**AVRUPA BİRLİĞİNDE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI YAPAN TRT BENZERİ KURUMLAR VARMIDIR?**

Abdullah ÇAVUŞ/E. Vergi Müfettişi

I-AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TELEVİZYONLAR

EBU (Avrupa Yayın Birliği) verilerine göre Avrupa ülkelerindeki kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların isimleri aşağıdaki gibidir.

1-Almanya (ARD-ARDIDW-ZDF)   
2- Avusturya (ORF)   
3-Belçika (BRTN-RTBF)   
4-Danimarka (DK/TV2-DR)  
5- Finlandiya (YLE)  
6-Fransa (GRF/FT3)   
7-Hollanda (NOS)   
8-İngiltere (BBC)  
9-İspanya (BTVE)   
10-İsveç (STR/SVT)   
11-İsviçre (SSR)   
12-İtalya (RA1)   
13-Norveç (NRK)  
14-Portekiz (RTP)  
15-Yunanistan (ERT)  
16-Makedonya (MKRTV)

II-TELEVİZYON YAYINCILIĞININ ÖNEMİ  
Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yönetenler tarafından, yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır.

Hakim güç unsurlarının mesaj iletme kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir. Özellikle soğuk savaş döneminde hemen hemen bütün ülkelerde yer alan radyo yayınları bunun en güzel örneğidir.

Kısa dalga üzerinden ve ilgili hedef ülke dilinde yapılan yayınlar soğuk savaş döneminin en önemli propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

1980’li yılların sonundan itibaren, Berlin Duvarının yıkılması, Sovyet Bloğunun dağılması ve televizyon teknolojisindeki gelişmelerle (uydular aracılığıyla yayınların iletilebilmesi vb) radyolar üzerinden yapılan propaganda savaşları yavaş yavaş terk edilerek yerini bütün dünyaya 24 saat haber yayını yapan televizyon kanallarına bırakmıştır. (BBC World, CNN Int. vb)

İnternetin ortaya çıkışı ve gelişmesi bu tür televizyon yayıncılığına olan ihtiyacı ortadan kaldırmamış aksine bu tür televizyon kanalları bünyelerinde oluşturulan etkili web yayınları ile daha da güçlenmiştir.

Gelişmiş tüm dünya ülkeleri bu tanımlardan hareketle kendi Kamu Hizmeti Yayıncısı kurumlarını kurmuşlardır.

III-KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI TANIMI:

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramının tanımı ve nitelikleri konusunda ilk çalışmalar İngiliz yayın Kurumu BBC kuruluş yıllarına dayanır. Bu kavramı BBC'nin ilk Genel Müdürü John Reith ortaya atmıştır.  
John Reith’e göre Kamu Hizmeti Yayıncılığı, "Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından kontrol edilen" yayıncılıktır.

UNESCO tarafından 2001 yılında yayınlanmış olan “Dünya radyo ve Televizyon Kurulu Raporunda” Kamu Hizmeti Yayıncılığı ile ilgili olarak aşağıdaki şekilde tanımlama yapılmıştır.  
“ Ne ticari ne de devlet kontrolünde olmaksızın kamu hizmeti yayıncılığın tek varoluş nedeni kamu hizmetidir. Kamu hizmeti yayıncısı halkın yayıncılık kuruluşudur. Her bireye bir vatandaş olarak hitap eder. Kamu yayıncıları toplumsal yaşamın bir parçası olmayı ve aktif olarak rol almayı özendirir. Bilgiyi yeşertir, ufukları genişletir ve bireylerin dünyayı ve diğerlerini daha iyi anlayarak kendilerini de daha iyi anlamasına imkan verir. ”

Bize göre Kamu Hizmeti yayıncılığı ise;

“Toplumsal, Milli, Manevi kültürün oluşması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması hususunda herhangi bir baskı grubunun etkisinde kalmaksızın tarafsızlık ve bağımsızlık çerçevesinde belirlenmiş olan Milli yayın ilkeleri doğrultusunda yayın yapan ve öncelikle bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve son olarak eğitmeyi amaç edinen bu nedenle kar amacı gütmeyen ve aynı nedenle reklam verenlere bel bağlamayan” yayıncılık türüdür.

IV- KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞININ NİTELİKLERİ:

Kamu Hizmeti Yayıncılığının Nitelikleri aşağıdaki gibidir.

a-Kamu yayın kurumunun hedef kitlesi bütün ülke nüfusudur. Bütün nüfus, teknik olarak erişimi ve toplumdaki bütün grup ve katmanları kapsar.   
b-Kamu yayın kurumları toplumdaki tüm grupların farklı gereksinimlerini karşılayacak şekilde yayın yapmak zorundadır.

c-Kamu Hizmeti Yayıncılığı, sırasıyla bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve eğlendirmeyi amaç edinmiştir.

d-Kamu yayın kurumu bulunduğu ülkenin coğrafi olarak tümünü kapsamak ve ülkenin tüm yurttaşlarına yayın hizmeti götürmek sorumluluğuna sahiptir.  
e-Ticari yayın kurumları ise reklam verenlerin ilgisini çeken potansiyel tüketici olan izleyici gruplarına yayın götürmeyi amaçlamaktadır. Ya da başka bir tanımla ticari yayın kuruluşları izleyiciyi reklam verenlere pazarlamayı amaç edinmektedir.

f-Kamu yayın kurumları hükümet, siyasi parti ya da diğer güç odakları ve çıkar grupları için değil, halka hizmet için vardır.   
g-Kamu hizmeti yayıncılığında kalite, yüksek izlenme oranlarını/paylarını değil hedeflenen kitlenin gereksinimlerinin karşılanıp karşılanmadığını ifade eder.

h-İzleyici ve dinleyicinin özellikle çocukların korunması kamu yayın kurumlarının temel ilkelerindendir.

ı-Kamu yayın kurumları, kültürel ortamın gelişmesini ve kuşaktan kuşağa kültürel geçişi sağlar.

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT STRATEJİ UZMANI