

**AVRUPA BİRLİĞİ'NDE
MEDYA MEVZUATI**

RTÜK - TVYD
Ortak Yayını

Televizyon Yayıncıları Derneği
Cevdetpaşa C İnşirah S 1/A K 1
Bebek 34342 İstanbul
Tel: (212) 358 5958 - 358 5969
tyyd@kablonet.com.tr

ISBN 975-7143-53-7

Basım
Öncü Basımevi, Ankara
0312 384 31 20
Ocak 2008



AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MEDYA MEVZUATI

1 Nisan 2005
Conrad Otel İstanbul

HOŞGELDİNİZ KONUŞMALARI

NURİ ÇOLAKOĞLU

Televizyon Yayıncıları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı

İyi günler dileyerek bu toplantıyı açmak istiyorum. RTÜK ve TVYD'nin ortaklaşa başlattığı 'AB Mevzuatı ve Türkiye' konulu toplantıya hepiniz hoş geldiniz.

Türkiye'de biz AB'nin sunduğu imkanlar ve yaratacağı sorunlar konusunda çok şey söyledik, çok şey yazdık, çok şey konuştuk. Ancak bu konuda konuşanların ne kadar bilgiyle donatılmış olduğunu hayli tartışmalı. Çünkü Avrupa Birliği yaşayan bir organizma, büyük bir hızla dönüşümlerden geçiyor. 1950'lerde savaşı önlemek için kaynakları paylaşmak düşüncesiyle yola çıkan ülkeler, bugün çok kapsamlı bir siyasi birliğe emin adımlarla gidiyor. Aralık 2004 tarihi itibarıyla Türkiye'nin de önü buna açılmış durumda. Bu bakımdan Türkiye'nin ciddi çabalar içinde olması gereken bir dönemdeyiz.

Tam böyle bir dönemde biz de değerli arkadaşımız, sevgili RTÜK Başkanı Fatih Karaca ile birlikte böyle bir panelin çok zamanında olacağına karar verdik. Bu konuda çok önemli destekler de aldık.

Bu konuda Avrupa Birliği'nin çok önemli isimleri arasında bulunan AB Komisyonu Rekabet Genel Müdürlüğü Medya Bölüm Başkanı Herbert Ungerer, İngiltere'deki yasaların değişmesinden sonra oluşturulan Ofis of Communications'ın yöneticilerinden Dominic Morris, çok farklı bir sistemden, Türkiye'deki sisteme esin kaynağı olmuş olan Fransa'daki Conseil Superieur Audiovisuel Görsel-İşitsel Üst Kurulu'nun önemli bir

yöneticisi olan Laurent Letailleur ve Avrupa Özel Televizyonlar Birliği ATC'nin Genel Sekreteri Ross Biggam, görüşleriyle bizleri aydınlatmak için burada bulunuyorlar. Bu arkadaşlarımızın katkılarının hepimize yeni ufuklar açacağını düşünüyoruz.

Çünkü Avrupa Birliği'nde devlet tekelinin hüküm sürdüğü günlerden kalmış çok sınırlayıcı, çok kısıtlayıcı yayıncılık politikalarının günü geçiyor. Yasalar gittikçe liberalleşiyor. Çok önemli bir gelişimden geçiyor. Özellikle de teknolojik gelişmelerin hukuktan çok daha hızlı ilerlediği bir dönemde artık sınırlarla, sınırlamalarla başa çıkmanın imkansız olduğu ortaya çıkıyor. Sayısal yayıncılık geldi dayandı. Nitekim bizim Haberleşme Yüksek Kurulu'muz da bu hafta başında yapmış olduğu toplantıda Türkiye'de sayısal yayıncılığa geçiş konusunda Sayın Atalay'ın da çok önemli katkılarıyla aldığı kararın Türkiye açısından yepyeni ufuklar açacağına inanıyoruz.

Çünkü bizim kafalarımızın sınırlamaya çalıştığı yayınlar gökten, yerden, hatta Broadband teknolojidten Türkiye'ye gelmeye başladı. Bunların hepsinin telefonlar üzerinden hepimize ulaşması mümkün. Burada tabi Haberleşme Yüksek Kurulu'nun bir frekans ihalesinin ötesine geçerek bir lisans vermeyi gündeme almasının çok doğru yönde bir adım olduğuna inanıyoruz. Nitekim az sonra bu konuda konuşacak yabancı konuklarımız da bununla ilgili örnekleri aktaracak ve Avrupa'daki genel yayın politikasıyla aynı yönde hareket etmekte olduğunu kavramamıza katkıda bulunacak.

Tabi teknolojinin ve hatta hukukun bu kadar hızlı değişimi ile sınırlamaların kalktığı, hemen her televizyonun her istenen ülkede değişik yöntemlerle izlenebildiği bir dönemde, bizim hala ülkemizi olumsuz etkiler altında bırakmamak gerekçesiyle TV yayıncılığına ve sahipliğine bazı sınırlamalar getirme çabalarını nasıl karşılamak gerektiğini kestirmek zor. Bazı gerekçeler, bazı hukuki mütalaalar, ne yazık ki bugünün şartlarına uymuyor. Bugünün şartlarına uymadığı için getirilen sınırlamalar da hayata uymuyor ve dayanmıyor. Bugün en çok yaşadığımız olay bu.

Ülkemizdeki televizyon yayıncılığında yasal düzenlenme yapılmadan yayınlara başlanabilmesi sonucunda ülke çapında yayın yapan en çok sayıda ulusal kanala sahip ülke olduk.

Türkiye’de bugün 14,5 milyon televizyon sahibi hanenin dörtte birinde sayısal alıcı da var. Gökyüzüne çevirdikleri antenlerle Türksat üzerinden Türkçe yayın yapan 75-80 kanalı izleme imkanına sahipler. Eğer bunun yayına ikinci çanak koyarsanız, Hot Bird uydusunu da alabilirsiniz. O zaman evinize 600 kanal indirebilir duruma geliyorsunuz. Bu koşullar altında neyi sınırlamaya çalıştığımız çok tartışılmalı.

Nitekim Avrupa Birliği de televizyon yayıncılığını toplumların kültürel gelişiminin bir uzantısı olarak gördüğü için genel kapsamlı düzenleyiciliğini bırakmış, esas olarak yapılması gerekenlere işaret etmekle yetinen bir politika izliyor ve bu politikada da müdahale alanı giderek daralıyor. Nitekim bütün bu düzenlemelerin hukuki dayanağı olan Avrupa Sınırötesi Yayın Direktifi’nin de yenilenip, oradaki sınırlamaların önemli bir kısmının kaldırılması için ciddi adımlar atılıyor. Bunu da sanırım bu yıl içinde yaşayacağız.

Bu konuda elbette konuklarımızın söyleyeceklerinin çok önemli olacağını düşünüyorum. Bu nedenle sözü uzatmadan hepinize katıldığınız için çok teşekkür ediyorum ve açılış konuşmasını yapmak üzere RTÜK Başkanı Sayın Fatih Karaca’yı davet ediyorum.

FATİH KARACA

Radyo Televizyon Üst Kurulu Başkanı

Sayın Bakan'ım, Değerli Konuklar, Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun Sayın Yöneticileri ve Sevgili Basın Mensupları,

Bugün Televizyon Yayıncıları Derneği ile birlikte düzenlediğimiz 'Avrupa Birliği'nde Medya Mevzuatı' Paneli için buradayız. Bu panelin düzenlenmesi konusunda Televizyon Yayıncıları Derneği Başkanı Sayın Çolakoğlu bize teklif getirdiğinde gerçekten büyük bir memnuniyet duyduk. Özellikle Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun 11 yıllık geçmişi ve Avrupa Birliği müzakerelerine başlanacağı dikkate alındığında, böyle bir sempozyumda konuşulacak konuların Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun bundan sonra yapacağı çalışmalar bakımından fevkalade aydınlatıcı olacağını düşünürük. Onun için böyle bir toplantı teklifini bize yaptığı ve birlikte gerçekleştirdiğimiz için Televizyon Yayıncıları Derneği'ne teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Bugün çok önemli bir konuyu tartışıyoruz. Özellikle Avrupa Birliği sürecinde medya fevkalade önem taşıyor. Az önce de ifade ettiğim gibi 3 Ekim'de başlayacak müzakereler çerçevesinde bu konuları çok daha fazla tartışacağız, konuşacağız.

Onun için bugün Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak, ilgili uzman arkadaşlarımız ve bütün yetkili arkadaşlarımız ile bu toplantıyı hep beraber dikkatle izleyeceğiz ve sonuçlarını değerlendirerek bu yöndeki çalışmalara katkıda bulunacağız.

Öte yandan hepimizin bildiği gibi radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınları hakkındaki kanunda değişiklik yapılması gündemde. Bu konuda Hükümet'in ve Devlet Bakanı Sayın Beşir Atalay'ın açıklamaları var. Bu yasama döneminde radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınları hakkındaki kanunun ele alınacağını kendilerinden öğreniyoruz, duyuyoruz. Onun için bu tecrübelerin, bu birikimlerin de yeni yasa hazırlıkları içerisinde yol gösterici olacağını düşünüyorum. İzinizle ben sözü daha fazla uzatmayayım. Biraz sonra da konuşmalar olacak. Hepinize bu toplantıya geldiğiniz için teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

NURİ ÇOLAKOĞLU

Bu toplantıyı düzenleme fikri oluşmaya başladığında bizi onurlandırması için Sayın Beşir Atalay'a başvuruda bulunmuştuk. Çünkü Sayın Atalay göreve başladığı günden beri hükümetle yayın kuruluşları arasında bugüne kadar görmediğimiz sıcaklıkta bir ilişki oluşmasına, karşımıza çıkan sorunların çözülmesine çok büyük katkıda bulundular. Bu açıdan Beşir Bey'den bu toplantının açılışını yapmasını rica ettik. Sonra hafta başında yüreğimiz ağzımıza geldi. Çünkü Sayın Başbakan bütün AK Parti milletvekillerini Kızılcahamam'a davet etti. Fakat sağolsun Sayın Atalay programını aksatma pahasına da olsa bu sabah bizimle olmayı kabul ettiler. Onun için bir kez daha teşekkür ederek kendisini kürsüye davet etmek istiyorum.

AÇILIŞ KONUŞMASI

BEŞİR ATALAY

Devlet Bakanı

Saygıdeğer katılımcılar, yurtdışından gelen değerli medya mensupları, hepinizi saygıyla selamlıyorum. Hayırlı sabahlar diliyorum. Verimli bir çalışma günü, verimli bir toplantı olmasını diliyorum. Avrupa Birliği'nde Medya Mevzuatı konusunda düzenlenen bu uluslararası seminerde seçkin bir toplulukla birlikte olmaktan gerçekten memnunum.

Özellikle Avrupa Birliği'nin perspektifinde iletişim hukukumuzu kapsamlı bir şekilde ele aldığımız, üzerinde yoğunlaştığımız bir dönemde AB Medya Mevzuatı ve uygulamaları hakkında iyi bir değerlendirmeye zaten ihtiyacımız var ve değerlendiriyoruz. Arkadaşlarımız çalışıyor. İşte böyle bir seminerde bizzat konunun oralardaki sahipleri, yetkilileri, uzmanları görüşlerini bizimle paylaşmak üzere buradalar. Bu bizim için çok önemli bir gün. Ben hem bu alanın düzenleyicisi RTÜK Başkanlığı'nı, hem de uygulayıcı organizasyon tarafı olan Televizyon Yayıncıları Derneği'ni kutluyorum. Böyle bir toplantıyı düzenledikleri için kendilerine teşekkür ediyorum.

Sayın Çolakoğlu'nun da ifade ettiği gibi alanın uygulayıcılarının düşünceleri, görüşleri bu düzenlemelerde daima önemlidir. Medya alanındaki çalışmalarımızda bunu mümkün olabildiğince gözetmeye çalıştık ve buna devam edeceğiz. Hukuk, yasal düzenlemeler, toplumsal hayatın daha düzenli, daha huzurlu yürümesi içindir. Hukuk bunun için vardır. Hukuk toplumsal hayatta yeni sorunlar yaratmak için yoktur. Onun için de yaşayanları bu alanın taraflarını, o alanda çalışanlarını

gözetmeden, onlarla paylaşmadan o alanı iyi düzenlemek de mümkün değildir. Buna içtenlikle inanıyorum. Bunu uygulamak için de elimden geleni yapıyorum. Bugün de gerçekten şartlarımı zorlayarak katıldım. Mutlaka katılmak istedim. Çünkü şu günler bizim için önemli. Tam da bu konular üzerinde çalışıyoruz. Bunların tartışıldığı günler.

Kızılcahamam'da partimizin yılda iki defa yapılan toplantılarından birisi var bugün. Onun için ben maalesef sonuna kadar kalamayacağım. Özellikle yurtdışından gelen konuklarla bu konuları müzakere etmeyi, daha yakından karşılıklı görüş alışverişinde bulunmayı da arzu ederim. Ama arkadaşlarımız burada. Hem RTÜK tam kadrosuyla burada. Hem de kendileriyle bunları zaten paylaşacağız. Burada oluşacak zengin fikirleri, görüşleri, bizim düzenlememizle katkı verecek noktaları, mutlaka ben de temin edeceğim ve değerlendireceğim.

Genel olarak medya alanlarına baktığımda, sevgili konuklar, bildiğiniz gibi hükümetimiz, Türkiye'nin imajını zedeleyen, uluslararası toplumlarla ilişkilerimize gölge düşüren, iletişimde geldiğimiz noktaya hiç yakışmayan anti demokratik yasaları ve uygulamaları değiştirmek için demokratikleşme hamlesine öncelik vermişti.

Bu çerçevede ulusumuzu yenileme çabasında çoğunluğu demokratik, eşitlikçi ve özgürlükçü, daha çok sorumluluk üstlenen bir iletişim dünyası anlayışını esas almaktayız. Hedefimiz demokratik standartları yüksek, modern bir hukuki üst yapı oluşturarak halkımızın haber alma ve bilgilendirme hakkını teminat altına alarak iletişim özgürlüğünün sınırlarını genişletmek. Yürekten inanıyoruz ki, iletişim alanındaki gelişmeler ve demokrasinin muhtevasının genişlemesiyle birlikte basın özgürlüğü kavramı toplumun tümünü ilgilendiren iletişim özgürlüğüne dönüşmüştür. Yani toplumsal özgürlük, birey özgürlüğünün bir parçasıdır. Çağdaş demokrasilerde bir hak olarak düzenlenen ve uluslararası anlaşmalara giren bilgi edinme hakkı yasası ülkemizde hükümetimiz tarafından bu gerekçeyle yürürlüğe konmuştur. Bazı aksamalar olsa da takip ediyoruz. Verimli bir şekilde yürütülmektedir. Bu tabii bireylerin sürekli açık ve kapsamlı şekilde bilgilendirilmesi, devletin işleyişine ve şeffaflığına halkın denetiminin ve katılımının sağlanabilmesi açısından demokratik bir kültür oluşturacaktır. Buna inanıyoruz.

Özellikle vurgulamak istediğim tabii hükümetimiz döneminde başlayan ve hala devam eden iletişim hukukumuzla ilgili çok yoğun bir yenileme çalışması vardır. Hatırlanacağı gibi biz buna 2003 yılında büyük bir İletişim Şurası ile başladık. Bütün tarafları davet ederek biriken bütün sorunları masaya yatırdık. Bunun sonucunda hem yazılı medya, hem görsel medya, hem de internet alanında çok ciddi çalışmalar elimizdedir. Onları değerlendiriyoruz. Bu çalışmalarımız da yine bizim başvuru kaynağımızdır. O dökümanlar çok önemlidir. Yani o Şura'yı ve ondan sonraki görüşmeleri kendi çalışmalarımızda da faydalanabilmek için yaptık. Bu alanın daha iyi düzenlenebilmesi için yaptık.

Bildiğiniz gibi bu çerçevede ilk yürürlüğe giren yasa 2004 yılının ortasındaki yeni Basın Yasası'dır. Gazetecilik ile ilgili düşünen, yazan, uygulayan, medya sahibi gibi her kesimin, sivil toplum kuruluşlarının, akademisyenlerin görüşlerini alarak, hepsinin katkısı sağlanarak, antidemokratik mevzuat ayıklanmış ve bu çerçevede yeni bir basın yasası çıkarılmış ve olumlu tepkiler alınmıştır. Bu düzenleme hem Avrupa Birliği çevresinde, hem de Türkiye'de olumlu tepkiler almıştır. İyi de yürümektedir.

Bana göre bu yasa çalışmalarında ülkemizin ihtiyaçları yanında bütün diğer mevzuatta olduğu gibi AB standartlarını, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi içtihatlarını ve evrensel değerleri daima gözettilik. Basın yasasında bu konuya çok itina gösterdik, ve bildiğiniz gibi iletişim özgürlüğü ile daha önce mevzuatımızda bulunan bütün kısıtlamaları kaldırdık.

