

Kuzey Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceğe İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma

Editörler

Prof. Dr. Faruk KALKAN

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI

Yrd. Doç. Dr. Özlem SALMAN GÜNALP

Uzmanlar

Prof. Dr. M. Korkmaz ALEMDAR

Prof. Dr. Fevzi DEMİR

Yrd. Doç. Dr. Burcu DÖNMEZ

Kuzey Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceğe İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma

Bu kitapta yer alan görüşler proje tarafları olan Türkiye Cumhuriyeti, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Üniversitelerin görüşlerini birebir yansıtmayabilir. Kaynak göstermek suretiyle kısmen veya tamamen alıntı yapılabilir.

LAÜ

Haziran 2015

Lefke Avrupa Üniversitesi (LAÜ)

Gemikonağı - Lefke , Mersin 10, TÜRKİYE, Kuzey Kıbrıs

Tel : +90 392 660 2000

Fax : +90 392 727 75 28

www.eul.edu.tr

webmaster@eul.edu.tr

Baskı:

Okman Printing Ltd.

Şht. Ahmet M.Ruso Cad.

K.Kaymaklı /Lefkoşa

Telefon: 2254247

Kapak Tasarım ve Sayfa Düzeni:Özgü Tan

TEŞEKKÜR

Bu kitabın konusunu teşkil eden projenin gerçekleşmesini sağlayan katkılarından dolayı Türkiye Cumhuriyeti Büyükelçiliği ile Yardım Heyeti Başkanlığı'na şükranlarımızı sunuyoruz.

Ayrıca, başta Yayın Yüksek Kurulu olmak üzere çalışmanın her aşamasında değerli görüş ve önerileri ile destek veren, Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, BASIN-SEN, Kıbrıs Bayrak Televizyon Kurumu (BRT) Müdürlüğü, Medya Etik Kurulu (STK) Başkanlığı ve diğer tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.

Lefke Avrupa Üniversitesi tarafından yürütülen “Kuzey Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceğe İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışma üç aşamada oluşturulmuştur.

Çalışmanın 1. aşaması olan “Başlangıç Raporu”, çalışmanın üzerine inşa edildiği KKTC medyasının mevcut durumu ortaya konarak kurumsal ve hukuki analizi yapılmıştır. Başlangıç raporunda ayrıca izleyicilere yönelik uygulanacak araştırmanın içeriği ve yöntemi belirlenmiştir.

2. aşama “İlerleme Raporu” olarak adlandırılmış olup, bu bölümde izleyicilere yönelik anket yoluyla araştırma gerçekleştirilerek medya alışkanlıkları ile medyanın toplumsal işlevine ilişkin tespitler yapılmıştır.

“Nihai Rapor”da 3. aşama olarak çalışmada elde edilen araştırma bulguları, odak grup sonuçları ve mevzuata ilişkin tüm saptamalar bir bütünsellik içinde değerlendirilerek SWOT analizleri ve verilerin değerlendirilmesi gerçekleştirilmekte, önceki aşamalarda elde edilen bilgi ve birikime de dayanarak politika önerileri geliştirilmekte, bu politikaların uygulanmasına yönelik bir öneri eylem planı da çalışmada yer almaktadır.

Bir başka deyişle, bu çalışma önceki raporları da kapsayan bir bütünsellik içinde konuyu tartışarak önerileri somutlaştırmakta ve bu önerileri eylem planı içinde uygulamaya aktarmak üzere bir perspektif geliştirmeye çalışmaktadır.

İÇİNDEKİLER

Önsöz.....	3
İçindekiler.....	4
Tablolar Listesi.....	5
Şekiller Listesi.....	5
GİRİŞ.....	6
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	8
1. KKTC MEDYASININ MEVCUT DURUMU	16
1.1 Medya Türleri.....	16
1.2 KKTC Medya Sektörüne Yönelik Diğer Yapılanmalar.....	36
1.3 KKTC Medya Sektörüne Yönelik Paydaş Duyarlılıkları.....	40
2. KKTC MEDYASINA YÖNELİK TEMEL SAPTAMALAR.....	45
2.1. İzleyicilere Yönelik Araştırma Bulguları.....	45
2.2. Medya Paydaşlarına Yönelik Odak Grup Sonuçları.....	73
2.3. KKTC Medyasına Yönelik Kurumsal ve Denetimsel Saptamalar.....	77
2.4 KKTC Medya Mevzuatına Yönelik Temel Saptamalar.....	80
2.5 KKTC Medya Etik'ine Yönelik Saptamalar.....	109
3. SWOT ANALİZİ.....	115
4. STRATEJİK VİZYON VE HEDEFLER.....	120
5. EYLEM PLANI.....	127
6. SONUÇ.....	150
Kaynaklar.....	152
EK 1 : KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Öngörüşme Katılım Listesi	156
EK 1B : KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Odak Grup Katılım Listesi	157
EK-2: KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Öngörüşme Sonuçları Özet Tablosu.....	158
EK-2B: KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Odak Grup Görüşme Sonuçları Özet Tablosu.....	161
EK-3: KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Öngörüşme Raporları.....	164
EK-3B: KKTC Medyası Durum Tesbiti İçin Odak Grup Raporları.....	186
EK 4: (Etik Alanında Olumlu Örnek Olarak) UNESCO Tarafından Hazırlanan Taslaklar.....	198

Tablolar Listesi

Tablo 1: Kıbrıs'ta Yayın Yapan Ulusal Televizyon Kanallarının Dağılımı	27
Tablo 2: KKTC'de İnternet Üzerinden Yayın Yapan Televizyon ve Radyolar.....	29
Tablo 3: Medya Kurum ve Kuruluşlarında Çalışan Sayısı.....	30
Tablo 4: Kurum Sahiplik Yapısı (yerli ve yabancı yatırımcı açısından).....	31
Tablo 5: Yatırımcısı KKTC Yurttaşları olan Kuruluşlar.....	32
Tablo 6: Demografik Bulgular.....	46
Tablo 7: En Çok İzlenen Medya Organı.....	47
Tablo 8: En Çok Bilgi-Enformasyon Sağlanan Medya Organı.....	47
Tablo 9: Televizyon İzlemeye Günde Ortalama Ayrılan Vakit.....	48
Tablo 10: En Çok Televizyon İzlenen Saat Dilimi.....	48
Tablo 11: Televizyonda En Çok İzlenen Program Türü.....	49
Tablo 12: Televizyon İzlemekteki Asıl Amaç.....	49
Tablo 13: En Çok İzlenen TV Kanalının Ülkesi.....	50
Tablo 13b: Genelde Belirli Ülke Kanallarını İzleme Nedenleri.....	50
Tablo 14: En Çok Radyo Dinlenen Saat Dilimi.....	53
Tablo 15: Gazete Okumaya Ayrılan Günde Ortalama Vakit.....	53
Tablo 16: Gazete Okumadaki Asıl Amaç.....	54
Tablo 17: Gazetede En Çok Okunan Konu.....	54
Tablo 18: Eve ve/veya iş Yerine Alınan KKTC ve TC Gazete Sayısı.....	55
Tablo 19: İnternete Bağlanma Sıklığı.....	55
Tablo 20: İnternete Girilen Site Türleri.....	56
Tablo 21: Evde En Çok Kullanılan Kitle İletişim Aracı.....	57
Tablo 22: Televizyon Seyrederken Çocuğun (Varsa) Meşguliyeti.....	57
Tablo 23: Medyanın İşlevine Yönelik Algılar ve Etki Düzeyi (Yüzde Analizi).....	60
Tablo 24: Medyanın İşlevi ve Etki Düzeyine İlişkin “Tek-Grup T-Testi” (Test Değeri= 3).....	61
Tablo 25: Cinsiyete Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	63
Tablo 26: Çocuklu Olma Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	64
Tablo 27: Eğitim Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	64
Tablo 28: Eğitim Durumu ile Medyanın Toplumsal İşlevi Arasındaki Korelasyon.....	66
Tablo 29: Meslek Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	67
Tablo 30: İkamet Edilen İlçeye Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	70
Tablo 31: Hanenin Ortalama Aylık Gelirine Göre Medyanın Toplumsal İşlevi.....	71
Tablo 32: Hanenin Ortalama Aylık Geliri ile Medyanın Toplumsal İşlevi Arasındaki Korelasyon.....	72
Tablo 33 : KKTC Medya Mevzuatı (2014).....	80
Tablo 34: KKTC Medya Sektörü SWOT Analizi.....	115
Tablo 35: KKTC Medya Sektörüne Yönelik Eylem Planı Tablosu.....	135

