



Sektör Görüşmeleri

İÇERİK SANAYİLERİ

Çalışma Belgesi

Aralık, 1998

SEKTÖR GÖRÜŞMELERİ

İÇERİK SANAYİLERİ

Sevilay ÇELENK

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	2
Yöntem	3
Avrupa’da İçerik Üretiminde Ulusal Katkının Arttırılmasına Yönelik Tedbirler	5
Avrupa Birliği.....	5
Fransa.....	6
İtalya	6
Portekiz.....	6
Diğer Ülkeler	7
Avustralya.....	7
Kanada.....	8
Japonya	8
Meksika	8
Türkiye’de İçerik Üretiminde Ulusal Katkının Arttırılmasına Yönelik Mevcut Tedbirler	9
TÜRKİYE’DE GÖRSEL İŞİTSEL İLETİŞİM ALANI	11
Yerli Katkı	11
İçerik Endüstrisine İlişkin Mevcut Düzenlemeler ve Yeniden Yapılanmaya Yönelik Öneriler.....	14
TÜRKİYE’DE “KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ”: SORUNLAR VE ÖNERİLER ÖZET RAPORU	16
SİNEMA ENDÜSTRİSİ.....	16
MÜZİK ENDÜSTRİSİ	20
TELEVİZYON ENDÜSTRİSİ	23
BASILY YAYINCILIK ALANI	27
HABER AJANSLARI	31
MULTI MEDIA	32
Yararlanılan Kaynaklar	35
Mülakatlar	36

GİRİŞ

Görsel, işitsel ve basılı içerik üretim (sinema, televizyon, kitap, haber, müzik endüstrileri) alanı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin pek çoğunda ulusallık kriterinin öncelikli olarak sağlanmaya çalışıldığı endüstriyel alanlardır. Raymond Williams'a göre "Basın, yayın, sinema, radyo, televizyon ve kayıt endüstrisi gibi kültür kurumları, ...hem kendi içlerindeki bağları hem de diğer üretim kurumlarıyla bütünleşmeleri bağlamında, en genel ve yaygın şekliyle bütün toplumsal ve iktisadi örgütlenmenin parçasıdır." (1993:53).

Bununla birlikte diğer endüstriyel alanlarla karşılaştırıldıklarında "kültür endüstrileri"nin en belirgin çelişkisi, bu endüstriyel alanlarda bir yandan ekonomik nedenlerle profesyonelleşme ve standartlaşmaya gereksinim duyulurken bir yandan da kültürel farklılık ve çeşitliliğin korunmasının gözetilmesi gerekliliğidir. Bu alanlardaki ulusal üretim, kültürel ve entelektüel mirasın hem içinden gerçekleşmekte hem de bizzat bu mirasın yaratımı anlamına gelmektedir. Bu nedenle bu alanlar korumacı ulusal politikaların uygulandığı iktisadi üretim alanları olagelmüş ve yaratılan ürünlere ilişkin olarak kamunun "nitel gelişkinlik" beklentisi doğmuştur. Bu durum "kültür endüstrilerini" diğer endüstrilerden belirgin bir biçimde farklılaştıran bir boyutu ifade etmektedir. "Bilgi toplumu" çağında, ulusal enformasyon kaynaklarını güçlendirerek dışa bağımlılık ve tek yönlü enformasyon akışından korunma politikaları kadar, kültür endüstrilerinin içerik üretim ve sunum yeteneklerini geliştirerek kültürel yerellikleri koruma mücadelesi de öncelik kazanmaktadır. "Küreselleşme"nin gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler aleyhine ekonomik, enformatik ve kültürel bir eşitsizlik olarak tezahür etmesine ancak böyle

bir çaba ile engel olunabileceği görüşü uluslararası platformlarda ağırlık kazanmaktadır.

Günümüzde pek çok ülke, özellikle ABD'nin uluslararası görsel işitsel iletişim pazarlarındaki hakimiyetini kırmak ve ulusal kültür endüstrilerini korumak adına bu alanlarda yeni kurumsal yapılanmalara ve mevzuat değişikliklerine yönelmekte ve uluslararası ticarete liberal politikalar doğrultusunda yaptıkları anlaşmalara kültürel alanlar konusunda çekinceler koymaktadırlar.

Bununla birlikte, kültür endüstrileri alanında ulusal içerik payının arttırılmasında korumacı tedbirler uygulamak ya da uluslararası sözleşmelere taraf olmak gibi çabalar tek başına anlamlı görülmemektedir. Küreselleşme eğilimleri karşısında, teknolojik altyapı ve içerik üretim yetenekleri güçlendirilmeksizin, bu endüstriyel alanlarda yabancı içeriklerin hakimiyetinin kırılmasının pratik olarak mümkün olmadığı anlaşılmıştır. Kültür endüstrilerinin korunmasının sağlanabilmesi, aynı zamanda ulusal politikaların gözden geçirilmesini ve bu alanlarda öngörülen hedeflere ulaşmada nasıl bir kurumsal yapılanmaya gidileceği ve hangi araçlardan yararlanılacağı sorularının yanıtlanmasını gerektirmektedir.

Bu araştırmada, Türkiye'de televizyon, sinema, yayıncılık ve müzik endüstrileri ve ulusal basın kuruluşlarının *multi media* ortamında dolaşıma soktuğu içeriklerle ilişkili olarak bu sorulara yanıt oluşturulmaya çalışılmıştır.

Yöntem

Çalışmanın birinci aşamasında öncelikle bu alanların sorunlarını kavrayabilmek ve sektör yetkilileri ile yapılacak görüşmelere zemin oluşturabilmek

için, dünyada ve Türkiye’de sinema, yayıncılık, televizyon programcılığı ve müzik endüstrilerinin yapılanmasına ilişkin akademik çalışmalar, sektörel raporlar ve ilgili mevzuat gözden geçirilmiştir. Ayrıca Türkiye’de Ocak 1996 ve Ağustos 1998 tarihleri arasında yayınlanan belli başlı ulusal gazeteler ve dergiler inter-net üzerinden taranarak, bu alanlarla ilişkili olarak yakın bir geçmişte gerçekleştirilmiş mülakatlar ve diğer yazılar incelenmiş ve öncelikli olarak üzerinde durulan sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında, sinema, yayıncılık ve müzik endüstrileri alanındaki belli başlı meslek birlikleri, vakıf, sendika ve derneklerin üst düzey yetkilileri ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Sektörün bu öncü aktörlerinin sorunların çözümüne yönelik olarak önerdikleri kurumsal yapılanma modeli ve bu amaçla kullanılacak araçlara ilişkin görüşler bu raporun hazırlanmasında temel kaynak olarak kullanılmıştır. Televizyon yayıncılığı ve programcılığına ilişkin olarak Türkiye’deki durum, sorunlar ve önerilerin tespitinde 1995-1997 tarihleri arasında alan araştırması yürütülen “Türkiye’de Televizyon Program Endüstrisi” konulu yüksek lisans tezinin (Çelenk; 1998) araştırma veri ve sonuçlarından yararlanılmıştır.

Çalışma, Avrupa, diğer bazı ülkeler ve Türkiye’de içerik üretiminde ulusal katkının arttırılmasına yönelik tedbirlerin yer aldığı giriş kısmı ile Türkiye’ye ilişkin genel bir değerlendirme kısmı ve her bir endüstriyel alana ilişkin *sorunlar* ve *önerilerin* yer aldığı özet rapordan oluşmaktadır.