Şöyle birkaç örnek vermek gerekirse, hepiniz hatırlayacaksınız, dağıtımın engellenmesi, gazete toplatılması, basımda kullanılan makinaların müsaderesi, süreli yayının kapatılması gibi iletişim özgürlüğünün özünü ortadan kaldıran bir çok sınırlama kaldırıldı. Bunu çok önemsiyorum. Bu tür yaptırımların tamamına son verilmiştir. Keza şimdi her ne gibi bir şikayet duysak bunların üzerine de gidilecektir.

Birey ve toplumun hakkını korumak açısından da gerekli hassasiyet gösterilmiştir. Bu açıdan en önemli nokta, cevap ve düzeltme hakkıdır. Bu maddenin oluşturulmasında ve düzenlenmesinde medya kesiminin

bütün organizasyonlarıyla mutabakat sağlanmıştır. Aksamalardan şikayet vardı. Dzenlemeye ihtiyaç vardı, sürelerin kısaltılması söz konusuydu. Bütün bunlarda mütabakat içinde, cevap ve düzeltme hakkına yaklaşılmıştır. Ama yargı kararına bağlanmıştır. Yargı kararı olduktan sonra bunun uygulanması önemli müeyyideler ile desteklenmiştir. Yani Basın Kanunu çalışmalarında cevap ve düzeltme hakları, bireyin haysiyet ve şerefiyle, toplumun korunma amacını esas alacak şekilde mutabakatlarla dzenlenmiştir.

Bu süreç içinde bazı değerlendirmeler var. Onu da burada bu vesile ile ifade etmek istedim. Tabii çok sesliliğin teşviki, desteklenmesi aısından, yerel basına da büyük destek verilmiştir. Yerel basınımız bunun anlamını, değerini daha iyi bilmektedir. Basın Kanunu bu yönde gerçekten ciddi bir titizlik içinde hazırlanmıştır.

şimdi esas toplantımızın gündemi olan Televizyon Yayıncıları Derneği ile ilgili olarak bazı düşüncelerimi izninizle ifade etmek istiyorum. Biraz önce Sayın Çolakoğlu'nun da ifade ettiği gibi üç gün önce Haberleşme Yüksek Kurulu'nda sayısal yayıncılığa geçilmesiyle ilgili bir karar verildi. Bu önemli bir karardır. Uzun bir sürece yayacağız. Ama bütün Avrupa ülkelerine baktığımızda, 8-10 yıllık bir takvim içinde bu geçiş süreci yürütölüyor. Çünkü yapılacak çok şey var. Ani geçişle geçemiyoruz. Bu geçiş süreci içinde hem yasal alt yapı olarak, hem organizasyon olarak, hem yayıncılığın hazırlığı olarak, hem finansal yapı olarak çok çalışma yapılması gerekiyor. Kurumlarımız buna başladılar.

Esasen ilgili kurumlarımızın bu geçişle ilgili görüşleri 2003 yılı başından itibaren vardı. Biz alanı iyi bilmek istiyorduk. Hem doğabilecek finansal zorlukları, hem de diğer boyutları iyi incelemek istedik. AB Ülkeleri'ne heyetler gönderdik. Değerlendirmeler yaptılar. Kendimiz de iyice netleştik. Sayısal yayına geçişin getirebileceği yeni durumun avantajı ve dezavantajlarını, geçiş sürecinin ne kadar olacağı hususlarını iyice tespit ettikten sonra Haberleşme Yüksek Kurulumuz uzman kuruluşlarımızın da görüşleri doğrultusunda böyle bir karar almıştır.

Ben bu kararlar radyo ve televizyon yayıncılığında ülkemizde biriken pek çok sorunun çözüleceğine inanıyorum. Hangi gerekçelerle bu karar

alındı, bundan sonra neler yapılacak ve hangi rahatlamalar getirilecek bunu biliyorum. Bu alanı bilenler de zaten biliyorlar. Tabii ki geçiş sürecinde yapılacak çok çalışma var. Bazı yükler gelecek, onu da biliyoruz. Ama büyük bir karmaşa içindeki bu sektörün kargaşasını herkes biliyor. Uygulayıcıların organizasyonu Televizyon Yayıncıları Derneği'nin Sayın Başkanı da biraz önce ifade etti. Bu alanın daha rahat çalışması için bunu söylüyorum. Yıllardır çözümlenemeyen frekans tahsisi, frekans kullanma hakkı -başka isimler de verilebilir- yayın izni, vericilerin organizasyonu, şehirlerimizde oluşan görüntü ve çevre kirliliğinin önlenmesi gibi pek çok husus bu kararla çözülecek ve rahatlayacaktır.

Tabii bunun yasal boyutu da var. İkisini paralel şekilde götürmeye ben özen göstermeye çalışıyorum. Hem bu alandan sorumlu Bakan olarak hem Haberleşme Yüksek Kurulu ile paralel çalışıyorum ve ince ince yürütmeye çalışıyorum. Bundan emin olunsun.

Bu Radyo Televizyon Üst Kurulu Kanunu'nun çalışmasıyla paralel gidiyor. Şu anda RTÜK kanun taslağı üzerindeyiz. Bu da bütün yasa boşluklarını doldurmak için dikkatli şekilde yürütülüyor. Ve aynı şekilde katılım ve mutabakat içinde yürütülecek. Bu çalışmaların o safhasında biz uygulayıcı tarafla görüşleri paylaşıyoruz, görüşüyoruz. Bundan sonra da bu devam edecek. Ve tabii AB kriterleri çerçevesinde, hem AB'nin genel bakışı, hem AB üyesi ülkelerin hukuki düzenlemesini ve uygulamalarını titizlikle ve özenli bir şekilde inceliyoruz, değerlendiriyoruz. Biz onlardan da tabii çok faydalanacağız. Tabii netice olarak bu bağlamda da bugün yapılan bu toplantı tam da zamanında yapılıyor. Bütün bu çalışmalarımızın en yoğun döneminde bu toplantının yapılması, en yetkili isimlerin Türkiye'de bizimle AB uygulamalarını paylaşmak üzere burada bulunmaları bizim için bir kazançtır. Kendilerine teşekkür ediyoruz. Biz bu toplantıdan faydalanacağız. Benim dileğim bu toplantıda bize ipucu verecek, faydalanacağımız somutluklar olsun; soru cevaplarla kendi uygulamamız gözden geçirilerek biraz daha mesafe alınsın. Buradaki başlıklara baktığımızda program konu başlıklarının bu somutlukları taşıyabilecek olduğunu görüyor, bunları bu açıdan oldukça önemli buluyorum.

Özellikle mülkiyet, rekabet hukuku, yoğunlaşma. Ama hepsinde daima bireyin ve toplumun hakkını koruma. Bu konularda bizim daha ileri

somutluluğa ihtiyacımız var. Fikre ve düşünceye ihtiyacımız var. Örnekleri bilmeye ihtiyacımız var. Gerçekten bunlar şu dönemlerde bizim yoğunlaştığımız konular. Bu konularda ne kadar somutluk olursa biz bundan o kadar mutlu oluruz. Memnuniyetle faydalanırız ve alıp kullanırız. Hiç tereddüt olmasın.

Ben bu düşüncelerle tekrar bu toplantının başında kısa da olsa sizinle birlikte bulunduğum için memnuniyetimi ifade ediyorum. Tekrar teşekkür ediyorum. Her iki kuruluşumuza. Kamu tarafında düzenleyici, sivil toplumda uygulayıcı bir arada. Bu çok güzel bir işbirliği ve tabii bütün çalışmalarımızda gözettiğimiz, özellikle yasal düzenlemelerimizde gözetmek durumunda olduğumuz, Avrupa Birliği'nin de en yetkililerinin aramızda olması bizim için çok güzel. Ben tekrar toplantının verimli olmasını diliyorum. Hepinizi saygıyla selamlıyorum.

PANEL

Moderatör: Cem DUNA

AB Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı

Panelistler: Herbert UNGERER

*AB Komisyonu Rekabet Genel Müdürlüğü,
Medya Bölüm Başkanı*

**"Rekabet Kuralları ve Medya:
Belirleyici mi, Tamamlayıcı mı?"**

Dominic MORRIS

*İngiltere İletişim Kurumu-
Yönetim Kurulu Başkanlığı Ofisi, Direktör*

**"Kurallaştırma mı? Serbestleştirme mi?
Bir İngiliz Deneyi: Yeni İletişim Kanunu"**

Laurent LETAILLEUR

*Fransa Görsel İşitsel Yüksek Konseyi,
Dış İlişkiler Temsilcisi*

**"Program Kotaları ve Reklam Sınırlamaları:
Sınır aşırı Televizyon Direktifi'nin Revizyonu Öncesinde
Fransa Tecrübesi Işığında Bazı Düşünceler"**

Ross BIGGAM

Avrupa Ticari Televizyonlar Birliği, Genel Sekreter

**"Mülkiyet-Çapraz Mülkiyet:
Bir AB düzenlemesine ihtiyaç var mı?
Üye devletler uygulamalarına genel bir bakış"**

Pars KUTAY

AB Danışmanlık Yönetim Kurulu Üyesi

"AB Müzakereleri ve Türk Medya Sektörü: Ne Yapılmalı?"

CEM DUNA

AB Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı

Günümüzde medyada ortam değişiyor, kurallar değişiyor, teknoloji değişiyor, yayıncılığın kendisi değişiyor, medyadaki oyuncu sayısı artıyor ve bunlar birbirini tetikleyen gelişmeler olarak karşımıza geliyor. Dolayısıyla bunu belirli bir mevzuata, belirli bazı kurallara tabi tutmak da aynı şekilde bir gelişim gösterdi. Bu değişikliklerin iki boyutta karşımıza çıktığını görüyoruz. Bir tanesi Avrupa çapında ve bütün Avrupa için bağlayıcı olan niteliktekiler. Örneğin sınır ötesi televizyon yayıncılığı gibi. Bir kısmı da ülkelerin kendi getirdikleri mevzuat, yani AB düzeyinde olmayan, her ülkeye göre değişen mevzuat. Örneğin TV sahipliğine ilişkin mevzuatlar gibi. Dolayısıyla bugünkü tartışma son derece önem taşıyor. Bu gelişmeler olurken Türkiye'nin AB ile ilişkileri de aynı boyutta gelişiyor.

Bu gelişmeler tabii Türkiye'yi hele 17 Aralık ertesinde birinci elden etkilemeye başladı. Şimdi buradaki katılımcılar bu konuyu ele alacak, önce panel olarak tartışıp ardından toplantıyı soru cevaplarla sürdüreceğiz. İlk konuşmacımız Bay Ungerer. Yapacağı konuşma "Rekabet kuralları - medya belirleyici mi tamamlayıcı mı?" başlığını taşıyor.

Kendisinden özgeçmiş ile ilgili bilgi istediğimiz zaman bana büyük tevazu örneği birkaç satırlık özgeçmiş gönderdi. Fakat bugün burada yapacağı konuşma zannıyorum Türkiye için son derece önemli. Çünkü AB Komisyonunda tam da bu işlerden sorumlu olan bölümün başkanı

kendisi. Önümüzdeki dönemde hem düzenleyici, hem de kuralların AB çapında uygulanması gözetecek biri olarak Bay Ungerer'in yapacağı konuşmayı dikkatle izleyeceğiz. Özellikle rekabet konusu üzerine çalışagelmiş bugüne kadar. Bundan önce de telekom ve mobil iletişimin serbestleştirilmesi, yayın özgürlüğü üzerine önemli çalışmaları var. Şu anda da az önce söylediğim gibi AB Komisyonu ile ilgili bölümünün başkanı. Bay Ungerer söz sizin.

HUBERT UNGERER

AB Komisyonu Rekabet Genel Müdürlüğü, Medya Bölüm Başkanı

Önce üzerinde duracağım noktaları özetleyeyim: AB'de medya üzerine kapsamlı bir düzenleme yok. Bununla ilgili mülahazalarımızda bu konuyu hatırd tutmamız gerekiyor. Gelişen pazarın yapısı ve bu pazarın Avrupa ülkelerinde aşağı yukarı birbirine paralel bir yapıya sahip olarak ortak bir zemin oluşturmasıyla ilgili de bir kaç şey söylemek istiyorum. Avrupa Birliği'nde medya, kamu ve özel televizyon yayıncılığı sistemi üzerine sağlam bir şekilde inşa edilmiştir. Avrupa'nın tamamında olduğu gibi sanıyorum, Türkiye'de de medya konusunda benzer bir düzen ile karşı karşıyayız. Üçüncü bir konu da rekabet yasalarının öngördüğü denetim çerçevesinde kanallarla ilgili olarak pazarlarda bir düzenleme yapılmasının sektörün güvence altına alınması için hala gerekli olup olmadığı konusu. Sektörde kurumsal amaçların gerçekleşmesi için, kamu yararı testine bağılı olarak özel denetimi geliştirmeye devam edecek miyiz konusu da var. Daha sonra da Sayın Bakan'ın konuşmasının ikinci bölümünde değindiği çok önemli bir konu olan sayısal yayına geçişin önündeki güçlükler ve hatırd tutmamız gereken yeni medya konusuyla ilgili birkaç söz söylemek istiyorum.

Şimdi önce Avrupa'daki konsensüsü ele alalım. Temel amaçlarda çok geniş bir konsensüs olduğuna hiç kuşku yok. Medya sektörü için kamu çıkarı testinin esası çoğulculuktur. Avrupa Birliği'nin çok net bir şekilde tanıdığı ulusal kimliklerin korunması anlamına gelen kültürel çeşitlilik. Görevimiz yeni medyaya erişim sağlamak, yenilikçiliğe erişim sağlamak. Öte yandan pazarların dışa açılması da tercihimiz. İleride bu konunun giderek daha çok önem kazanacağına inanıyorum.

Şimdi çok açıkça söyleyeyim, bunu paneldekilerden de duyacaksınız, burada üye ülkelerin çok güçlü bir şekilde temsil edilmesinden de büyük mutluluk duyuyorum. AB anlaşması medyaya ilişkin bütün bu konuların uygulamaya konmasını büyük ölçüde ülkelerin tercihine bırakıyor. Ancak az önce değindiğim temel prensiplerin -ki bunları Türkiye'nin, Türk makamlarının ve TVYD'nin yoğun bir şekilde incelendiğini anlıyoruz- AB çerçevesindeki ayrıntılarına girmek istemiyorum. Özetle belirtmek gerekirse, AB düzeyinde medyaya ilişkin temel çerçeve, özellikle de yeni medya ve reklam konusunda çerçeve, ilgili direktifler, yönetmelikler ve televizyon direktifince ortaya konmaktadır.

Tabii ikinci nokta kuşkusuz Avrupa çapında genel hedefleri içeren Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve orta vadede de AB çapında en geniş kapsamlı çerçeve AB Anayasası'dır. Anayasa taslağının 11. maddesinin 2. fıkrasında medyanın özgürlüğünün ve çoğulcu yapısının korunacağı belirtilmektedir. Çoğulculuk denince tabii ki seçimlerden söz ediyoruz. Farklı görüşler arasında ve sadece aynı medya türü içinde değil, farklı medyalar arasında bir seçim yapabilmekten söz ediyoruz. Televizyona, yazılı basına vb erişimden söz ediyoruz. İşte bu nedenle de açık ve rekabetçi pazar yapıları hayati önem taşıyor. Bu da rekabet yasasının medya sektöründeki bazı prensipler açısından hayati bir önem taşıdığını ortaya koyuyor.

Sonra sözleşmelerdeki kamu televizyon ve radyo yayıncılığı konusundaki temel ifadeleri de unutmamamız lazım. Amsterdam Sözleşmesi'nde Avrupa Topluluğu'nun kurulmasına ilişkin maddeler üye ülkelerin, her ülkenin kendi belirleyeceği ve tanımlayacağı kamu hizmeti işlevini getirmek üzere kamu hizmeti yapan radyo televizyon yayınlarına mali destek sağlama hakkını saklı tutmaktadır. Yani bu anlamda üye ülkelere kamu yayın hizmeti konusunda önemli bir tanım özgürlüğü verilmektedir. Ama bunu yaparken, bu parasal desteğin topluluktaki ticaret ve rekabeti toplumun zararına olacak derecede etkilememesi gerektiği de belirtilmektedir. İşte burada dikkat edilmesi gereken ek bir görev bulunmaktadır.