Şekiller Listesi

Şekil 1: En Çok İzlenen KKTC Televizyonu (%).....	51
Şekil 2: En Çok Dinlenen KKTC Radyosu (%).....	52
Şekil 3: KKTC Radyosu Dinleme Nedeni (%).....	53

GİRİŞ

Bu rapor, “Kuzey Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceği İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma” başlığı altında üç aşamada yürütülen projenin son aşamasıdır. Nihai rapor şeklinde adlandırılan bu aşamanın temel hedefi her türlü işlevselliği ile KKTC medyasının dördüncü güç olmasını sağlayacak kurumsal, idari ve hukuki politika önerilerinde bulunmaktır. Nihai rapor aşamasına ilk iki raporda gerçekleştirilen sistematik çalışmalar sonucunda gelinmiştir. İlk aşama olan “Başlangıç Raporu”nda çalışmanın üzerine inşa edildiği KKTC medyasının mevcut durumu ortaya konmuş, sektörün kurumsal ve hukuki analizi yapılmış ve izleyicilere yönelik uygulanacak araştırmanın içeriği ve yöntemi tasarlanmıştır. İkinci aşama olan “İlerleme Raporu”nda izleyici algılarına ilişkin araştırma sonuçları ortaya konmuştur. Çalışmanın son aşaması olan “Nihai Rapor”da ise “İlerleme Raporu”nda yer alan araştırma sonuçları esas alınarak gerçekleştirilen “SWOT Analizi” ve “Odak Grup Toplantı”larından yararlanarak KKTC Medyasının yeniden yapılandırılması için tespit edilen vizyon ve stratejik hedefler doğrultusunda politika önerilerinde bulunulmuş ve ilgili hedeflere varmak için “Eylem Planı” oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında yürütülen faaliyetler aşağıdaki unsurları içermektedir:

- İzleyici algılarına ilişkin araştırma bulguları, odak grup sonuçları ile mevzuata ve Medya Etik’ine ilişkin tüm saptamaların eşzamanlı dikkate alınarak KKTC Medyası’nın temel işlevi ve sorunlarının entegre bir bütünsellik içinde değerlendirilmesi,
- KKTC Medyası’na özgü özellikle yapısal sorunlarının giderilmesi için neler yapılabileceğinin paydaşlarla tartışılacağı odak grup çalışması,
- Elde edilen bilgiler ışığında KKTC Medya sektörüne yönelik SWOT analizin yapılması,
- Elde edilen bulgular ışığında grup elemanlarının bir araya gelerek politika önerileri ve stratejiler geliştirmesi,
- Yukarıdaki faaliyetler ışığında KKTC Medya sektörüne ilişkin “Vizyon” ve “Hedeflerin” belirlenmesi
- Hedeflerin başarılmasına yönelik politika önerilerini uygulamayı esas alan “Eylem Planı”nın belirlenmesi
- Dönem raporunun hazırlanması,

- Tüm dönem raporlarından yararlanılarak proje raporunun hazırlanması,
- Proje raporunun sunulması

YÖNETİCİ ÖZETİ

Küreselleşmenin giderek genişleyen sınırları, yazılı, görsel, işitsel ve yeni medya olarak adlandırılan sektörlerin toplum üzerindeki etkisini arttırmıştır (Soydan, 2012). İletişim araçları alanında yaşanan hızlı gelişmelerden dolayı, iletişim “kamuoyu kavramı” tanımını ortaya çıkartmıştır (Yılmaz, 2013). KKTC’nin içinde bulunduğu siyasi belirsizlik durumu çağın gereği hızlı ve çeşitli iletişim teknolojilerinin kullanımı için bir engel oluşturmamaktadır.

Kıbrıs Türk basını 1800’lerin sonunda başlayan bir geleneğin devamı olarak çağın getirdiği koşullar çerçevesinde gelişim göstermiştir. Başlangıç döneminde kitlesel erişimi sınırlı, elitist ve kamuoyu oluşturma becerisi zayıf daha çok toplumsal bir vazife anlayışıyla yapılmış gazetecilik İngiliz Koloni Dönemi’nde yönetime karşı bir direniş, Türk kimliğinin korunmasının motivasyonuydu. Kıbrıs Türk basının bu duruşu Kıbrıs Cumhuriyeti’nin ilanından sonra da devam etti. 1974 Barış Harekatı’nın ardından Ada’da oluşan yeni durum Basın’ın hareket noktasını Kıbrıs Türkü’nün sesini Dünya’ya duyurma olarak değiştirdi. 1983 yılında ilan edilen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nin kuruluşundan 90’ların başına dek geçen süreçte yazılı basın daha çok bir ideoloji savunucusu bir siyasi parti manifestosunun duyurulmasının aracı olarak işlev gördü (Hançer, 2006: 1).

1996 yılından itibaren özel televizyon kanallarının yayın hayatlarına başlaması, Kıbrıs Türk Medyası için hem dönüm hem de bir kırılma noktasıdır. Radyo yayınlarından kısa süre sonra televizyon da Devlet tekelinden sıyrılmıştır.

2000’li yılların medya sektörünün Dünya ile entegre hale gelme hızını artırması medya entrümanlarını çeşitlendirmeye devam etmiş, geçmişte tek haber ajansı olan TAK yerine yenileri kurulmuş, özellikle Türkiye kökenli haber ajansları yaygın biçimde bürolarını açmış, gazeteler bir ülke nüfusuna göre ihtiyacın çok üzerinde sayıya ulaşmış, radyolar tematik ve haber yayınları gibi katagorilere ayrılmış, görsel medyanın en güçlü, yaygın ve etkili aracı televizyonların yayın denetimi ve sorun çözümü için Yayın Yüksek Kurulu (YYK) kurulmuş¹, internet gazeteleri ve WEB TV sayısı gün geçtikçe artmaya başlamış, Elektronik Haberleşme Yasası’yla kurulan Bilgi

¹<http://www.kktcyyk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

Teknolojileri ve Haberleşme Kurulu 1 Mayıs 2013 tarihinde oluşturulmuştur^{2,3}. 2013 yılının ikinci yarısında basın sektöründeki STK'ların girişimiyle kurulan Medya Etik Kurulu⁴ Medya Etik Deklarasyonu⁵ ve İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nu hazırlanmış ancak tüm bu girişimlere rağmen yasalardaki boşluk ve tüzüklerin olmayışı Medya sektörünün halihazırda var olan sorunlarının çözümü için bir ivme kazandırmışsa da, sonuç alınması güç yasal başvuruların görece azalışından başka bir katkısı olmamıştır.