Avrupa’da İçerik Üretiminde Ulusal Katkının Arttırılmasına Yönelik Tedbirler

Avrupa Birliği

Avrupa Birliği’nin bütünleşmiş bir Avrupa hedefinde, ortak bir Avrupa kültürü ve Avrupa vatandaşlığı bilinci yaratılması gerekliliğine duyulan inançla, görsel – işitsel iletişim politikaları öncelikli olarak planlanmaktadır. Bu bağlamda Avrupa’da film ve televizyon program pazarında, özellikle ABD’nin üstünlüğünü sona erdirecek denli güçlü bir Avrupa pazarının yaratılması, kültürel bütünleşmenin sağlanmasının “olmazsa olmaz” koşulu olarak tanımlanmaktadır. Avrupa Birliği’nin uygulamaya koyduğu MEDIA II programı ve Avrupa Konseyi’nin EURIMAGES girişimi Avrupa audio-visual üretimini geliştirmeyi planlarken, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi üretim ve dağıtım pazarında ortak bir program oluşturmaya çalışmaktadır. Avrupa Birliği bu çerçevede 1989’da eğlenceye yönelik yayın zamanının büyük çoğunluğunun, “elverdiği ölçüde” Avrupa ürünü programlara ayrılması zorunluluğunu getiren Yayıncılık Direktifi’ni (89/552/EEC) yayınlamıştır. Birlik üyesi pek çok ülke 1993’ün sonlarına kadar Yayıncılık Direktifi’nin gerektirdiği uygulamalara ilişkin mevzuat düzenlemelerini tamamlamıştır. Benzer biçimde Avrupa sınırları içinde dağıtım ve gösterime girecek sinema filmlerine ilişkin olarak kotalar da uygulanmaktadır. Birlik üyesi belirli ülkelerde bazı televizyon programlarının serbest akışına izin veren özel mevzuata rağmen, korumacı ulusal pratiklerin belirgin olarak izlendiği ülkelere Fransa, İtalya ve Portekiz örnek gösterilebilir.

Fransa

Avrupa Yayıncılık Direktifi'ni 1992'de uygulamaya başlayan Fransa istisnai olarak % 60 Avrupa ve % 40 Fransız programları biçiminde televizyon program oranlarını belirterek Yayıncılık Direktifi'nin gereklerini özel olarak detaylandırmıştır. Fransa ayrıca % 60 Avrupa ve % 40 Fransız programları kotasını hem 24 saat hem de ana yayın kuşağı (*prime time*) aralığı için uygulamaktadır. *Prime time* kuralları özellikle ABD programlarının kârlı Fransız *prime time* pazarına erişimini sınırlandırmıştır. Fransız yayıncılık kotaları Avrupa topluluğu tarafından uygun bulunarak Temmuz 1992'de yürürlüğe girmiştir.

Ek olarak Fransa'da 1 Ocak 1996'da yürürlüğe giren ve neredeyse tüm özel ve devlet radyolarına % 40 Fransız şarkılarını yayınlama zorunluluğu getiren radyo yayıncılığı kotası da ABD'nin Amerikan müziğinin yayın paylaşımını sınırlandıran bir önlem olmuştur.

İtalya

Daha önce yayıncılık direktifi'nin uygulanmasında ihlaller yaşanan İtalya'da da 1996'dan itibaren Avrupa içerik kotasının daha sıkı uygulanmasına yönelik düzenlemeler getirilmiştir.

Portekiz

Portekiz'de 1990'da kabul edilen Televizyon Yasası'na göre yayınların "oransal çoğunluğu'nun "mümkün olduğunca" Topluluk veya Avrupa"

orjinli olması zorunluluğu getirilmiştir. 1993'te geçen sinema yasası da dağıtım ve gösterimde dille ilgili kotalar getirmiştir. Ancak Portekiz televizyon ve film endüstrisinin gelişkin olmayışı ve diğer Avrupa ülkelerinin ürünlerinin yayıncılığın ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz oluşu sorun yaratmaktadır.

Diğer Ülkeler

Avrupa Birliği üyesi ülkeler dışında Avustralya, Kanada, Meksika ve Japonya gibi ülkelerde de yayıncılık ve sinema gibi kültür alanlarına ilişkin bazı korumacı tedbirler şöyledir:

Avustralya

Avustralya'da yasalara göre sabah 06.00'dan gece yarısına kadar yayınlanan yıllık reklamların ancak yüzde 20'si Avustralya'lı olmayanlar tarafından kullanılabilir. Ticari televizyonların program akışlarında sabah 06.00'dan gece yarısına kadar olan kuşakta ortalama yıllık yayınlarının yüzde 55'i Avustralya'lı programlara ayrılmak zorundadır. Paralı televizyon yayınlarında yerel içerik düzenlemelerine göre, drama yayınlayan televizyonlar harcamalarının en az % 10'unu Avustralya'luların yapmış oldukları programların satın alımında kullanmak zorundadırlar. 1998 yılının başlarında bu oranın % 20'ye yükseltilmesi tartışılmaktadır. Bunun gibi ticari televizyon istasyonlarında yabancı sahipliği sınırlıdır. Bir lisanstaki yabancı payı % 15'ten fazla olamaz. Televizyon istasyonlarındaki toplam yabancı payı % 20'yi; paralı sistemlerde % 35'i aşamaz.

Kanada

Kanada’da Yayıncılık Yasası, *broadcasting* alanında düzenleyici kuruluş olan CRTC’nin “Kanada’nın ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel dokusunu kollamak, zenginleştirmek ve güçlendirmek” hedefi olduğunu içermektedir. CRTC, televizyon yayın zamanının % 60’ının (18:00 – 24:00 saatleri arasındaki ana kuşağın % 50’sinin) Kanada içerikli olmasını istemektedir. Yayıncılık Yasası ayrıca şu kısıtlamaları içermektedir: Kanada’lı sinyal taşıyıcı firmalar, taşıdıkları içeriğin içinde Kanada’lı içerik kotası uygulamak durumundadırlar. Örneğin ABD kökenli yayınları taşıyan Kanada’lı bir hizmet sağlayıcı bu kotaya uymak durumundadır.

Paralı televizyon yayınlarında ABD’den çıkan programlar, CRTC’nin onayladığı bir liste içinden seçilmek durumundadır.

Japonya

Japonya’da hükümet tarafından yayıncılık alanında her ne kadar 1998 yılından itibaren bir liberalizasyona gidileceği açıklanmış olsa da mevcut durumda doğrudan yayıncılık hizmetleri ve kablo televizyon işletmeciliğinde yabancı yatırımlara ilişkin önemli kısıtlamalar mevcuttur. Özellikle ABD, Japonya’yı *bir direct-to-home satellite broadcast* (DTH) sağlayıcısının sahip olacağı kanal sayısı ile ilgili kısıtlayıcı kuralları kaldırmaya zorlamaktadır.

Meksika

Aralık 1992’de film seslendirmesine ilişkin engelleyici koşullar taşıyan film

endüstrisi yasası yürürlüğe girmiştir. Bu doğrultuda öncelikle, yalnızca çocuk filmlerinin seslendirilebileceği, diğer bütün filmlerin alt yazı kullanması gerektiği kısıtlaması getirilmiştir. Bu koşul, piyasa tercihlerinin seslendirilmiş filmlere yönelik oluşu nedeniyle özellikle ABD (ingilizce) filmlerine karşı bir bariyer olarak işleyecektir. Meksika ticaret yetkilileri NAFTA anlaşmasının gerekliliklerine uygun olarak ABD'nin bu kısıtlamadan muaf olacağını sözlü olarak bildirmiş olmakla birlikte henüz bunu doğrulayan bir faaliyette bulunmamışlardır.

Türkiye’de İçerik Üretiminde Ulusal Katkının Arttırılmasına Yönelik Mevcut Tedbirler

Türkiye tarafından 7 Eylül 1992’de imzalanan **Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi**’nin 22 Kasım 1993 tarihinde Bakanlar Kurulu’nca uygun bulunması, yayıncılık alanında Avrupa ile bütünleşmeye ve yayıncılık alanının korunmasına yönelik önemli bir adımdır. Sözleşmenin “Program Konuları”, “Reklamlar” ve “Program Desteklenmesi” başlıklı bölümlerinin pek çok hükümleri 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Yasası’nda büyük ölçüde aynen tekrarlanmaktadır.

1994 yılında yürürlüğe giren **3984 sayılı Radyo ve Televizyon Yasası** ayrıca, yayıncılık alanında yabancı girişimlerin sahipliğine ilişkin olarak “belirli bir özel radyo ve televizyon kuruluşunda **yabancı sermayenin payı** % 20’yi geçemez. Yerli ve yabancı hissedarlar hiçbir şekilde imtiyazlı hisse senedine sahip olamazlar. Belirli bir özel radyo ve televizyon kuruluşunda ortak olan yabancı gerçek veya tüzelkişi, bir başka özel radyo ve televizyon kuruluşuna ortak olamaz” biçiminde kısıtlamalar getirmektedir.