İkinci hususa gelince, sözünü ettiğim ikili sistem artık açık ve çoğulcu ortam için sağlam bir zemin sağlamış durumdadır. Avrupa'nın

tümünde ve aynı zamanda Türkiye'de de gördüğümüz gibi, televizyon izleme ruhsatından sağlanan gelire dayalı bir ulusal devlet televizyon ve radyo yayını, 90'larda reklam gelirine dayalı özel televizyon ve radyo yayınlarının da eklenmesiyle bu ikili yapıya dönüşmüştür. 90'ların sonundan itibaren de paralı televizyon ve 'izlediğin kadarını öde' türü televizyonlar üçüncü ana grup aktör olarak sahneye çıkmıştır. Bunun anlamı Avrupa çapında benzer yapıların ortaya çıktığı, bunun Türkiye için de geçerli olduğu, ortak görüşte bir anlayışa varmanın mümkün olduğu ve birbirimizden öğrenecek çok şeyin bulunduğudır.

Bunun sonucunda AB'de oturmuş ikili bir sistem olduğu ve bunun bu şekilde sürdürülmesi gerektiği anlaşılmıştır: Kamu yayıncılığı ve özel yayıncılık. Bu iki unsur eşit şartlardaki bir rekabet ortamında izleyicilerin dikkatini çekmek için rekabet edeceklerdir. Kamu ve özel yayıncıların bir arada varlıklarını sürdürmesi, çeşitliliğin ve bilgi edinme özgürlüğünün en kesin garantisi haline gelmiştir. Bu birliktelik her zaman sorunsuz olmamıştır ve bu nedenle de ilgili pazar yapılarının incelenmesi gerekir diye düşünüyorum.

Avrupa genelinde bugün televizyon yayınlarının gelirinin %45 kadarı reklam gelirlerinden oluşmaktadır. Geri kalanı ise devlet televizyonuna ödenen ruhsat harçlar ve paralı televizyonun elde ettiği gelirler arasında eşit dağılmaktadır. Ve işte bu saydığım gelirleri elde etme konusundaki rekabet tüm Avrupa ülkelerinde medya sektöründeki başlıca mücadele alanlarının sınırlarını çizmektedir. Siz de bu tür bir rekabetçi yapı içindesiniz.

Gelir kaynaklarındaki bu çeşitlilik aynı zamanda yayın formatlarındaki çeşitliliğe de yansımaktadır: paralı televizyon, 'izlediğin kadar öde' , interaktif televizyon ve şimdi de gündemin ilk sıralarında sayısal yayına geçiş var. Ayrıca broadband internet de ufukta çok güçlü yeni bir mecra olarak beliriyor. Pazardaki farklı kesimler arasındaki sınırlar artık giderek hareketli hedeflere dönüşüyorlar. Çok yoğun bir rekabet var ve pazarlar giderek daha oligopolist hale geliyor. Ve bu da bütün üye ülkelerde gerek medya, gerekse rekabet konusunda düzenlemeler yapan kuruluşların önündeki başlıca sorun.

Üçüncü konuya gelirsek, bu da bununla ilgili olarak hangi mekanizmayı kullanacağımız. Daha önce de belirttiğim gibi AB anlaşması üye ülkeleri medyada yapacakları düzenleme konusunda genelde serbest bırakmaktadır. Bu ülkelerin bazıları son derece kapsamlı ve ileriye dönük düzenleme sistemlerini yürürlüğe koymuşlardır, ve bu düzenlemeyi yapan ülkeler de bugün bu panelde çok iyi temsil edilmektedirler. Avrupa ülkelerinin yaklaşık yarısı, bir medya alanında veya medyalar arasında mülkiyete kontrol getirmişlerdir. Bunu yaparken de farklı yaklaşımlar, izleyici oranı, hisse oranı ve ruhsat sayısı gibi unsurlar dikkate alan farklı bileşimlerini kullanmışlardır. Bazı ülkelerde sistem halen inceleme safhasındadır.

AB çapında medya kanalları pazarının düzenlenmesi, rekabet kurallarının uygulanması bakımından gündeme gelmiş ve bu da oldukça büyük bir medya pazarında pazarın gücünün ve satın almaların kontrolü açısından en belirgin mekanizma olarak uygulanmaya başlamıştır. Ana amaç kamu yayıncıları ve özel yayıncılar arasında ikili sistemde uygun bir denge kurmak ve medya pazarında açık bir yoğunlaşmayı ve satın almaları önlemektir. AB rekabet politikasının mekanizmalarına baktığımızda yapılmak istenen pazarda belirli grupların yoğunlaşmasının kontrol altına alınması, antitröst açıdan kontrolü, yani rekabeti engelleyici anlaşmaların yasaklanması ve gerek televizyonda, gerekse basında rakiplerine el koyarak pazardaki gücünü kötüye kullanmayı önlemek ve pazarın kamu yayıncısı lehine adaletsiz bir şekilde gelişmesinin önüne geçmek için devlet yardımının kontrol edilmesidir.

Bunun sonucunda da AB rekabet düzeninin teminatı olarak Avrupa Komisyonu ve ulusal rekabet kurulları ortaya çıkmaktadır. Şimdi geleceğe bakarsak, gerek AB'nin gerekse bu ülkenin medya ortamının önündeki en büyük sorun önümüzde sayısal yayına geçişle birlikte belirecek muazzam fırsatları nasıl değerlendireceğimiz sorunudur.

AB'nin 25 üye ülkesinde 180 milyon hanede televizyon bulunmaktadır. Avrupa'da halen 30 milyondan fazla sayısal yayın alan hane bulunmaktadır. Aynı zamanda bir sessiz devrime de tanık olmaktadır. Bu devrim, sayısal televizyon kavramını düşündüğümüzden de büyük bir hızla geride bırakabilir. Bu da, 2010 yılına kadar teknolojiye tamamen

gelişmiş bir Avrupa Birliği'nde broadband internet yayınının süratle yaygınlaşacak olmasıdır. Tamamen interaktif broadband internet yayını AB'de 33 milyon haneye girmiş durumdadır. Bu da hanelerin %18'ine bu yayın türünün nüfuz ettiğini göstermektedir. Bu arada halkın %80'i normal telli ADSL telefon, %20'si ise kablolu telefon hattı kullanmaktadır ama doğal olarak Avrupa ülkeleri arasında bu alanda büyük farklılıklar da vardır. Ama daha da önemlisi geçtiğimiz yıl broadband bağlantılarında %100'ün üzerinde bir artış meydana gelmiştir. Bu durum 90'lı yılların sonlarındaki cep telefonlarındaki büyüme oranlarına benziyor. Bu büyüme sonucunda yaşam tarzları, tüketici davranışı ve telekom sektöründeki gelir yapısı tamamen değişmişti. O zaman da çok az kişi bu devrimin bu kadar hızla gerçekleşeceğini tahmin edememişti.

Bu da broadband internetin gelişile birlikte medya ortamında önemli bir değişiklik meydana gelebileceği ve 2010'dan çok önce broadbandin, hanelerin %50'sine nüfuz edebileceği anlamına gelebilir. O zaman medyanın görünümü çok değişecektir. Yeni medya hızla büyük önem kazanabilecek ve yeni gelir kanalları gelişebilecektir. Biz şimdi yeni pazarların gelişiminin önünü açmalıyız.

Bir başka önemli nokta analogdan sayısal geçerken pazarın belirli bir aktör lehine bir falso yapmamasıdır. Açık ikili yapı korunmalıdır. Bu geçişi taraflardan birine avantaj sağlamak için kullanma eğilimi büyük olacaktır. Açık ve çoğulcu yapıları amaçlayan bir medya politikasının temel görevlerinden biri de sayısal dönüşümü medya sektöründe daha çok seçenek ve çoğulculuk sağlayacak bir araç haline getirebilmek olacaktır.

Şimdi de genel bir değerlendirme ile sözlerime son vermek istiyorum: Avrupa Birliği'nin temel değerlerinden biri olan ve AB üyeliği için hayati önem taşıyan, çoğulcu görüşlerin gelişmesinin sağlanması, ifade özgürlüğü ve sansürsüz bilgi alışverişini mümkün kılan demokratik yapıların garanti altına alınması için kamu ve özel televizyon yayıncılarından oluşan ikili sistemin sürdürülmesi tüm AB ülkeleri için sağlam bir temel oluşturmuştur. Avrupa deneyimi rekabet yasaının kararlı bir şekilde uygulanmasının ve dirençli bağımsız düzenleme yapılarının geliştirilmesinin, sürdürülebilir açık yapıların teminatı

açısından şart olduğunu ortaya koymuştur. Belirli sektörlere yönelik medya düzenleme kuruluşlarının bağımsız bir yapıda olması ve sağlam ifade özgürlüğü ilkelerinin köklü bir şekilde yasal bir çerçeveye oturtulması açık bir ortam için vazgeçilmez şartlardır. Ayrıca güçlü rekabet kurulları da ana pazarların güç yapılarının oluşturulmasını sağlamalıdır. Bu işin en basit testi, yasal ve düzenleyici çerçevelerin daha geniş seçme özgürlüğüne, ifade özgürlüğüne ve açık topluma ne ölçüde izin vereceğidir. Teşekkür ederim.

CEM DUNA

Bu aydınlatıcı konuşmasından dolayı Sayın Ungerer'e teşekkür ediyoruz. Gerçekten de önümüzdeki dönemde Avrupa Birliği bir taraftan kendi değerlerini koruma, öbür taraftan da bu değer yargılarıyla teknoloji gelişimini üstüste getirme çabasında.

Tekrar sözlerimin başında anlattığım TRT macerasına gelecek olursam, biz orada bir - bir buçuk yıl içinde birçok şey yaptık diye düşünüyorum. Onun için de başarıyla atıldık sonuçta işten. Ondan bu zamanlama meselesi çok önemli. Zannediyorum Avrupa Birliği Komisyonu'nun temel görevini de bu tip değişimleri bizim sonucumuza uğramadan topluma kabul ettirme şeklinde özetlemek mümkün olsa gerek diye düşünüyorum.

Konuşmacımız Sayın Dominic Morris çok ilginç bir tecrübeyi bizlere anlatacak. Çünkü biz bütün yayıncılığımızda zannediyorum büyük ölçüde İngiltere'yi örnek olarak almış, onların tecrübesinden her zaman yararlanmış olan bir ülkeyiz. Bu bakımdan Sayın Morris'in anlatacakları oldukça ilginç. Sayın Morris yeni kurulmuş Office of Communications'ın başında bulunan kişi. Bu hem yayıncılık, hem telekomünikasyon, hem de bu lisans verme konusunda yetkili bir kuruluş. Bundan önce de Bağımsız Televizyon Komisyonu'nun direktörlüğünü yapmış kendisi. Ondan önce BBC'de politika bölümünün direktörlüğünü üstlenmiş, ayrıca çeşitli başbakanların bu konuda danışmanlığını yapmış. Dolayısıyla herhalde bundan daha yetkili bir isim bulmak mümkün olmasa gerek diye düşünüyorum. Sayın Dominic Morris söz sizde..

DOMINIC MORRIS

İngiltere İletişim Kurumu Yönetim Kurulu Başkanlığı Ofisi, Direktör

Günaydın... Önümüzdeki on beş dakika içinde kısmen komisyonun sorumlu olduğu medya türlerinin yoğunlaşması üzerinde duracağım, kısmen da sayısal devrim üzerinde. Ancak bu on beş dakikanın büyük bölümünde İngiltere'nin son on beş yıl içinde yaptığı globalleşme yolculuğunda bana eşlik etmenizi istiyorum. Bu yolculuk tamı tamına, benim o zamanki Başbakan Bayan Thatcher ile birlikte medya ilkeleri bürosunda çalışmaya başladığım gün başlamıştı. O sırada Yayın Yasası hazırlanmaktaydı.

Bayan Thatcher kamu televizyonu olan BBC'nin organizasyon eksikliğinden ve o zamanki özel televizyon olan ITV'nin verimsiz çalışma şeklinden memnun değildi. ITV o sırada 16 ayrı bölgesel lisans sahibinin bir araya gelip kurduğu bir televizyon şebekesi olarak faaliyet gösteriyordu. İşte eskiden İngiltere'deki yayın düzeni böyle idi. İki yayın kuruluşu vardı ve bu sistem kısa bir süre sonra sona erecekti. Aynı iki yayın kuruluşu, o zamanlar için yeni medya ortamı olan uydu ortamını kendi kolonileri haline getirerek bir hegemonya kuracaklarını düşünüyordular. Ama Bayan Thatcher'ın onlara anlatacak güzel bir hikayesi vardı. Hükümet yeni uydu servisi olan Sky televizyonunu, hükümetin geleneksel olarak yayıncılara uyguladığı tüm kısıtlamaları kaldırarak tamamen yasal hale getirdi. Özel televizyonlarla Sky televizyonu arasında bir rekabet yaşandı. Murdock uydu platformunda ustalık kazandı.

Televizyonda sunulan kaliteli içeriğin çoğu ya Sky televizyonu tarafından sunulan Hollywood filmleri ve spor programları ya da büyük kablolu televizyon şebekelerinin sağladığı içerikti. Ancak sayısal yayına geçtikten ve televizyon, telefon ve broadband içeriği sağlayan yayınlardan sonra kablolu televizyon şebekeleri rekabet edebilir hale geldiler. Kablolu televizyonların parçalanmış yapısı bence İngiltere'nin yayın politikasının yanlışlığından kaynaklanıyordu. Gerekli birleşme ve güçlenme ancak on beş yılda gerçekleşti ve ancak bundan sonra kablolu televizyonlar diğer geleneksel televizyonlarla rekabet edebilir hale geldiler.

Ancak sanırım bir yerde doğru yaptık, o da kablolu ve uydu yayın kanallarının serbest bırakılması ve AB yönergelerindeki standartların en asgari ölçüde uygulanmasıydı. Başlangıçta kısıtlamalar yoktu. Bütün ihtiyacınız bir büro ve İngiltere’de bir editoryal ekip bulundurmaktı. Hatta son zamanlarda bu editoryal kadro gereğini bile kaldırdık çünkü insanların diğer ülkelerden yayınlanan kanalların yeniden yayınını da görebileceğini düşündük. Bizde Fox TV de izlenebiliyor, El Cezire televizyonu da. Gördük ki Irak olayları gibi olaylar meydana geldiğinde bu gibi kanallar size normal İngiliz kanallarının yanında çok ilginç bakış açıları sunabiliyor. Yani olayları Amerikan bakış açısından, Arap bakış açısından ve İngiliz bakış açısından görebiliyorsunuz. İşte İngiltere, Avrupa’da bu tür uluslararası yayın yapan kanalların büyük çoğunluğunun seçtiği bir üs haline böyle geldi.

Daha sonra yaptığımız diğer büyük değişiklik ITV ile ilgiliydi. Bayan Thatcher bu televizyon şebekesiyle ilgili lisansın kime verileceğine dair kararı bazı önemli ve ağırlıklı kişilerden oluşan bir komitenin vereceğini söyleyerek, ruhsatın en yüksek teklifi veren ticari şirkete verilmesinde ısrar etti. Bir kalite eşiği oluşturuldu ve ITV belli bazı kamu hizmeti niteliğinde programlar sağlayan bağımsız bir düzenleyici kuruluşla çok sıkı şartları olan bir sözleşme imzaladı. Bu program, uluslararası ve yerel haberler, bölgesel haberler, çocuk programları, dini programlar gibi belirli program türlerinden belirli süreler içeriyordu.

Hiç kimse ikiden fazla bölgesel ITV ruhsatına veya birden fazla ulusal radyo ruhsatına sahip olamıyordu. Gazete sahipleri ise bu bölgesel ITV lisanslarından birinde veya yeni oluşturulan karasal yayıncılık kuruluşunda %20’den fazla hisseye sahip olamıyordu.

Düzenleme kuruluşu, ITV’nin program saatleri üzerinde önemli ölçüde kontrole sahipti. Ancak yayınların uyması beklenen standartların denetimi yayın sonrasında değil, yayın öncesinde bir sansür gibi kullanılarak yapılıyordu. Bu sonuç olarak bir sözleşme idi ve her iki tarafın da işine geldiği sürece yürürlükte kaldı.

Hemen 1995’e geçelim - Hükümet globalleşmenin bir sonraki aşaması konusunda bir karar vermek zorundaydı ve yeni teknolojiden, sayısal

teknolojiden nasıl yararlanacağını kararlaştıracaktı. Bununla ilgili yasal düzenlemelerde büyük ölçüde benim payım var, o nedenle özür dilerim, çünkü tutucu bir düzenleme idi. Bölgesel ITV lisanslarında birleşmelere izin verilmiyor; AB dışından gelen şirketler sözleşme dışında tutuluyordu, büyük medya şirketleri, bazı gazeteler ve yerel radyo istasyonları devre dışı bırakılabiliyordu.

