticari yayıncı bulunurken, 1999 yılında ise neredeyse bütün Avrupa ülkelerinin ikili yayıncılık sistemlerine geçtikleri görülmektedir.

<sup>1</sup> Kamu hizmeti yayıncılığının öncüsü olarak kabul edilen ve diğer ülkelerin yayıncılıkta örnek aldıkları BBC’nin yapısının altı prensip etrafında şekillendiği ifade edilmektedir. Bu yapının ana başlıklarını BBC’nin tekel olması, frekans kıtlığı nedeniyle hükümet kontrolünde bulunması, Governörler Kurulu tarafından idare edilmesi, toplumun geneline seslenmesi, finansmanını lisans ücretinden karşılaması, evrensel bir hizmet vermesi oluşturmaktadır (Aktaran: Taylor ve Willis, 1999, 110 – 111).

Genel olarak bakıldığında 1990'lar için, "iletişim alanındaki köklü değişimin direksiyonunda bulunan ve zaten o zamana kadar büyük, hatta devasa boyutta olan şirketlerin bütün medyayı bünyesinde toplayan, yeni amaçlara yönelen 'yeni mali kabuklar olarak' geliştiği yıllar" (Mutlu, 2005, 213) değerlendirilmesi yapılmaktadır. Nitekim yeni medya teknolojilerinin kullanımı ve küresel düzlemde şekillenen düzenlemeler sonucunda küresel ticari medya pazarının ortaya çıkması, 1990'lardaki dikkati çeken gelişmelerden birisidir. Bu dönemle birlikte dünyanın en güçlü kamusal yayıncılık sistemleri arasında olan örneğin İsveç ve Almanya'daki büyük yayıncılar, izleyici oranlarının yarıya düştüğüne tanık olmuşlardır. Dolayısıyla bu ülkelerde kamu hizmeti yayıncılığına sağlanan destek kesilmiştir. Sonuçta BBC bile bu yayınların ayakta kalmasının küresel düzlemde kayda değer ticari bir güç olmaya bağlı olduğunu kabul etmek zorunda kalmıştır (McChesney, 2003, 20 - 22).

Ticari televizyonların hızlı bir şekilde sistemdeki yerlerini almalarıyla birlikte, genellikle yayıncılık artan bir şekilde bir endüstri ya da ticari bir işletme alanı olarak ele alınmaya başlanmıştır. Reklam için yeni rekabetle karşılaşan ve temel ruhsat gelirlerinin devamını haklı göstermeye mecbur bırakılan kamu yayıncıları sert bir ikileme yüz yüze kalmışlardır: Ya geleneksel yayıncılıklarını devam ettirecekler ya da özel rakiplerinin popüler programcılığını takip edeceklerdi. Bu aşamada hükümetler zaten çok destekleyici bir tutum içinde değillerdi. Bunun için etkili bir gelir aranmaya başlanmış ve reklam alan kamu yayıncılarının ruhsat gelirlerinin ya durağan olarak kalmasına ya da azaltılmasına izin verilmiştir. Görüldüğü gibi kamu hizmeti yayıncıları her ne kadar farklı derecelerde de olsa ticari standartlar ve uygulamalar tarafından kuşatılmıştır (Humphreys, 1996, 160).

Ekonomik liberalleşme sürecinde yayıncılığın esas olarak ekonomik bir faaliyet olduğu fikrinin genel kabul görmesi, yayıncılığın ekonomik boyutunu kültürel boyutu yanında çok önemsizleştirmiş olan kamu yayıncılığının "işletme verimliliği" terimleriyle sorgulanmasına yol açmıştır. Bütün bunlara ilave olarak yine liberalleşme politikaları çerçevesinde ticari amaçlı yayıncılığa kapıların ardına kadar açılması, bunun sonucunda kamu yayıncılarının eğlenceden çok eğitim ve kültüre ağırlık veren yayın politikasını sürdürmesi – zorunluluğu- nedeniyle büyük miktarda izleyici yitirmesi, kamu hizmeti yayıncılığı pratiğinin anlamını tartışılır hale getirmiştir. Bu tartışma doğrudan kamu hizmeti yayıncılığının varlık nedeniyle ve kamu hizmeti yayıncılığının işlevi ile popüler yayıncılık arasındaki çatışmayla ilgili olmuştur (Mutlu, 2001, 54).

Yukarıda sıralanan temel nedenlerden dolayı kriz yaşayan kamu hizmeti yayıncıları, aynı zamanda globalleşen iletişim ortamının da olumsuz etkilerine maruz kalmışlardır. Bu olumsuz etkilerin başında gelir azalması gelmektedir. Çünkü artmayan gelirler, kamu yayıncılarına dijitalleşme ve kitlelere cazip gelen programlar gerçekleştirme için finansman sağlama konusunda fazla hareket imkanı vermemiştir. Örneğin, ilk ticari dijital televizyon yayını 1996 yılında Avrupa'da üç ülkede (İtalya, Fransa, Almanya) başlamışken, kamu hizmeti yayıncılığının dijital uydu yayınına girişmesi ancak 1998 – 1999 yıllarında İtalya'da gerçekleşmiştir. Sonrasında BBC'nin bu konuda çalışmaları olmuştur. Ancak BBC'nin yaşadığı zorluklar göstermiştir ki, kamu hizmeti yayıncıları bu dijital çağda zor seçimler ve destek problemleri ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Murdock, 2000, 47 – 56). Bunun neticesinde özel işletmelerin devreye soktuğu sayısız hizmet, kamu yayıncılarının konumunu zayıflatmış, izleyici paylarını ve izleyici gelirlerini düşürmüştür. Diğer yandan program maliyetlerindeki artış da, kamu yayıncılarının mali durumlarını olumsuz olarak etkilemiştir. Özellikle teknolojik gelişmeler neticesinde ortaya çıkan dijitalleşme, kamu yayıncılığının temel dayanaklarından biri olan evrensel erişim sağlama iddiasını sarsmıştır. Bu nedenle başta İngiltere olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinde de yeni düzenleyici ortam eskiden olduğu gibi kamu hizmeti yayıncılığının yanında değildir. Örneğin Avrupa Komisyonu'nun yayın politikasının altını çizen felsefe neo-liberal karakterdedir ve bu felsefe "mümkün olduğunca pazar", "gerekli olduğunda devlet" şeklinde özetlenebilmektedir (Mutlu, 2001, 71 – 72).