Sinema alanında Türkiye’de gösterimle ilgili kota uygulanmamakla birlikte,

1997 yılına kadar yabancı filmlere uygulanan % 25'lik rüsum karşılığında, yerli filmlerde rüsum uygulanmaması, gösterim rekabetinde yerli sinema filmleri lehine bir uygulama olmuştur.

Türkiye'de içerik üretimi alanında ulusal katkıyı sıçratmaya yönelik diğer bazı uygulamalar da şöyledir. 1986'da 3257 sayılı kanunla **Sinema ve Müzik Sanatı Destekleme Fonu** oluşturulmuştur. Bu fondan çeşitli projelere karşılıksız paralar aktarılmış ve film yapım alanı desteklenmiştir. Türkiye aynı zamanda Avrupa Sineması'nı korumak üzere kurulan **EURIMAGES**'in üyesidir. Kültür Bakanlığı Eurimages fonunun üyelik aidatını düzenli olarak ödemektedir. Eurimages fonundan Türkiye'ye her yıl, 6 projeye, bazı sinema işletmelerine ve Avrupa filmi ithal eden firmalara olmak üzere üç tip krediyi kapsayan 10 milyon Fransız Frank'lık bir katkı sağlanmaktadır.

Türkiye'de, 5846 sayılı Fikir ve Sanat eserleri kanununun 42. Maddesi uyarınca, 1987 yılında kültür, bilim ve sanat alanlarında **SESAM, MESAM, İLESAM, GESAM gibi meslek birlikleri** kurulmuştur. Bu birlikler görsel – işitsel ve basılı içerik üretiminde ulusal katkının arttırılmasına yönelik önemli birer kurumsal yapılanma modelidirler. Bu tür birlikler, gelişkin kültür endüstrilerine sahip bütün ülkelerde mevcuttur. Sözgelimi Fransız Telif Hakları Kuruluşu SACEM 150 yıllık bir geçmişe sahiptir. Alman Telif kuruluşu GEMA 100 yıla yakın bir süredir faaliyet göstermektedir. Meslek birlikleri uluslararası kültürel faaliyetler aracılığıyla ulusal kültürün tanınması ve dışarıya açılmasının da güvencesidirler. Örneğin **MESAM Dünya Telif Birlikleri Konfederasyonu CISAK'ın** üyesidir. MESAM ayrıca, Fransız ve Alman Telif kuruluşları **SACEM ve GEMA** ile imzaladığı

sözleşmelerle yabancı müzik eseri sahiplerinin haklarını ülkemizde korumakta ve **Türk besteci, söz yazarı, aranjör ve editörlerinin haklarının yurtdışında korunmasını sağlamaktadır.**

TÜRKİYE’DE GÖRSEL İŞİTSEL İLETİŞİM ALANI

Yerli Katkı

Görsel işitsel iletişim sektörü Türkiye’de hızla gelişen bir sektör olarak dikkat çekmektedir. Bu alanda dolaşıma giren içeriklerin sayısal oranları incelendiğinde, sinema endüstrisi haricindeki endüstriyel alanlarda yerli içerik katkısının artırılması öncelikli bir problem olarak karşımıza çıkmamaktadır. Bu durum TUENA, Türkiye İçerik Üretimi Çalışma Belgesi’nin (Altun, Başaran, Çelenk, Işığın, Tuncel 1997) incelenmesinden de anlaşılmaktadır:

Müzik endüstrisi içerik üretimine bakıldığında 1996 yılı itibarıyla 2333 kaset dizisi ve 762 CD dizisinin Eser İşletme Belgesi aldığı görülmektedir. Aynı yıl kaset baskısı 53,207,139 ve CD baskısı 3,834,503 adet olarak gerçekleşmiştir. Çoğaltılan kasetlerdeki **yerli yapım oranı % 93’ken, CD’ler de bu oran % 56’dır.** Üretimde güçlü uluslararası müzik şirketlerinin varlığına rağmen, tüketimin hala yerli yapıma yönelik olduğu dikkat çekmektedir.

Televizyon yayın içerikleri konusunda da yerli katkının oldukça yüksek olduğu bilinmektedir. Türkiye’deki 16 ulusal televizyon kanalı yılda **140.000 saat yayın yapmakta ve bu yayınının yaklaşık % 80’ini** yerli yapımlar oluşturmaktadır.

Haber üretiminde yerli katkıyı tespit etmekte bazı güçlükler vardır. Günlük

haber üreten ajansların kendi üretimleri olan haberlerle, abone oldukları yabancı haber ajanslarından sağlayıp Türkçe olarak yeniden ilettikleri haber oranlarına ilişkin kesin bilgi elde edilememektedir. Bununla birlikte Türkiye’de günlük haber üreten 17 ajans bulunmaktadır. Bu ajansların üçü, Anadolu Ajansı (AA), Ulusal Basın Ajansı (UBA) ve Ankara Ajansı (ANKA) haber üretimimin önde gelen aktörleri olarak yerli içerik katkısının büyük bölümünü gerçekleştirmektedirler. Anadolu Ajansı, bu üç ajansın günlük toplam haber hizmeti kapasitesinin dörtte üçünü tek başına gerçekleştirmektedir. Günde ortalama **600 haber geçen AA’nın bu haberlerden 450’sini** kendi kaynakları ile ürettiği belirtilmektedir (Pirler, Eylül 1998). Bu katkı, haber üretiminde yerel içerik düzeyine ilişkin olumlu bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Kitap yayınında, 1997 yılı sonunda basılan **eser sayısının 10.350 ve baskı adedinin de 10.350.000** olarak gerçekleştiği tahmin edilmektedir.

Sinema alanı ise istisnai olarak Türkiye’de, bütünüyle yabancı içeriklerin (filmlerin) hakimiyetinde olan bir kültürel alan olarak dikkat çekmektedir. Bu ABD’nin film pazarındaki tartışmasız üstünlüğünün Türkiye özelindeki yansımasıdır. Bu durum aslında Türkiye’de, yerli film yapımı sorunundan çok dağıtım, gösterim alanlarındaki bir soruna dikkat çekmektedir. 1996 yılında üretilen yerli uzun metrajlı konulu film sayısı 25 olarak gerçekleşmiştir. Bu, ayda ortalama 2 filmin üretiliyor olduğu anlamına gelmektedir. Ancak bu filmlerden 1996 yılında vizyona girme olanağı bulan film sayısı yalnızca 10’dur. Altuğ Işığın’a (1997) göre, bu yerli projelerin büyük çoğunluğu da Eurimages destekli, en az üç ülkenin ortak yapımı filmlerdir. Proje, fikir, senaryo yerli olmakla birlikte yapım %100 yerli değildir. Bu durum yurt dışı satışları üzerinde belirleyici olduğu gibi, filmlerin nihai

tasarruf hakları ve mülkiyetleri konusunda da belirsizliğe yol açmaktadır.

Türkiye’de sinema alanı haricindeki *görsel - işitsel iletişim alanlarında* nicel göstergeler düzeyinde ulaşılan yerli katkı paylarının ümit vaadeden panoramasına rağmen, **içerik nitelikleri konusu** önemli bir sorun olmaya devam etmektedir. Özellikle televizyon ve müzikte içeriklerin niteliksizliği sektörün önde gelen aktörlerinin en sık gündeme getirdikleri sorunlar arasındadır. MESAM Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Sekreteri Dursun Karaca’ya göre (Eylül, 1998), Türkiye’de üretilen müzik eserlerinin pek çoğu niteliksizlikleri ve banallikleri ile “müzik kültürünün ayaklar altına alınmasına” katkıda bulunmaktadır. Televizyon alanında da üretilen içeriklere sıklıkla yöneltilen eleştiriler Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi MDB - 1998 Raporu’nda şöyle özetlenmektedir:

İçerik açısından özel kanallar, medya endüstrisinin haber değerleri, medya etiği ve regülasyon açısından ağır eleştirilere maruz kalmasına neden olmuştur. Bu eleştirilerin odaklandığı ortak noktalar ise içerikteki şiddet ve eşitsiz temsildir. Düzenleyici kurum RTÜK ise, radyo ve televizyon kanallarını defalarca geçici olarak kapatmanın dışında, alanı düzenleme adına fazla bir şey yapmamıştır. Türkiye medyasıyla ilgili herhangi bir tartışmada mutlaka sözü edilmesi gereken bir konu da gazetecilerin hem devlet hem de çalıştıkları şirketler cephesinden baskı altında olmalarıdır. Türkiye medyası, tüm sıkıntılarıyla büyümekte olan bir endüstridir. Sorunlarının çözümü de yine endüstride, medyada çalışan profesyonellerde ve daha iyi bir regülasyonda yatmaktadır.

