

GÖRSEL-İŞİTSEL İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜNDE TEKEL VE OLİGOPOL SORUNUNA GENEL BİR BAKIŞ

*An Overview of the Issue of Monopolies and Oligopolies regarding the
Freedom of Audio-Visual Communication*

Can AZER*

ÖZET

Günümüzde görsel-işitsel iletişim özgürlüğü, ifade özgürlüğünü kullanmanın en yaygın ve etkin yollarından biridir. Görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün en etkin olarak kullanıldığı alan ise radyo ve televizyondur. Radyo ve televizyon yayıncılığı, kitle iletişim alanının en önemli ve en yaygın aracı konumundadır. Dördüncü kuvvet de denilen bu iletişim alanının önünde duran en büyük engel ve tehlikelerden birisi, tekelleşme ve oligopolleşmedir. İşte bu çalışmada ilk olarak görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün ne olduğu konusuna değinilecek, daha sonra ise söz konusu özgürlüğün kullanılmasını engelleme riski taşıyan tekelleşme ve oligopolleşme konuları üzerinde durulacaktır.

* Doğu Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Görevlisi. (canazer79@yahoo.com, can.azer@emu.edu.tr).

Anahtar Sözcükler: Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, Tekel, Oligopol

ABSTRACT

Today, the freedom of audio-visual communication is one of the most effective and common ways of exercising the freedom of speech. Radio and television are two areas in which the freedom of audio-visual communication is achieved (practised) most effectively. Radio and television broadcasting is the most important tool to provide communication between different communities. The existence of an oligopoly or monopoly in the communications sector is one of the greatest obstacles to this area of freedom and this sector, which is accepted as the 'fourth force.' This article will focus on the concept of the freedom of audio-visual communication and will subsequently examine the possible risks created by monopolies and oligopolies in this sector for the freedom of audio-visual communication.

Keywords: The freedom of audio-visual communication, Monopoly, Oligopoly

Giriş

Sosyal bir varlık olan insan, konuşma ve düşünme yetisiyle diğer tüm canlılardan ayrılır. İnsanın diğer bir özelliği de, toplu yaşam isteğidir. İşte, toplu halde yaşama ve daha fazla kişiye ulaşma isteği, kişinin doğayla ve diğer insanlarla ilişki kurmasını gerektirir ki, bunu sağlamanın yegane yolu da iletişimdir.

Günümüzde radyo ve televizyon en etkili ve en yaygın iletişim araçlarının başında gelmektedir. Gerek kolay erişilebilirliği, gerekse insanlar üzerindeki etkisinin kuvveti, radyo ve televizyonu kitle iletişim araçları arasında önemli bir yere sahip kılmıştır.

Bu noktada önemli olan, bireylerin bu önemli iletişim olanağından ne derece yararlanabileceğidir. Bu bize, aynı zamanda, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün kullanılabilirlik derecesini de gösterecektir.

Bu çalışmada, ilk olarak, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün teorik olarak ne anlama geldiği açıklandıktan sonra, günümüzde genelde ifade özgürlüğünün özelde ise görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün önündeki en büyük engellerden biri olan tekelleşme ve oligopolleşme üzerinde durulacaktır. Bu yapılırken de, özellikle ciddi boyutlara ulaşan oligopolleşmenin nedenleri ve sonuçları üzerinde durulacak ve bunun önüne geçilebilmesi amacıyla bir takım önerilerde bulunulacaktır.

I. Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü

Günümüzde tekelleşme ve oligopolleşme riskiyle hiç olmadığı kadar yüz yüze kalan görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün tam olarak anlaşılabilmesi için, ilk olarak söz konusu özgürlük ile ilgili olan kavramlar üzerinde durup, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün tanımı ve unsurlarına değinmek gerekmektedir.

1. Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü ile İlgili Kavramlar

Görsel-işitsel iletişim özgürlüğü ile zaman zaman iç içe geçmiş bir şekilde kullanılan kavramlar, ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve iletişim özgürlüğüdür. Şimdi kısaca bunlara bakılacak olursa:

A. İfade Özgürlüğü

İfade özgürlüğü, her insanın, serbestçe, hiçbir baskı ve sınırlama altında kalmadan, her türlü düşünce ve bilgiyi arayıp bunlara ulaşabilmesi, düşünce ve kanaatlerinden dolayı kınanmaması, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanmaması ve bunları tek başına ya da başkalarıyla birlikte çeşitli yollarla yayabilmesi olarak tanımlanmaktadır¹. İfade özgürlüğü, temel insan haklarından ve bir çok özgürlükle de iç içe geçmiş bir konumdur. Bilim ve sanat özgürlüğü, iletişim özgürlüğü,

¹ Tanör, s. 78.

toplanma, dernek kurma, seçme ve seçilme gibi hak ve özgürlükler, ancak ifade özgürlüğünün var olduğu bir ortamda anlam kazanırlar.

Gelişen teknoloji sayesinde insanlar, her geçen gün, ifade özgürlüğünü kullanmada değişik araçlardan faydalanmaktadırlar. Özellikle, son yarım yüzyıldaki teknolojik gelişmeler neticesinde, radyo ve televizyon da, ifade özgürlüğünün kullanılmasında son derece önemli ve etkili araçlar haline gelmişlerdir. Bunun böyle olması, toplumda kanaat oluşumu ve kamusal tartışmanın sağlanması için gerekli olan ifade özgürlüğünün görsel-ışitsel iletişim araçları vasıtasıyla kullanılmasını gerektirmektedir².

Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, temelde ifade özgürlüğüne hizmet eden, ifade özgürlüğünün radyo ve televizyon vasıtasıyla kullanılmasını öngören bir özgürlüktür. Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün varlığının ilk koşulu, ifade özgürlüğünün varlığıdır³. Ancak, bu iki özgürlük, birbirini tamamlar gibi görünse de, kullanılış biçim ve araçlarına göre, farklı hukuksal düzenlemelere tâbidir.

B. Basın Özgürlüğü

Yazılı basın, tarihi süreç içerisinde bilinen ilk modern kitle iletişim aracı olması nedeniyle, iletişim özgürlüğünün ilk biçimi, basın özgürlüğüdür⁴. Ancak, gelişen teknoloji sayesinde, yazılı basın, tek kitle iletişim aracı türü olarak kalmamıştır. Görsel-ışitsel iletişimin de dahil olduğu yeni kitle iletişim türleri ortaya çıkmıştır. Bu durumda, basın özgürlüğünün ve görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün ifade özgürlüğü çerçevesinde korunması, her iki özgürlüğün aynı çerçevede mi, yoksa farklı düzenlemelerle mi korunması gerektiği tartışmasını yaratmıştır⁵.

Doktrinde, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü ile basın özgürlüğünün, ayrı birer özgürlük türü olarak düzenlenmesi gerektiği konusunda görüş birliği mevcut değildir. İki özgürlüğün farklı düzenlemelere tabi

² İlal, s. 61.

³ Özek, s. 205,225.

⁴ Mumcu, s. 20-21; Öztürk s. 73; Kaya, s. 4; Işık, s. 43.

⁵ Bu konudaki tartışmalar için bkz., Uzeltürk, s. 206.

tutulması gerekmediğini savunan görüşe göre, televizyon ve radyonun, yazılı basından herhangi bir farkı yoktur. Ancak bu alan, yazılı basına nazaran yeni bir alan olduğu için, farklı bir alan olarak kabul edilmekte ve düzenleme gereği duyulmaktadır⁶. Doktrinde bu konuda henüz bir görüş birliği sağlanamamış olsa dahi, basın özgürlüğü ile görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün farklı yapıları dolayısıyla da farklı düzenlemelere tabi özgürlükler olmaları gerekmektedir. Yazılı basın, kağıt üstüne basılan, bağımsız ya da ayrı nüshalar halinde dağıtılıp yayılan iletişim araçlarını kapsar. Oysa, görsel-ışitsel iletişim araçları, teknoloji yoluyla, genel ve sürekli bir bildirim ağı yaratmaktadır⁷. Görüldüğü üzere her iki iletişim türünün, tanımları itibarıyla bile farklı oldukları ortaya çıkmaktadır.

Basın özgürlüğü, duygu, düşünce, bilgi ve kanıların kural olarak hiçbir sınırlamaya tabi tutulmaksızın öğrenilmesi ve yazılı basın yoluyla yayılması anlamına gelmektedir. Basın özgürlüğü, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü ile birlikte iletişim özgürlüğünün bileşenlerinden birisidir. Aynı zamanda, her iki özgürlüğün kullanılması da sonuç itibarıyla ifade özgürlüğünün kullanılmış olması anlamına gelir. Fakat, her iki özgürlüğün, iletişim ve ifade özgürlüğü gibi ortak buluşma noktalarının olması, bunların aynı kurallara, aynı rejime tabi olacakları anlamına gelmez. Basın özgürlüğü ve görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü farklı yapılara sahiptirler.