Sayısal karasal yayıncılığına izin verildi ve Kanal 5 kuruldu. İlginçtir ki, bu kanal ilk kez, İngiliz olmadığı bilinen bir ortakla, RTL ile kuruldu. Deneyimime dayanarak söyleyebilirim ki, iyi bir ortak oldukları görüldü ve ben de söz konusu kanala yatırım yapılmasını teşvik ettim ve yerel yönetimin sadece program sağlama işleviyle sınırlı kalmasını önledim.

Murdock'un Sky televizyonunun futbol ve film yayın hakları vardı. Sayısalda ilk olma konusunda iddialıydı ve bunu kanıtladı. Sky Televizyonu 1988 Ekim'inde 100'den fazla kanal ve interaktif bir servisle yayına başladı. Bu arada geleneksel yayıncılar sayısal karasal yayıncılığı kullanarak kendi paralı televizyon platformlarını devreye soktular. Bunu önce Sky'la yaptılar, daha sonra da İngiltere ve Brüksel'deki düzenleme kurumları Sky'ı konsorsiyumdan çıkardıktan sonra Sky'la rekabete girdiler.

Halen sayısal karasal televizyon pek çok şey için iyi bir yayın ortamı. Ama futbol maçları yayın haklarına sahip çok iyi bilinen bir uydu platformuna rakipler, oysa onların bu tür yayın hakları yok. ITV sayısal, bir paralı televizyon platformu olarak, 2003 yılı başlarında müthiş şekilde battı.

İşte İngiltere deneyiminden çıkan ikinci ders: Hükümetten aldığınız desteği piyasa güçlerine karşı oynamayın. Eğer bir diktatörlük iseniz kazanabilirsiniz, ama modern kapitalist bir ekonomi iseniz kazanamazsınız. Her defasında son kararı pazar verecektir. İngiltere'deki düzenleyici kurum ki o sıralarda ben bu konumdaydım, ITV sayısalın sahip olduğu yayın bandını Free View adlı yeni bir konsorsiyuma verdi ve böylece fiilen hem BBC'yi hem Sky'ı yayınlayan bir şirket yarattı. Bu konsorsiyum yayın bandının izin verdiği ölçüde açık bir platform olmak istedi. Yani ITV, Channel 4, Channel 5 ve diğerlerine bu platformdan erişilebiliyordu. O zamandan bu yana bu

platforma bir paralı televizyon unsuru da ilave edildi. İki yıl içinde O'dan yaklaşık 5 milyon haneye girdi. Halen Sky'dan sonra ikinci büyük sayısal platform.

Kablolu televizyon yeniden sayısal pazara girdi. Böylece İngiltere'de halen yoğun rekabet içinde olan en az üç platform var ve İngiltere'deki evlerin üçte ikisine girmiş durumdadır. Analog televizyona 2008 ile 2012 yılları arasında tamamen son verilecek.

Şimdi teybimizi hızla ileri sarıp, 2003 yılına, İngiltere'deki mevcut iletişim mevzuatına gelelim. Temel prensipler nelerdi?

Önce yayın sistemimizin temelinde finansmanı kamu tarafından yapılan kamu yayın kurumu BBC var. Güçlü ve bağımsız bir BBC'miz olduğundan medya mülkiyeti konusunda daha cesur ve maceracı davranabiliyoruz. BBC, İngiltere yayıncılığının altın standardıdır. BBC olmasaydı bu denli bir serbestleştirmeye ve deregülasyona gidemezdik. İşte bu nedenle de siyasilerimiz bu iletişim yasasını çıkarırken büyük güvenle hareket edebiliyorlar.

Bu da rekabet yasasının mülkiyette parçalanmaya karşı etkili bir çare olabileceğini gösteriyor. Bir rekabet fikri olmayan, kültürel bir kavram olan 'çoğulculuğu' tamamen bir kenara bırakmış değiliz. Rekabet dediğiniz zaman onunla birlikte, gayet iyi anlaşılabilir bir kavram olan önemli piyasa gücü kavramı da geliyor. Çoğulculuk siyasi güçle ilgili önemli bir kavramdır. Piyasadaki aktörlerden biri öyle güçlenir ki, düzenleyici kuruluşlar ve siyasilerin de üzerine çıkarak temel kuralları değiştirir ve normal rekabet yasaları güçsüz hale gelir. Buna karşı dikkatli olmalıyız. Çoğulculuğun üst sınırını yüksek bir düzeyde belirlemek gerekir. Kendi parlamentomuz, özellikle de üst meclisimiz yani Lordlar Kamarası bunu çok iyi anladı ve iki somut önlem getirdi.

Bunlardan ilki medya mülkiyetinde kamu çıkarı testi idi. Çoğu ülkenin normal ticaret yasalarında aşağı yukarı bu tür testler mevcut. İngiltere'de bu hep vardı ve iletişim yasası ile ilk kez kimlikleri belli olmayan üst düzey Bakanlık memurlarının Bakanlara tavsiyeleri yerine bu tür saydam testler uygulanmaya başladı. Söz konusu kamu çıkarı testi uyarınca biz

OFCOM (İletişim Bürosu) olarak Bakanlara bilgi vermek zorundayız. Bakanlar kamuoyunda bu testin yapılmasını isteyip böyle bir testi tetiklemedikçe, biz hiç bir zaman çoğulculuk konularına girmedik.

O zamandan beri ITV'nin iki ana ögesinin, İngiltere'nin en büyük iki radyo istasyonunun birleştiğini ve İngiltere'nin en yüksek tirajlı gazete grubunu satın aldığını gördük. Bu gelişmelerin hiç birinde kamu çıkarı testini tetikleyen bir girişimde bulunulmadı. Burada belirleyici olan rekabet yasası oldu. Bu açıdan OFCOM anayasal güvenliği uzun vadede emniyete alan bir güvence mekanizması.

İletişim yasasının önündeki ikinci büyük güçlük, düzenleyici kuralların çıtasını yükseltmekti. Yani ITV ile yapılan sözleşmenin. Bunu niçin yaptılar? Yabancı bir mal sahibi geldiğinde, ki bir noktada gelecektir, oyunun kurallarını bilsin diye. Bütün kurallar net, saydam ve bağımsız bir düzenleyici kurum tarafından uygulanıyor. Bu aslında daha büyük bir liberalleşme ama aynı zamanda daha resmi bir düzenleme. Halen 400'ü aşkın televizyon ve radyo istasyonu yayında. Diğer tüm yayın kuruluşları için düzenlemeyle ilgili temel prensipler korunmuştur ancak bunları liberalleştiriyoruz.

Çoğunlukla hala Sınırötesi TV Yayınları Yönergesi'ne bağlıyız ama buna bizim haberlerde doğruluk, haber programlarında gerçeğe saygılı olmak gibi ilkelerimiz ekleniyor. İrlanda ve Polonya'da hala pornografi konusunda kısıtlayıcı bir yaklaşım ekleniyor. Hala "Lütfen seksten bahsetmeyin biz İngiliz'iz" yaklaşımı var. Televizyonla radyo bir araya geldiğinde kurallarımızı gözden geçiriyor ve düzeltiyoruz. Çocukların korunması konusunda daha liberal yorumu benimsiyoruz.

Sözlerimi gelecekle ilgili bir kaç görüşle bitirmek istiyorum. Dr. Ungerer Avrupa çapında reklam gelirlerinin %45 civarında olduğunu söyledi. Ama İngiltere'de durum böyle değil. Geçen yıl ilk kez aboneliğe dayalı paralı televizyon gelirleri, reklam gelirlerini aştı. Bugün 900 milyon dolar olan interaktif televizyon gelirlerinin üç yıl sonra yaklaşık 4 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Sayısal video kayıt cihazlarının içinde bulunduğumuz on yılın sonunda İngiltere pazarındaki payı %15'i bulacak. Ben şahsen bunun tutucu bir tahmin olduğunu düşünüyorum.

Yine aynı öneme sahip bir konu, Dr. Ungerer'in de değindiği gibi, içinde bulunduğumuz on yılın sonunda pek çok eve broadband hızında internet bağlantısı girmiş olacak, aynen bugün sayısal televizyonun girdiği gibi. Bu on yılın sonunda tamamen farklı bir ekonomi, tamamen farklı bir düzenleyici sistem içinde olacağız. İngiltere'de bu dünya kendi kendini düzenleyen bir dünya şeklini alacak; OFCOM tarafından düzenlenen bir dünya değil. İnsanların çoğu medya içeriğini hala televizyon ve radyo yayınları üzerinden alacak.

Bunun bir önemi olacak mı? Evet. Burada sorun iki boyutlu olacak. Kuralların standartlarında, programlama standartlarında talep üzerine yayıncılık üzerinde yoğunlaşp birleşme şeklinde bir gelişme olacak. Ancak şunu yapamayacağız: Talebe bağlı bir dünyaya dışarıdan yayın kısıtlamaları getirip uygulayamayacağız. Gelir modellerine baktığımızda, reklam geliriyle yaşayan yayıncılığın geleceği konusu var. Reklam ekonomik bir meta olmasının yanı sıra aynı zamanda sosyal de bir meta. Hem zengin hem de yoksullara açık, özgür ve evrensel televizyona finansman sağlıyor. Toplumumuzu ve kültürümüzü birbirine bağlayan sosyal kültürün bir parçası ve bu nedenle de korumaya değer.

Onu korumak için bir reform yapmamız, özellikle de Sınırötesi TV Yönergesi'ni düzeltmemiz lazım. Sponsorluk, ürün yerleştirme ve yeni reklam teknikleriyle ilgili kurallar yeni dünyamızda giderek demode hale geliyor. Bunlarda radikal reformlar yapılması ve bunların liberalleştirilmeleri gerekiyor.

Amaçlarımızın net olmasının gerektiğini söyleyerek sözlerimi bitirmek istiyorum. Çocukların korunması bunlardan bir tanesi olmalı. İkinci olarak yoğunlaşmaya doğru yaklaşırken Avrupa'nın eski yayın modellerini ne ölçüde yeni medya dünyasına taşımak istemesi gerektiği konusunda çok dikkatli olmalıyız. Ve üçüncü olarak da şunu kabul ediyoruz ki, Avrupa'ya da bu yoğunlaşma aynı tempoda gitmeyecek. Yani Avrupa çapında baktığımızda aşırı reçeteci bir yaklaşım içinde olmamalıyız. İç pazar için üst düzeyde sınırlı sayıda ilke yeterli olmalı ve bunun yanı sıra da yerinden karar verme ilkesi uygulanmalı. Üye ülkelerden biri kendi prensipleri için daha sınırlayıcı olmak istiyorsa, örneğin yayın lisansları gibi konularda olabilmelidir. Ekonominin kuralları rekabet edilen alanı

eşit hale getirecektir, ancak bu bir süre sonra, üye ülke piyasa güçlerinin etkilerine alıştıktan sonra gerçekleşecektir. Umarım sizlere medyanın serbestleştirilmesine yönelik yolculuğumuz ve yaklaşımımız hakkında İngiltere'deki mevcut sisteme ilişkin bir fikir verebildim. Teşekkür ederim.

CEM DUNA

Sayın Morris'e teşekkür ediyoruz. Bir tarafta kamu çıkarı, bir tarafta serbestleştirme, öbür tarafta teknoloji üçlüsü arasında bir düzenleyici kurulun nasıl bir denge bulmaya çalıştığı konusunda bize çok önemli ipuçları verdi.

Üçüncü konuşmacımız Sayın Letailleur. Fransa Görsel İşitsel Yüksek Konseyi Dış İlişkiler Temsilcisi, yani Fransa'nın düzenleyici kurulunun temsilcisi ve konuşma başlığı da ilginç. "Program Kotaları ve Reklam Sınırlamaları", "Sınır Aşırı Televizyon Direktifinin Revizyonu". Bu konuda Fransız tecrübesini bize iletcek, bir diğer üye devletin tecrübesini. Sayın Letailleur hem hukuk hem de iletişim konusunda son derece köklü bir eğitim almış. Çeşitli gruplarda çalışmış ve en önemlisi aday ülkelerle ilgili bir sürü deneyime sahip. Hem Litvanya, Polonya ve Romanya'da hem Avrupa Konseyi'nde program denetimi konusunda çalışmışlığı olan bir kimse. Dolayısıyla Fransız tecrübesini kendisinden dinlemek hepimiz için zenginleştirici bir tecrübe olacak.

LAURENT LETAILLEUR

Fransa Görsel İşitsel Yüksek Konseyi Dış İlişkiler Temsilcisi

Bugün burada, AB yönergesi yeniden gözden geçirildiği sırada, televizyon düzenlemeleri alanındaki Fransız deneyimini sizlerle paylaşmak ve özellikle de burada benden anlatmam istenen program kotaları ile reklam kısıtlamaları konusuna değinmek üzere sizinle birlikte bulunmaktan büyük bir memnuniyet ve gurur duyuyorum.

Bir Fransız ve Fransa Düzenleme Kurulu'nun bir temsilcisi olarak program kotaları ve reklam kısıtlamalarından bahsetmek, Fransız deneyiminin özgüllüğü ve tekilliğine işaret etmeyi gerektiriyor, çünkü Fransa, kuşkusuz Avrupa Birliği'nin bütün ülkeleri arasında, radyo ve televizyon

sektörünün düzenleme çerçevesinin tanımlanması açısından, özellikle de nicel açıdan, en sofistike, en kapsayıcı sistemi seçmiş olan ülkedir.

Sınırötesi Televizyon Yönergesi'nin iki temel hedefi, yani Avrupa'da televizyon pazarının gelişmesi ile kültürel çeşitliliğin korunması arasında, Fransa seçimini, 25 yıldır tutarlı bir şekilde, yayın kuruluşlarından çok içerikten -piyasanın program yapım sanayinin gelişmesi için vazgeçilmez olduğunu da gözden kaçırmadan- piyasadan çok kültürel çeşitlilikten, kültürel mirasın korunmasından, programların Avrupa'da dolaşmasından ve kültürel kimliğin korunmasından yana yapmıştır.

Bu konferans çerçevesinde, önce, varolma nedeni hem görsel işitsel sektörün aktörlerini, hem de kamu çıkarını korumak olan program kotalarından, ardından da, ekonominin karşısında önceliği sosyokültürel veçheye veren reklamların düzenlenmesi konusundan bahsedeceğim. Program kotaları, kültürel çeşitliliğin, kültürel kimliklerin, özellikle Avrupa kültürel kimliğinin korunması anlamında olumlu bir önlem olarak karşımıza çıkarken, reklamların sınırlanması tam tersine olumsuz bir koruma önlemi olarak, sanatsal üretim ve kültürü mümkün mertebe ekonomik çıkarlardan yalıtmayı amaçlar.

Kısaca, Fransa'da iletişimin hukuki çerçevesi, iletişim ve editoryal özgürlüğün tanımını yapan 1986 tarihli bir yasayla düzenlenmektedir. Yayıncılar, Fransız Cumhuriyeti'nin, cumhuriyet düzeni, küçüklerin korunması gibi temel ilkelerini ihlal etmemek kaydıyla istediklerini yayınlamakta serbesttirler. Bu temel ilkelere riayet edilip edilmediğinin denetimi görevi ise düzenlemeden sorumlu Görsel İşitsel Üst Kurulu'na verilmiştir.

Bu ilkelerin uygulanması, dolayısıyla kotaların ve o meşhur reklam sınırlamalarının tanımı, hükümet kararlarıyla yapılır. Yayın kotaları 1990 yılında, reklam sınırlamaları 1992'de belirlenmiştir. Bir de yapım kotaları vardır, çünkü Fransa kültürel kimliğin korunması için hem yayın kotaları hem de yapım kotaları öngören çifte bir sistem uygulamaktadır. Bu kotalar ise 2001 yılında belirlenmiştir.

Öte yandan, kamu televizyonlarının olsun özel televizyonların olsun, (kamu radyo ve televizyonları da özel yayıncılarla aynı şartlarda

düzenleme kurulunun denetimine tabidir) özel kanalların ruhsatlarından ve kamu kanallarının yönetmeliklerinden kaynaklanan ve uymaları gereken bazı yükümlülükleri vardır. Yani, Sınırötesi Televizyon Yönergesi'nin 3/1. maddesi, Fransız mevzuatına üç noktada çok daha katı bir şekilde aktarılmıştır:

Önce AB yönergesinde yapılan Avrupa eseri tanımı, Avrupa kültür varlığı konusunda sıkılaştırılmıştır. Fransa iki önemli seçim yapmıştır: Birincisi, ekonomik nedenlerle maliyeti daha ucuz olan stüdyo programlarını, özellikle Amerikan konulu sinema eserleri ile mücadele edebilmeleri için görsel işitsel eserler kategorisinin dışında bırakmış olmasıdır. Fransız tanımı ile en az %50 Avrupa yapımı öngören Avrupa tanımı arasındaki ikinci önemli fark ise, sinema filmlerinin görsel işitsel eser tanımının dışında bırakılmasıdır. Sinema filmleri görsel işitsel eserlerden bağımsız kotalara tabidir. Fransa'ya mahsus diğer özel yayın kotaları da, "geniş izleme" ya da "anlamlı izleme" saatleri denilen, yani aşağı yukarı prime-time'a karşılık gelen zaman dilimleri ile ilgilidir. Nihayet Fransa'nın bir diğer seçimi de, reklam yayınlarına hem süre, hem de reklam veren sektörler açısından daha sınırlayıcı bir çerçeve getirmiş olmasıdır.