Bu bunalımı aşmaya çalışan kamu hizmeti yayıncıları, tüm çözüm arayışlarına ve pratiklerine karşın günümüzde, doğrudan siyasal iktidara bağımlı olmadığı takdirde tüm

dünyada büyük mali sorunlar içinde bulunmaktadır. Finansman bakımından karma bir sistemi benimsemiş olan ülkelerde, yani kamu yayıncılarının bir yandan reklamdan, diğer yandan da kamu kaynaklarından sağlanan gelirlerle varlığını sürdürdükleri ülkelerde, özel televizyonların rekabeti sonucu reklam gelirleri iyice azalan kamu televizyonları, giderek kamu kaynaklarına, dolayısıyla bu kaynakların dağıtımına karar verme yetkisi olan siyasal iktidarlara bağımlı hale gelmektedirler. Bu bağımlılık durumu ayrıca kamu yayıncılığının varlığına yönelik tartışmaları da alevlendirmektedir (Mutlu, 1999, 33). Bu süreç dahilinde kamusal hizmetlere dönük istek ve taahhüt, Batı Avrupa ve diğer birçok yerde telekomünikasyonun ve yayıncılığın tarihsel misyonu olmasına rağmen, toptan ya da kısmi olarak terk edilmiştir (Golding, 2003, 88).

### **2.1. Kamu Hizmeti Yayıncılarının Zayıf Noktası: Finansman Kaynakları**

Çeşitli Avrupa ülkelerinde kamu televizyonlarının gelirlerine bakıldığında şöyle bir yapı ile karşılaşılmaktadır: Örneğin Danimarka’da kamu televizyonu finansmanı %91 lisans ücretinden, %9 reklam ve sponsordan, Fransa’da %44 lisans ücretinden, %56 reklam ve sponsordan, Almanya’da %60 lisans ücretinden, %31 reklam ve sponsordan, Norveç’te %97 lisans ücretinden, %3 reklam ve sponsordan, İtalya’da %56 lisans ücretinden, %40 reklam ve sponsordan, İsviçre’de %71 lisans ücretinden, %28 reklam ve sponsordan, İsveç’te %94 lisans ücretinden, %6 reklam ve sponsordan, İspanya’da %13 lisans ücretinden, %75 reklam ve sponsordan, Finlandiya’da %74 lisans ücretinden, %26 reklam ve sponsordan sağlanmaktadır (Brants ve Bens, 2000, 13). Tablodan da görüldüğü gibi kamu hizmeti yayıncılarının lisans ücretlerinden elde ettiği gelir, diğer gelirlerle göre daha fazladır. Çoğunlukla tartışma da bu noktadan kaynaklanmaktadır.

1980’li yılların ortalarına kadar Batı Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığı tekel konumundaydı ve bu televizyonların başlıca gelirlerini yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi lisans ücretleri oluşturmaktaydı. Ancak 1990’lı yıllarda ticari televizyonların yayıncılık sektöründe yer almalarıyla birlikte kamu televizyonları finansman açısından zor durumda kaldılar. Çünkü bu yayıncıların bir taraftan lisans ücretleri sorgulanmaya başlanmış, diğer taraftan da reklam gelirleri için ticari televizyonlarla rekabet etmek zorunda bırakılmışlardır.

Dolayısıyla 1980’lerde kamu yayıncılık kurumlarının toplumsal iletişimdeki rolü kadar, yayıncılık sektörü içindeki konumları ve sahip oldukları ayrıcalıklar da eleştiri konusu yapılmıştır. Çünkü birçok ülkede geleneksel kamu yayıncıları, devlet tekeli kullanmak ve lisans ücreti ile devlet bütçesinden ayrılan ödeneklerden yararlanmak gibi bazı ayrıcalıklara sahip olmuştur. Devletin ekonomiye müdahalesinin hoş karşılanmadığı 1980’lerde bu ayrıcalıklar özel sektöre karşı haksız rekabet olarak algılanmıştır (Çatalbaş, 2000, 282).

Her ne kadar ayrı kulvarlarda olsalar da ticari televizyonların ortaya çıkışı, kamu yayıncılarının da izlenme oranını göz önünde bulundurmalarına neden olmuştur. Sonucun böyle olmasında özellikle iki cephenin tavrının etkili olduğu görülmüştür: Bunlardan birincisi kamu yayın kurumlarının yöneticileri, diğerleri de siyasilerdir. Bu yayın kurumlarının yöneticileri özel televizyonları yakalamak, kuralların ve standartların özel yayıncıların lehine olduğu bir oyunu kazanmak istemişler; siyasiler ise “yurttaşlar ihtiyaçlarını tam olarak karşılamayan ve kendi inisiyatifleriyle tercih etmeyecekleri hizmetlerin bedelini neden ödemek zorunda olsunlar?” diyerek, kamu yayıncılığını desteklemek amacıyla televizyon sahiplerinden alınan harçları sürekli sorgulamışlardır (Meyer, 2004, 100). Bu sorgulamaların artması, kamu hizmeti yayıncılarının gelir kaynaklarının sıkça olumsuz yönleriyle gündeme taşınmasına neden olmuştur.

Genel olarak değerlendirildiğinde, 1980’lerde kamu yayın kurumlarının belki de en zayıf noktasını finansman kaynakları oluşturmuştur. Çünkü birçok ülkede, kamu yayıncılarının lisans ücreti ya da başka kamu kaynaklarıyla finanse edilmesi, değişik kesimlerin tepkisini çekmeye başlamıştır. Zorunlu lisans ücretinin tüketicinin gerçek tercihini ortaya koymasını engelleyen; zengin - fakir ve izleyen - izlemeyen ayrımı gözetmeyen adaletsiz bir vergi olduğu, bu nedenle kamu yayıncılarının kendilerine yeni finansman olanakları yaratmaları gerektiği görüşü ortaya atılmıştır. Bu görüş neticesinde, artan maliyetler ve yükselen enflasyon gibi nedenlerle finansman



sorunları yaşayan kamu kurumları için lisans ücretlerinin yükseltilmesi yerine abone ücreti ve kanal ya da program başına doğrudan ödeme gibi seçenekler tartışılmaya başlanmıştır (Çatalbaş, 2000, 283).

Bu süreçte kamu hizmeti yayıncılarının çeşitli yönlerden baskı altında kalmaları ve bunun sonucunda bir anlamda ticari ortama adapte olma çabaları, bu yayıncıların hızla kriz ortamına sürüklenmesinde etkili olmuştur. Çünkü McChesney'in de (2006, 321 -322) ifade ettiği gibi, kamu hizmeti yayıncıları ticari yayıncıları örnek alıp, onlara benzedikçe kamudan aldığı teşviklerin meşruluğu tartışılır hale gelmiş ve medya sistemlerinde ticari işletmeler olarak muamele görmeye başlamışlardır. Dolayısıyla meşruluk tartışmaları altında kamusal kaynaklardan yararlanma olanakları azalan kamu yayıncıları ticari gelirlere daha bağımlı hale gelmişlerdir. Böylece bir zamanlar ABD'de istisna olan bu durum küresel kural haline dönüşmüştür.

