EDİTÖR: Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI VE YENİ MEDYA 2



YAZARLAR

Doç. Dr. Cemile ÇETİN
Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Doç. Dr. İmran ASLAN
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU
Dr. Öğr. Üyesi Kemal Cem BAYKAL
Dr. Öğr. Üyesi Murat SAĞLAM
Dr. Öğr. Üyesi Sefa ERBAŞ
Dr. Münevver BAYAR
Dr. Nuran VARIŞLI
Dr. Yasemin KÜÇÜKÖZKAN
Barış ALTUNTAŞ
İdil GAZAL
Tuba YAVUZ

İKSAD
Publishing House

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI VE YENİ MEDYA 2

EDİTÖR

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ

YAZARLAR

Doç. Dr. Cemile ÇETİN
Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Doç. Dr. İmran ASLAN
Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU
Dr. Öğr. Üyesi Kemal Cem BAYKAL
Dr. Öğr. Üyesi Murat SAĞLAM
Dr. Öğr. Üyesi Sefa ERBAŞ
Dr. Münevver BAYAR
Dr. Nuran VARIŞLI
Dr. Yasemin KÜÇÜKÖZKAN
Barış ALTUNTAŞ
İdil GAZAL
Tuba YAVUZ

İKSAD Publishing House

Copyright © 2021 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social
Researches Publications®
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.
Iksad Publications – 2021©

ISBN: 978-625-7687-80-5
Cover Design: İbrahim KAYA
January / 2021
Ankara / Turkey
Size = 16 x 24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN
ÖNSÖZ

Doç. Dr. Hasan ÇİFTÇİ.....1

BÖLÜM 1
GENEL REKABET STRATEJİLERİ VE STRATEJİK REKABET ARACI OLARAK PORTER'IN ELMAS MODELİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Barış ALTUNTAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Murat SAĞLAM.....3

BÖLÜM 2

AVRUPA YAYINCILIK HUKUKUNDA 'AVRUPA ESERİ' KAVRAMI VE TÜRKİYE'DEKİ YANSIMALARI

Dr. Öğr. Üyesi Kemal Cem BAYKAL.....31

BÖLÜM 3

ONTOLOJİK METAFORLARIN REKLAMLARDA KULLANIMI

Doç. Dr. İmran ASLAN.....63

BÖLÜM 4

MARKALARIN YENİ MEDYADA GÖRSEL İLETİŞİM BAZINDA KİMLİK VE İMAJ OLGUSUNDA LOGO VE AMBLEM TASARIMI ETKİSİ

Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU
İdil GAZALİ
Tuba YAVUZ.....93

BÖLÜM 2

AVRUPA YAYINCILIK HUKUKUNDA 'AVRUPA ESERİ' KAVRAMI VE TÜRKİYE'DEKİ YANSIMALARI

Dr. Öğr. Üyesi Kemal Cem BAYKAL[1]

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, kcbaykal@comu.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-6879-4391

GİRİŞ

1980'li yıllar özellikle Batı dünyasında liberalleşme politikalarının yaygınlaştığı ve özel girişimlerin fazlaca desteklendiği bir dönemdir. Bu durumun en önemli nedeni ise 1973'te başlayan 'petrol krizi' olmuştur. Söz konusu sıkıntıları aşmak için uygulanan liberal politikalar ile birlikte İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra benimsenen 'refah devleti'nin de sonuna gelinmiştir.

Liberalleşme politikalarına rağmen, korumacı Avrupa yayıncılığı, 1980'lerden beri Avrupa Toplulukları (AT) bünyesinde tartışma konusu olmuştur. Örneğin, Fransız hükümeti Avrupa yapımı programlar için %60'lık bir kota getirilmesini talep etmiş ve Amerika Birleşik Devletleri'nden (ABD) ithal edilen programların sınırlandırılmasını istemiştir. Bir tarafta Avrupa'nın liberal, denetimden arındırılmış pazar anlayışı ile diğer yandan bu ulusalcı, kota yanlısı yaklaşımlar karşısında ABD tepki göstermiş ve bu sınırlamaların uluslararası hukuka aykırı olduğunu öne sürmüştür. Ancak 1989 yılında kabul edilen Sınırsız Televizyon Direktifi'nin (*Television without Frontiers Directive*) (STD) öngördüğü kota sistemi, günümüze kadar işlemeye devam etmiştir (Arsan, 2008: 110).

Kültürel korumacılık, küreselleşmeyi Amerikanlaşma ve kültürel küreselleşmeyi de Amerikan popüler kültürünün ulusal ve yerel kültürleri tahakkümü altına alması, onları yerinden etmesi, değilse dönüştürerek kendine benzetmesi ve en kötüsü de onları yozlaştırması olarak değerlendirmekte ve bu sürece karşı durmak gerektiğini savunmaktadır (Mutlu, 2005: 286).

Kültürel korumacılık birtakım zaaflara sahiptir. Eğer korumacı görüşlerin iddia ettiği gibi merkez bugün hala Amerika'ysa bile, iletişim teknolojilerindeki dönüşüm, onların iddia ettiklerinin tam tersi imkânlar yaratmaktadır. Periferi[2] kültürü, artık egzotik bir serüvene konu olmaktan çıkmış, merkeze taşınmaya, hatta merkezin anaakım (*mainstream*) kültürüne dahil olmaya başlamıştır. Bu, küreselleşmenin periferilere sunduğu kültürel bir imkandır. Periferilerin korumacılık veya içe kapanmacılık politikalarıyla bu imkânı göz ardı etmesi doğru bir tutum değildir (Mutlu, 2005: 286-287, 290).

Oysa 1980'li yıllar, özel sektörün diğer hizmetler sektörü gibi yayıncılık alanına da yatırım yapmayı istemesi ve ayrıca, uluslararası rekabetin artması sonucu, küresel rekabet avantajlarından yararlanabilmek için çok uluslu şirketlerin özellikle reklam ve pazarlama faaliyetlerinin devlet denetiminden olabildiğince kurtarılması isteği gibi nedenler sonucunda devletlerin yayıncılık alanından çekildiği dönemdir (Geray, 2002: 97). Dolayısıyla, hem liberalleşme politikalarını benimsemek ancak aynı zamanda da korumacılığa yönelmek, birbiriyle tezat iki anlayışı temsil etmektedir.

Diğer taraftan, son yıllarda birçok araştırmacı medya iletilerinin alımlanması, yorumlanması ve işlenmesi süreçlerinin oldukça karmaşık olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, Liebes ve Katz İsrail'deki farklı

[2] Orijinal hali *periphery* olan kavram, 'dış mahalle' anlamında kullanılmaktadır. Ancak, merkez ABD ise buradaki dış mahalle yalnızca gelişmekte olan Batı ülkeleri değil, gelişmiş kıta Avrupası ülkelerini de kapsamaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında görüleceği üzere, ABD menşeili yayınlara karşı korumacılık politikaları en fazla Avrupa bütünleşmesinin gelişmiş ülkeleri tarafından desteklenmekte ve talep edilmektedir (Y.N.).

etnik grupların, Amerikalıların ve Japonların Dallas dizisini birbirlerinden farklı olarak alımladıklarını ve yorumladıklarını ortaya koymuştur (Thompson, 2019: 213-214). Dolayısıyla, 'korunmaya' çalışılan yabancı menşeili içeriklerin herkesi aynı ölçüde etkilemesi ve 'asimile etmesi' gibi bir durum söz konusu değildir. Kaldı ki, yerli içeriklerin de insanlarda 'beklenen' 'olumlu' sonuçları yaratmasının da hiçbir kesinliği bulunmamaktadır. Bu anlayış, medyanın mutlak etkisini kabul eden ve izleyicileri tamamen 'pasif' olarak gören bir noktada konumlanmaktadır.