Bu raporda, içerik üretiminde niteliğe ilişkin sıkça gündeme getirilen diğer problemler ve nedenleri, her sektör için ayrı ayrı hazırlanan “*Sorunlar*” başlığı altında detaylandırılmaktadır.

İçerik Endüstrisine İlişkin Mevcut Düzenlemeler ve Yeniden Yapılanmaya Yönelik Öneriler

Türkiye’de görsel – işitsel iletişim alanını düzenleyen başlıca düzenlemeler;

3984 sayılı Radyo veTelevizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun,

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu,

3257 sayılı Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine İlişkin 4110 Sayılı Kanun

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Telif Hakkı Ödeme Esasları ile Telif Hakkı Sahiplerinin ve Yapımcıların Haklarını Koruma Esas ve Usulleri Yönetmeliği

ve ilgili diğer yönetmeliklerden oluşmaktadır.

İlgili sektörlerin yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, alanlarına ilişkin öncelikli sorunlar, mevzuat değişikliklerinin uygulanmasındaki bürokrasiden kaynaklı aksamlar ve yapılması beklenen diğer mevzuat değişikliklerinin aynı sebeplerle gecikmesi ile ilişkilendirilmektedir. Örneğin sinema ve müzik alanında yaşanan pek çok sorun 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun, telif hakları ile ilgili hükümlerinin, gerekli tüzük ve yönetmeliklerin çıkarılamamasından kaynaklı olarak, uygulanamıyor olması ile açıklanmaktadır. Bunun gibi, sinemacılar sorunlarının çözümünü, kapsamlı bir “Sinema Yasası”nın, yayıncılar ise “Yayıncılık Yasası”nın çıkarılmasına bağlamaktadırlar. Özetle, kurumsal yapılanma önerileri içinde, mevcut mevzuatın topyekun gözden geçirilmesi, değişikliklere gidilmesi ve mevzuat değişikliklerinin uygulanmasındaki ağır bürokrasinin engellenmesi önerileri öncelik kazanmaktadır.

Bunun dışında ikinci önemli kurumsal yapılanma önerisi *devletin kültür*

alanlarına katkısı ile ilişkili olarak gündeme getirilmektedir. Türkiye’de Kültür Bakanlığı aracılığı ile kültür alanlarının tamamının gelişimine katkı için devlet bütçesinden ayrılan pay genel bütçenin binde üçüdür. Bu oran gerçekten de gelişkin kültür endüstrilerine sahip ülkelerdeki devlet katkısı ile karşılaştırıldığında oldukça düşük bir orandır. Sözgelimi Fransız Telif Hakları Kuruluşu SACEM’in bütçesi Fransız ulusal bütçesinin %11.5’ini oluşturmaktadır. Bunun gibi Alman Telif Kuruluşu GEMA’nın bütçesi yaklaşık 4 milyar Mark civarındaki oldukça yüksek bir bütçedir (Karaca, 1998).

Sektör yetkilileri, devlet katkısını doğrudan üretime para aktarımı şeklindeki bir katkı olarak tanımlamadıklarını da ifade etmektedirler. Devletin asli görevi, kültürel üretim alanlarının altyapısal ve teknolojik şekillenmesine katkıda bulunmak olmalıdır. Özel sektör, bu alanlarda kaliteli üretim için gereksinim duyulan teknolojik altyapıya yatırım yapma riskini göze alamamaktadır. Dünyanın gelişmiş ülkelerinin çoğunda kültürel üretimin altyapısı devlet eliyle kurulmuştur. Devlet bu altyapının yüksek teknoloji ile kurulması için kaynak aktarmalıdır. Kurulan müzik kayıt stüdyoları, film laboratuvarları ve sinema işletmelerinin mülkiyeti devlette olacağı için, kısa ve uzun dönemli kiralama yoluyla ayrılan kaynakların kısa zamanda devlet bütçesine geri dönüşümü de sağlanabilecektir.

Sinema ve müzik endüstrilerinden görüşülen yetkililer, Türkiye’de *production* maliyetleri ve bu alanlarda işgücüne ödenen miktarların Avrupa’ya oranla oldukça düşük olduğuna dikkat çekmektedirler. Kültür alanlarının yeniden yapılanmasına yönelik acil mevzuat değişikliklerinin yapılması ve teknolojik altyapının güçlendirilmesi halinde Türkiye pek çok Avrupa ülkesinin, Asya ve Orta Doğu ülkesinin *prodüksiyonlarını* gerçekleştirmek üzere tercih ettikleri bir platoya

dönüşebilir. Bugünkü koşullarda bile animasyon ve film yapımında Türkiye’den ekip ve ekipman almayı tercih eden, üretimlerini İstanbul’da gerçekleştiren firmalar bulunmaktadır. Bu olanak uzun dönemli politikalar eşliğine değerlendirilirse, Türkiye’nin küresel enformasyon pazarından pay kapma hedefine yönelik çok elverişli bir araç sunacaktır.

TÜRKİYE’DE “KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ”: SORUNLAR ve ÖNERİLER ÖZET RAPORU

SİNEMA ENDÜSTRİSİ

GÖRÜŞÜLEN KURUMLAR: Türkiye Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği (SESAM), Sinemacılar Sendikası (Sine-Sen), Türkiye Sinema ve Audiovisuel Kültür Vakfı (TÜRSAK), Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü

Sorunlar

1. Film yapım faaliyetinin son derece pahalı bir uğraş olması, bu alanlara yatırım yapma riskini yerli yapımcının almakta tereddüt etmesi, devletçe verilen kredilerin yetersizliği ve film yapımında sponsor bulmakta güçlük çekilmesi gibi ekonomik sorunlar.
2. Türkiye’de film dağıtım faaliyetini ikisi yabancı üç büyük firmanın (Warner Bross, UIP ve Özen Film) elinde tutması nedeniyle dağıtım ve gösterimde yerli film yapımcılarının güçlük çekmesi, özellikle salon bulmakta zorlanmaları.

3. Yerli filmlerin tanıtımı faaliyetlerinin yetersizliği.
4. Üretilen ve gösterime giren filmlerden elde edilen kazancın yeni bir filmin finansmanını sağlayacak düzeyde olamayışı ya da film yapım alanına geri dönmeyişi.
5. Türk Sineması'na duyulan güvensizlik nedeniyle sinemacıların desteklenmeyişi.
6. Sinema çalışanlarının sosyal güvencelerden yoksun oluşu, alanda profesyonel anlamda bir istihdamın sağlanamayışı.
7. Gelişkin film endüstrilerine sahip ülkelerle karşılaştırıldığında, Türkiye'de devlet – sinema ilişkilerinde görülen karşılıklı güvensizlik ve kurumsallaşma eksikliği.
8. Ağır devlet bürokrasisi nedeniyle, sinema alanında gerçekleştirilmesi gereken mevzuat reformunun bir türlü gerçekleşmemesi ve kapsamlı bir Sinema Yasası'nın olmayışı.
9. Sinema alanının tek düzenleyici devlet birimi olarak Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü'nün, ulusal politikadaki istikrarsızlıklardan ve sık gerçekleşen hükümet değişikliklerinden etkilenmeye açık ve personel istihdamında herhangi bir uzmanlık kriteri gözetmekten uzak oluşu nedeniyle, sorunların çözümüne dönük politikalar üretmekten aciz, işlevselleştirilememiş bir birim olması.
10. Türk Sinema Kurumu veya Ulusal Sinema Enstitüsü gibi, sinema alanını

bir bütün olarak değerlendirebilecek, ulusal politikalar üretilmesine ve bu politikaların hayata geçirilmesine öncülük edebilecek özerk bir kurum tasarısının bir türlü hayata geçirilemeyişi ve sorunların farklı kurum ve kuruluşlar tarafından parçalı ve tepkisel bir biçimde ele alınışı.