Neticede hemen her ülkede kamu hizmeti yayıncılığının meşruiyeti yukarıda sayılan nedenlerden dolayı sürekli sorgulanmaktadır ama bir çıkış yolu da aranmaktadır. Dünyadaki uygulamalara bakıldığında, kamu yayıncılığını güçlendirmeye yönelik faaliyetlere daha çok Fransa, İngiltere ve İskandinav ülkelerinde rastlanmaktadır. Bu ülkelerdeki siyasi otoriteler, kamu yararını ön planda tutup iletişim özgürlüğüne zarar vermeksizin, özel sektöre lisans, mülkiyet dağılımı, vergi, küresel medya üretimi yayınlara belirli şartlar gibi çeşitli sınırlamalar getirirken, kamu yayıncılığını da siyasi ve mali olarak desteklemektedirler (Uluç, 2002, 299 – 300).

AB de kamu hizmeti yayıncılığının içine düştüğü krizden çıkabilmesi için çalışmalar yapmaktadır. Avrupa Birliği'nin kamu yayıncılığına ilişkin büyük önem taşıyan mevzuatlarının başında 1997 yılında Avrupa Birliği Tek Pazar Sözleşmesi'nin Ana Metni olarak kabul edilen "Amsterdam Protokolü" gelmektedir. Bu protokol, bir yandan üye ülkelerin kamu yayıncılığına devam etmesi için piyasa dışında gerekli kamu fonları sağlaması gerekliliğini, kamu yayıncılığının vazgeçilmez ve yaşamsal önemi nedeniyle Avrupa Rekabet Yasası'nın bir istisnası olduğu hükmünü taşımaktadır. Böylece üye ülkeler kamu fonlarını kullanmakta serbest olmaktadır. Amsterdam Protokolü, Avrupa Birliği'nin görsel / işitsel sektörde güçlenmesini özel firmalar aracılığıyla sağlamak istemesi nedeniyle kamusal yayıncılık için ayrılacak fonlara bir sınır koyarak bunların Avrupa'nın genel çıkarımı bozucu ve rekabeti engelleyici düzeyde abartılı olmamasını da hüküm altına almaktadır. Öte yandan, AB Amsterdam Protokolü, kamu hizmeti yapan kuruluşların hükümetlerden bağımsızlığını temel ilke olarak kabul etmektedir. Bu nedenle bu kuruluşlara parasal kaynak sağlanmasının temel ilkeleri olarak şeffaf, güçlü ve istikrarlı olmaları istenmektedir. AB'nin bu mevzuatındaki bir diğer ilke de aktarılacak kaynakların kamu hizmeti yayıncısına verilen kamu görevinin niteliğine göre olması gerektiğidir (Geray, 2005, 173).

Nitekim Amsterdam Protokolü'nün çıkmasından dört yıl sonra Ekim 2001'de Avrupa Komisyonu yayınladığı bir genelgeyle bu kamusal fonların nasıl ayrılacağı konusuna da açıklık getirmiştir. Buna göre, genel olarak lisans ücretleri ve her türlü parasal aktarmalar yanında, kamu yayıncısı için sağlanan indirim ve muafiyetler devlet yardımı olarak adlandırılmış ve bunlar kamu hizmetinin yerine getirilmesi için yapılması gerekli olan harcama şeklinde tanımlanmıştır. Ancak üye ülkelerin kamu hizmetini yerine getirmek için harcaacağı miktarlara ilişkin bir sınır da konmamıştır. Burada önemli bir unsur olarak, kamu yayıncısının kamu hizmetini yerine getirirken, piyasaya özel firmaların girişini de engellememesi gerektiği ifade edilmiştir (Geray, 2005, 173).

Netice itibarıyla kamu hizmeti yayıncılığını toplumda önemli bir güç haline getirmek için, öncelikle kâr amacı gütmeyen ve ticari olmayan güçlü bir medya sektörüne ihtiyaç olduğu kabul edilmelidir. Çünkü böyle bir sektör; yüksek kalitedeki çocuk programları, deneysel eğlenceler ve ticari yayıncılar tarafından yapılmayan diğer tür programlar için gereklidir. Bu tür bir sektör iyi yönetildiğinde ve iyi fonlandığında, tüm bir medya sistemi, tüm bir sosyal kültür ve tüm bir politik kültür üzerinde çaprazlama yansımaları sahip olacaktır. Nitekim medya alanındaki son

gelişmeler ise, kamu yayıncılığına yönelik ihtiyacı azaltmamakta, tersine onu her zamankinden daha gerekli bir kurum haline getirmektedir (McChesney, 2006, 324).

### **3. Türkiye’nin Değişen İletişim Ortamında Kamu Hizmeti Yayıncılığının Durumu**

Batı Avrupa’da, gerek iletişim politikaları gerekse elektronik yayıncılık alanlarında 1970’li yılların sonlarına doğru başlayan ve 80’ler boyunca devam eden dönüşüm; daha önce de ifade edildiği gibi televizyonda kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin memnuniyetsizliği ve muhalefeti de ortaya çıkarmıştır. Nitekim Fransa, İtalya, İngiltere ve Almanya’da televizyon yayıncılığı alanında devletin rolünü ve müdahalesini sınırlayan bir dizi önemli düzenleme, söz konusu ülkelerin farklılaşan yayıncılık sistemleri içinde gerçekleştirilebilmiştir. Bu bağlamda birçok alanda Avrupa’yı örnek alan Türkiye’de de aynı paralelde değişimler yaşanmıştır. 1980’li yıllarla birlikte Batı Avrupa gibi yeni bir medya ortamına adım atan Türkiye’de, ticari televizyon yayıncılığı öncesi, bu yayıncılığa zemin hazırlanmıştır. Kısacası 1990 yılına kadarki süreçte birbirini takip eden çeşitli gelişmelerle birlikte, özel televizyonların Türk yayıncılık sisteminde yer alacakları önceden bellidir. Bu koşulların yaratılmasında diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de uygulanan neo-liberal politikaların etkisi büyük olmuştur. Nitekim bu politikalar çerçevesinde dönemin lideri Turgut Özal zamanında, önceki dönemlerin aksine iletişim, artık kalkınmanın önde gelen faktörleri arasında değerlendirilmiş, öncelikli olarak ele alınmış ve neticede iletişim altyapısının modernleştirilmesine büyük yatırımlar yapılmıştır.