İlk farklılık; özgürlüklerin isimlerinden de anlaşılacağı gibi, basın özgürlüğünün yazılı basınlara, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün ise görüntülü ve sesli iletişimle ilgili olmasıdır. Bu farklılık, bizi birtakım sonuçlara götürmektedir. Öncelikle, son yıllarda gelişen teknoloji sayesinde çok sıkıntı yaratmıyor gibi gözükse de, radyo ve televizyon yayınları için kullanılan frekanslar sınırlıdır⁸. Dolayısıyla, sınırlı olan bu frekansların görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarına dağıtımı, tahsis edilmesi veya kullanılması için ruhsat verilmesi belli kurallar dahilinde

⁶ Uzeltürk, s. 207.

⁷ Gevgilili, s. 217.

⁸ Öngören, s. 21; Kaboğlu, s. 287; Uzeltürk, s. 509.

yapılmaktadır. Bu durum, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesinin 1. fıkrasında da radyo, televizyon ve sinema işletmelerinin izin rejimine tabi tutulabileceği şeklinde belirtilmektedir. Basın özgürlüğünü kullanmada ise böyle bir sorun ve sınırlama söz konusu değildir. Ayrıca, görüntülü ve sesli iletişimde kullanılan görsel-ışitsel iletişim araçlarının, yazılı basın araçlarına oranla altyapı maliyetlerinin yüksek olması, bu iki iletişim özgürlüğü için bir başka ayırım noktasıdır.

İkinci fark, her iki özgürlüğün kullanıcısı olan bireyler açısındandır. Özgürlüklerin muhatabı bireylerdir. Birey, kendisine kanunlarca tanınmış olan özgürlükleri ve hakları, kendisi açısından mümkün olduğunca olumlu yönde kullanmak ister. Basın özgürlüğünün muhatabı olan birey, bu özgürlüğünden dolayı, yazılı basın eserlerini satın alma hakkına sahiptir. Bireylerin bu haklarını kullanabilmeleri için, aktif bir tutum sergilemeleri gerekmektedir (dışarı çıkma, satın alma, vs.). Ancak, görsel-ışitsel iletişim açısından bakıldığında, hakkın özneleri konumundaki bireyler, yazılı basın karşısındaki konumlarının aksine aktif değil pasif konumdadırlar. Her ne kadar görsel-ışitsel iletişimde de bireyler aktifmiş gibi gözükse de (televizyonu veya radyoyu açma v.s) her iki aktivite kıyaslandığında çok daha pasif oldukları muhakkaktır. Bu açıdan, bireylerin, pasif bir tutum sergilemelerine rağmen, görsel-ışitsel yayımlara ulaşabilme imkanlarının olması, bu özgürlüğün, aktif bir tutum içinde olmayı gerektiren basın özgürlüğünden farklı düzenlenmesi gerekliliğini ortaya koyar⁹. Çünkü, hiçbir ekstra faaliyet göstermeden ulaşabileceğimiz görsel-ışitsel yayımlar, göze ve kulağa hitap ettikleri için, yazılı basından daha etkili bir konumdadırlar¹⁰. Bu sebeple, içeriklerinin düzenlenmesinde yazılı basına oranla daha dikkatli olunması gerekmektedir. Nitekim, Amerikan Yüksek Mahkemesi, 1978 tarihli *FCC v. Pacifa Foundation* davasında yine bu yönde bir karar vermiş ve ayrıca radyonun yazılı medyaya nazaran çok yaygın ve kontrolünün güç olduğu belirtmiştir¹¹. Kısacası radyo ve TV'nin elektromanyetik frekans

⁹ Kaboğlu, s. 510; Nalbant, s. 203.

¹⁰ Barent, s. 6.

¹¹ Barent, s. 6.

adı verilen, kullanılmakla tükenmese de sınırlı olan bir doğal kaynak aracılığıyla gerçekleştirilmesi, hava sahasının kamu malı olması ve kamu yararının korunması gereği, kanalların kıtlığı, yayınların olumsuz etkiler (şiddet, manipülasyon vb.) yapabileceği endişesi, radyo TV yayıncılığının bir bütünlük içinde yürütülmesi düşüncesi bu alanda özel hukukî düzenlemeler yapılması için öne sürülen teknik, sosyolojik ve ekonomik gerekçelerdir¹².

Yukarıda sayılmış olan farklılıklardan dolayı, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü, hukuksal açıdan basın özgürlüğünün tabi olduğu rejimden farklı düzenlemelere gereksinim duymaktadır.

C. İletişim Özgürlüğü

İletişim özgürlüğünün kullanılabilmesi için, öncelikle insanlar arası iletişimin var olması gerekmektedir. O zaman, iletişim özgürlüğünün temel aracı olan iletişimin ne anlama geldiğine kısaca bakmak gerekmektedir. İletişim; bireyin, bilgi, duygu ve düşüncelerini diğer bireylere çeşitli araçlar kullanarak aktarmasıdır¹³. Yani bireyler arasındaki her türlü, bilgi, duygu ve düşüncenin alışverişi, en genel anlamıyla iletişim kavramıyla açıklanmaktadır.

Kitle iletişimi, teknolojik gelişmeler neticesinde, sadece yazılı basımla sınırlı kalmamıştır. Bu nedenle basın özgürlüğü kavramı, teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkmış olan radyo, televizyon ve sinema gibi yeni kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişim türlerinin kullanılışındaki özgürlüğü ifade etmekte yetersiz kalmıştır¹⁴. Bu nedenle, günümüzde artık, yazılı basını da içine alacak bir biçimde, diğer kitle iletişim araçlarıyla haber, duygu ve düşüncelerin serbestçe alınması ve yayılmasını sağlamaya yönelik özgürlük olarak, iletişim özgürlüğü kavramı kullanılmaktadır¹⁵.

¹² Çiftçi, s.38-40; Kaboğlu, s. 510-511.

¹³ Usluata, s. 11; Aşkun, s. 2; Oskay, s. 310.

¹⁴ Oktay, s. 75; Küçük, s. 278.

¹⁵ İÇEL,Kayıhan (2007), *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, İstanbul, s. 23.

İletişim özgürlüğünden söz edebilmek için bu özgürlüğü saptayan birtakım öğelerin varlığı gerekmektedir. Bunlar üç başlık altında toplanabilir¹⁶:

a. Haber, Düşünce ve Bilgileri Serbestçe Öğrenebilme ve Bunları Toplayabilme Hakkı

Bir ülkede iletişim özgürlüğünden bahsedebilmek için gerekli olan ilk koşul; o ülkede her türlü haber, düşünce ve bilginin serbestçe öğrenilebilmesi ve bunların toplanabilmesi olanağının bulunmasıdır¹⁷. Bu hak, bireyler açısından, görsel-ışitsel iletişim araçlarının yaptıkları yayınlardan diledikleri gibi faydalanma şeklinde ortaya çıkar. Haberciler için ise bu hak, haber ve bilgi toplama hakkını ifade etmektedir.

b. Haber, Düşünce ve Bilgileri Serbestçe Açıklayabilme Hakkı

İletişim özgürlüğü için gerekli olan ikinci koşul ise; sahip olunan haber, düşünce ve bilgileri serbestçe açıklayabilme hakkıdır. Demokratik toplumun başlıca temel taşlarından ve kişinin ilerleyip gelişmesinin temel koşullarından birini teşkil eden¹⁸ haber, düşünce ve bilgileri serbestçe açıklayabilme hakkı, ifade özgürlüğünün iletişim özgürlüğündeki yansıma biçimlerinden biridir. Bu hak, sadece itibar gören veya zararsız olan haber ya da fikirler bakımından değil, aynı zamanda devlet yahut halkın bir bölümü için aykırı, kural dışı, şaşırtıcı veya endişe verici türden olanlar için de geçerlidir¹⁹.

c. Haber, Düşünce ve Bilgileri Yayabilme Hakkı

İletişim özgürlüğünde, bu hakkın kullanılabilmesi için öncelikle, haber, düşünce ve bilgileri açıklayabilme hakkının tanınmış olması şarttır²⁰. Pek tabii ki açıklama hakkının tanınmadığı bir ortamda, söz

¹⁶ İçel, s. 57; Öngören, s. 21; Öztürk, s. 88.