Girişte sözünü ettiğim Fransız istisnasının özgüllüğü, bir Avrupa kültürünün göz önünde bulundurulmasıdır. Bu bağlamda Fransa 1982'den itibaren, bizim "Avrupa koridoru" dediğimiz bir tanımlama getirmiştir. Yönerge, üye devletlerin yayınlarına %50 Avrupa eseri yükümlülüğü getirmekteyken, Fransa bu kotayı %60'a yükseltme kararı almış; buna paralel olarak da %50 düzeyinde Fransızca eser kotası getirmiştir. İşin başından yaptığı kesin bir seçimle, İngiltere, Almanya, İtalya, İspanya menşeli eserlerin yayınlanabilmesi, bu programların Avrupa'da dolaşabilmesi ve radyo-televizyon programları vasıtasıyla farklı ülkelerin seyircilerini, zihniyetlerini, sosyo-kültürel şemalarını buluşturarak, sosyo-kültürel açıdan bir Avrupa kültür kimliğinin oluşabilmesine katkıda bulunmak amacıyla Fransızca dışı Avrupa eserlerine %10'luk bir kota tahsis etmiştir. Biraz önce de dediğim gibi bu 1982'de yapılan bir seçimdir ve 1992'de topluluk dışı, özellikle de Avrupa Konseyi üyesi ülkelerle bütünleşme çerçevesinde Fransa bu koridoru %20'ye genişletmiştir.

Kısacası, Fransa'da programların %60'ı Avrupa menşeli olmalı, bunların da %20'si Fransızca olmalıdır. Buna göre de ulusal olmayan Avrupa programlarına, yani Alman, İngiliz, İtalyan, İspanyol vs. programlarına %20 oranında bir pay bırakılmaktadır.

Fransız televizyonunun ikinci temel ve klasik özelliğini de Fransız kültürünün korunması oluşturur. Fransa, 1982 yönergesinden önce Fransız yapımının korunması, Fransız yapımına ekonomik destek verilmesi çerçevesinde, Fransızca yapım kotaları getirerek, görsel işitsel üretime desteğin dilsel bir tanımını yapmıştır. Bu Fransızca kotaları (televizyonda geçerli olan ve Fransızca yapımları geliştirmeyi amaçlayan özgün Fransızca kotaları), 2000'den bu yana (önce 1998'de koyulan ve ardından 2000'de geliştirilen), halkın kendi özgün sosyo-kültürel özelliklerini yansıtan Fransızca programları izleyebilmesi için oluşturulan şarkı kotaları olarak radyoyu da kapsamaktadır.

Fransız kültürünün korunmasına yönelik bu düzenleme, Fransızca görsel işitsel sektörün korunması amacıyla, yayın ve yapım kotaları vasıtasıyla yapılmaktadır, bunu da daha sonra yapımdan bahsederken göreceğiz.

Dolayısıyla bütün bu düzenleme araçları, halkın sosyal-kültürel özelliklerini temsil eden programların izleyicilere ulaşmasını amaçlayan bu kota ve yayın kuralları, ayrıca dilsel kotalar, 1989'da kurulan Görsel İşitsel Üst Kurulu'nun denetimine verilmiştir. Bu denetimi ve bu denetimin kapsamını düzenleyen temel iki ilke vardır: Radyo televizyon denetimi hem TF1 grubu, Canal + gibi özel ve kamu televizyonları için France Télévision gibi yayın gruplarının yayın politikaları açısından, hem de bu yayınların kapsama alanlarına verilen öncelik çerçevesinde yapılmaktadır. Zira Üst Kurulun televizyon programlarına verdiği önem bu programların kapsama alanının genişliğine göre artmaktadır. Örneğin TF1 gibi bir kanalın akşam haberleri, her gün 10-15 milyon televizyon seyircisi tarafından izlenmektedir ve gayet tabii, haberleri 12 milyon Fransız'a ulaştıran bir kanalın etkisi, çok daha az kişiye ulaşan bir uydu veya kablo kanalının etkisiyle mukayese edilemez.

Yine aynı şekilde eserlerin tasnifi yani bu eserlerin görsel işitsel eserler, veya Avrupa eserleri ya da Fransızca eserler olup olmadığını tanımlama

görevi de Görsel İşitsel Üst Kurulu'na aittir. Bu denetim, içerik açısından, Görsel İşitsel Üst Kurulu'nun bir organı olan ve denetim ve kapsama alanı konularında uzman 59 kişiden oluşan Programlar Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir.

Fransa'da, reklam dışında üç alan, bu alanlardaki yükümlülöklere uyulup uyulmadığı konusunda nicel denetimine tabidir. Bunlar, sinema ve görsel işitsel eserlerin yayını, görsel işitsel yapımlar ve sinema filmleri ile radyolardaki Fransız şarkıların kotalarıdır.

Eserlerin televizyondan yayını ile ilgili olarak, yani %50 oranında görsel işitsel eser yayını, %60 Avrupa eseri ile %40 Fransızca eser yayını tanımına uyma konusunda Fransa'nın özelliği sinema filmlerinin dışarıda bırakılmış olmasıdır. Ama burada da sinema filmlerinin %60 oranında Avrupa eseri, %40 oranında Fransızca eser olması gerekmektedir. Sinema ve görsel işitsel eserlerin yayını ile ilgili ikinci önemli husus da yönergenin 5. maddesinin öngördüğü bağımsız yapımlara yönelik %10 oranındaki kotadır. Bu kota Fransa'da yayın süresi temelinde değil, program bütçesi temelinde hesaplanmaktadır.

Televizyon programlarının tamamı bu kotalara tabidir ve denetim, ulusal kanallarda doğrudan yapılırken, kablo ve uydudan yayın yapan kanallarda beyan yoluyla gerçekleşir.

Fransa'nın koyduğu bu resmi kotaların etkileri ve 1990 ile 2003, 1995 ile 2003 yılları arasındaki karşılaştırmadan üç önemli sonuç çıkmaktadır.

1990'da yayınlanan eserlerin %58'i Avrupa eseri, yaklaşık %47'si ise Fransızca eserler olmuştur. Yani %47 Fransızca eser, %58 ise Avrupa eseri. Burada %11'lik bir Avrupa koridoru oluştuğu görölmektedir. On üç yıl sonra, Fransız eserleri hala %50 oranını korumaktadır; buna karşılık Avrupa eserlerinin oranı %67 olmuştur, yani Avrupa koridoru, yani Fransız menşeli olmayan Avrupa eserlerinin yayın oranı %17'ye yükselmiştir. Bu da Fransa'nın Fransızca dışındaki Avrupa eserlerine daha geniş bir pencere açarak, programların dolaşmasına izin verdiğini ve Fransız izleyicileri ile komşu ölkelerin sosyo-kültürleriyle buluşmasını sağlayarak, Avrupa kültürünün oluşmasına pragmatik bir katkı sağladığını göstermektedir.

İkinci husus, dürüst olmam gerekirse, bu kotalar yayıncılar için bir kısıtlama oluşturmuştur. Yayıncılar bu programları yayınlamak için olağanüstü bir çaba harcamış, bunun sonucunda 1995 yılında 27 Fransız eseri en çok izlenen 50 program arasında yer almıştır. Yapımcı altyapısının gelişmesi, programların kalitesinde sağlanan iyileştirme, yayın ve yapım kotaları, Fransız görsel işitsel sektörünün katılımı ve sağladığı mali imkanlar sayesinde, Aralık 2003'te bu rakam 37'ye yükselmiştir. Buradan da izleyicilerin, bir Fransız ve Avrupa görsel işitsel kültür mirasının oluşmasına yönelik bu programlamayı benimsediği görülmektedir. Nihayet, Fransa'da Fransa dışı Avrupa programlarına diğer ülkelere nazaran daha önem verildiği görülmektedir.

Ben bizzat Avrupa kurgu yapıtları üzerinde çalışan Euro-Fiction adlı bir Avrupa çalışma grubunun üyesi olarak, Fransa'nın her yıl, özellikle televizyon kurgu yapımlarında Fransızca olmayan programlara en çok yer veren ülke olurken, diğer Avrupa ülkelerinin, bir taraftan Amerikan veya animasyon için Japon ve Avustralya programları, diğer taraftan ulusal kaynaklı programlar arasında bir denge kurma çabası içinde olduğunu saptamaktayım. Bu ülkelerde Avrupa programlarının payı, dolayısıyla bir Avrupa kültürel kimliğinin genel tanımına ve aynı zamanda yönergenin de hedefi olan Avrupa programlarının dolaşması hedefine katkı, bir Avrupa koridorunun oluşmasına imkan vermeyen şartlarla kısıtlanmaktadır.

Fransa'da 1986-1987 yıllarında uygulamaya konan görsel işitsel ve sinema eserlerinin yapımına yönelik önlemlere gelince, burada üç hedef amaçlanmaktadır: Ekonomik ve kültürel mirasın oluşturulması; üretim ve yapımda çeşitliliğin sağlanması ve eserlerin dolaşımının teşviki.

1990'da, Fransa'da filmlerin finansmanın çeşitlendirilmesi amacıyla sinema sanayine yapılan katkılar yeniden düzenlenmiştir. Son derece karmaşık olması nedeniyle bu düzenlemeye kısaca değinmekle yetineceğim. Görsel işitsel alanda genel uygulama uyarınca yayıncılar, cirolarının %16'sını Avrupa veya Fransızca Avrupa eserlerine katkı olarak ayırmakla yükümlüdürler. Bu %16'nın üçte ikisi bağımsız yapımcıların eserlerine tahsis edilmek zorundadır. Sinemada ise cirolarının %3,2'sini Avrupa eserlerine, bu %3,2'nin %2,5'ini Fransızca eserlere ayırırken, 3/4'ü de bağımsız yapımlara ayırmak zorundadırlar.

Bu düzenlemenin sonuçları, özellikle Fransızca yapımların finansman imkanlarının gelişmesi olmuştur. 1990'da görsel işitsel yapım sektörüne 257 milyon € giderken, 2003'te bu rakam 701 milyon € oldu. Aynı dönemde sinemanın yararlandığı mali destek 457'den 110 milyon €'ya yükseldi.

Fransa'da kültürel çeşitlilik arayışı ve bağımsız bir yapımçı altyapısının korunması hedefine cevap veren ikinci büyük avantaj ise, çok önemli bir yapım altyapısının gelişmesi oldu: Bugün faaliyet gösteren 4000'in üzerinde sinema yapım şirketi mevcut. Bu şirketler, 2003 yılında bağımsız görsel işitsel yapımları için 465 milyon €, bağımsız sinema yapımları için ise 90 milyon € mali destekten faydalandılar.

Fransız şarkılarına ayrılan kotalara gelince, Fransız şarkılarının radyolarda artık çalınmadığı (%1-5) ve radyo tüketicilerinin çoğunluğunu oluşturan gençlerin artık sadece Amerikan müziği dinleme eğiliminde olduklarının saptanması sonucunda 1 Şubat 1994 tarihinde bir yasa çıkarıldı. Bu şarkı kotalarının, ekonomik amaç gütmemeleri nedeniyle Avrupa hukukuna uygun olduklarına hükmedildi. Bunun sonucunda, ticari radyolara, saat 6:30 ile 22:30 arasında %40 oranında Fransız şarkısı yayınlama zorunluluğu getirildi.

Televizyon reklamlarının sınırlanması: Üç unsur Fransa'yı reklam alanındaki mevcut hukuki çerçevesini değiştirmeye sevk etmiştir. Tabii ilk olarak yönergeyi iç hukuka aktarmak, ardından kamu yayıncıları ile özel yayıncılar arasında eşitliğin tesisi ve sponsorluk rejiminin belirlenmesi.

1992 tarihli kararname, büyük ölçüde uygulanan yönergeden bir çok noktada ayrılmaktadır: izin verilen azami reklam yayın süreleri; reklam yasağına tabi sektörlerin belirlenmesi; görsel işitsel ve sinema eserlerinin tek reklam kuşağıyla kesilmesi; kamu sektörü yayınlarında eserlerin reklamlarla kesilmesi yasağı ve gizli reklamın belirlenmesi.

Kısaca bu noktaların üzerinden geçeceğim.

Azami reklam yayın kuşağı süreleri: Ortalama günlük reklam sürelerinin, yayın saatinde 6 dakika, kamu televizyonlarında ise 1 saatte 12 dakika

yerine 8 dakika ile sınırlanması. Bir saatlik yayın süresi yönergede kayan bir saat olarak yorumlanmakta olup, halen Fransa bu konuda daha katıdır.

Reklam yasağına tabi sektörlerin belirlenmesi: Yönerge tütün ürünleri ve doktor reçetesi ile satılan ilaçların reklamını yasaklamaktadır, bu yasaklar Fransız mevzuatına da dahil edilmiş, ancak Fransa, her türlü alkollü içki reklamını, siyasi reklamları da yasaklayarak yönergenin çizdiği çerçeveyi aşmıştır. Yine kamu düzeninin korunması gerekçesiyle ateşli silah, kültürel çeşitlilik gerekçesiyle edebi yayın ve sinema ile yazılı basın ve dağıtım reklamlarına geniş sınırlamalar getirmiştir. Edebi yayınlara ve sinemaya sınırlama getirilmesinin nedeni, küçük yapımcı ve yayıncıların reklama ulaşamaması ve dolayısıyla eserlerinin büyük yapımcı ve yayıncıların eserleri ölçüsünde yansıtılamaması; yazılı basına getirilen kısıtlamaların nedeni ise ifade özgürlüğünün korunması ve siyasi reklam yasağıyla bağlantılı olmasıdır.

AB Komisyonu'ndan, hizmetlerin serbesti içinde sunulmasına dair Topluluk İlkesi ile uyum sağlaması için ikaz almasının ardından, Fransa, 1 Ocak 2004 tarihinde basınla ilgili yasakları bütün televizyon mecralarında; edebi yayın yasaklarını kablolu ve uydudan yayın yapan televizyonlarda; dağıtımla ilgili yasakları ise, kablo ve uydudan yayın yapan televizyonlarla yerel televizyonlarda kaldırmıştır. Dağıtımla ilgili yasak, 1 Ocak 2007 itibarıyla yerden yayın yapan ulusal televizyonlarda da kaldırılacaktır.

Son olarak görsel işitsel ve sinema eserlerinin reklamlarla kesilmesi üzerinde duracağım.

Yönergeye göre film ve televizyon filmlerinde reklam kesintileri: 45 dakikanın üstü uzunlukta yapımlarda 1 kesinti, 90 dakikalık bir eserde 2 kesinti, 110 dakikalık bir eserde 3 kesinti, vs'dir. Ancak Fransa, reklam aralarının sayısı ve korunan programlar açısından daha kısıtlayıcı bir rejim uygulamaktadır. Buna göre, Görsel İşitsel Üst Kurulu'nun 150 dakikayı aşan eserlere verebileceği muafiyet dışında, bütün görsel işitsel eser türleri için geçerli genel uygulama eserin tek bir reklam arasıyla kesilmesidir. Reklam arası için eserin müellifinin onayı zorunludur ve bu

kesinti sadece ticari kanallarda uygulanır, zira kamu televizyonlarında eserlerin reklam arasıyla kesilmesi kesinlikle yasaktır. Kablololu, uydudan veya şifreli yayın yapan kanallarda görsel işitsel eserlerde tek reklam arası verilebilirken, sinema eserlerinin reklamlarla kesilmesi yasaklanmıştır.

Evet efendim, teşekkür ederim.

CEM DUNA

Bay Letailleur'e teşekkür ediyoruz. İngiltere'nin arkasından Fransa'nın deneyimini bize en ayrıntılı bir şekilde anlattı. Sayın Karaca'nın burda olmasından da son derece mutluyum. Bütün resmi ve Avrupa uygulamasını görmesi bakımından. Tabii bu iki düzenleyici kurul konuşmasıydı. Şimdi dördüncü konuşmacımız düzenleyici kurallara yahut düzenlemelere niye ihtiyaç olmadığını anlatacak zannediyorum. Sayın Biggam, Özel Televizyoncular Birliği'nin Genel Sekreteri 2000 yılından beri Brüksel'de çeşitli Avrupa Birliği kurumları nezdinde özel televizyonların nelere ihtiyacı olduğu konusunda önemli çalışmalar yapmış bir kişi. Sayın Biggam üstelik panelin de şanssız katılımcısı. Çünkü bavulu hala Atina'da kendisini bekliyor, İstanbul'a henüz gelememiş. Kendisini dinlemekten memnun olacağız.