1980 öncesine dönüldüğünde ise Türkiye’deki iletişim ortamının tablosu şu şekildedir: Öncelikle Türkiye, 1980’li yılların başına kadar iletişim altyapısı bakımından az gelişmiş bir ülke görünümündedir. Çünkü hükümetler, 1970’li yılların başına kadar iletişim alanına yapılan yatırımları, kalkınmaya fazla katkısı olmayan önemsiz bir iş olarak görmüşlerdir. 1980’li yıllardan sonra bu durum değişmiş ve iletişim alanı öncelikli yatırım alanlarından biri haline gelmiştir. Bu süreçte iletişimi sınırlayan yasal engellerden birçoğu kaldırılmış ve yeni teknolojiler doğrudan doğruya PTT tarafından uygulamaya konulmuştur (Şahin, 2004, 61 - 62). Aslında iletişim altyapısına önceki dönemlerin aksine çok önem verilmesi ve ciddi anlamda yatırım yapılması, medya alanında geleneksel yapının yıkılacağı ve özellikle radyo – televizyon yayıncılık sisteminde önemli dönüşümlerin yaşanacağına da işaretini vermiştir.

Bu döneme kadar yayıncılık alanında tek olan TRT, dünyadaki gelişmeler paralelinde 1990’lı yıllarla birlikte tekeli kaybetmiştir ve “Türkiye’de televizyon yayıncılığında kamu tekelinin yıkılması yönündeki taleplerin eklemelendiği söylemler, Batı Avrupa’da ya da diğer ülkelerde 1980’lerin ikinci yarısından itibaren hakim olmaya başlayan değişen dünya söylemleri ile uyumlu olmuştur” (Çelenk, 2005, 185). Batı Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığının meşruiyetinin sorgulanmaya başladığı bu yıllarda, kamu yayıncısı televizyonlar için çok zor geçecek bir sürece de adım atılmıştır. Zira kamu hizmeti yayıncıları hem kimlik krizi hem de finansman sıkıntısı nedeniyle birçok sorunla baş etmek zorunda kalmışlardır. Aynı durum, ticari televizyonlar yayın hayatına başladıktan sonra TRT için de söz konusu olmuştur.

Neo-liberal politikaların Türkiye’de uygulanmasıyla birlikte bir anlamda yolu çizilen TRT’den, tıpkı BBC gibi kamu hizmeti yayıncılığı yapması istenmiş, diğer taraftan reklam pastasından daha çok pay alması, yani özel televizyonlar gibi olması beklenmiştir. Bunun için de TRT’nin daha çok izleyiciye ulaşmasının yolları aranmıştır (Cankaya, 2003, 336–338). TRT her ne kadar kamu hizmeti yayın kurumu olarak konumlandırılrsa ve reyting için yayın yapmadığı ifade edilse de, reklam için ticari kanallarla mücadele etmek zorunda bırakılmıştır. Çünkü bir yandan kamu hizmeti yayıncılığının tüm gereklerini üstlenen TRT, diğer taraftan reklam pastasının bölüşümünde tecimsel kanallarla eşit durumda bırakılmıştır (Cankaya, 2003, 305 - 306).

Finansman açısından bakıldığında, ticari televizyonlar yayın hayatına başlayana dek TRT, oldukça rahat ve mali sorunları olmayan bir kamu yayın kuruluşu görünümündedir. Çünkü TRT, tek yayın kuruluşu olarak yayın tekeli elinde tutmakta ve reklam gelirleri bütçesinin hemen hemen yarısını karşılamaktadır (Yazıcı, 1999, 54). Dolayısıyla yanlış personel politikası,

kaynakların verimsiz kullanımı, siyasi baskılar gibi olumsuzluklar olmasına rağmen, TRT için özel televizyon yayınlarının başlamasından önceki durum o kadar da kötü değildir. Çünkü çeşitli gelir kalemlerine sahip kurum aynı zamanda televizyon reklamlarında tek seçenektir ve böylece reklam pastasının tümünün sahibidir.

Ticari televizyonlarla birlikte TRT'nin lehine olan bu ortam da bozulmuştur. Çünkü rakipleri yasadışılığın yarattığı uygun ortamdan yararlanarak kurumun reklam gelirlerine ortak olmuşlar ve bu nedenle TRT ciddi anlamda finansman sorunu yaşamaya başlamıştır. Hatta TRT'nin reklamdaki payı, ticari televizyon kanallarının sayısının artmasıyla birlikte yüzde beşlere kadar düşmüştür. Örneğin, 1990 yılında TRT'nin reklam geliri 1989 yılına kıyasla, Türk Lirası olarak % 30 azalmıştır. Türkiye'deki yüksek enflasyon oranı göz önüne alındığında, TRT'nin yaşadığı mali sıkıntı daha da iyi anlaşılmaktadır.

Bu dönem içerisinde mali sıkıntının TRT'yi ticarileşmeye doğru ittiğini söylemek yanlış olmayacaktır. TRT, ticari televizyonların ilk yıllarında kendini onlardan farklı bir yerde konumlandırırsa da değişen koşullar, kurumun kamu hizmeti yayıncılığının temel felsefesinden ödün vermesi zorunluluğunu ortaya koymuştur. Güvenli bir finansman kaynağından yoksun olan kurumun tek bir çaresi kalmıştır, o da reklam gelirleri için ticari televizyonlarla reyting yarışına girmektir. Çünkü hem siyasilerin hem de kamuoyunun yalnız başına bıraktığı kurumun, meşruiyetini devam ettirebilmesi için toplumun geneline programlarını ulaştırması gerekmektedir. Buna karşılık özel televizyon yayıncılığının ilk yıllarda erotizm, sonrasında magazin ve eğlence ağırlıklı popüler yayıncılığı benimsemesi, izleyicileri cezbetmişti. Neticede TRT'nin rakiplerine kaptırdığı izleyicilerini alabilmesinin en önemli yolu olarak da, onlarla reyting yarışına girmesi görülüyordu ve TRT de bu yolu deneyerek özellikle 2000'li yıllarda reyting yarışında yer aldığı defalarca göstermiştir.

Özetle, TRT bu yayıncılık sistemi içerisinde sıkıntılı bir sürece girmiştir. Ticari yayıncılığa kadar tekel konumunun getirdiği birtakım avantajlardan yararlanan kurum, dönüşen bu medya ortamında hem lehine olan işleyişi kaybetmiş hem de tekrar eleştirilerin merkezine oturmuştur. Kuruluşundan bu yana çeşitli yönlerden eleştirilen TRT'nin, ticari yayıncılık ortamında finansman kaynakları da sorgulanmaya başlanmıştır. Bu süreçte kurumun, hem siyasiler hem de toplum tarafından desteklenmeyip, böyle bir iletişim ortamında tek başına bırakılması ise dikkat çekicidir.