¹⁷ İçel, s. 57-58.

¹⁸ Gölcüklü ve Gözübüyük, s. 358.

¹⁹ Bu konuda verilmiş olan Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararı için bkz., AİHM, Handyside kararı, 07/12/1976, 5493/72. Kararın türkçe metni için bkz., Doğru, s. 158.

²⁰ Öztürk, s. 91.

konusu bilgi, düşünce ve haberleri yayma hakkından da bahsedilemeyecektir²¹.

Yukarıdaki bilgiler ışığında iletişim özgürlüğünün bir tanımını yapacak olursak, iletişim özgürlüğü; birtakım iletişim araçları vasıtasıyla ve kural olarak herhangi bir sınırlamaya tabi olmaksızın, haber, düşünce ve bilgilere ulaşılması, bunların açıklanması ve yayılması anlamına gelmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı gibi, bu özgürlük aynı zamanda, kitlelerin istek, düşünce ve seslerini duyurabilmesini de gerektirmektedir²².

Daha önce de ifade edildiği gibi, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü, iletişim özgürlüğü bünyesinde yer alır. Fakat, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün alanı iletişim özgürlüğününkü kadar geniş değil, daha spesifik²³. Bu nedenle, iletişim özgürlüğüne has düzenlemeler, birebir görsel-işitsel iletişim özgürlüğüne uygulandığı takdirde umulan sonucu vermeyebilir. kısacası, iletişim özgürlüğü çerçeve özgürlük, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü de bu çerçeve özgürlüğün bir parçasıdır. Fakat bu ayırım yapılırken her iki özgürlüğün de hizmet ettikleri amacın aynı olduğu, her ikisinin de ifade özgürlüğünün gerçekleştirilmesine yöneldiği unutulmamalıdır.

2. Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğünün Tanımı ve Unsurları

A. Tanım

Görsel-işitsel iletişim, görsel-işitsel iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilen kitle iletişimidir²⁴. Görsel-işitsel iletişim, kitle iletişiminin bir türü olduğuna göre, kitle iletişiminin ne anlama geldiğini bilmek, hem görsel-işitsel iletişimi, hem de görsel-işitsel iletişim özgürlüğünü anlamak bakımından yardımcı olacaktır.

²¹ Görsel-işitsel iletişimin kendine has karakteristik özellikleri olması sebebiyle, haber, düşünce ve bilgileri yayabilme hakkı, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü bağlamında kendine has yöntem ve tekniklerle kullanılmaktadır.

²² Öktem, s. 163.

²³ Neden daha spesifik olduğu ilerleyen kısımlarda ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

²⁴ Yüksel, s. 39; Işık, s. 55.

Kitle iletişimi, kısaca; kitle iletişim araçları (basın, radyo, televizyon, internet, sinema vb.) vasıtasıyla yapılan yayınları içeren bir kavramdır²⁵. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, görsel-ışitsel iletişimin, kitlesel olma gibi bir özelliği mevcuttur.

Görsel-ışitsel iletişim, özellikle son yarım yüzyılda meydana gelen teknolojik gelişmeler neticesinde, çokça kullanılan bir kitle iletişim türü haline gelmiştir. Bunun böyle olmasının en temel nedeni; görsel-ışitsel iletişimin, yazılı basının ifade edemediğini, görüntü ve ses yoluyla iletme olanağına sahip olmasıdır.

Aslında, görsel-ışitsel iletişimin kendi içerisinde de bir ayırım yapma imkanı vardır. Görsel-ışitsel iletişim araçlarından olan radyo ve televizyon, kitle iletişim araçları olarak genelde birlikte ele alınmış ve bir çok konuda birlikte incelenmiştir. Gerek radyonun gerek televizyonun ortak noktaları, her ikisinin de ses unsuruna sahip olmaları, izleyicinin işitme duyusuna seslenebilmeleridir²⁶. İşte, radyo ve televizyon arasındaki ayırım da bir bakıma bu ortaklıktan kaynaklanmaktadır. Radyo, kitlelere ulaşmada sadece sesin etkinliğini kullanmaktadır. Halbuki televizyon, yayınlarının etkinliğini, hem ses hem de görüntü yolunu kullanarak, yani, hem işitsel hem de görsel açıdan sağlamaktadır. Bu durum ortaya şöyle bir sonucu çıkarmaktadır: Radyo dinlerken, eğer yayın ilgimizi çekmezse, kanalı kolaylıkla değiştirebiliriz. Burada, radyonun, biraz önce de bahsedildiği gibi, sadece tek bir duyu organımıza hitap etmesinin etkisi kuşkusuz ki önemlidir. Ancak söz konusu yayın televizyon yayını olunca, izlemekte olduğumuz yayından kolaylıkla ayrılamama gibi bir durum karşımıza çıkmaktadır. Buradaki en büyük etken ise, bireylere ses dışında, görüntü ile de ulaşan televizyon yayıncılığındaki görsel öğelerin cezbediciliği ve yarattığı etkidir. Televizyonun, görsellik öğesini de kullanarak bireylere ulaşması, aktarılan haber, bilgi ve düşüncelerin “etkililiği” açısından son derece önemlidir. Yukarıda sayılan nedenlerden dolayı, görsel-ışitsel iletişim diyerek birlikte ele alınan radyo ve televizyon, yapı ve etki bakımından

²⁵ İlal, s. 25-26; Yüksel, s. 23.

²⁶ Aziz, s. 71.

aslında farklı konumlarda yer almaktadırlar. Buna karşın bu iki aracın kullanılmasına ilişkin özgürlük tek bir başlık altında ele alınmaktadır.

İşte, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, iletişim özgürlüğünün yazılı basın dışındaki, görüntülü ve sesli iletişim araçları aracılığı ile kullanılması anlamına gelmektedir²⁷.

Verilen tanımda da görüldüğü üzere, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, iletişim özgürlüğünün kullanım biçimlerinden birisidir. O halde, iletişim özgürlüğünün temel öğeleri olan; haber, düşünce ve kanıları serbestçe öğrenebilme, toplayabilme, açıklayabilme ve yayabilme hakları da, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü içinde yer almaktadır.

B. Unsurları

Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, iletişim özgürlüğünün bu üç temel unsurunu kendi özellikleriyle bağlantılı bir biçimde yaşama geçirmektedir. Bu üç temel öğeden ayrı olarak, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü kendi içerisinde, üç temel unsur içermektedir. Bu üç temel unsur sonucunda, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün kendine has karakteristik bir yapı taşıdığı ve diğer kitle iletişim özgürlüklerinden ayrı düzenlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu üç temel unsur şunlardır²⁸.

a. Görsel-İşitsel İletişim Kuruluşu İşletme Özgürlüğü

Kural olarak, görsel-ışitsel iletişim yoluyla ifade özgürlüğünü kullanmanın, “bilgilendirme” ve “kamuoyunu aydınlatma ve yansıtma” işlevlerinin yerine getirilebilmesinin en temel şartı, bunları sağlamada etkin bir rol oynayan görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının var olmasıdır. Burada önemli olan, görsel-ışitsel iletişim kuruluşu kurmak isteyen kişi veya kuruluşların kural olarak herhangi bir sınırlamayla karşılaşmamalarıdır. Günümüzde bunu sağlama görevi devlete düşmektedir. Devlet, bunu iki açıdan sağlamak zorundadır: İlk olarak,

²⁷ Uzeltürk, s. 204.

²⁸ Kaboğlu, s. 513; Öztürk, s. 84.

görsel-ışitsel iletişim kuruluşu işletme özgürlüğünün önüne, ölçülülük ilkesini aşacak nitelikte sınırlama koymamalıdır. Bu, elbette, özgürlüğün sınırsız olacağı anlamına gelmemektedir. Zaten, görsel-ışitsel iletişim kuruluşu kurmak, yapısı itibarıyla, ileride de göreceğimiz üzere sınırlıdır. İkinci olarak da devlet, bu alanda var olan ve bu alana girişi engelleyen fiili durumları ortadan kaldırmalıdır. Bu da, dış çoğulculuğu sağlamaya yönelik düzenlemeler yapmaktan geçmektedir. Dış çoğulculukta amaç, görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının anti-temerküz kurallarına bağlanmalarını sağlamaktır²⁹. Yani, görsel-ışitsel iletişim alanında tekel veya oligopol yapının oluşmasını engelleyecek tedbirlerin alınması yoluyla dış çoğulculuğun sağlanmasıdır.