Kısaca özetlenen bu süreç sonunda ortaya çıkan durum Medya Sektörü'nün şart ve koşullara göre yasal ve toplumsal anlamda yeniden yapılanması ve sonrasında sürdürülebilirliği açısından yeni düzenlemelerin yapılması gerekliliği geçerliliğini korumaktadır.

Medya sektörünün içinde olduğu durum tesbitinin doğru yapılması amacıyla kamu ve özel sektörden seçilen yedi Medya Kuruluşu'nun sahipleri ve/veya üst düzey temsilcileri ile Sivil Toplum Kuruluşları'ndan; Basın Sendikası, Gazeteciler Birliği, Medya Etik Kurulu ve Yayın Yüksek Kurulu başkan ve üyeleri ile görüşmeler yapılmış, sonuçlar çalışmanın yol haritasını oluşturmuş, görüşme tutanakları ekler kısmında sunulmuştur.

KKTC Medya Sektörü'nün içinde bulunduğu sorunların tesbiti aşamasında; Medya sektörünün mali ve idari sorunları, KKTC medyasının 4. Kuvvet etkisini neden oluşturamadığı, Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü bağlamında aksaklıklar, Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi Türkiye, AB ve Güney'le farklar konusundaki tesbitler, Habercilikte yaşanan sorunlar, GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları, Vatandaş beklentilerinin ölçülmesi noktasındaki sorunlar başlıkları altında inceleme yapılmıştır.

KKTC Medya sektörü temsilcileri, STK'lar ve YYK ile yapılan ön odak ve odak grup çalışmalarının sonuçları Ek 3:'teki tabloya yansımaktadır. Bu görüşmelerde sektörün genelde görüş birliğine vardığı ancak statüleri nedeniyle farklılaşan görüşler ise Ek: 2'te özetlenmektedir. Görüşmeler sonucunda KKTC Medya sektörünün sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen yapısal sorunlarla ilgili; **Kamu Medya Kurumlarının Haksız Rekabet Yaratması, Kamu Medya**

²<http://www.bthk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

³<http://www.gundemkibris.com/bilgi-teknolojileri-ve-haberlesme-kurulunun-4-uyesi-aciklandi-26669h.htm>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

⁴<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/hakkimizda/tarihce-2/>, Medya; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

⁵<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/medya-etik-kurulu-deklarasyonu/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

Kurumlarının Özerklik Sorunu, Özel Medya Kurumlarının Kurumsallaşma Sorunu, Özel Medya Kurumlarının Mali Özerklik Sorunu, Özel Medya Patronlarının Ticari İşlerinin Yarattığı Çıkar İlişkisi, Yazılı Medya Türlerinin Denetim Sorunu, Sosyal Medya Türlerinin Denetim Sorunu, İnternet Gazeteciği'ne Yönelik Hukuksal Boşluk, Yayın Yüksek Kurulu'nun İşlevi, Medya Sektörü İçin KKTC Ölçeğinin Yetersizliği, Medya Çalışanlarının Maaş ve Özlük Hakları Sorunu, Medya Çalışanlarının İkinci İşte Çalışması ve Potansiyel Çıkar İlişkileri, Medya Sektöründe Etik ve Yaptırım Sorunu, Kıbrıs Sorunu ve Tanınmamışlığın Medya Sektörüne Yarattığı Olumsuzluklar başlıkları altında ön saptamalar yapılmıştır.

15 Nisan 2014- 19 Mayıs 2014 tarihleri arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yaşayan ve araştırmaya tabi tutulan deneklerin demografik özellikleri Tablo 2'de belirtilmektedir. **İzleyicilere Yönelik Araştırma Bulguları, Demografik Bulgular** başlığı altında toplanmış; **Cinsiyet, Çocuk sahipliği, Yaş, Eğitim durumu, Meslek, İkamet edilen ilçe, Hanenin ortalama aylık gelire göre değişen bulgular** tesbit edilmiştir.

Medyanın İşlevine Yönelik Algılar ve Etki Düzeyine İlişkin Bulgular anket çalışması ile tesbit edilmiştir. **Medyanın genel olarak toplumun değerlerine (Kültür, İnanç vs) saygılı yayın yapması, Medyanın evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda olabildiğince güvenilir yayın yapması, Kamu yayıncılığının kamu yararını gözetmesi, BRT'nin KKTC demokrasisine katkısı, Özel televizyonların ülke demokrasisine katkısı, BRT'nin tarafsız ve yansız yayın yapma başarısı, Özel televizyonların tarafsız ve yansız yayın yapabilme kapasitesi, Özel televizyonların ticari ve siyasi ilişkilere göre taraflı ve yanlı yayın yapabilmesi, Kişisel çıkar ve ticari ilişkilere göre yanlı haber yapan gazeteci ve köşe yazarların mevcudiyeti, Medya sektörünün yolsuzlukları önlemede denetim işlevi, Medyanın genelde meslek sırrı, özel hayatın gizliliği, iftira, hakaret, kötüleme ve çocuk istismarı gibi Etik ilkeleri ihlal etmeden yayın yapma başarısı, Yayın Yüksek Kurulu'nun görevini etkin olarak yürütme becerisi, Genel ve diğer alışveriş kararlarında KKTC medya (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.) reklamlarının etki düzeyi, Devlet veya Belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerin gerçekleşmesinde bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC medyasının etkisi** başlıkları altında yöneltilen sorulardan KKTC halkının medya algısı

ölçülmüştür.

Anket çalışması sırasında **Demografik Farklılıklara Göre Medyanın Toplumsal İşlevi de tesbit edilmeye çalışılmıştır. Cinsiyet, Çocuk sahibi olma durumu, Yaş, Eğitim durumuna** göre farklılaşan medya algısı tesbit edilmiştir. KKTC’de medyanın toplumsal işlevine yönelik memnuniyet ile eğitim durumu arasındaki ters yönde ilerleyen bir ilişkinin olduğu Tablo 28’deki Korelasyon verilerinden de anlaşılmaktadır.