### 3.1. Kamu Hizmeti Yayıncısı TRT'nin Tartışılan Gelirleri: Elektrik Payı ve Bandrol Ücretleri

TRT'nin kamu hizmeti yayıncılığı yapan bir kurum olması, bu kurumun çeşitli yönlerden sürekli eleştirilmesine neden olmuştur. Bu eleştiri başlıklarından en çok gündeme getirileni ise TRT'nin gelir kaynaklarıdır. Genel olarak bakıldığında, kamu yayın kuruluşlarının finansman kaynaklarını, yayın bedelleri (radyo-televizyon cihazlarından alınan ruhsat ücretleri, elektrik enerji payı, gelir vergisinden alınan pay gibi kamu yayıncılığında kullanılacak her türlü ücret, vergi ve diğer kamusal yükümlülükler), genel bütçeden aktarılacak pay, fonlar, sübvansiyonlar ve reklam/ sponsor gelirleri ve görsel-ışitsel ürünlerin satışından elde edilecek diğer ticari gelirler olarak üç başlık altında toplamak mümkündür. Kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında hiçbir ülkede tek kaynağa dayanılmamakta; çoğunlukla karma bir finansman modeli uygulanmaktadır. Nitekim TRT'nin mali kaynakları ise, yayın bedelleri ve ticari gelir olmak üzere iki kalemden oluşmaktadır.

3093 sayılı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Gelirleri Kanunu'nun 2. maddesinde kurumun gelirleri; radyo, televizyon, video ve birleşik cihazlardan tahsil edilecek ücretler, elektrik enerjisi hasılatından bu kanuna göre ayrılacak paylar, genel bütçeden yapılacak katkılar, radyo ve televizyon vasıtasıyla yapılan her çeşit ilan ve reklam ile faaliyet gelirleri, film, bant, plak, nota, dergi, kitap ve benzerlerinin yapım, yayın ve satışından elde edilecek gelirler, radyo ve televizyonla ilgili her türlü ticari işlemler ve ortaklıklardan elde edilecek gelirler, düzenlenecek konser, temsil ve benzeri programlara giriş ücreti ve bu yerlerde yapılacak ilan ve reklamdan

elde edilecek gelirler, yapılacak her türlü bağış, yardım ve diğer gelirler olarak sıralanmaktadır (<http://www.trt.net.tr>, Erişim Tarihi: 13 Ekim 2012)

TRT’nin sıralanan bu gelir kalemlerinden özellikle elektrikten aldığı pay ile radyo, televizyon, video ve birleşik cihazlardan tahsil ettiği bandrol ücretleri eleştirilmekte ve bu gelirler üzerinden TRT’ye yüklenilmektedir. Bu iki gelir kalemi son dönemlerde sıklıkla gündeme getirilerek TRT’nin kamunun üzerinde büyük bir yük olduğu vurgusu yapılmaktadır. Ticari televizyonların yayın hayatına başladıkları ve yaygınlaştıkları 1990’lı yıllar ile 2000’li yıllar göz önüne alındığında finansman kaynakları açısından TRT’nin durumu şu şekilde özetlenebilir:

1990’lı yıllar boyunca TRT merkezli tartışmaların odağını öncelikle elektrik faturaları üzerinden alınan TRT payı oluşturmuştur. Nitekim bu tartışmalar esnasında TRT’ye yönelik bir karşı duruşun olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Zira elektrikteki TRT payının söz konusu olduğu durumlarda, özellikle sanayicilerin, çeşitli meslek örgütlerinin ve diğer kuruluşların TRT’ye yönelik ağır eleştirileri ve siyasilere verdiği destek, gazete sayfalarında sıklıkla yer almıştır. Bu ağır eleştirilerin gerekçeleri arasında ise; TRT’nin hantal yapısı, fazla personeli, özel televizyonlarla rekabet edememesi ve bu yüzden reklam gelirlerini yitirmesi vs şeklindeki gerekçeler göze çarpmaktadır. Bu yönüyle TRT’nin sanayicisinden vatandaşına kadar her kesimin üzerinde mali bir yük olduğu vurgusu yapılmaktadır<sup>2</sup>.

1990’lı yıllarda TRT’nin finansman sorununu, gelir kaynaklarını ve harcamalarını konu alan çok sayıda haber bulunmaktadır. Kurumun 90’lı yıllar boyunca mali kriz içinde bulunduğu, bu krizin özel televizyonların yayın hayatına başlamasıyla daha da derinleştiği aşikârdır. Zira bu dönem içerisinde gazetelerdeki haberlerde, bu duruma atıf yapılmakta ve TRT’nin özel televizyonlarla birlikte popülaritesini kaybettiği ve mali sıkıntı içerisine düştüğü vurgulanmaktadır. Ancak, yazılı basın tarafından TRT’nin bu mali sıkıntıdan nasıl kurtulacağına yönelik bir çözüm önerisi sunulmamakla birlikte, haberlerde sürekli kurumun kamu kaynaklarını israf ettiği yönündeki ifadeler dikkati çekmektedir. Böylece TRT savurgan, israfçı bir kurum imajı ile kamuoyuna sunulmaktadır.

Bu ortamda TRT’nin durumuna bakıldığında ise, kurumun bu tartışmalar arasında tek başına bırakıldığı ve TRT’ye bir anlamda sahip çıkılmadığı görülmektedir. Zaten haberlerin hiçbirinde TRT’nin kamu hizmeti yayıncılığı yaptığı, bu nedenle ticari kanallardan farklı olduğu ve bunun için böyle bir payın alınmasının gerekliliği üzerinde durulmamıştır. Netice itibariyle, TRT kamu hizmeti yayıncısı olarak kamu için yayın yapmasına karşın, tartışmaların da gösterdiği gibi kamuoyu tarafından bir türlü benimsenememiştir. Hatta TRT’nin reklam gelirleri için özel televizyonlarla rekabet etmesi gerektiğinin altı sürekli çizilmiştir. Bu noktadan hareketle kamuoyununun TRT’yi, bir kamu hizmeti yayıncısı olarak konumlandırmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

2000’li yıllara gelindiğinde TRT’nin elektrikten aldığı pay üzerine yürütülen tartışmaların devam ettiği görülmektedir. 2003 yılında TRT açısından olumsuz bir gelişme yaşanmış ve kurumun elektrik faturaları üzerinden aldığı enerji payı yüzde 3,5 iken, bu yıldan itibaren oran yüzde 2’ye düşürülmüştür. Bu gelişme neticesinde TRT mali açıdan daha da zor durumda kalmıştır. TRT gelirlerinin %70’ini oluşturan elektrik faturalarından yapılan kesinti oranının düşürülmesindeki sessizliği Bek (2003, 252), TRT’nin toplumdaki destek görememesine bağlamaktadır. Bek’e göre, bu destek eksikliğinde neo-liberal kabullerin yanı sıra TRT içeriğinin toplumun farklılığını yansıtmamasının ve gerçek anlamda bir kamu hizmeti kanalı olmayışının da etkisi büyüktür.