1989 yılında ilk kez Sınırsız Televizyon Direktifi ile benimsenen ve 2007 yılında çıkarılan AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi (*Audiovisual Media Services Directive*) (GİMHY) ile bugün halen yürürlükte bulunan 'ortak Avrupa eseri kotası'[3], 'enformasyonun serbest dolaşımı' ilkesiyle[4] bağdaşmamasının yanı sıra uygulamada da sorunlara yol açmaktadır. Bu çalışmanın temel sorunsalı, özellikle 1989 yılından itibaren Avrupa yayıncılık alanında 'kural' olarak kabul edilen kota sisteminin, günümüze değin başarılı bir biçimde uygulanıp

[3] 'Avrupa eseri', "AB üyesi Devletlerde üretilen eserler, Avrupa Konseyi Sınırötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olan ve mevzuatta öngörülen koşulları yerine getiren Avrupalı üçüncü Devletler tarafından üretilen eserler ile Birlik ve üçüncü ülkeler arasında görsel-işitsel sektör ile akdedilen anlaşmalar çerçevesinde ortaklaşa üretilen ve bu anlaşmaların her birinde belirtilen koşulları yerine getiren eserler" anlamına gelmektedir (GİMHY, m.1/1-n).

[4] İkinci Dünya Savaşı sonrasında yürürlüğe giren, Avrupa Birliği'ni oluşturan Devletlerin de taraf olduğu ve 10.10.1948'de kabul edilen Birleşmiş Milletler (BM) İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, fikir ve ifade özgürlüğü hakkının, ülke sınırları mevzubahis olmaksızın fikir ve görüşleri her vasıta ile arama ve yayma hakkını da kapsadığını kabul etmiştir (m.19). 04.11.1950 tarihinde imzalanan ve Avrupa Birliği Devletlerinin taraf olduğu Avrupa Konseyi İnsan Haklarını ve Ana Hürriyetlerini Korumaya Dair Sözleşme de ifade özgürlüğünün haber ve fikirlerin ülke sınırları mevzuubahis olmaksızın serbest dolaşımını kapsadığını öngörmüştür (m.10/1).

uygulanmadığını ortaya koymaktır. Çalışmanın diğer bir amacı ise Avrupa kotalarının Türkiye'deki yansımalarını incelemektir. Türkiye, Avrupa Konseyi tarafından kabul edilen Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'ne (*European Convention on Transfrontier Television*) (ASTS) taraftır. Sözleşmede, yayınların çoğunluğunun Avrupa eseri olması gerektiği tavsiye edilmektedir[5]. Ancak esas olarak Türkiye halen Avrupa Birliği'ne (AB) aday ülke durumundadır. Dolayısıyla, 03.03.2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'da (R.G. Sayı: 27863) da AB hukuku ile uygun olarak Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda yayınların çoğunluğunun 'Avrupa eserleri'ne ayrılacağı hususu hükme bağlanmıştır. Bu çalışmada, henüz zorlayıcı bir hükme tabi olmamalarına rağmen, Türkiye'deki televizyon kuruluşlarında Avrupa eserlerinin hangi oranda yayınlandığını saptamak da amaçlanmıştır. Varılmak istenen sonuç, Avrupa'da uygulanan 'zorlayıcı' politikalar ile Türkiye'de uygulanan 'zorlayıcı olmayan' politikaların uygulamada ne gibi farklar yarattığını ortaya çıkarmaktır.

Çalışmada betimleyici araştırma tekniği ile nicel içerik analizi yöntemlerine başvurulmuştur. Betimleyici araştırma tekniği ile, Avrupa'da tarihsel süreç içerisinde Avrupa eseri kavramının gelişimi hukukî düzenlemeler bakımından ele alınmış ve özellikle Avrupa Komisyonu'nun çıkardığı raporlardan yararlanılarak, Avrupa

[5] Türkiye, ASTS'ye taraf ülke olduğu için Türkiye'de üretilen yapımlar da Avrupa eseri olarak kabul edilmektedir.

televizyonlarındaki yabancı menşeili yayın oranlarına dönemsel olarak yer verilmiştir. Ayrıca, Avrupa eseri kavramı ile Türk yayıncılık hukuku arasındaki ilişki de bu yöntemle açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan diğer bir yöntem ise nicel içerik analizidir. Bu yöntemle, 21-27 Aralık 2020 tarihleri arasında en fazla izlenen Türk televizyon kanallarının yayın akışları incelenmiş, yerli yapımlar (Avrupa eserleri) ile yabancı eserlerin dağılımı oransal olarak ortaya konulmuştur. Amaç, Türk televizyonlarında yayınlanan Avrupa eseri oranına ilişkin güncel bir saptama yapmaktır. Çalışma, yalnızca geleneksel televizyonlar ile sınırlı olup, dijital yayın platformları inceleme kapsamına alınmamıştır.

Çalışma iki ana başlıktan oluşmaktadır. İlk kısımda, tarihsel süreç içerisinde Avrupa eseri kavramının gelişimi ile Avrupa'daki uygulamalar ele alınmış olup, ikinci kısımda ise bu kavramın Türkiye'deki yansımalarına ve uygulamalarına değinilmiştir.

1. TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE 'AVRUPA ESERİ' KAVRAMININ GELİŞİMİ VE AVRUPA ÜLKELERİNDE UYGULANMASI

1.1. Tarihsel Süreç İçerisinde 'Avrupa Eseri' Kavramının Gelişimi

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde, Avrupa'da yayıncılık sistemlerinin tekel ya da oligopol şeklinde başladığını görmek mümkündür. Bu durumun temel gerekçesi, mevcut radyo dalgalarının 'sınırlı' olduğunun kabul edilmesiydi. Diğer bir önemli neden ise, siyasal iktidarların o dönem için yeni ve güçlü gözüken elektronik kitle

iletişim araçlarından yararlanma arzusuydu. Ayrıca, bu araçların kültür ve eğitim amacıyla kullanılması isteği, siyasal iktidarların bu araçları kendi lehine kullanma arzusu ve uygulanan devletçilik politikaları, kamu yayın tekellerinin tercih edilmesinin diğer nedenleridir (Çaplı, 2001: 33 vd.). Bir anlamda, kamu hizmeti yayıncılığı, Avrupa yayıncılık kültürünün ortak tek noktasıdır (Sümer, 2010: 204).

1950'li yılların ortalarından itibaren, Amerikan program sektörü, Hollywood'lu yapımcıların desteğini alarak iyice güçlenmiş ve televizyon programlarının ülke dışında gösterimini artırmak için çeşitli stratejiler geliştirilmişti. Bazı Amerikan yapımcıları, ürettiği programlara İspanyolca, İtalyanca, Almanca, Fince, Fransızca ve başka bazı dillerde altyazı uygulaması yapmaktaydı. Bu dönemde İngiltere, Amerikan yapımlarına karşı kota uygulamaya başlamıştır. İtalyan ve Fransız kamu yayın kuruluşlarında ise bütçe yetersizliğinden dolayı çok az Amerikan programı gösterilebiliyordu (Akkor Gül, 2013: 32-33).

1957 yılında imzalanan Roma Antlaşması ile kurulan Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) mal ve hizmetlerin, üye Avrupa Devletleri arasında serbest dolaşımını kabul etmişti. Ancak Roma Antlaşması, radyo ve televizyon yayınlarının serbest dolaşımına ilişkin bir hüküm içermemektedir.