ROSS BIGGAM

Özel Televizyoncular Birliği'nin Genel Sekreteri

Çok teşekkürler. Size bu konuşmayı yapma fırsatı veren davetiniz için teşekkür ederim. Az önceki açıklamadan oldukça spor bir kıyafetle karşınızda olmamın nedenini duydunuz. Sizlerden bunun için özür diliyorum. Atina'dan İstanbul'a bavullarımı getirme işi herhalde havayoluna fazla gelmiş olmalı.

Ben Ticari Televizyonlar Derneği adına buradayım. Biz çeşitli şirketleri temsil ediyoruz ve bir kısmının logolarını arkamdaki panoda görüyorsunuz. 20 Avrupa pazarında yer alan özel yayıncıları temsil ediyoruz. Ve şunu özellikle memnuniyetle belirtmek isterim ki, geçen yıldan bu yana Türkiye de bu yirminin arasına girmiş durumda, çünkü ekranda gördüğünüz Doğan Medya Grubu'na ait Kanal D geçen yıl

aramıza katıldı. Tabii ki Türk yayıncıları adına burada konuşmak çok güzel bir şey benim için. Umarım Doğan Medya Grubu için de bizim gibi bir derneğe üye olmak yararlı olacaktır.

Ben aynı zamanda bunun Türkiye'nin tanınması süreci açısından da çok yararlı olacağını düşünüyorum, özellikle de Avrupa Birliği'ne giriş aşamasında. Çünkü bizler kendi toplantılarımızda Türkiye'den gelen CEO'ları ve işadamlarını ülkelerinin maaşsız büyükelçileri olarak görüyoruz. Ve paralel toplantılarda da işçi sendikaları ve tüketici kuruluşlarını gördük.

Ama siz beni buraya Türkiye ve AB ilişkilerini konuşmak için çağırmadınız. Beni buraya AB'de medya mülkiyeti konusunda herhangi bir girişimde bulunmaya gerek olup olmadığını anlatmam için çağırdınız. Yapılacak ilk iş sanırım medya mülkiyeti konusunda AB için bir girişime gerek olup olmadığı sorusunu sormak. Benim geldiğim ülkedeki politikacıların çoğunun düşündüğünün tersine, Avrupalı yüksek düzey bürokratlar bütün gün oturup düzenlemeye tabi tutacak yeni şeyler ve yeni faaliyet alanları yaratma arayışı içinde değiller. Hatta geçtiğimiz ay şirketler ve sanayi politikasından sorumlu AB Komiseri Günter Verheugen, daha iyi düzenleme önlemleriyle ilgili bir yazı yayınladı. Bu yazının amacı AB mevzuatının işletmeler üzerindeki muhtemel düzenlemelerle ilgili yükünü hafifletmek. Hatta bu yazıda bizler kendi kendimizi belirli düzenleyici tedbirler veya müşterek düzenleyici tedbirler almak konusunda teşvik ediyoruz. Ve genelde Jose Manuel Barroso'nun yönetimi altındaki yeni Avrupa Birliği Komisyonu mümkün olduğunca işletmelere kolaylık gösteren bir yaklaşım içinde. Örneğin kendisi kısa bir süre önce, diğer ekonomik olmayan hedefleri ikinci planda bırakıp ekonomik büyüme ve istihdama odaklanan AB'nin bilgi toplumuna ilişkin Lizbon Stratejisi'ni yeniden başlatmıştır.

Ancak bugün burada bulunanların çoğu medya sektöründe çalışıyor ve hepimiz biliyorsunuz ki deregülasyona yani serbestleştirmeye yönelik girişimlerin bir sınırı var ve genelde bu tür girişimler medyada diğer sektörlerde olduğu kadar genişletilmiyor. Hepimizin çok iyi bildiği nedenlerle medya sektörü piyasa kurallarına bırakılamayacak kadar

önemli ve diğer sektörlere benzemiyor. Ve kuşkusuz bizler Ticari Televizyon Derneği (ACT) olarak, daha az müdahalenin daha iyi olduğu amacına doğru ilerlemek isteyen Avrupa Komisyonu'nun mutlaka ve her zaman medya mülkiyetine AB düzeyinde müdahale etmeyi reddettiğini varsayma hatasına düşmüyoruz. Avrupa Komisyonu üzerinde birbiriyle çelişen baskılar vardır.

Bu ay, Nisan ayında Avrupa Parlamentosu'nda medyada yoğunlaşma konusunda ayrı ayrı oturumlar yapılacak. Bu oturumların sonuçları üzerinde önceden yargılarda bulunmak yanlış olur. Ancak bu oturumların sonucunda medyada yoğunlaşma konusunda Avrupa Birliği'nin harekete geçmesi yönünde yeni bir çağrı yapılması dışında herhangi bir sonuç çıkarsa çok şaşırıyorum.

Bu çağrılara karşılık değinmek istediğim ilk nokta şu: Bu gelişmeler medyada mülkiyet konusunda bir AB girişimi ile sonuçlansın veya sonuçlanmasın, medyada mülkiyet ve medya piyasası üzerinde etki yaratan pek çok Avrupa Komisyonu faaliyeti zaten var. Kuşkusuz Dr. Ungerer'in ve meslektaşlarının bir medya şirketinin satın almasına veya iki şirketin birleşmesine ilişkin olarak alacakları kararlar belirli bir medya işletmecisinin büyüklüğü üzerinde ve tabii buna ilişkin bir piyasa yapısı üzerinde bir etki yaratacaktır. Mesela yayın hakları pazarına müdahale gibi.

Bir kaç örnek vermek gerekirse, yayıncıların Avrupa Şampiyonlar Ligi haklarına hücum etmesini sağlayan yapı, Hollywood Stüdyoları'nın Avrupa'daki paralı televizyon şirketlerine satış yapmalarının rekabet yasalarına ne derece uygun olduğu. Tüm bunlar çok önemli konular. Tabii aynı zamanda kamu yayıncılarının finansman sorunu da var. Belki bu yılın sonuna doğru üye ülkelerin sayısal karasal yayınlara ne kadar devlet yardımı yapabileceği konusunda bir karar verilebilir. Şimdi bütün bu bahsettiğim konuların bir ortak yanı var. O da şu, tüm bu konular medya şirketlerinin yaptıkları iş planlarının en can alıcı noktalarını ilgilendiriyorlar. O nedenle sorulması gereken soru "AB'nin medyada mülkiyet konusunda oynayacağı bir rol var mıdır?" değil, "Çapraz mülkiyete ilişkin olarak spesifik bir girişim gerçekleştirilebilir mi, aslında gerçekten Avrupa'da böyle bir sorun var diyebilir miyiz?"dir.

Şunu itiraf etmeliyiz ki, medya şirketlerine sahip olmak giderek daha karmaşık bir hal almaktadır ve hissedarlık da giderek daha uluslararası bir nitelik kazanmaktadır. Medya sektöründe bizleri daha çok büyümek ve belki de medya yoğunlaşmasını arttırmak için zorlayan bazı önemli stratejik nedenler mevcuttur. Zamanımız kısıtlı olduğundan bu sabah kısaca bunlardan üçüne değineceğim.

Öncelikle tüm medya şirketleri medya içeriğini çok çeşitli platformlar aracılığıyla dağıtmaktadırlar. Örneğin bugün çok az gazete düzgün bir İnternet stratejisi olmadan hayatta kalabilir. Bizler de televizyon yayıncıları olarak programlarımızı sadece televizyon kanalları üzerinden değil, aynı zamanda ADSL üzerinden de, broadband üzerinden de, on-line ve mobil cihazlar üzerinden de dağıtmaya çalışıyoruz. Bunu rekabet yasalarına bağlı kalarak mümkün olduğu kadar çok yapmaya çalışıyoruz.

İkincisi belirli bir pazar payı elde etmeye ihtiyacımız var. Bunu sadece CEO'larımızın gösteriş duygularını tatmin etmek için değil, ticari ortaklarımız tarafından ciddiye alınmak için de yapmak zorundayız. Bir medya şirketi olarak reklam süresi satmak için WPP gibi bir medya alım şirketiyle masaya oturduğumuzda şirket olarak belirli bir büyüklüğünüzün olması gerekir. Son şirket birleşmelerinden sonra WPP bir toplantı yapmaktan mutlu olmuştuk ve geçen ay ben de bu toplantıya katıldım. Bu şirket halen tüm dünyada medya reklamlarının %25'inden sorumlu. Oldukça büyük bir kuruluş ve bu insanların sizi ciddiye alması gerekli.

Ya da diyelim yayın hakları sahibi şirketlerle toplantı yapıyorsunuz. Hollywood Stüdyoları'yla ve spor yayın haklarına sahip kuruluşlarla görüşmeler yaparken şirketinizin büyüklüğü yine önem kazanıyor. Aynı zamanda kamu yayın kuruluşlarıyla rekabet etme ihtiyacı da var. Bazı Avrupa Birliği üye ülkelerinde, Dr. Ungerer'in de daha önce değindiği gibi %35'lik izleyici payı olan kamu televizyon şebekeleri var. Bu grup, radyo dinleyici kitlesinin de daha fazla değilse bile en az bu orana benzer bir yüzdesine sahip ve aynı grubun önemli ve çok iyi finanse edilen bir internet etkinliği de var.

İşte bu nedenle de bizler özel medya sektörü olarak bu gruplarla eşit şartlarda rekabet etmek istiyorsak bizim de belirli bir çapa ve büyüklüğe ulaşmamız lazım. Ancak bizi büyümeye ve birleşmeye zorlayan bu ticari kaygılara rağmen, olay sadece medyada yoğunlaşmaya yönelik tek yönlü bir trafik değildir. Ve dünya da eninde sonunda sadece 5-6 büyük medya grubunun hizmet verdiği bir yer olmayacak. Brüksel'de ACT'de çalıştığım dört yıl boyunca Canal Plus önce 10 ülkede faalken bugün sadece 2 ülkede faal. Ve daha geçen hafta hem Viacom, hem de Liberty Media'nın kendilerine bağlı medya şirketlerini parçalamaya karar verdiklerini gördük. Kuşkusuz aranızda medya sektöründe çalışanlar bilecektir, insanlar şirket birleştirmelerine harcadıkları kadar zamanı, şirketleri yeniden birbirinden ayırırken de harcamaktadır. Bu bizim bir sorunumuz. Sanırım piyasa yapımızın heterojen olması mülkiyet konusunda tek bir AB modelinin önündeki temel engel.

Öncelikle Avrupa'daki bazı medya pazarları diğerlerine göre daha büyük. Ancak pazarların heterojenliğinden söz ederken sadece basit bir mukayese yapıp, "Almanya Letonya ile karşılaştırılmaz veya Fransa Kıbrıs'la mukayese edilemez" demenin çok ötesini kastediyorum. Dediğim doğru, ama Avrupa'daki medya pazarları bazı farklı noktalarda birbirinden çok daha büyük değişiklikler gösteriyorlar. Burada sadece bunlardan altısına değindim.

Sadece pazarın büyüklüğü değil, konuşulan dil de farklılıklar yaratıyor. Örneğin AB'de İspanyolca'yı anadil olarak konuşan insan sayısı kadar insan Lehçe konuşuyor. Ama buna rağmen medya sektöründe İspanyolca ile Lehçe birbirinin karşılığı değil. Ama siz bir İspanyol medya şirketi iseniz, çok büyük global bir pazarınız var demektir ve medya içeriğinizi genişletip ihraç etme potansiyeline sahipsinizdir. Aynı fırsat Polonya şirketlerine açık değildir.

Aynı zamanda büyük komşuları olan ülkeleri de ele almalıyız. Yine Macaristan'la Avusturya'ya bakalım. Aşağı yukarı aynı nüfusa sahipler ve belki de aynı medya yapısına sahip olmaları gerekir. Ancak tahmin ediyorum ki hiçbir zaman aynı yapıya sahip olmayacaklar, çünkü Avusturya pazarı Alman medya içeriğinin gerek yazılı basın, gerek televizyon ve radyo yayınları açısından ülkeye girişine çok açık.

Dil konusuyla ilgili bir son nokta, İngilizce'nin ikinci dil olarak son derece yaygın oluşu. Mesela önümüzdeki hafta bir kuruluş, İskandinav Ülkeleri'nde talep üzerine seyredilme esasına göre (video on demand) Amerikan filmleri sağlamaya başlasa, genç izleyici kitlesine bakarak "alt yazıyla uğraşmayın" derim, çünkü o izleyici grubu içeriği orijinal İngilizcesinden dinleyip izleyebiliyor.

Pazarların farkları üzerine bir iki görüş daha belirtmek istiyorum. Bunlardan biri de televizyon reklamları. Televizyon reklamcılığı İngiltere'de ve Fransa'da olgunlaşmış bir pazar. İspanya'da ise hala büyüme safhasında. Ve Türkiye'de de büyüme safhasında olduğunu öğrendiğime memnun oldum. Ya da kötümser bir açıdan bakıyorsanız, genel piyasa uzun bir duraklama dönemi geçiriyor diyebilirsiniz. Basılı ve görsel medyanın gerek reklamcılara, gerekse tüketicilere ne kadar çekici geldiğine, oynadığı role bakarsak, burada da Avrupa ülkeleri arasında büyük farklar görürüz.

Belki de en önemlisi, Dominic Morris buna daha önce değindiği gibi, sayısal medyanın pazar penetrasyonu. Eski 15 üyeli Avrupa Birliği'nde bu penetrasyon bir yıl öncesine kadar Belçika'da %1.5'dan İngiltere'de %60'a kadar farklılıklar gösteriyordu. Bulgaristan ve Romanya AB'ye katılacak ve AB üye sayısı 25'ten 27'ye çıkacak. Finlandiya'nın analog televizyona tamamen son verecek ilk grup ülkede yer alacağını hatırd tutarsak, bana öyle geliyor ki, 2007 yılında AB'de medya pazarlarında daha az değil, daha çok çeşitlilik olacak.

Şimdi 2007'den 1996'ya dönecek olursak, Avrupa Birliği'nin yaptığı teklifle birlikte karşılaştığımız sorunları kısaca sıralayayım. Bunu yapmadan ve Sayın Ungerer beni düzeltmeden önce, bunun hiç bir zaman Avrupa Komisyonu'nun resmi bir teklifi olmadığı konusuna açıklık getireyim. Bu konu aslında kurumun kendi içinde düşündüklerinin basına sızdırılmasıydı. Bunlar kuşkusuz komisyonda üzerinde çalışılan bir takım varsayımlardı.

1996'daki, tek yönergeye bağlı medyada mülkiyet sorunu AB'nin bu konudaki müdahalesinin yasal dayanağı idi. Bu söylediğim Brüksel resmi çevrelerinin kullandığı özel bürokratik ifade olmuş oluyor, o nedenle

özür diliyorum. Basit bir şekilde ifade etmek gerekirse, üye ülkelerin çoğunun Avrupa Sözleşmesi'nde komisyonun medya mülkiyet yasalarının uyumlu hale getirilmesine izin veren bir hüküm bulunmadığı görüşünde olduğu anlamına geliyordu. Ve üye ülkelerin çoğu da bu konunun çözümünün ulusal düzeyde kendilerine bırakılması gerektiği düşüncesindeydiler.

İkincisi yasanın başlangıçta düşünülmemeyen sonuçları olabilirdi. Başlangıçta liberalleştirici bir önlem olarak uygulanan bir şey, çoğulculuğa karşı bir unsur haline gelebilir ve zararlı sonuçlar doğurabilirdi. Ve bugün İngiltere'de, Fransa'da, Polonya'da, İsveç'te, Avrupa'da baktığınız her yerde mevcut başarılı ve izleyiciler tarafından sevilen televizyonlar, söz konusu AB tekliflerinin uygulanması halinde mümkün olamayabilirdi.

Çok kısaca bu teklifin ana unsuruna değineyim. Bir medya operatörü belirli bir medyada %30'dan fazla veya bir çapraz medyada %10'dan fazla paya sahip olduğunda, o zaman o operatörün özellikle de daha küçük bir Avrupa pazarına girmesi engelleniyordu. Her halükarda söz konusu teklif, dediğim gibi, bir ilerleme kaydetmedi. Medyada mülkiyet konusunda henüz mevcut bir Avrupa görüşü yoktur. Ve Brüksel düzeyinde böyle bir düşünce de yoktur. Mülkiyet düzenlemeleri ulusal düzeyde kalmaktadır.