Görsel-ışitsel iletişim kuruluşu işletme özgürlüğü, yukarıda bahsedildiği üzere, ilke olarak sınırlı bir rejime tabidir. Burada sınırlı olmasından kastedilen, radyo ve televizyon işletmesi kurmanın bir takım izinlere tabi olmasıdır. Bu özgürlük önceden izin almayı ve kullanılması sırasında önceden belirlenmiş olan birtakım kurallara uymak suretiyle sorumluluğu gerekli kılmaktadır³⁰. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesi de³¹, devletlerin radyo ve televizyon işletmelerini izin rejimine bağlayabileceklerini öngörmüştür. Anayasamızın 26. maddesi de³² benzer bir hükme yer vermiştir. Anayasa'daki düzenlemeye paralel olarak, 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun'un 8. maddesinde de radyo ve televizyon işletmelerine hangi hallerde yayın izni verileceği belirtilmiştir.

²⁹ Kaboğlu, s. 512; Nalbant, s. 192.

³⁰ Kaboğlu, s. 511.

³¹ Md. 10: "...

Kullanılması görev ve sorumluluk yükleyen bu özgürlükler, demokratik bir toplumda, zorunlu tedbirler niteliğinde olarak, ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu emniyetinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması, veya yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması için yasayla öngörülen bazı biçim koşullarına, sınırlamalara ve yaptırımlara bağlanabilir."

³² Md. 26: "...Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir."

b. Program İçeriğine İlişkin Özgürlük

Program içeriğine ilişkin özgürlük, iletişim özgürlüğünün öğelerinden olan haber, düşünce ve bilgileri serbestçe açıklayabilme hakkının bir yansımasıdır. Program içeriğine ilişkin özgürlükten kastedilen, radyo ve televizyon programlarının içeriğinin, dışarıdan herhangi bir müdahale olmadan ve içerik hakkında herhangi bir tereddüt duyulmadan hazırlanmasıdır. Bu da çoğulculuk esaslarından birisi olan iç çoğulculuk olarak karşımıza çıkmaktadır³³. İç çoğulculuk, farklı fikirlere açık olma, kamu ya da özel kesimdeki farklı eğilimleri yansıtabilme, kısacası, her türlü düşünce ve görüşe saygılı olup bunlar arasında ayırım yapmadan yayınlama şeklinde tanımlanabilir. Ayrıca, var olan görsel-ışitsel iletişim sisteminde, program içeriğine ilişkin özgürlüğün tam manasıyla yerine getirilebilmesi için, siyasi otoritenin etkisinin minimum düzeyde olması da gerekmektedir.

c. Görsel-İşitsel İletişim Hizmetlerinden Yararlanma Özgürlüğü

İşletme kurma ve program içeriğine ilişkin özgürlükler görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün yayıncı tarafından kullanılan kısmıdır. Daha başka bir ifadeyle, bu iki özgürlük, iletişim özgürlüğünün iki temel ögesi olan, haberleri açıklama ve yayma özgürlüğünün görsel-ışitsel iletişim özgürlüğüne yansımasıdır. Bunun yanı sıra, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü diğer bir çok özgürlükten farklı olarak tek yanlı değil, iki yanlı bir özgürlüktür. Yani, ifade özgürlüğü, sadece ifade özgürlüğünü radyo ve televizyon yayınları vasıtasıyla kullananların değil, söz konusu yayınlara muhatap olan tarafın da kullandığı bir özgürlüktür.

Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü, kamuoyuna, yöneticilerin fikir ve davranışlarını öğrenme ve değerlendirmede kullanılacak en uygun araçlardan birini sağlamaktadır. Her birey, haber ve fikirleri aramak ve almak hakkına haiz bulunmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesi, bu hususu, kamunun bilgi ve haber alma hakkına sahip bulunduğunu belirtmek suretiyle ifade etmiştir. Fransız Anayasa Konseyi,

³³ Kaboğlu, s. 511; Nalbant, s. 192.

söylediklerimize paralel olarak, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünde “vericiler”in yanında “alıcılar”ın da hakkı olduğunu belirtmiştir³⁴.

Görsel-ışitsel iletişim hizmetlerden yararlanma özgürlüğü, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün muhataplarının, yukarıda sayılan ve bu özgürlüğün kullanılması neticesinde ortaya çıkan hizmetlerden yararlanabilmesi sonucunu doğurur.

II. Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğünün Önündeki En Önemli Tehlike: Tekelleşme ve Oligopolleşme

Demokrasi teorisi içerisinde, görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının bağımsız hareket edebilme güçlerinin olması öngörülmektedir. Medyaya ve özellikle son yıllarda ileri derecede gelişim göstermesinden dolayı medyanın bir dalı olan görsel ve işitsel yayın kuruluşlarına “dördüncü kuvvet” denilmektedir³⁵. Bu şekilde nitelendirilmesinin nedeni, diğer üç erk konusunda toplumu bilgilendiren ve bir bakıma onların eksikliklerini, yanlış ve doğru yönlerini görmemizi sağlayan bir işlev görmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca kamuoyunun oluşmasında oynadığı etkin rolün de böyle düşünülmesinde etkisi büyüktür.

Dördüncü kuvvet denilmesi, görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının, bazı hukuki yetkilere sahip olduğu anlamına gelmemektedir. Dördüncü kuvvet ifadesiyle, görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının topluma karşı imtiyazlarının, ayrıcalıklarının değil, topluma karşı olan görev ve sorumluluklarının belirtilmesi yoluna gidilmektedir. Önemli olan, görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının, demokratik gereklere göre, demokrasinin ve sosyal sistemin işleminde üstlendiği rolün vurgulanmasıdır³⁶.

Bütün bu işlevleri yüklenmiş olan görsel-ışitsel iletişim kuruluşları, son yıllarda, dünyada ve ülkemizde, çeşitli nedenlerden dolayı oligopolleşmeye başlamışlardır³⁷. Görsel-ışitsel iletişim kuruluşları,

³⁴ Nalbant, s. 198.

³⁵ Dönmezer, s. 249; Şahin,-Oskayl-Alemdar, s. 256; İçel, s. 119.

³⁶ Tekir, s. 876.

³⁷ Günümüzde, görsel-ışitsel iletişim ortamında var olan durum için “tekel” kavramı da kullanılmaktadır. Ancak karşılığı tek bir gücün hakimiyeti olan bu kavram yerine, biz,

oligopolistik pazar yapısı içerisinde, yukarıda sayılmış olan işlevlerini, acaba ne ölçüde yerine getirebilmektedirler? Bu soruyu cevaplamadan ve görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün iki temel problem olan tekelleşme ve oligopolü incelemeye geçmeden önce, bunların hangi anlama geldiklerini açıklamak yararlı olacaktır.

Tekelleşmenin kısa bir tanımını vermek gerekirse; tekelleşme, ekonomi, siyaset, kültür gibi herhangi bir alandaki örgütlü faaliyetin tek bir merkezi güç tarafından kontrolüdür³⁸. Oligopolistik yapı ise; az sayıda kuruluşun pazarı paylaşması ile ortaya çıkar³⁹. Yani, ikame mal veya hizmeti üreten ve birbirlerinin davranışını hesaplamak zorunda bulunan az sayıda kuruluşun meydana getirdiği piyasadır⁴⁰.

Aşağıda, yukarıda verilen tanımlar ışığında, görsel-işitsel iletişim alanında meydana gelen tekeller ve oligopoller ile bu yapıların görsel-işitsel iletişim özgürlüğü açısından doğurduğu sonuçları incelenmeye çalışılacaktır. Öncelikle, görsel-işitsel iletişim alanında, uzun süre etkili olmuş olan devlet tekeli incelenecek, daha sonra, oligopolleşmeye neden olan etkenler ve oligopolleşmenin sonuçları üzerinde durulacaktır.

1. Devlet Tekeli

Görsel-işitsel iletişim alanında, tekelleşen sistem her zaman devletler tarafından kurulmuştur⁴¹. Devlet tekelinin ortaya çıkışı, otoriter düşünce ve otoriter devlet yapısına dayanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde uzun bir dönem boyunca uygulanma imkanı bulan ve Ortaçağ'da zirveye

pazarda az sayıda kuruluşun yer almasının karşılığı olan oligopol kelimesinin şu anki durum için daha uygun olduğu kanısındayız.

³⁸ Hançerlioğlu, s. 413.

³⁹ Hançerlioğlu, s. 294.

⁴⁰ Konumuz doğrudan doğruya tekelleşme ve oligopol olmadığı için bu konulara sadece çalışma ile ilgili olan kadaryla değinilecek daha fazla ayrıntıya girilmeyecektir. Yine de bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz., Griffiths, s. 115; William-Blinder, s. 275.