Bu dönemde, dünyadaki enformasyon akışındaki dengesizlik, UNESCO ve Birleşmiş Milletler oturumlarında görüşülmüştür. 1969 yılında Fransız Jean Maheu başkanlığındaki UNESCO üyelerinin isteği üzerine bir uzmanlar toplantısı yapılmış ve tek yönlü iletişimin gelişmiş ülkeler ile az gelişmiş ülkeler arasındaki ilişkileri olumsuz etkilediği,

eğer önlem alınmazsa bu durumun telafi edilemeyecek sorunlara yol açacağı belirtilmiştir. UNESCO'nun 1970 yılındaki toplantısında ise, haber akışının çift yönlü ve dengeli olması gerektiği vurgulanmıştır. Ancak, bu toplantılardan ve daha sonraki yapılan çalışmalardan ABD'nin de müdahaleleri sonucunda netice alınamamıştır (Akkor Gül, 2013: 75-76).

Amerikan programları konusunda bu gelişmeler yaşanırken AT Komisyonu'nun 1970 yılında hazırladığı memorandum, Topluluk düzeyinde bir sanayi politikasının ilkelerini ortaya koymaktadır. Öngörülen temel ilkeler, deregülasyon ve vergi sınırlarının yok edilmesiyle birleşik bir Avrupa pazarı oluşturmak ve çok uluslu Avrupa şirketlerinin önündeki engelleri kaldırmaktır (Pekman, 1997: 101).

1970'lerden bu yana aldığı kararlar aracılığıyla yayıncılık alanını doğrudan etkileyen ve bir içtihat hukuku oluşturmuş tek kurum Avrupa Adalet Divanı olmuştur. Adalet Divanı, 1974 *Sacchi Davası*'yla televizyon sinyallerinin de ortak pazarda serbestçe dolaşması gereken bir hizmet olarak değerlendirilmesi gerektiğine hükmetmiş, 1980 *Debauve Davası*'yla ise bir üye ülkeden diğerine yansıyan yayınların alınmasının yasal olduğu hükmüne varmıştır. Bu iki davada varılan sonuçlar 1989 yılında kabul edilecek olan STD'nin yasal dayanaklarını oluşturmuştur (Sümer, 2010: 204).

1980'lerin ilk yıllarında, ABD'de başlayan deregülasyon eğilimleri artık Avrupa'nın gündemine gelmeye başlamıştı. Bu yeni dönemde, o güne kadar yaygın olarak benimsenen kamu hizmeti yayıncılığı

sorgulanmaya ve eleştirilmeye başlanmış; kamu yayın tekellerinin kaldırılması tartışılmaya başlanmıştır (Çaplı, 2001: 34-35, 40).

Bu dönemde, Avrupa'da, *Dallas* ve *Dynasty* gibi dönemin en popüler dizileri en çok izlenen saatlerde gösteriliyordu. Ancak Avrupa yapımları ABD'de tutmamaktaydı. Bu durumun en temel nedeni, şovların görece ciddi olması ve dizilerde yansıtılan sosyal içeriklerin Amerikan toplumu ile örtüşmemesidir. Bu döneme ilişkin ilginç bir bilgi, İngiliz Granada Şirketi'nin *Coronation Street* isimli başarılı soap operasını Amerikan şebekelerine bedava vermeyi teklif etmesi; ne var ki yayıncıların hiçbirinden olumlu yanıt alamamasıydı. 1980'li yıllarda BBC bile tüm program içeriğinin %15'ini oluşturan dış kaynaklı programlarının %90'ını Amerikan yapımları ile doldurmuştu. 1987 yılında, ABD, televizyon programı ihracatının %56'nını Avrupa'ya gerçekleştirmekteydi. Bu dönemde, Avrupa Komisyonu Başkanı Jacques Delors, kültüre araba ya da buzdolabı muamelesi yapılamayacağını belirterek, Amerikan yayınlarını Avrupa'nın dilini ve kültürel mirasını devam ettirmesine engel olacak bir faktör olarak gördüğünü ifade etmiştir (Akkor Gül, 2013: 116-117, 120-121).

ABD yayınlarının arttığı bu dönemde, Avrupa ülkeleri yayıncılık alanında ortak bir politika belirleme çabasına girmişlerdir. Avrupa Parlamentosu Gençlik, Kültür, Eğitim ve Spor Komitesi'nin 1982 yılında 'Hahn Kararı' olarak bilinen çalışmasında yayıncılık alanının artık ulusal ölçekte düzenlenmesinin yerine ortak bir tutum alınması görüşü benimsenmiştir. 1986'da imzalanan Avrupa Tek Senedi'nde (*Single European Act*) ise, yayıncılılık alanını açıkça kapsamasa da

hedeflenen tek pazarda para karşılığında yapılan hizmetlerin serbest dolaşımının 1992 yılına kadar tamamlanması öngörülmüştü. 1987 yılında Komisyon'un yayınladığı Yeşil Kitap'ta (*Green Paper Towards a Dynamic European Community)* ise, iletişim sektöründe düzenleme, uyumlaşma ve liberalleşmeye gidilmesi gerektiği vurgulanmıştır. AB Komisyonu Başkanı'nın 1989 yılında Avrupa Konseyi ile birlikte Paris'te yayınladığı Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesi'nde ise uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek güçlü bir Avrupa yayıncılık pazarı yaratılmasına ilişkin kapsamlı hedefler belirtilmiştir. Bildirge'de ayrıca, dünyada Avrupa'nın sahip olduğu payın artırılmasına yönelik hedef de belirtilmiştir (bkz. Akkor Gül, 2013; Çiftci, 1999).

Kanımızca, Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesi'nde ortaya konan hedefler, kamu yayıncılığının ilk yıllarından itibaren oluşturulamayan ortak politikaları tesis etmeye yarayacak detaylı bir yol haritası niteliğindedir. Ancak dikkat çeken esas husus, Avrupalıların ABD'ye karşı yıllardır sürdürdükleri korumacı politikalara rağmen dünyada, Avrupa'nın sahip olduğu payın artırılmasına yönelik bir hedef belirlemesidir. Bu hedef, aynı zamanda yayıncılık alanında açık bir biçimde ABD ile rekabet etmek anlamına da gelmektedir.

Avrupa'da 1980'li yıllarda gerçekleşen politika değişikliği ve ortak bir Avrupa yayıncılık pazarı oluşturmak amacıyla girişilen çabaların bir diğeri de artık özel yayıncıların da birer aktör olarak ortaya çıktığı bu dönemde televizyon yayınlarını düzenleyen ortak bir metin oluşturulmasıydı. Bu amaçla, 1980'li yılların ortalarından itibaren bir Sınırsız Televizyon Direktifi oluşturma hazırlıkları başlamıştır. Ancak,

küresel bir pazarda rekabet edebilecek güçlü bir Avrupa yayıncılık pazarının oluşturulması yönünde fikirlerin sunulduğu bu dönemde, Sınırsız Televizyon Direktifi taslağında en çok tartışılan hususun 'Avrupa kotaları' olması dikkat çekicidir.

Direktif hazırlanırken, Avrupa çapında lobi yapmaya başlayan reklam endüstrisi, ticari yayıncılar, İtalya, Almanya, Belçika, İngiltere ve Lüksemburg liberal kanatta yer alırken; Avrupa Parlamentosu içerisindeki sol ve sosyal demokrat parlamenterler, sendikalar, meslek kuruluşları, kamu hizmeti yayıncılarının sesi konumundaki Avrupa Yayın Birliği ve kültürel emperyalizmden çekinen küçük ülkeler ile kendi görsel-işitsel sektörünü Amerikan program akışından korumak isteyen Fransa, düzenleme (*regulation*) taraftarı olan grup içerisinde yer almıştır (Sümer, 2010: 205).