<sup>2</sup> 90’lı yılların sonunda özellikle elektrikteki TRT payının arttırılacağına ilişkin çok sayıda haber yapıldığı görülmektedir. Nitekim elektrikte TRT payının artırılmasına ilişkin çalışmalar ve çeşitli kurumlar ile sanayi örgütlerinin bu çalışmalara ilişkin sert eleştirileri günlerce gazete sayfalarında yer almıştır. Örneğin “TRT’ye pay verilirse Telekom’un değeri düşer” (<http://www.hurriyet.com.tr/>, 23 Aralık 1997), “Demir-Çelik’te TRT Payı’ isyanı” (<http://www.hurriyet.com.tr/>, 23 Şubat 1998), “Elektriğe TRT zammı kapıda” (<http://www.hurriyet.com.tr/>, 28.05.1998), “İTO’dan TRT payına itiraz” (<http://www.zaman.com.tr/>, 30 Mayıs 1998), “İşverenlerin TRT isyanı” (<http://www.zaman.com.tr/>, 20 Ocak 1999) başlıklı haberlerde hep TRT’nin elektrikten aldığı payın artırılmasına ilişkin çalışmalara yönelik tepkiler verilmiştir.

Sonuçta ne zaman elektrikteki TRT payı gündeme gelse; sanayicilerin, siyasetçilerin ve devletin diğer kuruluşlarının bu payın kaldırılması yönündeki taleplerini haklı göstermek için TRT'nin şişkin kadrosuna, izlenme oranının düşüklüğüne, özel televizyonlarla rekabet edememesine vs atıfta buldukları görülmektedir. Böylece TRT'nin bazı yönlerden olumsuz imajı gündeme getirilerek, kamuoyu oluşturulmaya çalışılmıştır. Nitekim “seyredilmeyen bir televizyon için neden ücret ödeyelim” cümlesi bu yıllarda her kesim tarafından dile getirilmiştir.

Bu bakış açısının gazete sayfalarına yansması ise “*Elektrik faturalarından para yağıyor!*” (21 Aralık 2011, <http://haber.gazetevatan.com>)<sup>3</sup>, “*TRT'ye elektrik faturalarından para yağıyor*” (21 Aralık 2011, <http://www.hurriyet.com.tr>)<sup>4</sup>, “*Elektrik faturaları TRT'yi zengin etti*” (21 Aralık 2011, <http://ekonomi.milliyet.com.tr>)<sup>5</sup> “*TRT elektrik olup çarptı!*” (21 Aralık 2011, <http://ekonomi.haberturk.com>) “*32 milyon abone ona çalışıyor...*” şeklindeki manşetlerle ya da ifadelerle olmuştur.

Son dönemde TRT'nin gelirleri üzerinden yürütülen tartışmalara yeni bir başlık olarak bandrol ücretleri de eklenmiştir. Basının sıklıkla bu konuyu olumsuz yöndeki manşetlerle kamuoyuna duyurduğu görülmektedir. Bu haberlerin içeriğinde ise her geçen gün kanal sayısını artıran TRT'nin bunlara paralel olarak masraflarının da arttığı, bu yüzden kurumun kendisine yeni gelir kapıları açmaya çalıştığı ifade edilmektedir. Bu yöndeki haberlerin detaylarına bakıldığında hemen hepsinde aynı konulara vurgu yapıldığı dikkati çekmektedir. Haberlerde ayrıntılarla TRT'nin reklamlardan, elektrikten, bandrol ücretlerinden ve diğer ticari eylemlerden ne kadar kazandığı yazılmaktadır. Bu haberlerde dikkat çeken bir diğer ayrıntı da TRT'nin yapısı, işleyişi, personel sayısı ve gelirleri açısından önce BBC, sonra da diğer ticari televizyonlarla kıyaslanmasıdır. TRT'nin bu iki kalemden elde ettiği gelire karşılık, hiç bir özel televizyonun reklam gelirinin vatandaşın cebinden TRT'ye aktarılan bu kaynaklara yaklaşmadığı söylenmektedir. Yapılan bu değerlendirmelerle nihai faturanın hep vatandaşa çıkarıldığı ifade edilmektedir.

Bu yönde yapılan haberlerin dikkat çekici manşet ya da ifadeleri şu şekildedir: Örneğin “*Haraç gibi TRT zammı!*” başlıklı bir haberde “*TRT, kanal sayısını artırıp masraflarını fazlalaştırınca; daha çok gelir sağlamak için kendisine yeni gelir sağlama yolu buldu. TRT, üzerine radyo veya TV alıcısı eklenen her türlü elektronik ürüne bandrol satarak, kendisine yeni gelir kaynağı yaratacak... Eskiden ürünün üstündeki alıcının bedeline dayalı olarak alınan bandrol ücreti, artık ürün bedelinin tamamından ödenmesi gerekecek. Bu durum birçok ürüne zam olarak yansıtılacak ve nihai fatura vatandaşa kesilecek*” (23 Ekim 2009, <http://www.radikal.com.tr>) ifadeleri kullanılmıştır.

“*TRT payı, koşu bandına bile girdi, Bakan, 'Ekonomik gerek' savunması yaptı*” (24 Ekim 2009, <http://arama.hurriyet.com.tr>) başlığıyla verilen haberde ise “*...Yeni düzenlemeyle birlikte, yılda TRT'ye bandrol adı altında aktarılan kaynak yaklaşık 400 milyon TL'yi bulacak. Yıllık reklam geliri 32 milyon TL olan TRT, 400 milyon TL'lik bu yeni kaynak akışıyla gücünü artıracak...*” denilmektedir.