⁴¹ Burada piyasanın hakim figürünün devlet olması, kapitalizmin konjonktürel gerekleriyle de ilgilidir. Şöyle ki, özellikle, radyo ve televizyonun ilk ortaya çıktığı zamanlarda söz konusu iletişim araçlarıyla yayın yapmak oldukça pahalı idi ve bunu karşılayabilecek yegane maddi gücü devlet elinde bulunduruyordu. Bu durum, tek neden olmamakla birlikte devlet tekelinin ilk ortaya çıkmasının nedenlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

ulaşan otoriter kuramda her türlü yetki ve güç, devletin başındaki kişi, yani iktidarda toplanmıştır⁴².

Otoriter kuramın ortaya çıkışında bir çok amacın olduğu vurgulanmıştır. Örneğin Platon, devletin bilge kişilerin elinde güvende olabileceğini belirtmiştir. Bu nedenle, bu bilge kişilerin, halkın ve devletin güvenliği için tüm denetim araçlarını kontrolleri altında tutmaları gerektiği hususu üzerinde önemle durmuştur⁴³. Otoriter kuramın bir başka taraftarı olan Machiaevelli'ye göre ise, önemli olan, siyasal gücün korunabilmesidir. Bunun için başvurulabilecek her yol mübahtır ve bunun meşruiyet nedeni de devletin bekasıdır. Örnekleri çoğaltmak mümkündür, son örnek olarak Hobbes'a değinecek olursak; Hobbes'a göre, kamunun çıkarı için, bireyleri denetleyecek bir gücün olması çok büyük önem taşımaktadır⁴⁴.

Günümüzde var olan devlet tekelinde ise otoriter kuram, Platon, Hobbes ve Machiaevelli'nin zamanındaki kadar "çıplak" değildir. Demokratik temeller üzerine kurulmuş olan, ancak, otoriter kuramı "rafine" bir şekilde uygulayan devletler kaşımıza çıkmaktadır. Bu durumun görsel-ışitsel iletişim özgürlüğüne de yansımaları vardır. Şöyle ki, devlet, kontrolü altında olan ve tek taraflı iletmek istediği düşünceleri iletmeye, kamuoyu üzerinde çok etkili olan görsel-ışitsel iletişim araçlarını, otoriter bir zihniyet anlayışıyla bu amaç için kullanmaktadır.

Devletin, görsel-ışitsel iletişimi tekeli altına almasıyla birlikte⁴⁵, yukarıda sayılmış olan otoriter kuramın amaçları açısından şöyle bir durum ortaya çıkmaktadır:

⁴² Siebert-Peterson- Schramm, s. 12.

⁴³ Siebert- Peterson- Schramm, s. 12.

⁴⁴ Siebert- Peterson- Schramm, s. 13.

⁴⁵ Bu durumun, yani piyasanın tek hakiminin devlet olmasının kapitalizmin konjonktürel gerekleriyle de ilgili olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Şöyle ki, görsel-ışitsel iletişim teknolojisinin yeni gelişmeye başladığı dönemlerde, söz konusu iletişim faaliyetini gerçekleştirebilmek için gerekli olan büyük sermaye sadece devlet tarafından karşılanabilmekteydi. Bu da, söz konusu dönemlerde bir anlamda doğal devlet tekelinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye'nin basın yayın tarihindeki gelişim de buna benzer bir şekilde olmuştur. Türkiye'nin basın yayın tarihi ile ilgili olarak ayrıntılı bilgi için bkz., İnuğur, s.21.

İktidar, görsel-işitsel iletişim kuruluşlarını tekelinde bulundurmakla, topluma karşı en etkili denetim araçlarından birisini de hakimiyeti altında tutar bir konuma gelmektedir. Bu sayede, tek bir ideal devlet tipi oluşturmada faydalanabileceği ve toplum üzerinde etki gücü çok geniş olan bir mekanizmayı da denetimi altına almış olmaktadır. Ayrıca, yine devletin bekası için başvurulabilecek her yolun mübah olduğunu savunan otoriter teoriye göre, bireylerin haber, düşünce, bilgi açıklama ve almadaki yegane aracı olan görsel-işitsel iletişim kuruluşlarını, bu amaç için, devlet tekelinde tutmakta herhangi bir beis yoktur. Bunun sonucu olarak, görsel-işitsel iletişim kuruluşlarını tekeline almış olan devlet, bireylere tek yönlü bilgi aktarımında da herhangi bir sakınca görmemektedir.

Devletin görsel-işitsel iletişim alanındaki tekeli öngörmesinin en temel amacı, yönetici kesimin de içinde yer aldığı azınlığın, halkı, yani çoğunluğu yönettiği bir sistem içinde⁴⁶, kendi mevcut siyasal sisteminin devamını ve siyasal iktidarlarının meşruiyetini sağlamaktır. Görsel-işitsel iletişimi tek elde tutmanın diğer bir amacı ise; görsel-işitsel iletişimin eğitimle birlikte toplumu yönlendirmede en etkili iki araçtan birisi oluşudur.

Görsel-işitsel iletişim alanının devlet tekelinde olmasının, görsel işitsel iletişim özgürlüğü açısından ortaya çıkarabileceği üç önemli sonuç mevcuttur:

Bunlardan ilki, tekel nedeniyle bireylerin tek taraflı bir bilgi akışına maruz bırakılmalarıdır. Yani bireylerin haber, düşünce ve bilgileri istedikleri kaynaktan öğrenebilme özgürlükleri ellerinden alınmaktadır. Böylece, bireylerin düşüncelerinin oluşmasında son derece etkili olan bilgi akışına bir müdahale söz konusu olmaktadır⁴⁷. Yapılan bu tek taraflı yayımlar sebebiyle, tek taraflı bilgi almaya maruz bırakılan insanlar, bir süre sonra ister istemez özgün düşünme olanaklarını yitirmektedirler.

⁴⁶ Işık, s. 7.

⁴⁷ Öktem, s. 31.

İkinci olarak, başka hiçbir görsel-ışitsel iletişim kuruluşuna izin verilmemesinden dolayı, devletten başka hiç kimsenin, görsel-ışitsel iletişim vasıtasıyla ifade özgürlüğünü kullanamaması sonucu ortaya çıkmaktadır.

Son olarak da, görsel-ışitsel iletişimde tekelleşme hareketlerinin sonucunda, tek bir ideoloji çerçevesinde onay gören olguların iletişim ortamına yansıtılması, çerçevenin dışında kalan öteki sosyal kesimlerde derin yabancılaşmalara neden olabilmektedir⁴⁸.

Ancak, şunu da belirtmekte fayda var ki, görsel-ışitsel iletişim alanında tekeli sistemi benimseyen her ülkenin siyasal yapısında tamamen otoriter anlayış hakim değildir. Öyle bazı devletler vardır ki, görsel-ışitsel iletişim alanında tekeli sistemi benimsemekle birlikte, yazılı basın alanında tekeli sistemi benimsememiş ve siyasal yapılarında demokratik ilkeleri hakim kılmış gibi gözükmektedirler⁴⁹. Ancak, bu ülkeler, siyasal sistemlerinde demokratik ilkeleri benimsemiş görünseler de, yukarıda sayılan bazı nedenlerden dolayı, görsel-ışitsel iletişim alanında tekeli sistemde ısrar etmiş olmaları, onların tam bir demokrasiye sahip olmadıklarını veya bu şekilde sahip olmalarının mümkün olmadığını göstermektedir⁵⁰.

2. Oligopolistik Yapı

Yakın zamanlara kadar kamu yayıncılığı denildiği zaman, yalnızca devletin tekelinde olan ve birçok ülkede iktidardaki partinin ya da dikta rejimlerinin sözcülüğünü yapan radyo ya da televizyonlar akla geliyordu⁵¹. Zamanla, devlet tekelinde olan radyo ve televizyon kuruluşları yanında, özel teşebbüsler de bu alandaki yerlerini aldılar.

⁴⁸ Gevgilili, s. 221.

⁴⁹ Örneğin; bir dönem, İngiltere, İtalya, Türkiye.

⁵⁰ Burada şu husus da öne çıkmaktadır ki: Görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün ve bu iletişim pazarının kurulma ve gelişmesiyle ilgili altyapının yine tekeli ve oligopolle mücadele etmeye çalışan devlet tarafından hazırlanması da kapitalist sisteme özgü bir paradoks olarak karşımıza çıkmaktadır.

⁵¹ Topuz, s. 4.