Sınırsız Televizyon Direktifi taslağının hazırlık sürecinde, Fransa ve onu destekleyen İtalya liberal bir anlayışı savunmakla birlikte üye ülkelerin televizyon ve film sanayilerini korumaya yönelik tedbirlerin alınmasına önem vererek Direktif taslağına bu yönde hükümler konmasında etkili olmuşlardır. Fransa'nın öncülüğü ile taslağa konulan 'televizyon yayınlarının %60'ının Avrupa yapımlarına ayrılması' koşulu büyük gürültü koparmış ve özellikle ABD'nin çok şiddetli tepkisini çekmiştir. ABD hükümeti ve görsel-işitsel sanayi, 'Avrupa Kotası' olarak anılan bu girişime karşı yoğun bir tepki başlatmıştır. ABD, hükmün serbest ticaret kurallarına ve korumacılığı önleyen uluslararası anlaşmalara aykırı olduğunu savunarak yönergenin Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'nı (*General Agreement*

on Tariffs and Trade- GATT) ihlâl ettiğini öne sürmüştür (Pekman, 1997: 107).

Direktif, Ekim 1989'da oy çokluğu ile kabul edilmiştir. Direktif'in son halinde, üye Devletlerin, 'mümkün olduğunca ve uygun yolları kullanarak', haber, spor yayınları, oyunlar, reklamlar ve teletekst yayınları dışında kalan zamanlarının çoğunluğunu (en az %51) Avrupa yapımlarına ayıracakları ve bu orana 'aşamalı olarak ve uygun ölçütler çerçevesinde' ulaşacakları hükmü kabul edilmiştir (STD, m.4).

STD'nin 4. maddesinde yer alan bu belirsiz ifadeler bazı kesimler tarafından Topluluğun ABD'ye boyun eğdiği şeklinde yorumlanmıştır. Avrupa kotasıyla ilgili hükmün yumuşatılmış halinden de memnun olmayan ABD, Yönergenin imzalandığı gün, Temsilciler Meclisi'nin aldığı kararla Yönergeyi reddetmiş, ABD Başkanı ve Ticaret Bakanlığı'nı bu konuda tedbir alması için uyarmıştır. İki tarafın bu çatışması 1986'dan beri sürmekte olan GATT Uruguay Round Çok Taraflı Ticaret Görüşmeleri kapsamına alınmış ve uzun yıllar sürdürülen müzakereler Aralık 1993'te neticelendirilmiş ve taraflar uzlaşmaya varamamıştır. Bir bakıma ABD, Avrupa'nın korumacı önlemlerini kırmayı başaramamış ve AT bu sonucu memnuniyetle karşılamıştır (Pekman, 1997: 110, 113).

STD, iki bakımdan önem arz etmektedir. İlki, Avrupa'da on yıllardır süren kota konusunu bir çözüme kavuşturmuş ve tüm üye ülkelerin uyması amacıyla somut bir oran belirlemiştir. Bunu, enformasyonun serbest dolaşımı bakımından 'sınırlayıcı' bir girişim olarak nitelendirmek mümkündür. Direktif'in diğer bir önemi ise, Avrupa'da

özellikle reklamlar ve diğer yayın içeriklerinde uyulması gereken temel ilke ve esasları belirleyen ilk düzenleyici metin olmasıdır. 1997 yılında son şeklini alan Direktif, 2007 yılına kadar yürürlükte kalacaktır.

Tekinalp'e göre (2003: 393), Avrupa Birliği'nin Avrupa kültürlerini bir 'süper devlet' gibi koruması altına alması ve bu arada, görsel-işitsel pazarda ABD karşısında egemenlik kurması olanaksız görünmektedir. Avrupa'nın 'ulusal kültür'ü koruma gibi bir sorunu olmayan ve bütün dünyaya İngilizce yayın yapan güçlü Amerikan pazarının karşısına, farklı diller ve farklı ulusal kültürlerden oluşan, ulusçuluğun ağır bastığı ülkelerle tek ve güçlü bir pazar olarak çıkması şimdilik bir hayaldir.

Bu dönemde, Avrupa kotaları bakımından bir gelişme daha yaşanmıştır. Avrupa Toplulukları'nın Sınırsız Televizyon Direktifi'nin hazırlık çalışmaları sırasında, Avrupa Konseyi de 1986 yılında, sınırötesi televizyon yayınlarını düzenleyen bir uluslararası sözleşmenin hazırlık çalışmalarını yaptığını ilân etmiştir. Avrupa Konseyi'nin temel hareket noktası, kamu yayıncılığı geleneğinin ve milli kültürlerin korunması olmuştur. İkisi de Avrupa örgütü olan Avrupa Toplulukları ile Avrupa Konseyi arasında televizyon yayıncılığı konusundaki rekabet (bir açıdan uluslararası sanayi politikalarıyla milli kültür politikalarının karşı karşıya geldiği bir çatışma süreci) 1989 yılında bir uzlaşma ile son bulmuştur. Avrupa'da uluslararası televizyon yayınlarına bir düzenleme getirilebilmesi için Topluluk ve Konsey, Sınırsız Televizyon Direktifi ile Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi arasındaki bir uyumlaştırmanın zorunlu olduğu anlayışıyla iş birliğine gitmişlerdir. Sözleşmede değişiklikler yapılarak, Topluluk Yönergesi ile uyumlu

hale getirilmiştir. Ancak Topluluk, Yönergenin imzalanmasını Sözleşmenin tamamlanmasından sonraya bırakmış ve her iki belgenin de birbiriyle özdeş olmasına karar verilmiştir. Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi Mart 1989'da tamamlanarak üye Devletlerin imzasına açılmıştır. Sözleşme, 1 Mayıs 1993'te yürürlüğe girmiştir (Çiftci, 1999: 64-65).

Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nde de Direktif ile benzer biçimde, Sözleşmeye taraf olan ülkelerin, haberler, spor olayları, oyunlar, reklamlar, teletekst ve tele-alışveriş için ayrılan süre dışındaki yayınların büyük bir oranını Avrupa eserlerine ayırması kabul edilmiştir (m.10/1)[6]. Kanımızca bu düzenleme, aynı kuruluş tarafından çıkarılan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin, enformasyonun serbest dolaşımını ifade özgürlüğü kapsamında sayan 10. maddesiyle de bağdaşmamaktadır.

1.2. 1990'lı Yıllardan Günümüze 'Avrupa Eseri' Uygulamaları

1992 yılında imzalanan Maastricht Antlaşması ile, Avrupa Topluluğu'nu oluşturan kurumlar Avrupa Birliği çatısı altında bütünleşmiştir. Antlaşma'nın 'Kültür' başlığında, Birliğin 'görsel-işitsel sektördekiler de dahil, sanatsal ve edebi eserlerin' üretilmesini destekleyeceği hususu hükme bağlanmıştır (m.128/2). Bu ifade, Maasticht Antlaşması ile kurulan yeni yapının, 'Avrupa eseri' politikasının arkasında durduğunu göstermektedir.

[6] ASTS 1998 yılında güncellenmiş ancak Avrupa kotalarına ilişkin düzenleme aynen korunmuştur.

Bu dönemde, bazı Devletler, STD'ye 21 protokol ekleyerek birtakım koşulları yerine getirmemeyi tercih etmişlerdi. Örneğin, İtalya, Berlusconi'nin sahip olduğu Fininvest'in kanallarını Avrupa kotalarından muaf tutmuştu. Avrupa Adalet Divanı, bu gibi durumlarda pazarı düzenleyen maddeler dışında yetkisinin olmadığını gerekçesi ile herhangi bir adım atmamıştır (Akkor Gül, 2013: 192-193).