KKTC Medyasına Yönelik Kurumsal ve Denetimsel Saptamalar başlığı altındaki tesbitler ise şöyle sıralanabilir;

- Kıbrıs’ta siyasi parti, sendika, vakıf, dernek, oda, meslek kuruluşları, belediye ve kooperatiflere herhangi bir yayıncılık şirketine ortak olmalarının yasaklanması yerine kamu yayıncılığı içine nasıl katılabileceklerinin değerlendirilmesi gerekir.
- Üniversitelere tanınan hakka benzer biçimde BRT kapsamında zaman paylaşımlı yayın yapabilmeleri olanağı çoğulculuğu destekleyebilir. Kıbrıs’ta Yayın Yüksek Kurulu’nun (YYK) oluşumu siyasal partilerin tercihine bırakılmıştır. Kurul üyeliği için öngörülen koşulların gözden geçirilmesinde yarar vardır. Çünkü herhangi bir üniversite mezununun, hem de üniversiteyi bitirir bitirmez kurul üyesi olabilmesi olanaklıdır. Bunun gerçekten yeterli olup olmadığının gözden geçirilmesi gerekir.
- YYK’nın yayın dünyasını izleyecek, düzenleyecek bir kurulun konuyla ilgili eğitimi, birikimi ve deneyimi olan üyelerden oluşmasında yarar vardır. Kurul’un gelecek kaygısı taşımayan, deneyimli üyelere ihtiyacı vardır. Türkiye’deki deneyim olumsuzlukları göstermesi açısından yol gösterici olabilir. Kıbrıs’ta radyo televizyon sisteminin gözden geçirilmesinde Türkiye örneği yeterince yol gösterici değildir. Ama Avrupa’daki gelişmelerden, özellikle OFCOM örneğinden yararlanmanın faydaları vardır.
- Yeni iletişim teknolojileri ile bilgi/belge gizliliğinin önemli ölçüde ortadan kalktığını söylemek yanlış olmaz. Bu nedenle asıl önemli olan demokratik bir toplumun yönetiminde şeffaflık ve hesap verilebilirliğin temel ilke olarak kabul edilmesi ve güvence altına alınmasıdır. Bu ilkeleri öngörmeyen bir düzenlemenin hiçbir zaman yararlı olmayacağının akılda tutulması gerekir. KKTC Anayasası da “Basın Dışı Haberleşme Araçlarından Yararlanma Hakkı” başlığı altındaki 30. maddesinde şu hükmü getirmiştir: “Yurttaşlar ve siyasal partiler, kamu tüzel kişilerinin elindeki basın dışı haberleşme ve yayın araçlarından yararlanma hakkına sahiptir. Bu

yararlanmanın koşulları ve usulleri, demokratik ilkelere ve hakkaniyet ölçülerine uygun olarak yasa ile düzenlenir. Yasa, insan haklarına, demokrasi, sosyal adalet ve hukukun üstünlüğü ilkelerine dayanan laik devletin, ulusal güvenliğin ve genel ahlakın korunması halleri dışındaki bir nedene dayanarak, halkın bu araçlarla haber almasını, düşünce ve kanaate ulaşmasını ve kamuoyunun serbestçe oluşumunu engelleyici kayıtlar koyamaz”. Radyo ve televizyon işletmesinde devlet tekeli KKTC Anayasası'nda bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Türkiye’de henüz kabul edilmiş bulunan yeni İnternet Yasası'na göre, yargı kararı gerekmeden “içeriği sakıncalı bulunan” internet siteleri 4 saat içinde kapatılma yetkisini Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na (TİB) veren yeni internet yasasının benzeri KKTC’de mevcut değildir.

- KKTC Ceza yasasında basın ve yayın yoluyla işlenen suçlar son derece sınırlı olarak düzenlenmiştir. Yeni yürürlüğe giren 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının düzenlenmesi yerinde olmuştur. Ancak bu kanunun kapsamı dışında kalan alanlarda da düzenleme yapılması yerinde olacaktır.
- KKTC Ceza Yasasında, basın ve yayın araçları ile işlenen suçların kapsamı bireysel nitelikteki suçları da kapsar nitelikte düzenlenmiştir. Basın yayın araçları ile gerçekleştirilecek fiiller ile bireysel nitelikteki hareketlerin birbirinden ayrılması ve buna uygun olarak düzenlemesi faydalı olacaktır.
- KKTC Ceza Kanununda, ifadeyi açıklama özgürlüğüne karşı bireylerin şeref ve haysiyetinin korunması, toplum içerisindeki itibarının korunması gibi temel haklar dengeli olarak düzenlenmemiştir. Yeni yapılacak düzenlemelerde basın özgürlüğünün sınırları belirlenmeli; özellikle insan haysiyetinin ve onurunun korunması amacıyla hakaret suçu ve kapsamı düzenlenmeli, temel haklar güvence altına alınmalıdır.
- KKTC Ceza Yasasının lafzı karışıktır. Yasallık ilkesinin temel özelliklerinden olan açıklık ve belirlilik ilkeleri bakımından sıkıntı yaşanmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 7. maddesi dikkate alınarak, gelecekte yapılacak olan yeni düzenlemelerde bu hususun gözetilmesi gereklidir. Diğer düzenlemeler ve değişiklikler bakımından da bu hususun gözetilmesi faydalı olacaktır.
- İlgili düzenlemelerin anlam ve yorumu yapılırken İngiliz Ceza Mahkemelerinin içtihatlarının esas alınması gerekliliği, mevzuatın bir başka ülkenin içtihatları ile yönlendirilmesine neden olmaktadır. mevzuatın özellikle basın yayın suretiyle işlenen suçların kapsamı ve sınırları bakımından güncellenmesi ciddi bir ihtiyaç olarak kendisini göstermektedir. Bu amaçla gerçekleştirilecek olan yeni düzenlemeler kapsamında hukuki metin, madde gerekçeleri ile somutlaştırılmalı ve buna uygun yargısal içtihat iç hukuk tarafından oluşturulmalıdır ve takip

edilmelidir.

- Kamuya mal olmuş kişilerin davranış ve tutumları kamu oyunu ilgilendirdiği ölçüde eleştiriye ve haber olma özelliğine sahiptir. Bireylerin kişilikleri veya karakter özellikleri, kamuoyunun tartışma konusu yapılabileceği hususlar değildir. Zira kamuoyuna mâl olmuş kişilerin davranışları belli ölçüde haber olma özelliğine sahiptir, ancak karakter özellikleri kişinin özel hayatı kapsamındadır ve kişilerin şeref ve haysiyeti, toplum içerisindeki saygınlığının korunabilmesi için bu hususların tartışma konusu ve yayın konusu olmaması icap eder. Yeni düzenlemelerde bu hususların da ayrıca dikkate alınması zorunluluk arz etmektedir.
- Basın yayın yoluyla dolandırıcılık, suç işlemeye tahrik gibi pek çok suç tipi raporumuzda da ifade ettiğimiz üzere mevcut uygulamada herhangi bir yasal düzenlemeye konu olmamıştır. Bu hususlardaki eksiklikler ister bu kanun içerisinde isterse ayrı bir kanun altında düzenlenerek tamamlanmalıdır.
- 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının İkinci Kısım m.5/6-B bendinde yer alan içeriği basın yoluyla veya sosyal medya aracılığıyla ifşa edilmiş bir kaydı yayma suretiyle işlenen haberleşmenin gizliliğini ihlal suçu, zaten basın yayın veya sosyal medya tarafından ifşa edilmiş bir bilginin yayılması olduğu için liberal bir düzenleme niteliği taşımamaktadır. Zira zaten ilgili haberleşmeyi basın yayın yoluyla veya sosyal medya aracılığı ile yayan kişi cezalandırılmaktadır. Bu nedenle bu hükmün tekrar gözden geçirilmesi sağlıklı bir yaklaşım olacaktır. Zira bireylerin sorumluluk alanları ciddi anlamda genişletilmiştir.
- Bölüm 155 Ceza Muhakemeleri Usul Yasasında basın yayın ile ilgili herhangi bir düzenlemenin bulunmadığı görülmüştür. Bu konuya ilişkin kanunkoyucunun öncelikleri dikkate alınarak düzenlemeler yapılması gereklidir.
- Kıbrıs'ta etik uygulamaları için geliştirilen araçlardan meslek ilkeleri ve bu ilkelerin uygulanmasını izleyen Medya Etik Kurulu vardır. Henüz ombudsman (okur temsilcisi) yoktur. EK 4'de yeralan UNESCO tarafından geliştirilen etik metinlerinin değerlendirilmesinde yarar olabilir. Bu demokratik bir toplumun gereklerini yerine getiren, herkesin kendi sorumluluğu ve yetkisi çerçevesinde uygulayabileceği ilkelere onay vermesini sağlayacak ve etik bilincinin gelişmesine yardım edecek bir çözüm olarak değerlendirilebilir.