Devlet tekellerinin yıkılıp, özel teşebbüslerin bu alana kaymasında, liberal söylemlerin ve serbest piyasa ekonomisi ilkelerinin büyük etkisi olmuştur. Ancak, izlenen bu liberal politikalar ve bu politikalara göre tam rekabet ve serbest girişim koşulları içerisinde çalışması gereken görsel-işitsel iletişim sektöründe, oligopolleşmeye doğru hızlı bir kayış olduğu da muhakkaktır.

Türkiye ve dünya medyasına bakıldığında, oligopolistik yapının oluşmasında ekonomik ve siyasi nedenlerin ön planda olduğu açıktır.

A. Oligopolistik Yapının Oluşmasındaki Ekonomik Nedenler

Oligopolistik yapının oluşmasındaki ekonomik nedenlere kısaca değinilecek olursa; ilk neden olarak, büyük sermayenin sektöre girişi gösterebilir⁵². Özellikle, Türkiye’de 1950’li yıllarda, geçmişten beri bu alanda faaliyet gösteren ve asıl işleri basın-yayın olan küçük işletmelerin yerini, bu alandan olmayan büyük sermayenin alması, medya alanında da kâr amacına yönelimin artmasında önemli bir etken olmuştur. Dolayısıyla gazete ve dergiler daha çok kâr amacıyla piyasaya sürülmeye başlanmıştır⁵³. Başka bir ifadeyle, özellikle 1990’lı yıllardan itibaren reklam sektörünün de etkisiyle medya alanında artan kâr oranları, bu alanda büyük sermayelerin yoğunlaşmasının başlıca nedenlerinden biri olmuştur. Bu etkenlere, görsel-işitsel iletişim gibi etki gücü çok yüksek bir alanda güce sahip olmanın avantajları da eklenince, sermaye grupları açısından bu alanda faaliyet göstermek çok cazip bir hale gelmiştir. Bütün bunlar, çok kısa sürede alan dışı sermayenin bu alana yönelmesine sebep olmuştur.

Diğer bir ekonomik neden de üretim maliyetlerinde görülen artıştır⁵⁴. Teknolojik gelişmeler, görsel-işitsel iletişim alanında kullanılan araç ve gerecin, gün geçtikçe pahalılaşması sonucunu doğurmuştur. Durum böyle olunca, küçük işletmeler bu giderleri karşılayamadıkları için ya ortadan kalkmış, ya da biraz önce de söylediğimiz gibi, büyük

⁵² Kejanlıoğlu-Adaklı-Çelenk., s. 145; Güngör, s. 21.

⁵³ Özek, s. 550; Kejanlıoğlu-Adaklı-Çelenk, s. 152; İlal, s. 47.

⁵⁴ Eriş, s. 524; Göksel, s. 28; Güngör, s. 22.

holdinglerle birleşme yoluna gitmiş ve oligopolleşme sürecindeki yerlerini almışlardır.

Son olarak değinebilecek ekonomik neden de, devlet teşviklerinin eşitsiz dağıtımındır. Özellikle, dönemin iktidarlarına “yakın” duran medya kuruluşları, diğer bir çok kuruluşa nazaran almış oldukları yüksek meblağlarla ekonomik açıdan haksız bir rekabetin içine avantajlı bir şekilde girmektedirler⁵⁵.

Sadece yukarıda belirtilen ekonomik nedenler bile, bir çok görsel-ışitsel iletişim kuruluşunun az sayıda büyük holding çatısı altında toplanmasını açıklamaya yetmektedir. Ancak daha da sakıncalı olan, oligopol ile birlikte dikey entegrasyon, çapraz entegrasyon ve zincir entegrasyon denilebilecek entegrasyon türlerinin var olmasıdır⁵⁶. Bunlar medya alanında tam anlamıyla mülkiyet birlikteliğine sebep olabilecek durumlardır. Dikey entegrasyon durumu, örneğin, bir gazetenin basımından dağıtımına tüm işlemlerin tek bir elden gerçekleşmesi halinde söz konusu olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında birer holding olarak faaliyet gösteren Türkiye’deki medya kuruluşlarının bir çoğu dikey entegrasyon örneğidir⁵⁷. Çapraz entegrasyon, yani çapraz medya mülkiyeti ise, birbirinden farklı türdeki kitle iletişim araçlarına aynı anda sahip olmayı ifade etmektedir⁵⁸. Örnek olarak, televizyon, radyo, gazete gibi çeşitli iletişim araçlarına aynı anda aynı kuruluşun sahip olması gösterilebilir. Günümüzde, artık çapraz entegrasyonun uluslararası düzeyde de yaygınlaşmakta olduğu gözlenmektedir. Zincir entegrasyon ise, aynı türde birden çok kitle iletişim aracına sahip olmayı ifade etmektedir. Bir kişinin birden çok radyo ve televizyon kuruluşuna sahip olması da buna örnek olarak gösterilebilir.

⁵⁵ Kamuoyuna da yansımış olması bakımından, özellikle Doğan grubunun devletten almış olduğu teşvikler bu duruma örnek olarak gösterilebilecek niteliktedir. Bkz., <http://www.tumgazeteler.com/?a=4121569> (Erişim tarihi 12.06.2009).

⁵⁶ Güngör, s. 23.

⁵⁷ Doğan Grubu, Ciner Grubu, Doğu Grubu v.b.

⁵⁸ Özek, “Basında Tekelleşme”, s. 549.

Başka bir açıdan bakılacak olursa, şunu da belirtmekte fayda vardır: Görsel-işitsel iletişim özgürlüğü ile iletişim araçları mülkiyet sahiplerinin rant kollama faaliyetleri birbirine karıştırılmamalıdır⁵⁹. Radyo ve televizyonun inanılmaz etkisi (toplumların yönlendirilmesi, depolitize edilmesi, manipülasyonu), iktidarları görsel-işitsel iletişim araçlarının denetimi konusunda oldukça duyarlı hale getirmiştir. Bu bağlamda, devlet gerekli tedbirleri almak için sektöre müdahale edince, ticari ideoloji bilinç, yani görsel-işitsel iletişim araçlarını kendi çıkarları doğrultusunda etkin bir biçimde kullanan kesim, devleti hemen “kötü” ve özgürlüğün önündeki engel olarak göstermeye çalışmaktadır. Bu da özel kesimin kendi içinde yarattığı otoriter sistemin tepkisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani yukarıda bahsettiğimiz ticari ideolojiye göre, özgürlüğün önündeki en büyük engel devlettir. Devletin özgürlük lehine gerekli tedbirlere başvurması, söz konusu liberal ideolojinin “bırakınız yapsınlar” alanına müdahale anlamı taşıdığı için, bu müdahaleler sürekli bir biçimde “kötü” olarak nitelendirilmektedir.

B. Oligopolistik Yapının Oluşmasındaki Siyasi Nedenler

İletişim kuruluşları ile devlet arasındaki ilişkiler, kitle iletişim araçlarının ilk ortaya çıktığı yıllardan itibaren oldukça yakın olmuştur. Özellikle görsel-işitsel iletişimin kitleler üzerindeki etkileri, devletle bu kuruluşların sahipleri arasındaki ilişkileri sürekli sıcak tutmuştur. Yukarıda da bahsetmiş olduğumuz üzere, son dönemlerde görsel işitsel iletişim kuruluş sahipleri, çok uluslu ortaklıkların da yöneticileri durumuna geçmişlerdir. İşletme sahipleri genelde kurulu düzeni savunmaktadırlar ve dönem hükümetlerinin politikalarıyla ters düşmemeye gayret etmektedirler⁶⁰. Bunun temel sebebi ise kuruluş

⁵⁹ Tekir, s. 876.

⁶⁰ Zaman zaman bazı gerekçelerle bu durumun aksi yönünde bir takım uygulamalar da söz konusu olmaktadır. Uzan Holding bünyesinde faaliyet göstermiş olan Star Medya Grubu buna örnek olarak gösterilebilir. Holding üst kademe yöneticilerinden Cem Uzan'ın, politik arenada yer alma çabası ve sahip olduğu medya organları ile kendi propagandasını yapıp iktidara karşı eleştirel bir tavır takınması, dönemin hükümeti ile

sahiplerinin iletişim alanı dışında da büyük yatırımları ve kazançlarının olmasıdır. Gelirlerinin büyük çoğunluğunu buralardan sağladıklarından, medya dışındaki işlerinin aksamaması için, hükümetle çok iyi ilişkiler kurmaları gerekmektedir. Bu açıdan baktığımızda, büyük medya şirketlerinin genel anlamda politik destek açısından hükümete bağımlı olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır.