O zaman üye ülkelerin elindeki, çok sayıda yeni medyanın hizmete girmesine izin vermekle, medya tekeli önleme arasında bir denge kurulabilmesi için elindeki seçenekler nelerdir? Üye ülkelerin seçenekleri nelerdir? Zaman kısıtlamasının farkındayım o nedenle kısa keseceğim.

Ancak üye ülkelerde görülen dört ani tepki alanı var. Bunlardan ilki bir şirketin diğer şirketteki hisse oranının sınırlanmasıdır. Sanıyorum Fransa'da hala Bouyugues ulusal televizyonun %49'undan fazlasını elinde tutmaktadır. Avrupa Konseyi kısa bir süre önce bu konuda bir rapor yayınlamıştı. Hissedarlık oranlarıyla ilgili kısıtlamalar muhtemelen pek etkili olmamıştı, çünkü medya şirketleri genelde bunları devre dışı bırakacak yöntemler bulmaktadırlar. Sanırım Fransa'daki sistemde analog televizyon önemli bir dağıtım aracı

olmaya devam ettiği müddetçe, bunun aynı kalacağını sanıyorum. İspanya'da da kendi mülkiyet kurallarını gözden geçirirken diğer çeşitli seçeneklerin yanı sıra Fransa'daki sistem de tartışılmaktadır. Bu tartışmada çoğu kez göz ardı edilen bir başka seçenek de, belirli medyaya yönelik belirgin rekabet politikalarının uygulanmasıdır.

Avrupa'da çeşitli üye ülkelerde, örneğin Almanya, Avusturya, İngiltere ve İrlanda'da rekabet politikasına ilişkin bir resmi soruşturma, mesela ikinci el otomobil sektöründe olduğundan daha düşük pazar payı seviyelerinde tetiklenmektedir. Ya da Bakanların elinde gerektiğinde rekabet düzenleme kuruluna müdahale yetkisi veren yetkiler bulunmaktadır.

Üçüncüsü, ve herhalde en iyi bilineni de, pazar payına göre yapılan düzenlemedir. Yine İngiltere'deki veya Almanya'daki kurallara baktığımızda, örneğin Almanya'da ulusal televizyon izleyicilerinin %30'u üst sınır kuralı iyi bilinmektedir. Ancak İtalya, Fransa ve sanırım Yunanistan'da ve bazı diğer yeni üye olmuş küçük AB ülkelerinde de yazılı basının pazar paylarına ilişkin kurallar vardır. Televizyon ve radyo izleyicisine göre pazar payı yöntemi oldukça oturmuş bir kuraldır.

Bu konularda tam olarak doğru ve hassas olmak hiç bir zaman mümkün değildir ancak bir iki ulusal kuruluş hep kuralları gözden geçiriyor olabiliyor. Ama 25 üye ülkeden yaklaşık 17 veya 18'inde "televizyon ve radyo pazarlarının %25'inden fazlasını elinizde tutamazsınız" türünden kural vardır.

Son olarak da Dominic Morris daha önce yabancıların medya mülkiyetine değinmişti. OFCOM'un önünde yanlış bir şey söylemek istemiyorum ama, anladığım kadarıyla 2003 İletişim Yasası'nın ardındaki temel politika, konunun izleyici bakış açısından değerlendirilmesiydi. Yani kimin daha çok oy aldığı önemli değildi. Önemli olan ekranda görülen görüntü idi. Ve sonuçta uzun zamandır süregelen ve ITV ve Channel 5'in mülkiyetine yabancıların sahip olmasının yasaklanması konusu Dominic'in daha önce değindiği gibi İletişim Yasası'na bırakılmıştır.

Burada bir sonuca varmak istemedim, çünkü panel oturumunda daha sonra ne yapılacağını bilmiyordum. Ama son düşüncelerim şunlardır: Sayısal medya son derece hayati öneme sahip. Sayısal televizyonun gelişı bütün işi değiştiriyor; düzenleyici kurallar getirmenin gerekçelerini değiştiriyor ve politikacıların yayıncılardan talep edecekleri siyasi hedefleri de makul bir şekilde değiştiriyor. Bence sayısal yayınla birlikte pazarlarımız değişecek ve bugünkünden daha fazla çeşitlilik arz edecek. Ve sonuç olarak, son söz olarak, şunu söyleyebilirim ki, Avrupa medya pazarları o kadar büyük çeşitlilik arz ediyor ki, tek bir uyumlu Avrupa sistemi kurulması mümkün değil. Ve bunun çıkarlarımıza ters düşmeden çalıştırılabilmesi mümkün değil. Sadece medya şirketleri için değil, Avrupalı izleyicilerimizin çıkarları açısından da mümkün değil. Çok teşekkür ederim.

CEM DUNA

Tabii bir uygulayıcı, özel TV işletmecileri açısından bütün bu düzenleyici çabaların ne anlama geldiği konusunda bundan daha çarpıcı bir sunuş zannediyorum yapılamazdı. Çünkü çoğu kez bizim düzenlemeye çalıştığımız işlerin gerçek boyutta düzenlenemeyeceği kendiliğinden ortaya çıkıyor. Bu bakımdan Ross Biggam'a teşekkür ediyoruz. Son panelistimiz Pars Kutay.

İnsanlar çok iyi tanıdıkları insanları tanıtmakta zorluk çekerlermiş. Pars Kutay'la ilk kez ben Brüksel'e atandığımda tanıştım. O da Hazine temsilcisi olarak geldi ve birlikte çalıştık. Sonra kendisini bana teslim ettiği için bir daha elimden kurtulamadı. Hala beraber çalışıyoruz. Ama başka bir şapka altında, başka bir konuda, ama ortak çarpanı AB. Pars'ın zannediyorum en büyük özelliği AB konusundaki uzmanlığı. Pars hem hukukçu, hem ekonomist, ikisinde de lisans üstü dereceye sahip. AB hukukunu özellikle belirli yanlarıyla çok yakından tanıyor ve takip ediyor. Bu konulardan biri de medya konusu. AB'de medya konusunda önemli çalışmaları var. Sunuşu bizim önümüzdeki dönemde bir düzenleme çabasına girerken nelere dikkat etmemiz gerektiği konusunda yoğunlaşacak. Mikrofon Pars Kutay'ın.

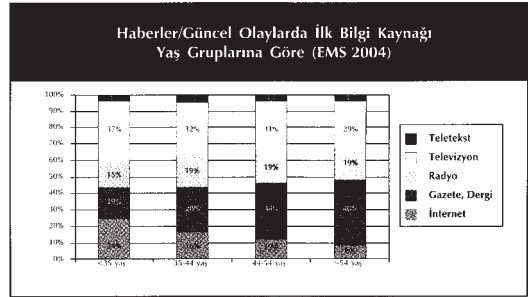
PARS KUTAY

AB Danışmanlık Yönetim Kurulu Üyesi

Son konuşmanın ağırlığını dikkate alarak sabrınızı çok fazla zorlamadan kısa bir konuşma yapacağım.

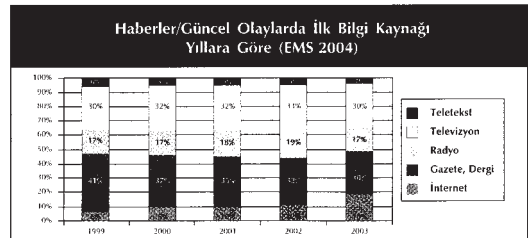
Sayın RTÜK Başkanı, Sayın Radyo ve Televizyon Derneği Başkanı, Sayın Basın Mensupları, Değerli Konuklar! Ne yapılmalı sorusunun cevabını vermek için önce ne olduğunu tespit etmek gerekiyor. Benden önceki konuşmacıların çok değerli açıklamaları oldu. Tahmin ediyorum önemli izlenimler edindiniz. O sunuşlardan ben çok kısa bir slayt gösterisiyle AB’de medyanın ne olduğuna dair birkaç ipucu vermek istiyorum.

Gördüğünüz AB’de yeni yapılan bir araştırma. Aslında medyanın önemini vurgulayan önemli bir slayt. AB’nin 16 üye ülkesinde çeşitli yaş gruplarına göre yapılmış, haberler ve güncel olaylarda ilk bilgi kaynağını ortaya koyan bir araştırma sonucu bu. Dikkatinizi çekecektir, internet özellikle 35 yaş altında hızlı bir artış göstermekte. Bunu bir sonraki slaytta da göreceğiz.



Yaş ilerledikçe gazete okuyanların sayısı artıyor. TV’ler aşağı yukarı istikrarlı bir biçimde bir bilgi kaynağı olma düzeyini koruyor. Radyoların yine istikrarlı bir yüzdesi var, ilk bilgi kaynağı olarak.

Yıllar itibariyle dağılıma baktığımızda burada dikkat çeken, pek net görülmemekle beraber kahverengi bölüm gazete okuma oranında hızlı bir azalma olduğu. İlk bilgi kaynağı olarak internette önemli ölçüde geometrik bir artış var. TV’ler yine istikrarlı seviyelerini korumaya devam ediyorlar.



AB üyelerinde faaliyette bulunan bazı firmaların ciroları, büyüklükleri itibariyle size fikir vermek amacıyla bu 2002 yılı verilerini sunuyorum.

Başı çeken Amerikan menşeli AOL TIME WARNER'ın aşağı yukarı 40

Seçilmiş Medya Firmaları Ciroları, 2002	
	Medya Cirosu, Milyon \$
AOL Time Warner	40,9
Sony	19,9
Bertelsmann	17,3
Fox Entertainment	9,7
Lagardere	7,6
BBC	5,1
Vivendi Universal	5,0
BSkyB	4,2
RTL Group	4,1
Gruner+Jahr	2,8
TF1 Group	2,5
Mediaset	2,2

milyar dolarlık medya cirosu, şirketin diğer faaliyetlerinin cirolarını içermemektedir. BERTELSMAN'la onu izleyen SONY'nin cirosu aşağı yukarı 20 milyar dolar civarında. BERTELSMAN 17 milyar dolar seviyesinde bir ciroya sahip ve ondan sonrakiler giderek azalıyor.

Reklam Harcamaları					
Başlıca Medya Kaynakları (Gazete, Dergi, Televizyon, Radyo, Sinema, Dis. Alan, İnternet)					
	2003	2004	2005	2006	2007
Kuzey Amerika	158,4	167,9	174,8	183,9	193,5
Avrupa	89,5	94,4	98,6	103,6	108,5
Asya/Pasifik	69,6	75,6	80,1	85,4	91,5
Latin Amerika	14,2	15,9	16,7	17,7	19,0
Afrika/Ordadoğu/Diğer	13,9	16,0	18,1	20,2	22,1
Dünya	345,7	369,7	388,3	410,9	434,6

Kaynak: Zenith Optimedia

TV, gazete, radyo, internet, sinema, açık hava ve dergilerde yapılan reklam harcamalarına bakıldığında, geçen yıl Avrupa'da yaklaşık 95 milyar

dolar civarında bir reklam geliri elde edildiğini görüyoruz. Türkiye'de yeni yayınlanan rapora göre aşağı yukarı 1 milyar dolar civarında bir reklam harcaması var. Reklam gelirleri itibariyle Türkiye çok cüzi bir paya sahip.

Aslında bu sunuşu hazırlarken dün medyayı ilgilendiren iki gelişme oldu. Biri Türk Ceza Kanunu'nun uygulanmasının ertelenmesi, ikincisi de Sayın Cumhurbaşkanı'nın yayıncılıkta yabancı sermaye ile ilgili sınırlamaları kaldıran kanunu veto etmesi. Bunlara da daha sonra geleceğim.

Özellikle Sayın Ungerer'in de konuşmasının başında dile getirdiği bir iki noktayı bir kaç slaytta aktarmak istiyorum. İfade ve iletişim özgürlüğü AB'de medya hukukunun esasını teşkil ediyor. Bir diğer önemli iki kavram: Çoğulculuk ve çeşitlilik. "Pluralism and diversity" demokratik toplumun ve ifade özgürlüğünün merkezindeki kavramlar olarak bütün Avrupa Toplulukları hukuku belgelerinde medyayı düzenleyen başlıca referans noktaları.

Esasen AB'yi kuran antlaşmalara (özellikle Roma Antlaşması'na ve Maastricht Antlaşması'na) bakıldığında ifade ve iletişim özgürlüğü kavramlarına yer verilmediğini görüyoruz. Aslında ifade ve iletişim özgürlüğü kavramları 1950 yılında akdedilen, Türkiye'nin de taraf olduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesinde ifadesini buluyor. Avrupa Toplulukları Adalet Divanı çok ciddi, zengin bir içtihad geliştirmiş durumda. AB'nin temel belgelerinde de Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin bu 10. maddesine muhtelif göndermeler var. Dolayısıyla bunlar birbirinden bağımsız değil, birlikte bir uygulama söz konusu.

Yine Sayın Ungerer konuşmasında bahsetti, 2000 yılında akdedilen Avrupa Temel Haklar Şartı çok önemli bir gelişme oldu. Bu doğrudan medyayı ilgilendiren bir gelişmeydi. Sayın Ungerer Temel Haklar Şartı'nın 11. maddesine değinmişti. Şu anda barkovizyonda gördüğünüz gibi, 11. maddenin ikinci fıkrasında ilk defa "Medyanın hürriyetine ve çoğulculuğuna saygı gösterilir" ifadesine yer verildi. Doğrudan medya özgürlüğüne değiniliyor. Fakat ilk defa Temel Haklar Şartı'yla medya özgürlüğü kavramı, ifade özgürlüğünden bağımsız olarak bir AB belgesine girdi. Aslında bu saygı gösterilir ibaresi çok tartışıldı. Temel Haklar Şartı hazırlanırken "medya özgürlüğünün teminat altına alınması" hükmü vardı gündemde. Uzun tartışmalardan sonra "saygı gösterilir" olarak değiştirildi. Metne böyle dahil oldu.

Bunun önemli bir özelliği, Temel Haklar Şartı'ndaki bu ibarenin 29 Ekim 2004 tarihinde imzalanan ve şu an AB üye ülkelerinde onay aşamasında bulunan AB Anayasa tasarısına aynen intikal etmiş olmasıdır. Dolayısıyla şayet onayladığı takdirde üye ülkeler için AB Anayasası'nın bir hükmü olarak gelecektir. Medya özgürlüğü ve çoğulculuğa saygı gösterilmesi kavramları Türkiye'nin tam üyelik müzakereleri açısından da ışık tutucu bir rol oynayacaktır.

1957 yılında imzalanan Roma Antlaşması ve bu antlaşma üzerinde yapılan muhtelif değişiklikler Avrupa Topluluğu kurumlarına medyayı düzenleme yetkisi vermedi. Avrupa Hukuku'na bakıldığında iki konu özel bir önem arz ediyor. Bunların birincisi Avrupa Toplulukları Adalet Divanı'nın 1974 yılında Saachi davasında verdiği kararda TV yayınları "hizmet" olarak nitelenmiştir. Avrupa Topluluğu Antlaşması malların ve

hizmetlerin serbest dolaşımına imkan vermiştir. Avrupa Topluluğu Adalet Divanı bir başka kararında bir adım daha ileriye gitmiş ve üye devletlerin birbirinden gelen yayınları engelleme çabasının Avrupa Hukuku'na aykırı olduğuna karar vermiştir (Debauve kararı). Bu iki karar esas itibariyle daha sonra kabul edilen Sınıraşırı TV Yayınları Direktifi'nin hukuki zeminini teşkil etmiştir.

Burada bir hususa dikkatinizi çekmek isterim. Türkiye 1990'ların başında Gümrük Birliği'yle eşanlı olarak hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi müzakerelerini de başlatmıştır. O müzakereler araştırıcı mahiyetteydi. Görsel işitsel sektör de dahil olmak üzere hizmetlerin bir çok alt sektörü de müzakere konusu edildi. Aralıklarla devam eden bu müzakerelerde Aralık 2003'te nihai bir metne ulaşıldı. Üzerinde mutabakat sağlanamamakla beraber, esasen tam üyelik müzakerelerinden bağımsız olarak Türkiye ile AB arasında hizmet ticaretinin serbestleşmesi konusunda bir anlaşma hazırlandı aslında. Fakat en sonunda 28 şubat'ta Türkiye-AB Gümrük Birliği Ortak Komitesi toplandı. Bu toplantıda AB tarafı bunun Gümrük Birliği ile birleştirilmesini ve tekrar hayatıyet kazandırılmasını önerdi. Fakat görüldüğu kadarıyla Türk karar mercilerinin bu konuda biraz endişeleri var. Dolayısıyla bu, şu an gündemde olan bir konu olarak görülmüyor. Yabancı sermaye konusuna biraz sonra geleceğim.