KKTC'de başta Anayasa olmak üzere KKTC Medyasını doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren mevzuat Tablo 33'de özetlenmiştir.

KKTC Medya sektörü için Vizyon ve Stratejik Hedefleri oluşturmada baz alınacak temel saptamalar yine proje çalışmasının çıkarımları arasındadır.

- KKTC'nin Uluslararası platformda tanınmaması sorunların önemli bir kısmının nedeni durumundadır ve bu noktada KKTC'yi tanıyan tek ülke olan Türkiye Cumhuriyeti'nin bu alandaki gelişmenin sağlanması için yol gösterici rol üstlenmesi gerekmektedir.
- Kamu ve özel sektör olarak iki grupta toplanan yayın kuruluşları içinde bulundukları durum itibarıyla birbirlerinden kopuk olmayan hatta birbirileri için itici güç olacak biçimde yeniden şekillendirilmelidir.
- Sınırötesi Yayıncılık İlkeleri doğrultusunda yaklaşım sergilenmeli; frekans tahsisi, KKTC dışında yayın yapan televizyonların program akışlarında Kuzey Kıbrıs'ta satılan ürünlerle ilgili reklamlara yer vermesi bir kurala bağlanmalı, ulusal televizyonların reklamlardan pay alması sağlanmalıdır. Bu noktada Türkiye'deki Basım İlan Kurumu benzeri bir yapılanma önerilebilir.
- Ulusal Basın için bir tehdit olarak algılanan Türkiye kaynaklı gazete satışlarının bu algıyı düzelterek biçimde organize edilmesinde fayda vardır. Basın Yayın kuruluşlarının temsilciliğini yapan Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti ve Gazeteciler Birliği'nin ayrı siyasi görüşler nedeniyle birbirlerinden kopuk hareket edişi, Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsizleştirilmesi sektörü zayıflatmaktadır. Sektör için küçük ölçekli ülke KKTC de bu yapılanma daha kolay kontrol edilebilir bir organizasyon şeması oluşturabilir.
- Medya patronlarının siyasi ilişkileri çerçevesinde hareket etmelerinin önüne geçmek için Medya Kartelleri'nin oluşması yasa ile engellenmelidir.
- BRT'ye bırakılmış vericilerin Telekomünikasyon Dairesi ya da BTHK'ya devredilmesi özel ve kamu arasında varolan fırsat eşitsizliğini giderecektir.
- Yasal düzenlemelerle özel hayatın gizliliği gibi konular güvence altına alınırken basın yayında sansürden kaçınılmalıdır.
- YYK yeniden yapılanmalı çalışanlar RTÜK'te olduğu gibi profesyonelleşmelidir.

Araştırma bulguları, odak grup çalışmaları, diğer saptamalar ve SWOT analizinden hareketle Kuzey Kıbrıs Medya Sektörü için yukarıdaki vizyona uygun olarak aşağıdaki amaçlar ve

hedeflere göre eylem planı belirlenmiştir. Bu çerçevede, 4 ana başlık altında stratejik amaç ve bunlara bağlı hedefler aşağıda sıralanmaktadır.

A1. Medya Sektöründe Haksız Rekabetin Önlenmesi, Mali Sürdürülebilirlik, Kurumsallaşma ve Özerkliğin Sağlanması

A2. Medyayı Düzenleyen Kurum/Kurulların Bağımsızlığının Sağlanması

A3. Basın Özgürlüğü ve İfade Özgürlüğünün Güvence Altına Alınma

A4. Medyada Etik Davranışlar İçin Gerekli Ortamın Yaratılması

Medyanın günümüzde bu güce ulaşmasında teknolojik gelişmelerin önemli payı vardır. Gazeteciler her an her yerdedirler ama artık beraberlerinde taşıdıkları telefonlar, uydu bağlantılı yayın araçları yakın geçmişin ilerlemeleridir. Teknoloji olağanüstü bir gelişmeyle görüntü ve sesin kaydedilmesi, saklanması ve uzak mesafelere taşınması işlerini bilgisayar ve uydu teknolojilerinin de yardımıyla alışılmış hız ve biçimin ötesine götürmüştür. Buna yeni medyanın (internet, facebook, twitter, youtube) eklenmesi ise herkesi “gazeteci” haline getiren bir gelişme olarak akılda tutulması gereken bir konudur.

KKTC Medya Sektörü'nün toplumsal ve kurumsal olarak sürdürülebilirliğinin sağlanması proje çalışmasının durum saptaması ve buna mukabil çözüm önerileri doğrultusunda yapılacak bir planlama ve eylem planı ile mümkün görülmektedir.

1. KKTC MEDYASININ MEVCUT DURUMU

KKTC Medyasına ilişkin mevcut durum aşağıdaki gibi “Medya Türleri”, “Medya Türlerine Yönelik Diğer Yapılanmalar”, ve “Paydaş Duyarlılıkları” başlıkları ile verilmektedir.

1.1 Medya Türleri

Uluslararası medya, uluslararası uydu sistemleri, kablolu televizyon, sosyal ağların yaygınlaşması diğer ülkelerin kültür, yaşam tarzı, sosyo politik durumu gibi bir çok konunun merak uyandırmasını sağlamıştır. Küreselleşmenin giderek genişleyen sınırları, yazılı, görsel, işitsel ve yeni medya olarak adlandırılan sektörlerin toplum üzerindeki etkisini arttırmıştır (Soydan, 2012). İletişim araçları alanında yaşanan hızlı gelişmelerden dolayı, iletişim “kamuoyu kavramı” tanımını ortaya çıkartmıştır (Yılmaz, 2013). KKTC’nin içinde bulunduğu siyasi belirsizlik durumu çağın gereği hızlı ve çeşitli iletişim teknolojilerinin kullanımı için bir engel oluşturmamaktadır.