Devletten görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarına yapılan mali yardımlar da, yukarıda sayılmış olan ikili ilişkilerin gelişmesinde etkili olmuştur. Yapılan mali yardımların siyasi yakınlık sayesinde eşitsiz dağılımı, oligopol yapının oluşmasındaki önemli siyasi nedenlerden birisidir⁶¹.

C. Oligopolistik Yapının Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü Açısından Etkileri

Kitle iletişim araçlarının en belirgin özellikleri vatandaşın ufkunu genişletmesi, bireylerin ve grupların dileklerini, dikkatlerini belli konular üzerine toplamasıdır⁶². Böylesine güçlü bir etkiye sahip olan bu araçların nispi bir bağımsızlık ve özgürlük içinde çalışabilmelerinin, başta Türkiye olmak üzere diğer tüm gelişme halindeki ülkelerde demokratik süreci en fazla hızlandıran etken olacağı kesindir.

Liberal öğretinin savunduğunun tam tersine, oligopolistik yapıya ister istemez dahil olmuş olan görsel-ışitsel iletişim araçları, tam bir ayna vazifesi yapmamaktadır. Bu araçlar sadece istediklerini veya bazı güçler tarafından istenileni yansıtan bir “ayna” konumundadırlar. Karşımıza sadece istediği yönde, istediği yayını yapan, halkın isteklerini göz ardı eden bir görsel-ışitsel iletişim ortamı çıkmaktadır. Buna en yakın örnek olarak, Koalisyon Güçleri ile Irak Devleti arasında yakın zamana kadar süren savaşta görev yapan bazı görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarını gösterebiliriz. Liberal öğretinin ana vatani olarak kabul edilen ve her zaman basın özgürlüğünden, iletişim özgürlüğünden bahseden ve hatta bu

arasının bozulmasına neden olmuştur. Bu süreç ise Uzan Holding'in tasfiyesine giden yolun açılmasına bir bakıma vesile olmuştur.

⁶¹ Güngör, s. 25.

⁶² Öngören, s. 23.

konuda Türkiye Cumhuriyeti'ni defalarca uyararak A.B.D. medyası, savaşla ilgili haberleri kendi toplumuna tarafsız bir şekilde yayınlamayı sınıfta kalmıştır. Üstelik A.B.D ve İngiltere medyasının yaptığı bu taraflı yayınlar bütün dünya kamuoyunu etkilemektedir. Bunun sebebi de, bu iletişim kuruluşlarının ellerinde bulunan çok geniş imkanlardan diğer iletişim kuruluşlarının da faydalanmaları ve bunları kendilerine referans almalarıdır.

Bu durumun, baskın ideolojinin sesinden başka bir ses olmayan, sürekli halkın beynini yıkayıp onu yönlendiren ve kitlelerin bu sesi sürekli dinlemelerinden dolayı onu kendi sesleri zannetmelerine neden olan otoriter ve totaliter rejimlerdeki görsel-ışitsel iletişim ortamından pratik açıdan bir farkı yoktur⁶³. Yani, nasıl otoriter ve totaliter rejimlerde devletin kontrolü altında olan görsel-ışitsel iletişime farklı bir işlev yüklediği sonucu ortaya çıkıyorsa, kapitalist pazar ekonomisinin hakim olduğu sistemlerde de, oligopolleşmiş görsel-ışitsel iletişim aynı sonucu doğurmaktadır.

Oligopolistik görsel-ışitsel iletişim ortamında, egemen güçlerin izleyicilere sundukları ve kendi çıkarlarını temsil eden siyasi, ekonomik veya kültürel seçenekler arasından seçim yapma olanağının herkese tanınmasının demokratikleşmeyle yakından uzaktan hiçbir ilişkisi yoktur. Aslında burada bir düşünsel tekelden söz edilmesi mümkündür. Tabii düşünsel tekelin sadece tekeli veya oligopolistik medya ortamında olduğunu söylemek de tam olarak doğruyu ifade edebilir. Daha önce de değinildiği üzere, tekeli veya oligopolistik olmayan medya sistemlerinde de, medya kuruluşları üzerinde hakim bir gücün etkin olması durumunda düşünsel tekel ortaya çıkabilir.

Burada önemli olan, medya alanında ve özellikle görsel-ışitsel iletişim alanında, demokratik esaslar uyarınca çok sesliliğin var olabilmesidir. Bunun hayata geçmesinin yolu, iktidarın, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün fiilen gerçekleşebilmesi için gerekli hukuksal

⁶³ Öktem, s. 163; Yumlu, s. 17.

tedbirleri almasından geçmektedir⁶⁴. Bu da, yalnızca kamu otoritelerinin görsel-ışitsel iletişime müdahalelerinin önlenmesi ile olmaz. Görsel-ışitsel iletişim kuruluşlarının kamu otoritelerinin dışındaki güç odaklarına karşı da korunması, gerçek bir görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü açısından gereklidir. Aksi takdirde halkın, haber, düşünce ve bilgileri istediği kaynaklardan öğrenebilme özgürlüğü kısıtlanmış olacaktır.

Sonuç

Sosyal devlet anlayışına göre, günümüzde, devletin görsel-ışitsel iletişim özgürlüğü alanındaki görevi sadece izin vermekle sınırlı kalmamalı, devlet, alana daha aktif bir biçimde müdahale etmelidir. Böylece, bir negatif statü hakkı olmaktan çıkan görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünde, hem ifade edenin, hem de o ifadenin yöneldiği adresin, kişinin/kişilerin, devletten bir şey bekleme hakları doğmaktadır. Bu, sosyal devlet ilkesi gereğince, iletişimin bir kamu hizmeti olarak kabul edilmesinden kaynaklanmaktadır.

Çoğulculuk, demokrasinin olmazsa olmaz koşullarından en önemlilerindedir. Çoğulcu demokrasilerde, sosyal ve ekonomik düzeyi eşit olmayan gruplar seslerini duyurabilme fırsatını yakalarlar. Bu anlamda katılımcı demokrasinin temel unsurlarından olan çoğulculuk, mevcut bulunan iletişim kanalları arasında da izleyicinin yaygın dağılımından dolayı, bu alanda da gerçekleşmesi gereken ilkelerin başında gelmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti açısından bakacak olursak, devletin, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün fiilen gerçekleşebilmesi için gerekli tedbirleri yeterince almamış olması, özel mülkiyete konu teşkil eden görsel-ışitsel iletişim araçlarının belirli sermaye çevrelerinin tekeline girmesi sonucunu doğurmuştur. Bu da, halkın haber, düşünce ve kanıları istediği kaynaklardan öğrenebilme özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Başka bir ifadeyle dış çoğulculuk tam olarak sağlanamamaktadır. Bu ise iç çoğulculuğun da zedelenmesini beraberinde getirmektedir. Bu durum

⁶⁴ Öktem, s. 164.

ülkemiz açısından son dönemde yaşanan gelişmeler de göz önüne alındığında daha fazla önem taşır hale gelmiştir. Özellikle, Doğan Medya Grubu ile hükümet arasından yaşananların temelinde, Doğan Grubunun medyada yaratmış olduğu hakimiyet ve bu hakimiyetini faaliyet gösterdiği diğer alanlarda kendisine çıkar sağlama aracı olarak kullanması yatmaktadır. Ancak, gerek Doğan Grubu, gerekse hükümet yanlısı tutum içerisinde olan iletişim kuruluşları, kamuoyunu, son günlerde yaşanan olaylarla ilgili olarak kendi bakış açılarından oluşan bir bilgi bombardımanına tutmaktadırlar. Bu durumda hangi “kesimin” doğru söylediği kamuoyu tarafından algılanamamakta, böylece halkın haber, düşünce ve bilgileri tarafsız ve doğru bir şekilde öğrenmesinin önüne geçilerek iletişim özgürlüğünün temel unsurları yerle bir edilmektedir.

Burada başka bir önemli konu da, devletin iletişim alanındaki tekel veyahut oligopolü önlemeye çalışırken aldığı tedbirler neticesinde tamamen kendine bağımlı bir medya yaratmaktan olabildiğince kaçınmasının gerekliliğidir. Aksi takdirde, bir kaç büyük sermaye grubu tarafından oligopol haline getirilen medyaya kaşı yapılan eleştirilerin çok daha fazlası devlete yöneltilecektir. Günümüzde iletişim özgürlüğünden geri adım atmak kolay olmayıp, demokratik hukuk devleti anlayışının normal seyrinde bu özgürlüğün sınırlandırılmasından değil ancak genişletilebilmesinden bahsetmek mümkün gibi gözükse de, yine de hak ve özgürlüklerin, kanunları yapma gücünü elinde bulunduran dönem iktidarlarının inisiyatifinde olduğu da unutulmamalıdır. Bu bakımdan devlet, özel sektörde olmayan bir güce sahiptir. Devlet sahip olduğu bu gücü, gerek yayıncı gerekse de bireyler açısından iletişim özgürlüğü lehine kullanmak zorundadır. Doğan Medya grubunun günümüzde medya sektörünün büyük bir bölümünü elinde tuttuğu muhakkaktır; ancak bu, Doğan grubunu tek başına “suçlu” hale getirmemektedir. Burada, zamanında bu konuda yeterli önlemleri almamış olan iktidarların da sorumluluğu söz konusudur. Netice itibarıyla devlet dış çoğulculuğun sağlanabilmesi amacıyla gerekli düzenlemeleri ve denetlemeleri (regülasyon) yapmakla mükelleftir.