1990'lı yıllarda, Avrupa yayıncılık sektörü STD ile belirlenen Avrupa kotaları hedefinden oldukça uzak bir konumdadır. 1997 yılında yapılan bir araştırmada (akt. Tekinalp, 2003: 189) Avrupa televizyonlarındaki Amerikan hakimiyetini görmek mümkündür. Buna göre, İngiltere televizyonlarında %51, Almanya'da %60, Fransa'da %58, İtalya'da %64 ve İspanya'da %62 oranında Amerikan yapımlarına yer verilmiştir.

Avrupa televizyonlarındaki ABD hakimiyeti 2000'li yıllarda da devam etmiştir. Açık Toplum Enstitüsü'ne bağlı Avrupa Birliği İzleme ve Savunuculuk Programı'nın (EUMAP) 2005 yılında yayınladığı izleme raporuna göre, STD Avrupa eserleri bakımından teşvik edici bir etki yaratsa da program kalitesini pek değiştirmemiştir. Pek çok ülkede yayıncılar, kota yükümlülüklerini çoğu ucuza mâl olan yerli programlarla doldurmayı seçmiştir. Ayrıca, geçiş sürecindeki bazı yeni üye ülkelerde Direktif'in öngördüğü Avrupa eseri kotasını uygulanıp uygulanmadığı da yeterince denetlenememektedir (EUMAP, 2005: 76).

STD, 2007 yılında dijital medya teknolojilerine ayak uydurabilmek amacıyla Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi olarak değiştirilmiştir. Bu yeni düzenlemede, 2010 ve 2018 yıllarında

birtakım değişiklikler öngörülmüştür. Yönerge'de, STD'de kabul edilmiş olan %51'lik Avrupa kotası aynen korunmuştur (m.16/1).

GİMHY'nin yürürlüğe girmesinden sonra, 2008 yılında Avrupa Komisyonu medya okuryazarlığı konusunda bir rapor yayınlamıştır. Raporda medya okuryazarlığı konusunda birçok hedef konulmuş ve bu hedeflerden birisinin de medya okuryazarlığının Avrupa içerik sanayinin küresel çapta rekabet edebilirliğini teşvik etmesi olduğu kabul edilmişti (Akkor Gül, 2013: 293). Kanımızca, amacı çocukların ve gençlerin medya içeriklerinin seçimi konusunda doğru tercihler yapmasını ve medyanın sakıncalı olabilecek içeriklerinden korunmasını sağlamak olması gereken medya okuryazarlığı eğitiminin bile Avrupa eserlerinin daha fazla tercih edilmesini sağlamak amacıyla kullanılması fikri, bu dönemde AB'nin yabancı menşeili yayınlara olan hassasiyetinin aynı yoğunlukta devam ettiğini göstermesi bakımından önemlidir.

GİMHY'nin yürürlüğe girmesinden sonra da Avrupa televizyonlarında ABD hâkimiyeti devam etmiştir. ROVI firmasının araştırmasına göre (Yearbook 2012: 458-459), 2011 yılında Avrupa televizyonlarında yayınlanan kurmaca eserlerin %62,2'si yabancı menşeilidir ve burada küçük bir oransal artış mevcuttur. Zira yabancı kurmaca eserlerin payı 2007 yılında %61,2, 2008'de %60,4, 2009'da ise %61 olmuştur. Avrupa menşeili olmayan yayınların reklamlarla finanse edilen özel kanallarda daha fazla yer aldığını görmek mümkündür; bu oran, %75 civarındadır. Kamu yayıncıları ise, yabancı eserlere yaklaşık %39 oranında yer vermektedir.

Kanımızca, yukarıda verilen sayısal bilgilerden yola çıkarak, kurmaca eserleri oluşturan başlıca türler olan sinema filmleri, televizyon filmleri ve dizilerin ağırlıklı olarak yabancı menşeili olması bilhassa önemlidir. Zira GİMHY, 'haberler, spor programları, oyunlar, reklâmlar, teleteks hizmetleri ve tele-alışveriş programları'nı kota sistemine dahil etmemekte ve dolayısıyla, kurmaca eserler, reality show programları, yarışmalar vb. program türlerinin Avrupa eseri olması, GİMHY'de belirtilen hedefin tutması bakımından önem arz etmektedir.

Televizyon dizileri, Avrupa dışı içeriğin en güçlü oranına sahip olan program türüdür. 2013 yılında Avrupa eseri olmayan dizilerin oranı %67'dir. 2015 yılı için, televizyonda yayınlanan uzun metrajlı filmlerin %60'ından fazlası Avrupa dışında üretilen eserlerdir. Avrupa eserlerinin en fazla orana sahip olduğu tür ise televizyon filmleridir. Televizyon filmlerinin %50'si, animasyonların ise yaklaşık %40'ı Avrupa eseridir (Yearbook 2015: 16).

2014-2015 sezonunda ise televizyonlarda yayınlanan Avrupa filmlerinin oranı %31 olmuştur. Bu oran, yalnızca prime-time saatleri göz önünde bulundurulduğunda %26'ya düşmektedir. Bu dönemde, Avrupa televizyonlarındaki ABD menşeili filmlerin oranı ise %65'tir (Yearbook 2016: 16-17).

2015-2016 sezonunda da benzer istatistikler mevcuttur. Avrupa televizyonunda yayınlanan filmlerin yalnızca %28'i Avrupa eseridir. Bu oran, prime-time saatleri göz önünde bulundurulduğunda %23'e düşmektedir. Bu sezonda, filmler Avrupa televizyonlarının yayın içeriğinin yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır (Yearbook 2017/2018: 18).

2017 yılında ise, tüm kurmaca yapımlardaki oranlar göz önünde bulundurulduğunda, Avrupa eserlerinin oranında artış görülmektedir. Bu sezonda, Avrupa televizyonlarında yayınlanan tüm kurmaca program sürelerinin %49'u Avrupa eseridir. Bu oran, kamu yayın kuruluşlarında daha fazladır (Yearbook 2018/2019: 24).

Yukarıdaki veriler, AB ülkelerinin Avrupa yayınlarının tercih edilmesi konusunda istediği noktada olmadığını açık biçimde göstermektedir. Daha önce de belirtildiği üzere, 1989 yılında kabul edilen Eureka Görsel-İşitsel Bildirgesi ile Avrupa pazarının dünyadaki payını artırmak ve dolayısıyla da ABD menşeili yayınlarla 'ticari rekabet' yoluyla mücadele etme politikası da benimsenmişti. Ancak görülmektedir ki hem bu politikalar hem de 'zorlayıcı' kota uygulamaları Avrupa programlarını Avrupalı izleyiciler nezdinde 'tercih edilir' ve 'talep edilir' hale getirmede istenilen başarıyı sağlayamamıştır.

2. AVRUPA ESERİ KAVRAMININ TÜRKİYE'DE ELE ALINIŞI VE TÜRK TELEVİZYONLARINDAKİ UYGULAMALAR

2.1. Avrupa Eseri Kavramının Türkiye'de Ele Alınışı

Türkiye'de yayıncılık alanını düzenleyen ilk kapsamlı kanun 02.01.1964 tarihinde yürürlüğe giren 359 sayılı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Kanunu'dur (R.G. Sayı: 11596). Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte, radyo yayınları Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'ndan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) bünyesine geçmiştir. 1968 yılında ise, TRT bünyesinde televizyon yayınları başlamıştır. 359 sayılı Kanuna, yabancı menşeili yayınlar ve

ithal yapımların oranı konusunda düzenleyici bir hüküm konulmamıştır.