Öneriler

1. Yerli ve yabancı filmlere uygulanan **% 10 oranındaki rüsumun** belediyelerden alınarak **Sinema Fonu**'na aktarılması ve böylece bu paranın yeniden sinemaya devrinin sağlanması.
2. **Sinema Yasası**'nın çıkarılması.
3. Ulusal televizyonlarda gösterilen tüm programların **gösterim belgesi zorunluluğunun** hayata geçirilerek, buradan sağlanacak gelirin film yapımına teşvik için kullanılması.
4. Televizyon **reklam gelirlerinden** RTÜK'ün aldığı % 5lik payın % 1'lik kısmının Türk Sineması'na aktarılmasının sağlanması.
5. **Türk Sinema Kurumu veya Ulusal Sinema Enstitüsü** gibi özerk bir sinema kurumu projesinin hayata geçirilmesi.
6. Kişilerin ya da ticari ortaklıkların gelirlerinin % 5'lik kısmını kültür alanına aktarmaları durumunda bunun vergi yükümlülüklerinden düşmesini sağlayan vergi yasalarındaki değişiklik doğrultusundaki **Sponsorluk Projesinin** uygulanabilmesi için, işadamlarının Bakanlık'ça teşvik edilmesi, bu değişikliğin detaylarıyla anlatılması ve buradan sinemaya

sağlanacak katkının kurumsallaştırılması.

7. Sinema alanındaki istihdam politikası farklılıklarının, sinema çalışanlarının sigorta ve emeklilik hakkı gibi sosyal güvencelerden yararlanmalarını engelleyen bir uygulamaya dönüşmesinin önüne geçilmesi. Sinema çalışanlarının **sosyal güvencelerden** yararlanabilmeleri için bu alandaki geçici ve kısa süreli istihdam yapısının dikkate alınması.
8. **Başbakanlık Tanıtım Fonu**'nun sinemanın geliştirilmesine bir katkı olarak değerlendirilmesinin sağlanması.
9. **Telif Hakları Yasası**'nın uygulanmasını sağlayacak tüzük ve yönetmeliklerin bir an önce çıkarılmasının sağlanması.
10. Uluslararası film festivallerine katılımın teşviki ve destek sağlanması ve **Türk Sineması'nın uluslararası film pazarında yer almasını sağlayacak tanıtım çalışmalarının** kurumsallaştırılması.

MÜZİK ENDÜSTRİSİ

GÖRÜŞÜLEN KURUMLAR: Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği (MESAM), Müzik Yapımcıları Derneği (MÜYAP).

Sorunlar

1. Müzik endüstrisinde ulusal katkının sıçratılabilmesi için gerekli olan devlet katkısının Türkiye’de sağlanamaması (devletin müzik alanı da dahil olmak üzere kültür alanına yaptığı toplam katkı, genel bütçenin binde üçüdür).
2. Müzik eserleri sahiplerinin haklarının korunmasını sağlayacak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Yasası’nın telif hakları ile ilgili maddelerinin uygulanmasına yönelik tüzük ve yönetmeliklerin çıkarılmaması dolayısıyla, telif hakları alanında yaşanan sorunların devam etmesi:

Bu alanda özellikle sayıları 1993 yılından sonra hızla artan özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yayın akışlarında yer verdikleri müzik eserlerinin telif bedellerinin tahsilinin kurumsallaştırılmaması.

Telif Hakları Yasası’nda “Umuma icra” olarak tanımlanan kamuya açık eğlence yerleri, ulaşım araçları gibi ortamlarda icra edilen müzik eserleri ile ilgili telif hakkının takip ve tahsilinde karşılaşılan güçlükler.

3. Her yıl ortalama 40,000,000 civarındaki korsan kaset ve CD baskısı aracılığıyla müzik endüstrisinde yaratılan kayıt dışı ekonominin müzik eseri sahiplerini ve icracı sanatçıları mağdur etmesi.

4. Radyo ve televizyon yayıncılığı alanında 1990 sonrasında yaşanan patlama sonucunda, program sıkıntısı çeken yeni radyo ve TV kuruluşlarının müzik yapım alanındaki olumsuz etkileri. Bu kuruluşların yayın akışlarını dolduracak program arayışlarının, müzik yapım alanında niteliksiz üretimi teşvik etmesi.
5. Müzik yapım firmalarının örgütlenme sorunu. Müzik yapım alanındaki 700 firmanın varlığına karşın MÜYAP çatısı altında yalnızca 52 firmanın (bu 52 firma aynı zamanda müzik alanında gerçekleşen üretimin yaklaşık % 90'ını karşılamaktadır) örgütlü olması.
6. Müzik eseri üretiminde yerli katkının payı, baskı ve eser sayısı gibi nicel göstergeler düzeyinde güçlü bir ulusal müzik endüstrisinin sinyallerini veren Türkiye müzik endüstrisinin, nitel düzeyde bu gelişkinlikten oldukça uzak oluşu. Mevcut işleyiş içinde görece nitelikli ve özgün müzik çalışmalarının önünü açan hiçbir kurumsal düzenleme ya da teşvikin olmayışı.
7. Kültürel üretim alanlarına ilişkin olarak ulusal politikalar tespit edilememesinin müzik endüstrisinin popülist eğilimlerini teşvik etmesi.
8. Belli bir kültürel faaliyet alanında birden fazla meslek birliğinin kurulmasına izin veren 5846 sayılı Fikir ve Sarat Eserleri Kanunu'nun bazı maddelerinin değiştirilmesine ilişkin 4110 sayılı kanunun, MESAM ve MÜYAP gibi alanın en önemli iki aktörü tarafından farklı tepki ve yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmesi: MESAM bu kanunun uygulanması ile kurulacak meslek birliklerini çatısı altında toplayacak bir federasyona, müzik eseri sahiplerini ve sanatçıları azınlıkta bırakarak, "müzik yapımcıları" gibi daha çok ticari

motivasyonla hareket eden bir grubun hakimiyetine terkeden bir yapılanmayla sonuçlanacağı gerekçesiyle karşı çıkmaktadır.

Öneriler

1. Ulusal müzik endüstrisinin gelişimini engelleyen, sanat ve sanatçı üzerinden haksız bir kazanç kapısı oluşturan korsan kaset ve CD üretiminin engellenmesi. “Korsan”lığa ilişkin suç tanımlarının ve müeyyidelerinin “göze alınabilir” olmasına son verecek **yasal düzenlemelere** gidilmesi.
2. Müzik eserlerinin “**umuma icrasında**” telif ücretlerinin takip ve tahsili için, müzikli ticari işletmelerin belediyelerce tescili sırasında MESAM’a bilgi verilmesi ve bu işletmelerin müzik listelerinin MESAM’a iletilmesinin sağlanması. Böylelikle, bu listeler üzerinden tespit edilecek ortalama telif hakkı karşılıklarının belirli periyodlarla tahsilinde, **yerel yönetimlerle işbirliği** halinde kurumsal bir yapılanmaya gidilmesi.
3. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un Telif Hakları ile ilgili 37. Maddesinin uygulanarak ticari televizyon kuruluşlarının müzik eseri sahiplerinin ve icracıların emeği üzerinden haksız kazanç sağlamalarına izin veren bir uygulamaya son verilmesi.
4. 28.7.1996 tarih ve 22710 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Telif Hakkı Ödeme Esasları ile Telif Hakkı Sahiplerinin ve Yapımcıların Haklarını Koruma Esas ve Usulleri Yönetmeliği’nin Müeyyidelerle ilgili 14. Maddesinin, televizyonda müzik yayını ile ilgili telif hakları ihlallerine yönelik olarak uygulanmasının sağlanması.