Son olarak toparlamak ve bir tespitle bitirmek gerekirse, gerek görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünün gerekse de, bu bağlamda ifade özgürlüğünün sağlanabilmesi için tüm dünyada iktidarlara her zamankinden fazla görev düşmektedir. Kapitalizmin geldiği son nokta ve sermayenin, toplumları manipüle etme konusunda elinde tuttuğu gücü göz önünde bulundurarak iletişim araçlarına sahip olma iştahı, görsel-ışitsel iletişim özgürlüğünü ne yazık ki tekel ile oligopolün kısıkcı altına sokmuştur. Tekel ve oligopol genel itibarıyla çoğulculuğa karşı galip gelmiş durumdadır ve şu anda da bunun sancıları fazlasıyla yaşanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aziz, Aysel (1976), *Radyo ve Televizyona Giriş*, Ankara Üniversitesi, S.B.F. Yayınları, Ankara.
- Aşkun, İnal Cem (1989), “İletişimin Kavramsal Anlamı Üzerine Düşünceler”, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, S.6, Eskişehir, Haziran, s.1-15.
- Çiftçi, A. (1999), *Uluslararası Hukuk Açısından Radyo ve Televizyon Hukuku*, Ankara.
- Doğru, Osman (2002), *İnsan Hakları Avrupa Mahkemesi İçtihatları*, İstanbul Barosu Yayınları, C.1, İstanbul.
- Dönmezer, Sulhi (1996), “Yine Basın Özgürlüğü Üstüne”, *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, Yıl:2, S.11, s.247-251.
- Eriş, Metin (1996), “Kitle İletişim Araçlarının Artan Gücü”, *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, Yıl:2, S.11, s.520-529.
- Gevgilili, Ali (1992-1993), “2000’li Yılların Eşiğinde Modern İletişim Toplumu ve Yazılı Basının Geleceği”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s.213-224.
- Göksel,Ahmet B. (1999), “Kitle İletişim Araçlarının Olumlu ve Olumsuz Etkileri”, *Düşünceler*, Yıl 7, Şubat, İzmir, s.27-35.
- Griffiths, Alan, Wall, Stuart *Applied Economics: An Introductory Course*, 8th ed.,Pearson Education Inc., New York, 1999.
- Gölcüklü, Feyyaz ve Gözübüyük, Şeref (2002), *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulanması*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Güngör, Nazife (2000), “Türk Basınında Tekelleşme ve Oligopolleşme”, *İletişim Fakülteleri 5. Dekanlar Toplantısında Görüşülmek Üzere Hazırlanan Rapor*, Ankara.
- Hañçerliođlu, Orhan (1995), *Ekonomi Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Işık, Metin (2000), *İletişimden Kitle İletişimine*, Mikro Yayınları, Konya.

- Işık, Metin (2000), *Kitle İletişim Sistemleri*, Eğitim Kitabevi, Konya.
- İçel, Kayıhan (2001), *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, İstanbul.
- İlal, Ersan (1987), “Düşünceleri Açıklama Özgürlüğü, Yığınsal İletişim Araçları ve Anayasa Mahkemesi Kararları”, *Anayasa Yargısı*, Ankara, s.61-72.
- İlal, Ersan (1997), *İletişim, Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*, Der Yayınları, İstanbul.
- İnuğur, M. Nuri (2002), *Basın Yayın Tarihi*, Der Yayınları, İstanbul.
- Kaboğlu, İbrahim (2002), *Özgürlükler Hukuku*, İmge Yayınları, İstanbul.
- Kaya, Raşit (1985), *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, Ankara.
- Kejanlıoğlu, Beybin-Adaklı, Gülseren-Çelenk, Sevilay (2001), “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”, Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı (Ed.), *Medya Politikaları*, İmge Kitabevi, Ankara, s.145-205.
- Küçük, Mehmet (1991-1992), “Kitle İletişim Araçlarının Sınırlı Etkisi ve Etkileşimcilik”, *Şevket Evliyagil’e Armağan*, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, s.277-288.
- Mumcu, Ahmet (1992), *İnsan Hakları ve Kamu Özgürlükleri*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Nalbant, Atilla (1995-1996), “Fransa’da Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğünün koruyucusu: Görsel-İşitsel Üst Kurul”, *İnsan Hakları Yılığ*, Dr. Muzaffer Sencer’e Armağan, C.17-18, s.187-203.
- Oktay, Zeynep (1995), “Uluslararası İletişimin Sosyal-Kültürel Etkileri”, Öngören, Gürsel (Ed.), *Uluslararası İletişim*, Der Yayınları, İstanbul.
- Oskay, Ünsal (1982), *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım*, Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayınları, Ankara.

- Öktem, Niyazi (1996), “İletişim Çağı ve Özellikleri”, Emir Turam (Ed.), *2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, s.29-33.
- Öktem, Niyazi (1992-1993), “İletişim Özgürlüğü”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s.163-166.
- Öngören, Gürsel (1996), *Televizyon ve Radyoda Kişilik Haklarına Saldırlara Karşı Hukuki Başvuru Yolları*, Der Yayınları, İstanbul.
- Özek, Çetin (1999), “Basında Tekelleşme”, *Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına*, Alfa Yayınları, Der. Çetin Özek, İstanbul, s.545-558.
- Özek, Çetin (1999), “Siyasal iktidarın Ceza Yasasını Değiştirmeye Yönelik Girişimlerinin Basın Özgürlüğü Açısından Değerlendirilmesi”, *Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına*, Alfa Yayınları, Der. Çetin Özek, İstanbul, s.203-220.
- Özek, Çetin (1999), “Türkiye’de Basın Özgürlüğü ve Yasal Çerçeve”, *Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına*, Alfa Yayınları, Der.Çetin Özek, İstanbul, s.221-238.
- Öztürk, Ahmet (1997), ”Basın Özgürlüğü Kuramları”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C.4-5, S.2, s.73-93.
- Siebert,F.-Peterson, T.- Schramm, W. (1963), *Four Theories Of The Press*, Urbana.
- Şahin,Haluk-Oskay,Ünsal-Alemdar,Korkmaz (1994), “İletişim Teorileri,Teorisyenleri: Onlar İletmişlerdi”, *El, Dil, Göz, Kulak: İletişim İşim*, YKY Yayınları, İstanbul.
- Tanör, Bülent (1991), *Türkiye’nin İnsan Hakları Sorunu*, BDS Yayınları, İstanbul.
- Tekir, Sabri (1998), “Düşünce Hürriyeti ve Medya Boyutu”, *Yeni Türkiye İnsan Hakları Özel Sayısı*, S.22, s.874-877.

- Topuz, Hıfzı (1998), “Global iletişim”, *İletişim Araştırmaları Derneği*, Temmuz, s.4-12.
- Usluata, Ayseli (1995), *İletişim*, Cep Üniversitesi Yayınları, Yeni Yüzyıl Kitaplığı, İstanbul.
- Uzeltürk, Sultan (1995-1996), “Birleşik Krallık’ta Görsel ve İşitsel İletişim Özgürlüğünün Kurumsal Sınırı: Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC), *İnsan Hakları Yıllığı*, Dr.Muzaffer Sencer’e Armağan, C.17-18, s.205-220.
- William j. Baumol, Blinder, Alan S., *Economics: Principles and Policy*, 7th. ed., The Dryden Press, USA, 1998.
- Yumlu, Konca (1995), “İletişim Alanındaki Teknolojik Gelişmeler, Demokratikleşme ve Tekelleşme”, *Düşünceler*, Yı19, S.8, Şubat, İzmir, s.13-18.
- Yüksel, Ahmet Haluk (1989), “İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi”, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, S.6, Haziran, s.15-64.
- Yüksel, Ahmet Haluk (1990), “İletişimin Toplumsal Boyutu Olarak Kitle İletişimi”, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, S.7, Ocak, s.09-38.