<sup>3</sup> Bu haberin içeriği şöyledir: “*...Kurumun 2010 faaliyet raporunda yer alan bilgilere göre TRT, geçen yıl her elektrik faturasından kesilen yüzde 2'lik kaynaktan 547 milyon lira gelir elde etti. Televizyon ve radyo satışı sırasında bandrol geliri olarak TRT'ye aktarılan kaynak ise 465 milyon lirayı buldu. Yani TRT, sadece geçen yıl 1 milyar liralık geliri bu iki kalemden elde etti...*”

<sup>4</sup> Bu haberin içeriğinde şu bilgilere yer verilmiştir: “*TRT, tek başına vatandaşın cebinden 1 milyar TL'yi cebine koyarken herhangi bir özel kanallar bu rakamı tek başına reklam geliri olarak bile elde edemiyor... Pazarda birinci olan Kanal D ve ilk sıralarda yer alan Star TV'nin bu pastadan aldığı pay 746 milyon lira civarında. 1.9 milyar liradan bu iki kanal hariç geriye kalan 1.2 milyar lirayı ise TRT de dahil 258 kanal paylaşıyor. Elbette bu rakamın yüzde 75'lik büyük bölümü en çok izlenen 5 kanala gidiyor. Oysa TRT elektrik faturaları kanalıyla cebimizden kasasına 547 milyon lira, televizyon bandrolleri ile de 465 milyon lira koydu...*”

<sup>5</sup> Bu haberdeki TRT'nin gelirlerine yönelik dikkat çekici ifadeler şu şekildedir: “*TRT geçen yıl elektrik faturalarından ve bandrol gelirlerinden aktarılan toplam kaynak 1 milyar lirayı aştı. Toplam gelirleri içinde bandrol ve elektriğin payı % 69'u bulan TRT'nin reklam geliri ise sadece yüzde 3...Dünya medya devlerine bile taş çıkartıyor... 32 milyon aboneden TRT'ye para akıyor....*”

“TRT’den yeni gelir kapıları! TRT’ye para yağıyor” başlıklı bir başka haber “TRT’ye geçen yıl elektrik faturalarından ve bandrol gelirlerinden aktarılan toplam kaynak 1 milyar lirayı aştı. Toplam gelirleri içinde bandrol ve elektriğin payı yüzde 69’u bulan TRT’nin reklam geliri ise sadece yüzde 3... Türkiye’nin ulusal kanalı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na (TRT) ‘elektrik faturaları ve bandrol’den para yağıyor” (21 Aralık 2011, <http://www.odatv.com>) şeklinde verilmiştir.

“TRT, yeni dizilerinin sponsorunu yolda buldu” (12 Aralık 2009, <http://www.hurriyetoto.com.tr>), “TRT vatandaştan BBC aboneden kazandı” (28 Ekim 2009, <http://www.tuketiciler.org>) dikkat çeken diğer manşetler arasındadır.

Kendisine yönelik bu tür haberlerin yoğunlaşmasıyla birlikte TRT de kendisini savunma adına yazılı bir açıklama yapmıştır. Bu açıklamada da “TRT’den ‘TRT payı’ açıklaması” (21 Aralık 2011, <http://www.haber7.com>), “TRT’den ‘bandrol ücreti’ açıklaması” (15 Şubat 2011, <http://www.medyatava.com>) manşetleriyle haber yapılmıştır. Haberlere yansıyan bu açıklamalarda TRT’nin, tarihinin en düşük gelir oranlarıyla bütçesini finanse ettiği, asılsız ithamlar ve yalan beyanlarla yıpratılmak istendiği, genel bütçeden hiç bir kuruluş almayarak tüm giderlerini kendi gelirleriyle sorunsuzca karşılamaya devam ettiği vurgulanmaktadır.

Neticede haberlere yansıyan şikayetlerden, TRT’nin toplumun sırtında bir yük olarak görüldüğünü söylemek yanlış bir tespit olmayacaktır. Tartışmaların odağındaki kurum olan TRT ise, bu konuda 1990’lı yıllarda olduğu gibi yine yalnız başına bırakılmıştır ve kamuoyundan da destek görmemiştir. Haberler bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde; siyasilerin, vatandaşların ve basının, TRT’yi bir kamu hizmeti yayıncısı olarak konumlandırmadıkları, aksine özel televizyonlarla eşit görerek, elektrikteki TRT payını ve bandrol ücretlerini sürekli sorguladıkları görülmüştür.

### **Sonuç**

1980’li yıllara kadar yayıncılık sistemi içerisinde başat konumda olan kamu hizmeti yayıncılarının, bu dönemle birlikte tekelleri sona ermiştir. Ticari televizyonların ardı ardına yayın hayatına girmeleri ve 1990’lı yıllarda yaygınlık kazanarak küresel bir güç haline gelmeleri neticesinde kamu hizmeti yayıncıları için zor günler başlamıştır. Meşruiyetleri sorgulanan, kamu hizmeti yayıncılığı felsefesinden ödün vermeleri istenen, ticari televizyonlarla kıyaslanan bu kurumlara yönelik eleştirilerin başında finansman konusu gelmektedir. Bu süreçte kamunun fonlaması esasına dayanan kamu hizmeti yayıncılarının gelir kalemleri sürekli gündeme taşınarak bu kurumların ticari sisteme eklemlenmeleri istenmiştir. Bu amaç çerçevesinde çok sayıda televizyon kanalının bulunduğu bir iletişim ortamında kamunun neden kamu hizmeti yayıncıları için para ödemek zorunda kaldığı sorusu sıklıkla dile getirilmiştir.

Çeşitli ülkelerdeki kamu hizmeti yayıncılarının yaşadıkları bu sıkıntıları, 1990’lı yıllarda TRT de yaşamaya başlamıştır. Ticari televizyonların medya alanında yerlerini almalarıyla birlikte, o döneme kadar pek gündeme getirilmeyen TRT’nin finansman kaynakları yoğun bir şekilde eleştirilmiştir. TRT’nin özellikle elektrik faturaları üzerinden aldığı pay ile radyo, televizyon, video ve birleşik cihazlardan tahsil ettiği bandrol ücretleri sürekli kamuoyunun gündemine olumsuz yönleri ön plana çıkarılarak taşınmıştır. Bu konuda yapılan haberlerde TRT’nin her kesim üzerinde mali bir yük olduğu, vatandaşın cebinden aktarılan parayla ayakta kaldığı ifade edilmiştir. Bu tür haberlerde TRT, kamu kaynaklarını israf eden, gerçekleştirdiği her yeni atılımda bile vatandaşın üzerindeki mali yükü daha da ağırlaştıran bir kurum imajı ile sunulmuştur.

Sonuçta, gelirlerine yönelik yapılan bu eleştirilerden hareketle bir kamu hizmeti yayıncısı olan TRT’nin kendisini kamuoyuna yeterince tanıtamadığı, kamu hizmeti yayıncılık felsefesini benimsetemediğini ve bu nedenle de kamu tarafından desteklenmediğini söyleyebilmek mümkündür. Bunların yanı sıra son dönemde TRT’nin ticari ortama eklemlenmeye çalıştığı, izleyicisini müşteri gibi görmeye başladığı, ticari televizyonlarla reyting ve reklam yarışına

girdiği açıkça görülebilmektedir. Elde edilen ve ortaya konulan bu verilerden hareketle, TRT'nin yayıncılık sistemi içerisinde kendisini nereye, ne şekilde konumlandığı konusu da tartışmalıdır. TRT'yi bu yayıncılık sistemi içerisinde önemli ve tek kılan özellik, bilindiği gibi "kamu hizmeti yayıncısı" olmasıdır. TRT'nin bu süreçte üzerine düşen görev ise, kamuoyunda yaşanan tartışmaları dikkate alarak, izleyicisinin gözünde meşruiyetini devam ettirmektir.