Kıbrıs Türk basını 1800’lerin sonunda başlayan bir geleneğin devamı olarak çağın getirdiği koşullar çerçevesinde gelişim göstermiştir. Başlangıç döneminde kitlesel erişimi sınırlı, elitist ve kamuoyu oluşturma becerisi zayıf daha çok toplumsal bir vazife anlayışıyla yapılmış gazetecilik İngiliz Koloni Dönemi’nde yönetime karşı bir direniş, Türk kimliğinin korunmasının motivasyonuydu. Kıbrıs Türk basının bu duruşu Kıbrıs Cumhuriyeti’nin ilanından sonra da devam etti. Cumhuriyet, Kıbrıslı Rumlar ve Türkler tarafından tek anayasa ve tek toprak parçası üzerinde yaşama koşuluyla 1960 yılında kuruldu (Stephen, 1997: 7) . 1974 Barış Harekatı’nın ardından Ada’da oluşan yeni durum Basın’ın hareket noktasını Kıbrıs Türkü’nün sesini Dünya’ya duyurma olarak değiştirdi. 1983 yılında ilan edilen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nin kuruluşundan 90’lı başına dek geçen süreçte daha çok bir ideoloji savunucusu bir siyasi parti manifestosunun duyurulmasının aracı olarak işlev gören yazılı basın, kâr paylarını artırma amacı yanında Kıbrıs sorunuyla ilgili olarak belli ideolojileri savundular (Hançer, 2006: 1). Yine bu uzun dönem zarfında, Parenti’nin tanımına benzer (Parenti, 1993: 24), bazı siyasi görüşlerin medya tarafından meşru kılındığı, diğerlerinin de gayrı meşru kabul edildiği bir duruş sergilendi. Çünkü basın, yalnızca birtakım konuları öne çıkararak gündemi etkilemekle kalmayarak politika sürecinin gidişatını ve eylemlerini de etkileme (Kata, 2012; Terkan 2005, 561) görevine devam etti. Küreselleşme politikalarının etkilerini de değişen ihtiyaçlar ve

beklentilere yanıt vermek üzere kendi içerisinde bir dönüşümle olgunlaştırma çabasına girdi. Kıbrıs Türk Medyası, tüm kurumlarıyla birlikte Dünya'daki diğer örneklerle paralel küresel yayılım isteyen, sermaye sahiplerinin ihtiyacı olan kültürel ortamı sağlama işlevi gören medya(Alankuş, 2005), profesyonel anlamda bir iş kolu haline gelmiş oldu. İdeolojik fikir empoze etmekten bağımsız patronlar tarafından yayınlanmaya başlayan ve her görüşten okura ulaşma çabası içine giren basın, politik angajmandan uzak duran bir çeşit kabuk değiştirme sürecini yaşamaya başlamıştı. Sürecin Kıbrıs Türk Basını'nı getirdiği nokta geçmişten çok farklıydı. Modern basının Batı'daki örnekleri gibi ikna edici, tüm kesimlerin ilgisini çeken yazı ve araştırmaların yer aldığı, her birinin bir diğerine haber atlatma becerisiyle öne çıktığı ve profesyonel akitler ile çalışılan bir sektöre dönüştü. Muhabir gazeteciden muharir gazetecilerin arandığı sektör de halen var olan Arkaik (geçmiş politik figür söylemleriyle yayın yapmaya devam eden) gazetelerin gün geçtikçe yerlerini piyasa koşullarına göre kabuk değiştiren bir anlayışa bıraktıkları görülmektedir. Bu süreçte geçmişte bir politik figür iken kabuk değiştiren örneklerle de rastlanmaktadır. 2008 de başlayan 'Kapsamlı Çözüm Müzakereleri' (Türkkol, 2012) sürecinde daha çok sözü edilmeye başlayan Barış Gazeteciği yazılı basında farklı bir görüş olarak ortaya çıkmıştır.

İlk radyo yayını Bayrak Radyosu olarak 1963 yılının Aralık ayında "Bayrak, Bayrak, Bayrak" anonsuyla yayınlarına başladı. 1996 yılında ilk özel radyo kanalı First FM yayın hayatına başlayana dek de tek olma özelliğini korudu. Bu yıldan itibaren giderek artan özel radyo kanallarının varlığı Kıbrıs Türk Medyası'nda farklı ses ve yayın tercihleri olan radyoların dinleyici ile buluşmasının önünü açtı. Bayrak Radyosu 1976 yılında televizyon yayınlarına başladı⁶. İlk yayınların Diyarbakır'dan siyah beyaz stüdyo cihazlarının gelişiyile gerçekleştirilmesinin ardından kurumun adı Bayrak Radyo Televizyon Kurumu olarak değiştirildi. 1977'de Orta dalga yayına ek olarak FM bandından yayında yapılmaya başlandı. 1979 yılına gelindiğinde renkli test yayınların yapılmaya başlanması Ankara-Lefkoşa arasında kurulan güçlü link bağlantısının devreye girişi 1987 yılında kendi verici istasyonlarının kullanılmaya başlamasına dek devam etti. Digital uydu yayın sistemiyle Dünya'da izlenebilen BRT, Devlet'in resmi yayın kurumu olma özelliğinden dolayı Kıbrıs Türk Medyası'nın

⁶http://www.brtk.net/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=40: Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

lokomotifi durumundadır.

1996 yılından itibaren özel televizyon kanallarının yayın hayatlarına başlaması, Kıbrıs Türk Medyası için hem dönüm hem de bir kırılma noktasıdır. Radyo yayınlarından kısa süre sonra televizyon da Devlet tekelinden sıyrılmıştır.

2000’li yılların medya sektörünün Dünya ile entegre hale gelme hızını artırması medya entrümanlarını çeşitlendirmeye devam etmiş, geçmişte tek haber ajansı olan TAK yerine yenileri kurulmuş, özellikle Türkiye kökenli haber ajansları yaygın biçimde bürolarını açmış, gazeteler bir ülke nüfusuna göre ihtiyacın çok üzerinde sayıya ulaşmış, radyolar tematik ve haber yayınları gibi katagorilere ayrılmış, görsel medyanın en güçlü, yaygın ve etkili aracı televizyonların yayın denetimi ve sorun çözümü için Yayın Yüksek Kurulu (YYK) kurulmuş⁷, internet gazeteleri ve WEB TV sayısı gün geçtikçe artmaya başlamış, Elektronik Haberleşme Yasası’yla kurulan Bilgi Teknolojileri ve Haberleşme Kurulu 1 Mayıs 2013 tarihinde oluşturulmuştur^{8,9}. 2013 yılının ikinci yarısında basın sektöründeki STK’ların girişimiyle kurulan Medya Etik Kurulu¹⁰ Medya Etik Deklarasyonu¹¹ ve İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu’nu hazırlanmış ancak tüm bu girişimlere rağmen yasalardaki boşluk ve tüzüklerin olmayışı Medya sektörünün halihazırda var olan sorunlarının çözümü için bir ivme kazandırmışsa da, sonuç alınması güç yasal başvuruların görece azalışından başka bir katkısı olmamıştır.

Kısaca özetlenen bu süreç sonunda ortaya çıkan durum Medya Sektörü’nün şart ve koşullara göre yasal ve toplumsal anlamda yeniden yapılanması ve sonrasında sürdürülebilirliği açısından yeni düzenlemelerin yapılması gerekliliği geçerliliğini korumaktadır.