Türk televizyon tarihindeki ilk yerli diziler 1970'li yıllarda çekilmiştir. Dönemin TRT Genel Müdürü İsmail Cem, ilk kez kurum dışından, Türk sinemasının kalburüstü yönetmenlerine ünlü Türk romanlarından diziler ısmarlamıştır. Bu dönemde, Lütfü Akad beş bölümden oluşan 'Ömer Seyfettin Hikayeleri', Metin Erksan, Sait Faik, Kenan Hulusi Koray, Sabahattin Ali, Ahmet Hamdi Tanpınar ve Samet Ağaoğlu gibi yazarlardan derlediği 'Beş Hikâye' adlı diziyi ve Halit Refiğ ise uyarladığı 'Aşk-ı Memnu' adlı diziyi çekmişlerdir (Serim, 2007: 76). Aşk-ı Memnu, 1981 yılında Fransa'ya ihraç edilerek uluslararası alanda ihraç edilen ilk Türk dizisi olmuştur (aa.com.tr, 11.11.2019). Bu diziler, Türk televizyon tarihinde en fazla izlenen yerli yapımlar olan günümüz dizilerin öncüsü niteliğindedir.

359 sayılı Kanun, 14.11.1983 tarihinde yürürlüğe giren 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu (R.G. Sayı: 18221) ile ilga edilmiştir. Yeni Kanun'da da yabancı menşeili yayınlar ve yerli yapım kotası gibi konularda herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Serim'e göre (2007: 135 vd.), 1980'li yılların ortalarında ABD yapımı ağırlıklı diziler televizyon ekranlarını doldururken, yerli diziler de yapılmaktaydı. Örneğin, 'Bugünün Saraylısı', 'Kaynanalar', 'Perihan Abla', 'Uğurlugiller' ve 'Uzaylı Zekiye' gibi çok izlenen yerli diziler, bu dönemde TRT ekranlarında yayınlanmıştır.

Yayıncılık alanında TRT tekelinin Anayasal olarak devam ettiği Türkiye'de de Avrupa'nın birçok ülkesiyle benzer biçimde özel yayıncılık korsan olarak başlamıştır. Anayasa'ya aykırı olarak gerçekleşen ilk özel yayınlar, 1990 yılından itibaren gerçekleşmiştir. Bu tarihten itibaren, televizyon yayınlarının içeriğinde çeşitlilik artmaya başlamıştır.

Özel yayıncılığın, Anayasa'nın 133. maddesine aykırı olarak devam ettiği bu dönemde, halihazırda Avrupa Konseyi üyesi olan Türkiye, ASTS'yi, 07.09.1992 tarihinde imzalamış, TBMM'de kabul edilen sözleşme metni, 12.12.1993 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu gelişme, yayıncılığın yeni döneminde Avrupa sisteminin esas alınacağını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Nihayet 10.07.1993 tarihinde yürürlüğe giren değişiklikle, Anayasanın 133. maddesi değiştirilmiş ve özel yayıncılık kanunla belirlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılmıştır. Bu gelişme sonucunda, radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyip denetlemek amacıyla 20.04.2020 tarihinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun (R.G. Sayı: 21911) yürürlüğe girmiş ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur. 3984 sayılı Kanun'un Avrupa eserleri konusunda özel bir hüküm getirmemesi dikkat çekicidir. Kanun'da, yalnızca Üst Kurul'un görev ve yetkileri arasında "Bu Kanun ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkelerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri ile ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak" hususu da sayılmıştır (m.8/1-p).

Ancak, bu muğlak ifadenin haricinde yayınlarda ASTS'nin öngördüğü Avrupa kotalarına uyulması hususunda herhangi bir hüküm bulunmamaktadır.

Cankaya (1997: 96), ASTS hükümleri incelendiğinde, yaptırımların iç hukuktaki gibi zorlayıcı olmadığını ifade etmektedir. Bu bakımdan, Türkiye'de Kanun koyucunun Avrupa kotası ile ilgili ASTS hükmünü 'tavsiye kararı' niteliğinde okumuş olabileceğini söylemek mümkündür. Ayrıca, 1994 yılına kadar geçen yaklaşık 40 yıllık TRT döneminde, ithal yayınların Türkiye için Avrupa'da olduğu gibi bir problem konusu teşkil etmediğini de söylemek yerinde olacaktır.

1992-1995 yılları arası döneme bakıldığında, Türk televizyonlarında ABD menşeili dizi ve filmlere yer verilmekle birlikte, yerli haber-tartışma, komedi, yarışma, reality show ve dizi filmlerin de yoğunlukla üretildiğini görmek mümkündür.

Yapılan bir araştırmaya göre, 1995 yılında Türk televizyonlarında en fazla reyting alan program türleri sırasıyla haber raporları, mizah programları, spor karşılaşmaları, politika programları, reality show programları, spor yayınları, haber bültenleri, haber/bilgi yayınları, yerli diziler ve spor haberleridir (İlhan/Ünlü, 2019: 1365). Bunlar arasında reality show, politika programları ve diziler göz önünde bulundurulduğunda, yayınlanan yapımların büyük çoğunluğunun yerli olduğunu görmek mümkündür.

2000 yılına gelindiğinde, Türkiye'de en fazla reyting alan program türlerini sırasıyla yarışmalar, yerli diziler, spor karşılaşmaları, mizah programları, spor yayınları, yabancı diziler, talk show programları,

magazin programları, konserler ve yerli filmler oluşturmuştur (İlhan/Ünlü, 2019: 1366). Yerli dizilerin haricindeki türlerden yarışmalar, mizah programları, talk show programları, magazin programları ve spor yayınlarının da tamamı yerlidir.

2006 yılı araştırmasına göre, haberler %88,1, yerli diziler %71,9 ve dinî programlar %60,6 oranında en fazla izlenen program türü olmuştur. 2009 yılında yapılan araştırmada ise, haberlerin %93,7, yerli dizilerin %86,2 ve dinî programların ise %61,8 ile en fazla izlenen programlar olduğu görülmektedir. 2009 yılında televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenen program türleri sıralamasında yerli diziler %86,3 haber programları %85,1 ve Türk filmleri %74,8 ile en fazla tercih edilen programlar olmuştur (RTÜK, 2013: 26-27).

2000'li yılların başında televizyonlarda Türk yerli yapımlar büyük ilgi görürken Avrupa Birliği'ne uyum politikaları doğrultusunda 3984 sayılı Kanun ilga edilerek yerine 03.03.2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun çıkarılmıştır. Böyle bir değişiklik yapılmasının temel amacı, AB'nin 2007 yılında çıkardığı GİMHY'sine uyum sağlamaktır. Kanunda, haber, spor olayları, yarışma, reklam, tele-alışveriş vb. türden yayınların haricinde kalan programların en az yarısının Avrupa eserlerine ayrılacağı hususu hükme bağlanmıştır (m.15/a)[7]. Ayrıca, söz

[7] 6112 sayılı Kanun'a göre, 'Avrupa Eseri'nin iki şartı bulunmaktadır. Bu bakımdan, AB'ye üye Devletlerde yerleşik gerçek ve tüzel kişiler tarafından gerçekleştirilen yapımlar ile ASTS'ye taraf Devletler tarafından üretilen eserler Avrupa eseri olarak kabul edilmektedir (m.3/1-c). Bu bakımdan, Türkiye halen ASTS'ye taraf ülke olması bakımından Türkiye'de üretilen görsel-işitsel eserler Avrupa eseri olarak kabul edilmektedir.

konusu program türleri dışında kalan yayın süresinin ya da program bütçesinin %10'unun bağımsız Avrupa eserlerine ayrılacağı kabul edilmiştir (m.15/b) Ancak Kanunun geçici 7. maddesinde, Avrupa kotası uygulamasının Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa Birliği'ne tam üye olduğu tarihten itibaren uygulanacağı da belirtilmiştir.

2012 yılında televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, yerli dizilerin %76,7, haberlerin %74,5 ve Türk filmlerinin ise %49,7 oranında izlendiğini görmek mümkündür (RTÜK, 2013: 25).