5. Kültür Bakanlığı'nın kaset ve CD bandrol ücretleri üzerinden sağladığı gelirin, kurulacak **“Ulusal Müzik Endüstrisi Destekleme Fonu”** gibi bir fona aktarılması ve böylece bu gelirin müzik endüstrisinin gelişimine katkı amaçlı olarak geri dönüşümünün sağlanması.

TELEVİZYON ENDÜSTRİSİ

Türkiye’de televizyon yayıncılığı ve programcılığının mevcut yapısı incelendiğinde “içerik üretiminde ulusal katkının küçüklüğü” ya da “yabancı televizyon programlarının hakimiyeti” gibi kavramlarla açıklanabilecek temel bir sorundan söz etmenin doğru olmadığı anlaşılmaktadır. Televizyon yayın kuruluşlarının yerli ve yabancı sinema filmleri dışarıda bırakıldığında ilk kez yayınladıkları tüm programların yaklaşık % 80’i yerli televizyon programlarıdır. Televizyon programcılığında pek çok ülkede yerli katkının artırılmasında en fazla mücadele edilen program türü televizyon dramasıdır. Türkiye’de ise televizyon yayıncılığı içinde yabancı dramaların hakimiyetinden söz etmek mümkün değildir. Ulusal televizyon kuruluşlarının ana yayın kuşağında yayınladıkları dramaların tamamı yerlidir. Gün içinde drama programlarına ayrılan toplam yayın süresinin yarısına yakın bir kısmı yine yerli drama yayınlarına ayrılmaktadır.

Televizyon yayıncılığının teknolojik alt yapısı oldukça gelişkindir. Özel televizyon kuruluşlarının pek çoğu modern binalarda faaliyet göstermektedirler. Bu kuruluşlar kamera, kurgu, stüdyo, plato olanakları gibi altyapısal koşullar bakımından da teknolojik alandaki gelişmeleri takip edebilmektedirler.

Türkiye’de televizyon alanının sorunlu boyutu, özel televizyon yayıncılığının başladığı 1990 yılından itibaren devam eden kargaşa ortamından, televizyon alanının

aktörlerinin sabitlenememesinden ve uzun erimli programcılık stratejilerinin belirlenememesinden kaynaklı olarak program içeriklerinin niteliklerinde ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlar ve televizyon programlarının nitelikleri düzeyindeki olumsuz sonuçları şöyle özetlenebilir.

Sorunlar

1. 1990'lı yıllarda Türkiye'de televizyon yayıncılığı alanında TRT tekelinin *de-facto* olarak sona ermesi ile başlayan özel televizyon yayıncılığı, 3984 sayılı yasanın kurallarını koyduğu frekans tahsisinin bir türülü gerçekleştirilememesi nedeniyle bugün gelinen noktada da bir tür "gecekondulaşma" mantığı ve hızı ile devam ettirilmektedir. Normal antenle izlenebilir televizyon kanallarının sayısı ulusal frekans kapasitesinin çok üzerindedir. UHF ve VHF frekans bantlarından aynı anda yayın yapabilecek kanal sayısı 8'le sınırlı olduğu halde, Türkiye'de büyük şehirlerde yaklaşık 25 kanal normal antenle izlenebilmektedir (MDB,1998:52). Bu durum yayınların görüntü kalitesini düşürmektedir.
2. Frekans sıkışıklığını önleyen ve televizyonlarda kaliteli görüntü alınmasını sağlayan bir uygulama olarak, çanak anten kullanımı ve kablolu televizyon aboneliğini özendirilen düzenleme ve çalışmalar yapılmamaktadır.
3. Televizyon yayın kuruluşları hissedarlıklarının sürekli el değiştirmesi ile programcılık alanında uzun erimli stratejiler belirlenememektedir. Türkiye'de televizyon ortamı, "çeşitlilik", "çok seslilik", "hedef kitle farklılıklarını gözeten programcılık anlayışı" gibi televizyon yayıncılığının liberal örgütlenme modelinin en önemli iddialarının gerçekleştirilebildiği bir ortam olmaktan uzaktır.

4. 16 ulusal, 15 belgesel ve 230 yerel televizyon kanalının birbiri ardına yayına başlaması ile televizyon alanının aktörleri hızla çoğalmış, kuralları ve kriterleri oluşmamış bir rekabet ortamında özel televizyon yayıncılığı kanlı bir *ratings* savaşının ortasına itilmiştir. Bu rekabet ortamının programcılık alanındaki sonucu haber bültenleri da dahil olmak üzere televizyon içeriklerine hakim olan magazinel anlayıştır.
5. Çok kanallı televizyon ortamında, televizyon yayın kuruluşlarının “başarıya” ilişkin ortak kriterleri, “en yüksek izlenme oranı”nı yakalamak olmuştur. Bu temel motivasyon, televizyon programlarının hedef kitlelerini genel kamu (*general public*) olarak planlamayı dayatmaktadır. Yayın kuruluşları bu ortak paydada buluşan en geniş kitleyi yakalamaya dönük, uzak görüşlü olmayan ticari bir perspektifle hareket etmektedirler. Bu ticari perspektif yerli televizyon programlarında çeşitliliği engellemekte ve içerikleri niteliksizleştirmektedir.
6. Özel televizyon yayıncılığının temel finansal kaynağını oluşturan reklam gelirleri mevcut televizyon kuruluşlarının varlıklarını devam ettirmelerini sağlayabilecek düzeyin çok altındadır. Televizyon kuruluşları 1997 yılında toplam 316 milyon \$’lık bir reklam gelirini paylaşmışlardır. Reklam gelirlerinin düşüklüğü televizyon yayıncılığına el atan kişi ve grupların medya dışı faaliyet alanlarından kazandıkları parayı televizyon yayıncılığına aktarmaları ile sonuçlanmaktadır. Televizyonculuk faaliyetini zararına sürdüren ticari ve finansal sermayenin tanınmış grupları, yayıncılığın bir iktidar ve prestij sağlama olanağı ve aygıtı olarak kullanıldığı yönündeki anlayışın meşruiyet kazanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu durum, televizyonun demokratikleşmesini ve televizyon

aracılığıyla çok sesliliğin sağlanmasını sekteye uğratmaktadır.

7. *De-facto* olarak başlayan özel televizyon yayıncılığına çeki düzen vermek üzere bir tepki yasası gibi hazırlanan 3984 sayılı Radyo Televizyon Yasa'sı ve bu yasa ile kurulan RTÜK, bugün gelinen noktada *broadcasting* alanının sorunlarını kavramada ve çözüm getirmede yetersiz kalmaktadır. RTÜK yayıncılık alanına ilişkin ulusal politikaların belirlenmesi, frekans tahsislerinin gerçekleştirilmesi gibi asli görevlerinden uzaklaşarak, bir sansür kurulu gibi hareket etmektedir. RTÜK'e ilişkin olarak yerleşiklik kazanmaya başlayan bu kavrayış, yayıncılık alanının diğer aktörleri ile RTÜK'ü karşıt kutuplara yerleştirmekte ve sorunlara yapıcı çözüm önerileri getirilmesini engellemektedir.
8. Yayıncılık alanının aktörleri katı rekabet koşullarını belirli noktalarda aşarak, yayıncılığa ilişkin ortak standartlar ve stratejiler saptayabilecekleri bir örgütlenmeyi hayata geçirememektedirler. Bu durum, televizyon alanında “star sisteminin” hakimiyetine ve olağanüstü yüksek ücretlerin dolaşıma girmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla televizyondan asıl kâr edenler, yayıncılık ve programcılık faaliyetini bizzat yürüten kişi ve kuruluşlar veya televizyonun teknik ve yaratıcı kadroları değil, “televizyon starı” olarak kabul gören belirli isimler olmaktadır.