## KAYNAKÇA

- Bek, M. G. (2003). Küreselleşme, Ulus-Devlet ve İletişim: Avrupa Birliği’nin Türkiye’deki İletişim Politikalarına Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme. M. G. Bek (Der.). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları* (s. 237 – 286). Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Brants, K. ve Bens, E. D. (2000). The Status Of TV Broadcasting In Europe. J. Wieten, G. Murdock vd. (Edit.). *Television Across Europe* (s. 7-22). London: SAGE Publications.
- Cankaya, Ö. (2003). *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000*, İstanbul: YKY.
- Colás, A. (2008). Neoliberalizm, Küreselleşme ve Uluslararası İlişkiler. A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve Tuncel Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhafif Bir Seçki* (s. 123- 139). İstanbul: Yordam Kitap.
- Çaplı, B. (2001). *Televizyon ve Siyasal Sistem*. (2. bs.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Çatalbaş, D. (2000). Kamu Hizmeti Yayıncılığı Kurtarılmalı mıdır?: Yeni Milenyumda Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT’nin Konumu. *Siyasal İletişim İletişim Dergisi Yayınları 3-5 Mayıs 2000 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri* (s. 281-291). Ankara: G.Ü. İletişim Fakültesi Basımevi.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Duménil, G. ve Lévy, D. (2008). Neoliberal (Karşı) Devrim. A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve T. Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhafif Bir Seçki* (s. 25-41). İstanbul: Yordam Kitap.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Geray, H. (2005). Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Ekonomisi. F. Başaran ve H. Geray (Der.). *İletişim Ağlarının Ekonomisi Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet* (s. 159-176). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Golding, P. (2003). Küresel Köy mü Kültürel Yağma mı? İletişim Devriminin Eşitsiz Mirası. R. W. McChesney, E. M. Wood ve J. B. Foster (Edit.). *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı* (s. 85-105). Ankara: Epos Yayınları.
- Hills, J. (2003). ABD’nin Kurallarıyla... Okey mi? 1940’lardan Günümüze Telekomünikasyon. R. W. McChesney, E. M. Wood ve J. B. Foster (Edit.). *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı* (s. 121-148). Ankara: Epos Yayınları.
- Humphreys, P. J. (1996). *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester – UK: Manchester University Press.
- Kaya, A. R. (2009). *İktidar Yumağı*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Keane, J.(2002). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri. S. İrvan (Der.). *Medya, Kültür, Siyaset*. (2. bs). Ankara: Alp Yayınevi.
- McChesney, R. W. (2003). *Küresel İletişimin Politik Ekonomisi*, R. W. McChesney, E. M. Wood ve J. B. Foster (Edit.). *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı* (s. 7-38). Ankara: Epos Yayınları.
- McChesney, R. W. (2006). *21. Yüzyılda İletişim Politikaları Medyanın Sorunu* (Ç. Çıdamlı vd.,Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.



- MacEwan, A. (2008). Neoliberalizm ve Demokrasi: Piyasa İktidarına Karşı Demokratik İktidar. A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve T. Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhalif Bir Seçki* (s. 282-292). İstanbul: Yordam Kitap.
- MacGregor, S. (2008). Refah Devleti ve Neoliberalizm. A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve T. Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhalif Bir Seçki* (s. 236-247). İstanbul: Yordam Kitap.
- Martin, H. P. ve Schumann, H. (1997). *Globalleşme Tuzağı* (Ö. Saatçi Karadana ve M. Kahraman, Çev.). Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Meyer, T. (2004). *Medya Demokrasisi (Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir)* (A. Fethi, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Munck, R. (2008). Neoliberalizm ve Siyaset, Neoliberalizmin Siyaseti. A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve T. Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhalif Bir Seçki* (s. 106-122). İstanbul: Yordam Kitap.
- Murdock, G. (2000). Digital Futures: European Television In The Age Of Convergence. J. Wieten, G. Murdock vd. (Edit.). *Television Across Europe* (s. 35-57). London: SAGE Publications.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.
- Mutlu, E. (2001). Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali?, D. B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk ve G. Adaklı (Der.). *Medya Politikaları* (s. 23-78). Ankara: İmge Kitabevi.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Palley, T. I. (2008). Keynesçilikten Neoliberalizme: İktisat Biliminde Paradigma Kayması, A. Saad-Filho ve D. Johnston (Haz.). Ş. Başlı ve T. Öncel (Çev.). *Neoliberalizm Muhalif Bir Seçki* (s. 42-58). İstanbul: Yordam Kitap.
- Perraton, J., Goldblatt D.vd. (2006). Küreselleşen Bir Dünyada Ekonomik Aktivite. K. Bülbül (Edit.). N. Demirci (Çev.). *Küreselleşme Okumaları* (s.1-24). Ankara: Kadim Yayınları.
- Savran, S. (1998). Yeni Dünya Düzen(sizli)ği, Küreselleşme, Özelleştirme. A. Soyer (Haz.). *Yeni Dünya Düzeni ve Özelleştirmeler* (s. 7-19). Ankara: Türk Tabipleri Birliği.
- Shutt, H. (2003). *Yeni Bir Demokrasi* (M. Tekçe ve B. Gürsu Nomer, Çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri* (G. Orhon ve B. E. Aksoy, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Şahin, H. (2004). *İletişimde Karavanadan Kafeteryaya*. İstanbul: Dünya Yayıncılık.
- Taylor, L. ve Willis, A. (1999). *Media Studies: Texts, Institutions and Audiences*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- TRT, Erişim: 13 Ekim 2012, <http://www.trt.net.tr>
- Uluç, G. (2002). Medya Yapılarının Küreselleşmesi. *Doğu Batı*. Yıl: 5, Sayı: 18, s. 289 - 303.
- Wallerstein, I. (2006). Kalkınmacılık ve Küreselleşmeden Sonrası Ne?. K. Bülbül (Edit.). Y. O. Kavuncu (Çev.). *Küreselleşme Okumaları* (s.127-157). Ankara: Kadim Yayınları.
- Yazıcı, A. N. (1999). *Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

<http://www.hurriyet.com.tr>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.milliyet.com.tr>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.haber7.com>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.medyatava.com>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.odatv.com>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.tuketici.org>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.radikal.com.tr>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://www.zaman.com.tr>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://haber.gazetevatan.com>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.

<http://ekonomi.haberturk.com>, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2012.