Deloiette (2014: 9) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'de 2013-2014 sezonunda en fazla izlenen altı kanalın ilk beşe giren programlarının %81'ini yerli diziler, yerli yarışma ve eğlence programları ile yerli sinema filmleri oluşturmaktadır. Yabancı sinema eserlerinin payı ise %5'tir.

2018 yılında RTÜK'ün yaptığı araştırmaya göre, 14 program türü arasında izleyicilerin en fazla tercih ettiği üç program sırasıyla haberler, yerli diziler ve spor programları olmuştur. Yabancı diziler 10. sırada yer alırken, yabancı filmler 12. sırada yer almıştır (RTÜK, 2018: 53).

Ayrıca, 2000'li yıllar, Türk dizilerinin yoğun olarak dünyaya ihraç edildiği bir dönem olmuştur. 2008 yılında dizi film ihracatından elde edilen gelir 100 bin dolar iken bu rakam 2017 yılı itibariyle 300 milyon doların üzerine çıkmıştır (haberturk.com, 15.10.2018). 2018 yılı itibariyle Türk dizileri 176 ülkede 700 milyondan fazla izleyiciye ulaşmıştır. Türkiye, ABD'de sonra dünyaya en fazla dizi ihraç eden ülke konumundadır (aa.com.tr, 11.11.2019). Bu durum, Avrupa'nın

1980'li yıllarda dünya yayıncılık pazarında payını artırma hedefinin 2000'li yıllarda Türkiye tarafından gerçekleştirildiğini açık olarak göstermektedir.

2.2. Türk Televizyonlarında Avrupa Eserlerinin Oransal Dağılımı

Bir önceki başlıkta, Türkiye'de TRT döneminden günümüze kadar geçen sürede yerli yapımların izlenme oranları açıklanmaya çalışıldı. Bu kısımda ise, nicel içerik analizi yöntemi kullanılarak, en fazla izlenen Türk televizyonlarında yerli yapımlara (Avrupa eseri) ve yabancı menşeili yapımlara ne oranda yer verildiğine ilişkin güncel bilgiler ortaya konmaya çalışılmıştır. Nicel içerik analizi ile Türkiye'nin en fazla izlenen televizyon kuruluşlarının[8] 21-27 Aralık 2020 tarihleri arasını kapsayan yedi günlük yayın akışları, bu yayın kuruluşlarının resmî internet sitelerinden yararlanılarak incelenmiş ve program türüne bakılmaksızın (haber, spor olayları, yarışma vb.) genel olarak kategorileştirilmiştir. İçerik analizi yapılırken 24 saatlik yayın dilimindeki yerli ve yabancı programların sürelerini karşılaştırmak yerine, yayın akışında bulunan program sayıları esas alınmış ve bu programların kaçının yerli, kaçının yabancı olduğu üzerinden hesaplamaya gidilmiştir.

[8] RTÜK'ün 2018 yılında yayınladığı İzleyici Eğilimleri Araştırmasına göre, bu Çalışmada örneklem olarak seçilen televizyon kanalları, en fazla izlenen ilk yedi yayın kuruluşudur (RTÜK, 2008: 52).

Tablo 1: Türk televizyonlarında yerli ve yabancı programların oransal dağılımı.

KANAL	TARİH	AVRUPA ESERİ SAYISI	YABANCI ESER SAYISI	AVRUPA ESERLERİNİN YÜZDELİK DAĞILIMI	YABANCI ESERLERİN YÜZDELİK DAĞILIMI
TRT-1	21-27 Aralık 2020	98	3	%97	%3
Kanal D	21-27 Aralık 2020	73	6	%91,8	%8,2
Star	21-27 Aralık 2020	62	12	%80,7	%19,3
Fox TV	21-27 Aralık 2020	77	-	%100	-
Show TV	21-27 Aralık 2020	71	-	%100	-
ATV	21-27 Aralık 2020	67	4	%94	%6
TV8	21-27 Aralık 2020	70	-	%100	-
TOPLAM	21-27 Aralık 2020	518	25	%95,2	%4,8

Tablodan da görüleceği üzere, 21-27 Aralık 2020 tarihleri arasında yerli yapımların, yani Avrupa eserlerinin oranı %95,2'dir. İncelenen yedi kanal içerisinde Fox TV, Show TV ve TV8'in bir haftalık süre içerisinde hiç yabancı menşeili yayına yer vermemiş olması dikkat çekicidir. TRT-1 ve ATV'de de yabancı yayınların oranı oldukça azdır.

Yabancı yayın sayısı en fazla olan Star'da bile bu oran %20'yi bulmamaktadır. İncelenen televizyon kuruluşlarında yayınlanan toplam 25 yabancı eserin tamamı ABD menşeili sinema filmleridir.

Burada dikkati çeken asıl husus, TRT'nin kurulduğu yıllardan itibaren yabancı yapımlara yönelik herhangi bir koruyucu politika ve kota belirlemeyen ve yayıncılık alanını düzenleyen mevzuatta halen bu konuda bağlayıcı bir hüküm uygulamayan Türkiye'de yabancı yapımlar ile 'rekabet' yoluyla mücadele edilmiş ve başarıya ulaşılmış olmasıdır. Bir önceki başlıktaki ve yukarıdaki sayısal veriler göstermektedir ki, 1970'li yıllardan günümüze kadar geçen dönemde yerli yapımlar, yerli izleyicilerin kendi rızaları ile 'talep' ettiği ve hatta yabancı pazarların bile yoğun oranda 'tercih' ettiği bir konuma yükselmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada, öncelikli olarak Avrupa yayın hukukuna ait Avrupa eseri kavramı, Avrupa Birliği yayın politikaları bağlamında ele alınmış ve bu politikaların ne derecede uygulanabildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bilindiği üzere, 1950'li yılların ortalarından itibaren, ABD'de Hollywood sektörü güçlenmiş ve başta Avrupa olmak üzere tüm dünyaya program ihraç etmeye başlamıştır. Bu dönemde, Avrupa'da Devlet tekelleri şeklinde yapılandırılan kamu hizmeti yayıncıları mevcut olmakla birlikte program üretim olanakları sınırlıdır. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren UNESCO bünyesindeki çalışmalarla Avrupalılar, dünyadaki dengesiz iletişim akışını ABD ile müzakere yoluyla gidermeye çalışmış ancak başarılı olamamıştır. Bu dönemde, ABD menşeili yayınlara karşı her Avrupa ülkesi farklı kota sistemi

uygulamıştır. Başka bir ifade ile söylemek gerekirse, uygulanan politika rekabet etmek yerine kota uygulamak olmuştur. 1980'li yıllarda ise bu durum biraz da olsa değişmiştir. 1982 Hahn Kararı'nda artık yayıncılık alanında ortak bir politika benimsenmesi kabul edilmiş ve 1989 yılında çıkarılan Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesi'nde dünya pazarında Avrupa yapımlarının payının artırılması için Topluluğa üye ülkelerin ortak gayret göstereceği belirtilmiştir. Ancak aynı yıl kabul edilen ve Avrupa'da yayıncılık alanını düzenleme amacı taşıyan ilk belge niteliğinde olan STD'de 'haberler, spor programları, oyunlar, reklâmlar, teleteks hizmetleri ve tele-alışveriş programları' dışında kalan programların en az %51'inin Avrupa eserine ayrılması hususu hükme bağlanmıştır. Bu, kotalar konusunda Topluluk Devletlerinin aldığı ilk ortak karardır. Ancak kanımızca, hem dünya yayıncılık pazarında Avrupa yapımlarının payını artırmayı hedeflemek ve rekabeti esas alan bir politika belirlemek, hem de yabancı menşeili yayınlara karşı kota uygulamak birbiriyle bağdaşmayan iki anlayışın aynı anda uygulamaya konulması anlamına gelmektedir. Ayrıca, 1989 yılında Avrupa Konseyi tarafından oluşturulan ASTS de imzalanmış ve aynı kota uygulaması burada da benimsenmiştir. Uygulamalara bakıldığında, 2007 yılına kadar geçen süreçte bahsedilen düzenlemelere rağmen Avrupa televizyonlarında ABD menşeili yapımların ağırlıkta olduğu görülmektedir. 2007 yılında, yayıncılık alanındaki teknolojik gelişmeler dolayısıyla STD, GİMHY olarak güncellenmiş ancak mevcut kota uygulaması korunmuştur. Bu tarihten günümüze kadar olan süreçte de Avrupa televizyonlarında yayınlanan kurmaca yapımların çoğunun yabancı menşeili olduğunu görmek mümkündür.