Öneriler

Özel televizyon kuruluşlarının yetkilileri ve programcılık alanındaki belli başlı şirket ve aktörlerle, televizyon alanında yaşanan sorunların tanımı ve çözüm yollarına ilişkin olarak yapılan görüşmelerde, kurumsal yapılanma ve geliştirilebilecek araçlarla ilgili açık öneriler tespit edilememiştir. Öneriler genellikle,

yayıncılık alanında varolan karmaşa ortamının sona erdirilmesi dileklerine ve acil sorunlara ilişkin, aşağıdaki gibi sıralanabilecek tepkisel önerilerdir.

1. Radyo ve televizyon istasyonlarına frekans ve yayın izinlerinin verilmesi.
2. Yayın kuruluşlarının programcılıkta tematik farklılaşmalara gitmesi.
3. RTÜK'ün bir sansür kurulu gibi hareket etmekten uzaklaşarak yayıncılık alanının düzenlenmesi ve geliştirilmesi doğrultusundaki asli görevlerini yerine getirmesi.
4. Reklam gelirlerinden RTÜK'e ödenen ve bu kuruma oldukça yüksek bir gelir sağlayan payın kullanımında, televizyon alanına ilişkin araştırma ve geliştirme projelerine, kamuoyu ve izleyici profili analizlerine öncelik verilerek yayıncılık alanının yeniden yapılandırılmasına rehberlik edilmesi.
5. Çanak anten kullanımı ve kablo aboneliğinin özendirilmesi.
6. Televizyon Yayıncıları Birliği gibi örgütlenmelerin güçlendirilmesi ve bu birliklerin televizyon alanının yeniden yapılandırılmasında karar ve söz sahibi oluşumlar olarak tanınması ve muhatap alınması.

BASILY YAYINCILIK ALANI

GÖRÜŞÜLEN KURUM: ÜMİT YAYINCILIK

Sorunlar

1. Türkiye'de yayınevi sayısının son derece hızla artması. Yayınevlerinin kuruluş ve işletmelerine ilişkin **standartların oluşturulamayışı**.
2. 1980'li yıllara kadar yayınevlerinin kuruluşunun ideolojik görüş ve aidiyetler

etrafında gerçekleşmesine bağlı olarak yayıncılığın **profesyonel bir faaliyet alanı olarak gelişiminin gecikmesi.**

3. Korsan kitap baskısı aracılığıyla yayıncılık alanında yaratılan kayıt dışı ekonomi. **Korsan kitap yayıncılığının** giderek bizzat yayınevlerinin kendileri tarafından yapılacak kadar yaygınlaşması. “Korsancılık” faaliyetinin eser sahiplerini telif gelirinden mahrum etmesi ve tek bir baskıya giren ortalama kitap sayısını (tiraj) her geçen gün düşürmesi.
4. **Düşük tirajlar** nedeniyle yayınevlerinin meşru yollardan yaşama, faaliyetlerini sürdürme ve yayın çıkarmada zorlanmaları. Küçük yayınevlerinin silinerek yayıncılık alanında tekelleşme eğilimlerinin yaratılması.
5. Korsanla mücadelede yayıncılığa ilişkin **mevzuatın yetersiz kalışı.** Yeni teknolojilerle ilişkili korsan faaliyetlerin mevzuatta kapsamı dışı.
6. Yayıncılar açısından çok kârlı bir alan olabilecek **ders kitapları yayıncılığının, korsanın hakimiyetindeki bir alan** olarak belirginleşmesi.
7. İngilizce ders kitaplarının korsan baskıları nedeniyle, uluslararası alanda Türkiye'nin “**korsan ülke**” olarak nitelendirilmesinden kaynaklı prestij kaybı.
8. Yayıncıların korsanla mücadele amaçlı olarak biraraya gelememeleri.
9. Kitap **dağıtımının** özellikle bir kaç büyük il dışında son derece sorunlu olması. Dağıtım şirketlerinin pek çoğunun dağıtım alanlarını öğrencilerin ve memurların yoğunlaştığı büyük illerle sınırlı tutması.
10. **Taşradaki kitapevlerinin** daha ucuza mal olduğu için korsan baskıları tercih etmeleri ve bunları “ikinci el kitap” adı altında satışa çıkarmaları.

11. Türkiye’de yakın bir tarihe kadar okur kitlesinin büyük çoğunluğunu oluşturan **öğretmenlerin kitap alım güçlerinin düşmesinin** tiraj üzerindeki olumsuz etkisi.
12. Yayınevleri sayısındaki artış ve baskı - dizgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda yayıncılık alanında yaratılan çeşitlilik ve seçenek bolluğunun, her bir eser için baskı sayısını düşürerek, **küçük yayınevlerinin maliyetlerini karşılamalarını güçleştirmesi.**
13. Kültür Bakanlığı’nın yayınlanan eserleri satın alarak kütüphanelere dağıtmak üzere ayırdığı ödeneğin her bir eser için giderek azalması ile **yayıncılık alanındaki devlet katkısının küçültülmesi.**
14. Sabah Yayıncılık, Doğan ve Raks birleşmesinin ürünü -D&R gibi büyük basın kuruluşları ve medya gruplarının, Yapı Kredi, İş bankası, Akbank gibi bankaların kitap yayıncılığı alanına girmesinin yayıncılık ve dağıtım alanının şekillenmesindeki etkileri. Bu kuruluşların, yayıncılık alanına çeki düzen verecek bir güce sahip olmalarından kaynaklı potansiyel olumlu etkilerine rağmen, bu alanı ticari ve finansal sermayenin hakimiyetinde, erişilmesi güç ve **tekelleşme eğiliminde** bir kültürel alan olarak şekillendirme yönündeki potansiyel olumsuzlukları da güçlendirmeleri.

Öneriler

1. Korsanla mücadelede bir yöntem olarak bandrol uygulamasına geçilmesi durumunda, bu uygulamanın sansür gibi bir denetim mekanizmasına dönüşümünün engellenmesi için, **bandrol verme yetkisinin** devlete değil, **meslek birliklerine ya da yayıncılardan oluşan bir komisyona** verilmesi. Bu

amaçla bandrol uygulamasına dayanak teşkil eden yasanın yürürlüğe konulmaması ve **mevzuat değişikliğine** gidilmesi. **Türkiye Yayıncılar Birliği** devlet eliyle bandrol uygulamasına şiddetle karşı çıkmaktadır. **Fikir ve Sanat Eserlerinin İşaretlenmesine İlişkin Yönetmelik** ve bu yönetmeliğe dayanak teşkil eden “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun **81.maddesinin** bir bütün olarak Anayasa’nın özüne aykırı olduğunun, izinsiz ya da korsan baskı olgusunu önleme olanaklarından yoksun olduğunun altı çizilmektedir (Yeniüzyıl, 26 Haziran 1998).

2. Korsan yayıncılıkla mücadelede, alınan **hukuki tedbirler ile cezai müeyyidelerin** ağırlaştırılarak caydırıcılığın sağlanması.
3. Türkiye’de henüz olmayan **Yayıncılık Yasası** ile ilgili çalışmaların bir an önce başlatılması.
4. Korsan yayıncılık faaliyetinin yayın sektörüne ve Türkiye’de yayıncılığın geleceğine indirdiği ağır darbe ile ilgili olarak kamunun bilgilendirilmesi. Bu amaçla, televizyon, radyo gibi iletişim ortamlarında **“korsan karşıtı kampanyalar”** yürütülmesi.
5. Kültür Bakanlığı’nın kütüphanelere iletmek üzere kitap alımına ayırdığı ödeneğin arttırılarak, her bir eser için yapılan **devlet katkısının** anlamlı bir katkı olmasının sağlanması.
6. **Dağıtım** alanındaki tekelleşme eğilimleri ile mücadelede yayınevlerinin birlikte hareket etmelerinin sağlanması.

HABER AJANSLARI

GÖRÜŞÜLEN KURUM: ANADOLU AJANSI

Sorunlar

Görüşülen kurum bu alanda bir sorun tanımlaması yapmamış, kurumsal yapılanmada hedeflenmesi gerekenler üzerine öneriler beyan etmiştir.