Sınıraşırı TV Direktifi'nin belli başlı düzenlemelerini ekranda görüyorsunuz:

- Televizyon yayınlarına uygulanan kurallar,
- Avrupa yapımı film ve televizyon eserlerinin dağıtımı ve geliştirilmesi,
- Televizyon reklamcılığı, sponsorluk ve tele-alışveriş,
- Küçüklerin zararlı yayınlardan korunması,
- Cevap ve düzeltme haklarının tanınması, ve
- İzleyicilerin toplum açısından önem taşıyan belli başlı etkinliklere erişimi.

Burada görüldüğü gibi TV yayınlarına uygulanan esaslar tamamen Tek Pazar Direktifi'nin üç temel özelliğine dayanır. Bunlardan biri asgari uyumlaştırma prensibine dayanır. Tek Pazar Direktifi, menşe ülkenin denetimini öngörür. Üçüncüsü karşılıklı tanımayı gerektirir. Dolayısıyla TV yayınlarında yayının yapıldığı ülke denetimi esastır. Karşılıklı tanınır. Genelde Avrupa yapımı film ve eserlerin korunması, dağıtılması zorunluluğu Sayın Letailleur'ün de dediği gibi çok ciddi tartışma konusu olmuş bir husustur; özellikle Amerika ve AB'yi çeşitli uluslararası platformda karşı karşıya getiren bir konudur. AB bu program kotaları konusunda Dünya Ticaret Örgütü'nden önemli muafiyetler aldı. Oldukça sert geçen tartışmalardan sonra konu hala gündemde olmaya devam ediyor.

Biraz önce Sayın Biggam'ın da değindiği gibi aslında üye devletler yerine Avrupa düzeyinde bir düzenleme mümkün mü konusu AB hukuk doktrininde çok tartışmalı bir konu. Bunun yasal zemini var mı, yok mu? Aslında Avrupa Hukuku genişlemeye devam ediyor. Medya hukukuna çeşitli referanslar var. Birincisi sübsidiarite prensibi var. Fakat dil ve kültür çeşitliliği medya hukuku açısından çok önemli. Özellikle ulusal kültürün geliştirilmesi, Avrupa kültürünün geliştirilmesi bakımından.

Fakat doktrinde AB seviyesinde bir düzenleme yapılmasını savunan ciddi bir görüş de var. Bu görüş sahipleri özellikle 1993 yılında Maasricht Antlaşması ile Roma Antlaşması'nda eklenen 151. maddeye atıfta bulunuyorlar. O maddede görsel işitsel sektöre özel olarak değinilerek üye devletlerin bu alandaki yetkilerini tanımlamaya ve geliştirmeye AB kurumlarını yetkili kılıyor.

Benden önceki konuşmacılar geniş bir şekilde ifade ettiler, AB'de medyaya baktığımızda oldukça farklı politikaların benimsendiğini görüyoruz. Bazıları son derece liberal, bazıları sektörü sıkı kurallarla düzenliyor. Ancak her üye devlette ortak yaklaşımın ikili bir sistem olduğunu görüyoruz: Bir kamu yayıncısı var, bir de özel yayıncılar var. Ülkemizdeki TRT gibi kamu yayıncılarının izlenme payları oldukça düşse de, sosyal bütünleşmenin, ulusal kültürün geliştirilmesinin ana unsuru olarak desteklenmeye devam ediliyor. Hatta bu konuda Amsterdam Antlaşması'nın ekinde bir protokol da kabul edildi.

Ticari TV'lerin üye devletlerce düzenlenmesi genellikle mülkiyet sınırlamaları, reklam eşikleri ve medya içeriğine odaklanmaktadır. İlgili mevzuat, haber ve belgesel programları ile ilgili yüzdeler, ulusal ve AB yapımlarının desteklenmesi ve sosyal grupların temsiline yönelik kurallar içermektedir.

Üye devletlerde basın geleneksel olarak demokrasinin kalesi olarak görüldüğü için sıkı kurallara tabi tutulmamıştır; regüle edilmemiştir. Basını düzenleyen politika araçlarının ağırlıklı olarak mülkiyet yapılarına odaklandığı görülmektedir. Çoğunda cevap hakkı düzenlenmiştir. TV'lerde olduğu gibi program kotaları benzeri uygulamalar yazılı basın için söz konusu değildir. Giderek azalmakla beraber üye devletlerde basın sektörüne çeşitli sübvansiyonlar uygulanmaktadır. Bu konuda en yoğun uygulama Fransa'dadır.

Şeffaflık ile ilgili düzenlemeler devletten devlete değişmektedir. İngiltere, Hollanda ve İskandinav Ülkeleri'nde mali şeffaflık yüksektir. Bankacılık sırlarına ilişkin mevzuat nedeniyle Lüksemburg, Avusturya ve Almanya gibi ülkelerde şeffaflık sorunu hala devam ediyor.

Bir çok üye devlette medya firmaları yayıncılık konseylerine, mahkemelere ve bakanlıklara bildirimde bulunmak zorundadırlar. Bu bildirimlerin kamuya açık olması hususu farklı uygulamaların konusudur. Sayın Ungerer'in de, Sayın Biggam'ın da yaptığı sunuşlarda dikkatinizi çekmiştir, özellikle Avrupa Toplulukları Adalet Divanı ve Komisyon'un Rekabet Genel Müdürlüğü üye devletin medya ile ilgili düzenlemelerine kararlarıyla müdahalelerde bulunmakta, katkı sağlamaktadır. Keza özellikle 1993 yılından itibaren Avrupa Parlamentosu'nun da bu konuda ciddi kararlar aldığı, etkili olmaya başladığı görülmektedir.

Türkiye ile bir karşılaştırma yapmak bakımından geçen yıl üye olan yeni grup ülkelerle eski aday ülkelerde ne oldu diye bakıldığında, esasen bu ülkelerde ciddi rejim değişikliği yaşandığı için medya sektörü tam filizlenme aşamasındayken, AB ile bütünleşme ve bu mevzuatta düzenleme yapma eşzamanlı gerçekleşmiştir denilebilir. Bu süreçte AB ile ABD'den yüzlerce danışman bu ülkelerde medya mevzuatının oluşturulmasına danışmanlık vermeye çalışmıştır. Çeşitli modeller

önermişlerdir. Bir modeller savaşı yaşanmıştır. Önerilen modellerin esasen başlıca iki amaca yönelik olduğu görülmektedir: AB açısından ve diğer yabancı yatırımcılar açısından sektörde yeni piyasaların açılması, fakat bundan daha da önemlisi özellikle AB açısından bu ülkelerde demokrasinin sağlanmasıdır.

Son iki slaytta ne yapılması gerektiği sorusuna yanıt vermek istiyorum. Esas itibarıyla 2004 İlerleme Raporu'nda ne yapılmalı sorusunun bazı izdüşümleri var. Hatırlayacaksınız, yeni Avrupa Komisyonu geçtiğimiz Ekim ayında açıklandı. Hemen tam üyelik müzakerelerinin başlaması kararından önce sayılan konularda eksiklik olarak Türk vatandaşlarının geleneksel olarak kullandığı dil ve lehçelerde yayın yapılması için mevzuat değişikliği olumlu bir şekilde not ediliyor, fakat tam olarak uygulanması için ilave tedbirlere ihtiyaç bulunduğu işaret ediliyor. Avrupa yapılarının desteklenmesi, bağımsız yapım, reklamlar, tele-alışveriş, küçüklerin korunması ve yabancı sermaye üzerindeki sınırlamalar gibi konularda uyumun yetersiz olduğu vurgulanıyor. Yayıncılık mevzuatının 10 yıl kadar önce devlet TV tekelinin kaldırılması ve güçlü bir düzenleyici kurum oluşturulmasına rağmen, hala istikrarlı, şeffaf, etkili bir düzenleyici çerçeve oluşturamadığına işaret ediliyor. Bu bağlamda mevcut geçici lisansların gözden geçirilerek frekansların yeniden tahsis edilmediği belirtiyor. RTÜK'ün bağımsızlığının güçlendirilmesi gereği vurgulanıyor. Bunlar 2004 yılı İlerleme Raporu'ndaki belli başlı Komisyon tespitleri.

Ne yapılmalı sorusuna gelince başlangıçta ifade özgürlüğünün önemini vurgulamıştım. Bunun üzerindeki dönemde tam üyelik müzkereleri başladığı takdirde önemini koruyacağını düşünüyorum. Öncelikle, Avrupa Hukuku da dahil olmak üzere, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesi çerçevesinde gelişen, Avrupa İnsan Hakları Makkemesi'nin getirdiği içtihatlar da dahil olmak üzere, öncelik ifade ve iletişim özgürlüğü kavramlarının hazmedilmesi daha sonra etkin bir biçimde uygulanması büyük önem taşıyor.

Türkiye açısından İlerleme Raporu'nda bahsedilen eksikliklerin önemli bir bölümü Sınırışı TV Direktifi'ne uyum sağlanmasıyla ilgili. Özellikle önemli olayların gösterimi ile ilgili olarak AB Komisyonu'nun ve Rekabet

Genel Müdürlüğü'nün yakın tarihli kararları var. Spordaki naklen yayınlarla ilgili UEFA Şampiyonlar Ligi kararına Sayın Biggam değindi. Bundesliga ve İngiliz Premier Ligi ile ilgili kararların Türkiye'de çok tartışılan bir konu olmaları itibariyle çok iyi değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum.

Bir önemli konu da kamu yayıncılarının, yani ülkemizde TRT'nin ilgili otoritelerce desteklenmesi. Biraz önce belirttiğim gibi bu Avrupa'da bir anayasa zorunluluk. AB'de Amsterdam Antlaşması'na ek bir protokolün da konusu bu. Ancak burada yine Avrupa Toplulukları Adalet Divanı'nın verdiği iki önemli karar var. Ferring ve Altmark kararlarında kamu yayıncılarına verilen devlet yardımlarının verilen kamu hizmetleriyle orantılı olması yani bunların oransız, hesapsız bir devlet yardımından yararlanmaması, devlet yardımlarının özel ticari TV'lerle haksız rekabete yol açacak bir şekilde verilmemesi, tam tersine orantılı bir devlet yardımı yapılması, bu konuya devletin dikkat etmesi isteniyor.

Önceki konuşmacılar da değindiler, yayıncılıkta ciddi bir sayısallaşma var. Bu giderek telekomünikasyon ve medya sektörlerinin birbirlerine yakınlaşması ve birleşmesi sonucunu verebilir. Dolayısıyla sadece medya sektörüne yönelik spesifik düzenlenmeler yetmeyecek, Türkiye'nin Telekomünikasyon Direktifleri'ne de uyum sağlanması gerekecek. Bunlar dikkatle değerlendirilmeli.

Ayrıca AB'de internetle ilgili bir dizi mevzuat oluşmuştur. Bunların önemli bir bölümü internette zararlı içeriğin önlenmesine yönelik. Türkiye'nin bu konuda AB'deki gelişmeleri takip etmesi ve bunları iç hukukuna yansıtması önem arz ediyor.

Yabancı sermaye konusuna geri dönmek istiyorum. Sözlerimin başında da belirttim. AB'nin temel ilkelerinden biri malların, hizmetlerin, sermayenin ve kişilerin serbest dolaşımı. AB üyesi devletlerden hiç birinde sermayenin serbest dolaşımı üzerinde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bugün gazetelerde okuduğum Sayın Cumhurbaşkanı'nın veto gerekçesinde AB'de farklı uygulamalar bulunduğu, dolayısıyla bu kanun tasarısının AB'ye uyumlu bir ilgisi olmadığı belirtilmiş. AB Ülkeleri'nin hiç birisinde diğer üye devletler

açısından bir sınırlama mevcut değildir. Türkiye tam üye olduğu takdirde bu sınırlamaların kaldırılması gerekecektir. AB'nin bazı üye devletlerinde üçüncü ülkelere, yani AB üyesi olmayan ülkelerin firmalarına karşı bazı kısıtlamalar vardır. Bunun örnekleri başta Fransa olmak üzere bir kaç ülkededir. Daha çok Amerikan şirketlerinin AB piyasalarında güç haline gelmelerini önleme amacına yöneliktir. Fakat tekrar ediyorum, AB üyesi devletler arasında sermayenin serbest dolaşımı ilkesi büyük bir hassasiyetle uygulamaktadır. Bu Türkiye'den de istenecektir. Yabancı sermaye konusundaki sınırlamalara İlerleme Raporu'nda özellikle işaret edilmektedir. Bu uyumun AB bakımından bir an önce yapılması gerekmektedir. Konuşmamı burada bitiriyorum. Sabrınız için teşekkür ediyorum.

SORU CEVAP

CEM DUNA

Soru Şu: Türkiye Fransa örneğini uygulayabilir mi? Yabancı sermaye açısından AB ile hizmetlerin serbest dolaşımı konusundaki anlaşmayı aksatmadan AB ülkelerinden gelecek yabancı sermaye konusundaki sınırlamaları kaldırıp kendini hala üçüncü ülkelere karşı mevzuatla koruyabilir mi? Örneğin aynı Fransa'nın yaptığı gibi Amerikan Şirketlerine karşı. Eğer bunu yaparsa bu uygulama DT yükümlülüklerine aykırılık taşır mı?

PARS KUTAY

Esasen kapanış cmlelerimde söylediğim gibi bu konuda çeşitli uygulamalar var. AB yesi devletlerden en son İngiltere bu tür bir ayrımcılığa son vererek AB yesi olmayan ülke yatırımcılarına yönelik sınırlamalarını 2003 yılı sonu itibariyle kaldırdı, yeni iletişim yasasıyla. Ama Fransa'da, yeni ye olmuş ülkelerde de benzer uygulamalar var. Türkiye yapabilir mi? Yapabilir. Bununla ilgili herhangi bir engel yok. Sadece bu konuda irade gerekir. O iradenin bir temelinin de uyumlu ilgili olduğunu düşünüyoruz. Böyle bir farklılaştırma yapabiliriz. Bunun tabii GATT'taki yükümlülüklerimiz açısından da Dünya Ticaret rgt çerçevesinde incelenmesi lazım. Ama Türkiye'nin bunu yapmasının önünde herhangi bir hukuki engel olduğunu düşünmüyorum.

CEM PEKMEN

Ben Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'ndenim. Aynı konu üzerinde bir Şey daha sormak istiyorum. Şimdi Pars Bey'in söylediği çok doğru. AB

içinde sermayenin serbest hareketi prensibi doğrultusunda radyo TV istasyonu açmak isteyenlerin başka başka ülkelerden gelmeleri, yabancı olmalarının herhangi bir engel olmaması gerekir. Ancak Radyo ve TV gibi bir konuda özellikle frekans tahsisi gibi sınırlamalar öne sürülerek ve mevcut frekanslardan belki öncelikle, belki ulusal yayınların yararlandırmak gereği öne sürülerek pratik uygulamalarda bu tür engellemeler konulabilir mi üye devletler tarafından. O yüzden şunu sormak istiyorum. Bu sınıırım Ungerer'e. Uygulamada ve pratikte AB içindeki yabancı sermayenin serbest dolaşımına ilişkin bir engel söz konusu mu üye devletlerde, onu öğrenmek istiyorum.

HERBERT UNGERER

Bence cevap gayet basit. AB içinde ayrımcılık olamaz. Herhangi bir yasanın olumsuz etkisi olacak mı görmek lazım, incelemek lazım. Frekans tahsisi konusuna gelince, bu konu şu sıralarda medya konuları arasında pek güncel. Bunun sebebi de Free TV'nin ağır basması. Elbette bugün tartışmadığımız başka konulara da bakmak lazım. Mesela, elektronik iletişim çerçeve düzenlemesi... Bu, televizyon yayını için gereken destekler de dahil olmak üzere telekomünikasyonun her yanını düzenliyor, tabii kablo ve diğerlerini de. Bütün bunların dikkatle incelenmesi gerek. Zannedersem tartışmalarda açık fikirli olmak önem taşıyacak. Rekabete açık bir ortak pazar ve bir topluluk ve bir birlik... O zaman tek tek hükümler hakkında konuşabiliriz... İşte tam bu nedenle, Ekim ayı geldiğinde (toplulukla görüşmeler başladığında) topluluğun farklı kesimleri ülke yasaları çok dikkatli olacaklar.

DOMINIC MORRIS

Kesin çizgilerle belirlenmiş bir sorununuz varsa frekans tahsisine sınırlama koymanıza izin verilir. Bunun ötesinde yetkilendirme direktifi gayet açıktır. Frekans tahsisi tamamen objektif esasa göre yapılmalıdır.

CEM DUNA

Efendim galiba sonuna geldik. Her şeyden önce değerli panelistlere çok çok teşekkür ediyoruz bu önemli bilgileri bizlerle paylaştıkları için.

Katılımcılara da tekrar teşekkür ediyoruz bu ilgili ve önemli konuya katıldıkları için. Bu paneli düzenleyen iki kurumumuza da ayrıca bu panel için teşekkür ediyoruz.