Bu veriler, kota uygulamasının Avrupa eserlerinin Avrupalı izleyiciler tarafından tercih edilmesi için yeterli ve uygun bir politika olmadığını göstermektedir.

Hem ASTS'ye taraf olması hem de Avrupa Birliği'ne aday ülke konumunda bulunması dolayısıyla Avrupa kotalarıyla ilgili düzenlemeler Türkiye'yi de ilgilendirmektedir. Bu çalışmada AB'nin karşısına örnek olarak Türkiye'nin konulmasının amacı iki tarafın mukayese edilmesi değil, iki tarafın uyguladığı farklı politikaların farklı sonuçlara yol açtığı hususunun ortaya konulmasıdır. Türkiye'de TRT bünyesinde 1968'de başlayan televizyon yayınlarında ilk yıllardan itibaren yabancı yapımların yanı sıra yerli yapımlara da yer verilmiştir. Hatta Aşk-ı Memnu dizisi, 1981 yılında Fransa'ya ihraç edilmiştir. ASTS'nin 1992 yılında yürürlüğe girmesiyle Avrupa kotaları Türkiye için bir 'tavsiye' kararı niteliğinde olmuş ancak özel yayıncılığı düzenlemek amacıyla çıkarılan 3984 sayılı Kanun'a Avrupa kotalarına ilişkin bir hüküm eklenmemiştir. 1990'lı ve 2000'li yıllarda Türk televizyonlarında yayınlanan yapımların büyük kısmını yerli yapımlar oluşturmuştur. 2011 yılında 3984 sayılı Kanun ilga edilmiş ve yerine AB'ye uyum amacıyla çıkarılan 6112 sayılı Kanun yürürlüğe girmiştir. Kanun'da GİMHY'de öngörülen Avrupa kotaları aynen benimsenmiş ancak bu hükmün üyelik süreci tamamlanınca geçerli olacağı belirtilmiştir. Son yıllarda Türk televizyonlarındaki yerli yapımlar çok büyük oranda artmıştır. İçerik analizi yöntemiyle ulaşılan sonuca göre, 21-27 Aralık 2020 tarihleri arasında Türkiye'nin en fazla izlenen yedi kanalında yayınlanan program sayısının %95,2'si yerli, %4,8'i yabancı menşeilidir.

Avrupa Birliği'nin aksine Türkiye'de yerli yapımları artırmak için hiçbir zaman planlı bir politika yürütülmemesine ve bağlayıcı yasal düzenlemeler yapılmamasına rağmen 'rekabet' yoluyla yerli yapımların talep edilmesini sağlamak, 'zorlayıcı' politikaların tek çözüm olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Şüphesiz, zorlayıcı ve sınırlayıcı politikaların uygulanması gerektiği durumlar olabilir. Kaldı ki, kamu yararının sağlanması bakımından liberal öğretinin de zaman zaman bazı sınırlamaları öngördüğü bilinmektedir. Örneğin, yararcılık düşüncesinin temsilcilerinden J.S. Mill, genelin yararının 'en üstün' yarar olduğunu ve genelin yararını sağlamak amacıyla özgürlüklerde bazı sınırlamalara gidilebileceğini savunmaktadır. Ancak kanımızca, genelin yararını sağlamak için 'sınırlamaktan' farklı bir alternatif varsa önce o alternatif denenmelidir. O halde, Avrupa eserlerini izlenir kılmanın en önemli yolu kotalar değil, serbest rekabet sistemi içerisinde kalarak nitelikli ve talep edilen programlar üretmek olmalıdır.

KAYNAKÇA

Açık Toplum Enstitüsü Avrupa Birliği İzleme ve Savunuculuk Programı İzleme Raporu (2005). Avrupa'da Televizyon, Ankara: Reta Ltd.

Akkor Gül, Ayşen (2013). Görsel-İşitsel Politikasıyla Avrupa Birliği: Televizyon Yayıncılığından Yöndeşen Medyaya, İstanbul: Beta Yayınevi.

Arsan, Esra (2008). Avrupa Birliği ve Gazetecilik, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Cankaya, Özden (1997). Dünden Bugüne Radyo Televizyon, İstanbul: Beta Yayınevi.

Çaplı, Bülent (2001). Televizyon ve Siyasal Sistem, 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Çiftci, Ahmet (1999). Uluslararası Hukuk Açısından Radyo ve Televizyon Hukuku, G.Ü. Ankara: İletişim Fakültesi Basımevi.

Deloiette (2014). Dünyanın En Renkli Ekranı Türrkiye'de Dizi Sektörü, İstanbul.

Geray, Haluk (2002). İletişim ve Teknoloji, Ankara: Ütopya Yayınevi.

İlhan, Vahit / Ünlü, Burak (2019). "Türkiye'de Televizyon Yayınlarının Türlere Göre İzlenme Oranları: 1995-2010 Yılları Arası Yayınlanan Program Türlerinin Reyting Analizi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 12 Sayı: 62, s.1363-1377.

Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Pekman, Cem (1997). Televizyonda Özelleşme, İstanbul: Beta Yayınevi.

Serim, Ömer (2007). Türk Televizyon Tarihi 1952-2006, İstanbul: Epilson Yayınları.

Sümer, Burcu (2010). 'Avrupa Birliği ile Uyum Süreci Bağlamında Türkiye'de Yeni Yayıncılık Yasası', Mülkiye Dergisi, Cilt: XXXIV Sayı:269, sf. 199-223.

RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2012 (2013). Ankara: Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2018 (2018). Ankara: Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

Tekinalp, Şermin (2003). Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon, İstanbul: Der Yayınları.

Thompson, John B. (2019). Medya ve Modernite, Çev: Serdar Öztürk, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Yearbook 2012 (2012). Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in Europe, 2012 Edition, Vol. 1, Strasburg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Yearbook 2015 Key Trends (Television, Cinema, Video and on-Demand Audiovisual Services- The Pan-European Picture) (2016). Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Yearbook 2016 Key Trends (Television, Cinema, Video and on-Demand Audiovisual Services- The Pan-European Picture) (2017). Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Yearbook 2017/2018 Key Trends (Television, Cinema, Video and on-Demand Audiovisual Services-The Pan-European Picture) (2018). Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Yearbook 2018/2019 Key Trends (Television, Cinema, Video and on-Demand Audiovisual Services-The Pan-European Picture) (2019). Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). **Gazeteler**

Habertürk, 15.10.2018. Türk dizileri 300 milyon dolarlık ihracat yapıyor, https://www.haberturk.com/turk-dizileri-300-milyon-dolarlik-ihracat-yapiyor-2179942-ekonomi, Erişim Tarihi: 01.01.2021.

Anadolu Ajansı, 11.11.2019. ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye, https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524, Erişim Tarihi: 01.01.2021.