Öneriler

1. Yeni iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmenin yarattığı rekabet ortamı, haber üretim ve iletim alanının aktörlerinin ulusal ve uluslararası ölçekte hızlı artışıyla sonuçlanmaktadır. Bu durum Türkiye’de haber üretimindeki en önemli ulusal içerik sağlayıcılar olark haber ajanslarını, gelişmeleri yakından izlemeye zorlamaktadır. Haber ajanslarının bu gelişime ayak uydurabilmesi, haberi anındaştırma ve erişim kanallarını çoğullatmaları ile mümkündür. Bu gibi gereklilikler, abone hizmetlerini geliştirerek gelir kaynaklarının artırılması yoluyla, **yeni teknolojilerin takibinin sağlanması öncelikli hedef durumuna** getirmektedir.
2. İnternet ortamı haberi anındaştırma hedefine ulaşmada çok elverişli bir araçtır. İnternet ortamındaki çok sayıdaki yabancı içerik sağlayıcının varlığı, ulusal haber ajanslarını tercih edilir olmak yönünde stratejiler saptamaya zorlamaktadır. Ulusal haber ajanslarımız tercih edilir olmada **“dil avantajı”na** sahiptirler. Bu avantajın **nitelikli ve işlevsel web tasarımcılığı ile birleştirilmesi** gereklidir.
3. Haber ajanslarının tercih edilebilir olmaları yalnızca metin iletimine değil **“görüntülü içerik / fotoğraf iletimi”** faaliyetine yoğunlaşmaları ile mümkündür.

MULTI MEDIA

(İnternet Oramında Yerel İçerik Sağlayıcıları olarak Basın–Yayın Kuruluşları)

GÖRÜŞÜLEN KURUM: NTV VE HÜRRİYET GAZETESİ WEB SAYFALARI TASARIM VE UYGULAMA BİRİMLERİ

Hedefler ve Araçlar

1. Türkiye’de ulusal basın - yayın kuruluşları yeni iletişim teknolojileri ve ortamlarını hızla benimseyerek kullanma yönünde bir eğilim göstermektedirler. Bununla birlikte basın - yayın kuruluşları bu teknolojileri uzun dönemli politikalar eşliğinde değerlendirerek içerikleme, yaratıcı ve çeşitlendirilmiş yollarla kullanma konusunda başarılı değilllerdir. Bu eksiklik en çok internet ortamının kullanımında açığa çıkmaktadır.
2. İnternette bir web sayfası sahibi olmanın maliyeti çok düşük olduğundan Türkiye’de 16 ulusal televizyon kanalının hemen hepsinin birer web sayfası bulunmaktadır. Ancak televizyon yayın kuruluşları web sayfalarını televizyon dergisi gibi kullanmaktadırlar. Web sayfalarının işlevi program duyuru ve tanıtımına indirgenmiş durumdadır. On - line habercilik amaçlı kullanım NTV dışında yoktur. Aynı sorun ulusal gazetelerin web sayfası kullanımlarında da yaşanmaktadır. Web sayfalarının elektronik gazete işlevi dışında, etkili ve yaratıcı kullanılması yönündeki çabalar oldukça azdır.
3. Görüntülü haber ya da text haber arşivi olarak internet ortamından yararlanma ve bu arşivleri bireysel kullanıcılara açma henüz yaygın olarak kullanılamamaktadır. İnternet ortamındaki arşivler genellikle en çok 2 yıllık bir geçmişe kapsamaktadır.
4. Basın-yayın kuruluşları haber iletimine dönük web tasarımcılığının özellikleri,

sade ve işlevsel kullanımı konularında profesyonelleşmekten çok, renkli ve çarpıcı olmaya dönük bir uğraş içindedirler. Bu aslında, gazete ve televizyonlarda yaptıklarının web ortamına yansımalarıdır. Oysa buradaki kullanıcı sosyo kültürel göstergeler bakımından daha elit bir kullanıcıdır. Basın – yayın kuruluşu internet kullanıcılarının bu özelliklerinin saptanmasında ve analizinde başarılı değillerdir.

Öneriler

1. Basın – yayın kuruluşları internet ortamının etkili kullanımına dönük yöntem ve örnekleri araştırmalıdır. Özellikle **görüntülü ve text haber arşivi** oluşturmada internet çok büyük olanaklar sağlamaktadır. Haberin internet ortamında arşivlenmesi ile erişim kolaylaştırılıp, bürokrasi azaltılabilir
2. **On-line gazetecilik**, genellikle abonelere hizmet veren elektronik gazeteciliğin yanında güncelleştirilmesi faaliyetidir. Türkiye’de yapılan ise gazetelerin internet ortamından dolaşıma sokulması olmuştur. Basın yayın kuruluşlarının web sayfası tasarım birimleri haber iletiminde çok büyük bir avantaja sahiptirler. Haberi bizzat üreten kuruluşların bünyesinde yer aldıkları için, faaliyetlerini web tasarımcılığına, **on-line haberciliğe** yoğunlaştırabilirler. Bu olanak internet ortamında yerel içeriklerin arttırılabilmesi için önemli bir olanaktır. Haber üretiminde ulusal içerik katkısını arttırmaya yönelik olarak İnternet ortamının etkili ve doğru kullanımı, ulusal basın kuruluşlarının on-line gazeteciliği hedeflemeleri ile mümkündür.
3. İnternet ortamı bir uluslararası enformasyon ortamı olarak çok önemlidir. Özellikle yurt dışında yaşayan Türk nüfusunun büyüklüğü dikkate alındığında basın yayın kuruluşlarının bu olanağı iyi değerlendirmelerini gerektirmektedir. Bu

olanağın değerlendirilmesi ile yurt dışında bireysel aboneliğin yaygınlaşması sağlanabilecek ve uzak ülkelerde yaşayan nüfus için Türkiye haberlerine erişim hızı bir sorun olmaktan çıkacaktır.

4. İnternet ortamı basın – yayın kuruluşlarına interaktifleşme yönünde çok büyük bir olanak sunmaktadır. Bu kuruluşlar internet ortamından yararlanarak haber, yazı ve programlarının *feed back* araştırmalarını yapabilir, uzun dönemde kalıcı ve nitelikli olabilmek için politika ve stratejiler saptayabilirler.
5. Bu kapsamda devlete düşen rol kullanıcı kesimi geliştirmek ve altyapıyı güçlendirmek olmalıdır. İçerik üretim ve sunum yeteneğinin gelişimi arz ve talep ilişkisi içinde dengeye kavuşabilir.

Yararlanılan Kaynaklar

Çelenk, Sevilay (1998) Türkiye’de Televizyon Program Endüstrisi: Bağımsız
Produksiyon Şirketleri Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans
Tezi, AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Mediascape Türkiye 98, AÜ İLEF Medya Dökümantasyon Birimi.

Report by the Think- Tank on the Audiovisual Policy in the European Union (1994).

Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

TUENA İçerik Üretimi Çalışma Belgesi (1997).

Williams, Raymond (1993). Kültür İmge Yayınevi, Ankara.

Yeniyüzyıl Gazetesi, 26 Haziran 1998.

Mülakatlar

Sinema Endüstrisi

1. Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü

Selçuk Özdemir (Fikri Haklar İzleme Şube Müdürü)

Muzaffer Kılıç (Anlaşmalar ve Mevzuat Şubesi)

2. SESAM (Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği)

Kadri Yurdatap (SESAM Başkanı)

3. SİNE-SEN (Sinemacılar Sendikası)

Muzaffer Hiçdurmaz (Genel Sekreter)

4. TÜRSAK (Türkiye Sinema ve Audio Visual Kültür Vakfı)

Sevinç Baloğlu (Genel Müdür Yardımcısı)

Müzik Endüstrisi

1. MESAM (Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği)

Dursun Karaca (Genel Sekreter)

2. MÜYAP (Müzik Yapımcıları Derneği)

Yayıncılık Endüstrisi

1. Ümit Yayıncılık

Ümit Gürtuna (Ümit Yayınevi'nin Sahibi)

Haber Ajansları

1. Anadolu Ajansı

Levent Pirlar (Haber Yayın Daire Başkanı)

Multi Media

1. NTV

Bülent Boytorun (Dış İlişkiler Koordinatörü)

2. Hürriyet Gazetesi

Ahmet Dalman (Bilgi Sistemleri Müdürü)