Aşağıda sıralanan alt başlıklar Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Medya Sektörü’nün bugünkü durumunun tesbiti ve anlaşılması düşüncesiyle hazırlanmıştır. Medya sektörünün içinde olduğu durum tesbitinin doğru yapılması amacıyla kamu ve özel sektörden seçilen yedi Medya Kuruluşu’nun sahipleri ve/veya üst düzey temsilcileri ile Sivil Toplum Kuruluşları’ndan; Basın

⁷<http://www.kktcyyk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

⁸<http://www.bthk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

⁹<http://www.gundemkibris.com/bilgi-teknolojileri-ve-haberlesme-kurulunun-4-uyesi-aciklandi-26669h.htm>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

¹⁰<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/hakkimizda/tarihce-2/>, Medya; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

¹¹<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/medya-etik-kurulu-deklarasyonu/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

Sendikası, Gazeteciler Birliği, Medya Etik Kurulu ve Yayın Yüksek Kurulu başkan ve üyeleri ile görüşmeler yapılmış, sonuçlar çalışmanın yol haritasını oluşturmuş, görüşme tutanakları ekler kısmında sunulmuştur.

1.1.1 Yazılı Medya

KKTC’de Kıbrıs Türk Basın’ının temelini yazılı medya oluşturmaktadır. 19.yy sonundan itibaren toplumsal yaşamın önemli bir parçası olan gazeteler Kıbrıs Türk toplumu için siyasi bir bilinç oluşturmaktan çok Kıbrıs Türk kimliğinin öne çıkarılıp, unutturulmadığı bir misyonun temsilcileriydi.

İçinde olduğumuz dönemde Kıbrıs Türk Basını da geleneksel yapılanmasından sıyrılmış, salt kimlik koruma misyonundan uzaklaşmış ve Dünya’nın diğer ülkelerindeki çağdaşları gibi bir görünüme sahip olmuştur. Piyasanın beklentileri doğrultusunda yayınlanan, ideoloji ve belli zümre beklentilerine yanıt verme zorunluluğu hissetmeyen yeni anlayış küreselleşme etkilerindendir. Çünkü küreselleşme sonucu kitle iletişim araçları ve bireyler arasındaki engel kalkmış, ortaya interaktif bir ortam çıkmıştır (Soydan, 2012:1).

1.1.1.1 Gazete

KKTC’de halen yayınlanmakta olan 15 ulusal gazete vardır. Yapılan öngörüşmeler sırasında gazetecilerin yeni bir gazete hazırlığından bahsetmeleri dikkat çekmiştir. Sadece dört yıl kadar kısa bir süre öncesinde yayınlanan bir çalışmada Kuzey Kıbrıs’ta 13 tane günlük gazete yayınlandığı belirtilmiştir. Bu gazetelerin dört tanesinin; Güneş-UBP, Ortam-TDP, Demokrat Bakış-DP, Yeni Düzen-CTP ile direkt bağlantılı gazeteler olduğuna dikkat çekilmiştir. Siyasi partilere bağlı olmayan fakat ideolojisini diğerlerine göre açık şekilde gösteren gazeteler ise; Afrika, Volkan, Vatan şeklinde sıralanmıştır. Kıbrıs, Halkın Sesi, Star Kıbrıs, Havadis, Haberdar gibi gazeteler ise fikri yapılarısarih olmayan ancak yaşanan gelişmelere göre değişen ve ortada duran bir pozisyonda görünme tercihi kullananlar olarak tanımlanmışlardır. Kuzey Kıbrıs YAY-SAT yetkililerinden alınan yaklaşık rakamların verildiği çalışmadao dönemde Kuzey Kıbrıs’ta toplamda yaklaşık 26 bin 500 gazete satıldığından bahsedilmektedir (Türkkol, 2012). Mart 2014 tarihi itibarıyla KKTC’de basılıp satılan gazetelerle ilgili olarak YAYSAT’tan alınan veriler gazete sahiplerinin tiraj açıklanmama tercihleri nedeniyle rakamsal olarak elde edilememiş ancak

en çok tirajı olandan azalarak giden bir sıralanma içinde alınabilmiştir.

KKTC’de Mart 2014 itibariyle basılıp satılmakta olan ulusal gazeteler aşağıdaki gibidir.

- KIBRIS
- HAVADİS
- REALİST KULİS
- YENİDÜZEN
- DİYALOG
- AFRİKA
- VATAN
- HABERAL KIBRISLI
- HALKIN SESİ
- GÜNEŞ
- DEMOKRAT BAKIŞ
- ORTAM
- VOLKAN
- KIBRIS POSTASI
- STAR KIBRIS

Ön görüşme sırasında yazılı basın temsilcileri arasından Sivil Toplum Kuruluşu (STK) Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, Medya Etik Kurulu ile özel sektöre ait üç örnek gazete Kıbrıs Gazetesi, Yenidüzen ve Kıbrıs Postası seçilmiştir (bkn: Ek 1). Yöneltilen sorular sekiz temel başlık altında oluşturulmuş, sorunlar, görüşme sırasında değerlendirilen konularla ilgili hazırlanmıştır.

Medya sektörünün mali ve idari sorunları başlığı altında yeralansorunlar arasından;**reklam girdilerinin azlığı, sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel oluşu, niteliksiz işgücü, ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşaması ve Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkileyişi** hepsinin üzerinde ısrarla durduğu temel sorun olarak karşımıza çıkmıştır. **Özkaynak yetersizliği, Devlet yardımı yetersiz, maliyet yüksekliği,**

özel sektör gazetelerinin her üçü; Kıbrıs Gazetesi, Yenidüzen ve Kıbrıs Postası için ortak bir sorun olarak gözükmektedir. **Gelirlerin artırılma güçlüğüne yatırım ve istihdamı zorlaştırması ile teknolojik olanakların sınırlılığı** sadece Yenidüzen ve Kıbrıs Postası gazeteleri tarafından bir sorun olarak belirtilmiştir. **Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmayışı ve Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları açısından bizden daha iyi** görüşü ise Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, Yenidüzen ve Kıbrıs Postası gazeteleri tarafından vurgulanmıştır. Kıbrıs gazetesi bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. **Özel sektörde sendikalleşmenin sağlanmamasının iş güvenliğini olumsuz etkilemesi**, noktasında ise sadece Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği ve Yenidüzen Gazetesi görüş belirtmişlerdir. Diğer iki medya kuruluşu bu soruları yanıtsız bırakmıştır. Medya Etik Kurulu; **devlet yardımının yetersizliği** ve **reklam girdileri azlığı** konularında görüş belirtmiştir (bkn: Ek 2).

KKTC medyasının 4. Kuvvet etkisini neden oluşturamadığı hususunda; editoryal özgürlük kısıtlılığı, Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel olmayışı, ekonomik güçsüzlük, özgün haber yapımının azlığı, siyasilerin medyaya müdahalesi, reklam pastasının sınırlılığının güçsüzlük yarattığı, sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı hepsi için ortak görüş olarak tesbit edilmiştir. Bu nedenle de KKTC’de medyanın 4. Kuvvet etkisi oluşturma sorunu yaşadığı, yukarıda sıralanan sorunlar çözülmüş olduğu için de Güney Kıbrıs’ta Medya’nın daha etkili olduğu vurgulandı. Yazılı basının içinde olduğu sorunlardan, **Ekonomik güçsüzlük, TAK haberlerine ücret ödememe konusu** Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, Yenidüzen ve Kıbrıs Postası’ndan görüşmecilerin belirttiği ortak sorun iken Kıbrıs Gazetesi temsilcisi bundan fazlaca etkilenmemiş oluşlarını güçlü bir medya kuruluşu olduklarından iş adamlarının ulusal çerçeve de reklam verme konusunda kendilerini tercih etmelerine bağladı. Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği temsilcisi **Uluslararası yayın kuruluşlarına üyelik olmayışının** uluslararası kural ve yaptırımların olmamasının nedeni olarak bir sorun teşkil ettiğini, bununla bir olumsuzluk olduğunu belirtti. Medya Etik Kurulu temsilcisi, **Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel olmayışının** önemli bir sorun olduğunu, **Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışının** ise sektörün ayakta kalmasını güçleştirdiğini belirtti (bkn: Ek:2).

Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü bağlamında aksaklıkların; birliklerin yeterince etkili

olmadığı, yasal boşlukların varlığı, siyasi müdahalenin oluşu, sahiplik yapısı bir engel teşkil ettiği, noktasında hepsi görüş birliğine sahip ve bu anlamda da *Sosyal Medya'nın daha özgür* olduğunu düşünüyorlar. *Sendikal örgütlenme yetersizliği*, Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği ve Yenidüzen temsilcileri tarafından sorunlardan biri olarak belirtildi. Medya Etik Kurulu temsilcisi, *yayın politikalarının belirlenme biçimiveyasal boşlukların yarattığı sorunadikkat* çekti (bkn: Ek:2).

Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi Türkiye, AB ve Güney’le farklar konusundaki tesbitlerde; *tarafsız yayın politikalarının belirlenmesinde sıkıntı yaşandığı, AB ülkelerindeki medya yapılanmasına benzemediği* buna karşın *Türkiye’ye ve Güney Kıbrıs’la aynı coğrafya da yaşamaktan kaynaklanan benzerlikler* olduğu hepsi için ortak görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya Etik Kurulu temsilcisi herhangi bir görüş belirtmedi(bkn: Ek:2).

Habercilikte yaşanan sorunların tesbit edilmesi noktasında ortak görüşleri; *özgün haber yapabilme, kurumsallaşma eksikliği, teknik donanım yetersizliği ve İletişim Fakültesi mezunlarının sektörde çalışma oranının düşüklüğü* idi. *Nitelikli muhabir eksikliği ve habere ulaşma güçlüğü* konusunda sadece Gazeteciler Birliği ve Kıbrıs Postası görüş belirtti. Kıbrıs Gazetesi ve Yenidüzen kurumlaşmalarını tamamladıklarını ve bu nedenle kurumlarının aynı zamanda bir okul görevi gördüğünü ve kendi elemanlarını eğittiklerini belirtti. Ayrıca Kıbrıs’ın farklı noktalarında muhabirleri oluşunun habere ulaşma konusunda sorun yaşamalarının önüne geçtiğine vurgu yaptılar. Medya Etik Kurulu temsilcisi *nitelikli muhabir eksikliğinin* bir sorun olduğunu ancak *İletişim Fakültesi mezunlarının çalışma oranının düşüklüğünün* sektörde çalışanların özgün haber yapabilme ve editoryal özgürlük noktasında hareket alanını kısıtladığına dikkat çekti(bkn: Ek:2).

GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajlarını tesbit etmek ve olumlu olması koşuluyla yeni yapılanma içinde gözardı etmemek konusunda; *Spektrum kullanım önceliklerinin olduğu, Teknik donanım yeterliliğinin bizden daha iyi oluşu, devlet katkısı, reklam kazancının yüksekliği, uydu kullanımında sorun yaşamadıkları ve AB üyeliğinin avantajlarını kullanmanın* onların daha ileride olmasının nedenleri olduğu Gazeteciler Birliği,

Yenidüzen, Kıbrıs Gazetesi ve Kıbrıs Postası temsilcilerinin ortak görüşleriydi. **Medya hizmet sektörünün, sahiplik yapısının kurallara bağlanışının, güven sağlamış oluşlarının** ise Kuzey’den daha iyi olduğu konusunda Gazeteciler Birliği, Yenidüzen ve Kıbrıs Postası temsilcileri hemfikirdi. Kuzey’deki sektör çalışanlarına oranla niletilikli eleman sayısının yükseliği ise sadece Gazeteciler Birliği tarafından dile getirildi. Medya Etik Kurulu bir görüş belirtmedi (bkn: Ek:2).

Vatandaş beklentilerinin ölçülmesi noktasındaki sorunlar kapsamında, internet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığının gazete haberciliğinin önüne geçtiği belirtildi. Bu nedenle beklentilerin yükseldiği, haber doğrulama konusunda geçmişe oranla çok daha fazla şansı olan okuyucunun, güven sorununun giderilmesi gerektiği hepsi tarafından belirtildi. **Sosyal medya kullanımının ana medya entrümanlarının takibini azalttığına** Yenidüzen ve Gazeteciler Birliği temsilcileri tarafından dikkat çekildi. **İnternet gazetelerinin artışının** gazete okunma oranını düşürdüğü Gazeteciler Birliği temsilcisi tarafından vurgulandı. Medya Etik Kurulu temsilcisi bu konuda bir fikir belirtmedi (bkn: Ek:2).

1.1.1.2 Dergi

KKTC basın sektöründe dergicilik yeni gelişen bir alandır. Geçmişte daha yaygın olarak haftasonu eki olarak ulusal gazeteler tarafından dağıtılan dergiler artık bir yayın kolu olma yönünde eğilim içindedir.

Mart 2014 tarihi itibarıyla KKTC’de basılıp satılan dergilerle ilgili olarak YAYSAT’tan alınan veriler gazete sahiplerinin tiraj açıklanmama tercihleri nedeniyle rakamsal olarak elde edilememiş ancak en çok tirajı olandan azalarak giden bir sıralanma içinde alınabilmektedir.

KKTC’de Mart 2014 itibarıyla basılıp satılmakta olan ulusal dergiler aşağıdaki gibidir.

- AYDER GELİN
- ARGASDI

- [BANGUET](#)
- [COSMOCAT](#)
- [PROPERTY NC.COM](#)
- [MESERYA](#)
- [İNŞAAT DÜNYASI](#)
- [ZOOM MAGAZİN](#)
- [GURME ZOOM](#)
- [EN MODA](#)
- [RASTGELE SOHBETLER](#)
- [DOĞAV](#)
- [ARKA BAHÇE](#)
- [MEDYA](#)

1.1.2 Görsel-İşitsel Medya: Radyo ve Televizyon

Bilişim çağı medya olanaklarını çeşitlendirirken sınırlarını da genişletmiştir. Medya yayınlarının ekonomiden sanat kadar ve hatta siyasetin şekillenmesi, ülke politikalarının oluşturulması aşamasına dek bir çok yaşamsal konudaki etkisi tartışılmaz.

KKTC'deki radyo ve televizyonlar kısa adı YYK olan Yayın Yüksek Kurulu denetimindedir. Görsel- İşitsel Medya faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemekle yükümlü bir kamu kurumu olarak 21 Temmuz 1997 yılında kurulmuştur. "39/97 Sayılı Kamu ve Özel Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası" kapsamında yasanın verdiği yetkiyle Tüzükleri hazırlanmış 1998 yılında faaliyete geçmiştir.

KKTC Cumhuriyet Meclisi'nde grubu bulunan siyasi partilerin adayları ve Cumhurbaşkanı tarafından atanan bir üye olmak üzere toplam dokuz üyeden oluşan kurul, ülkedeki karasal, sayısal, uydu, kablo ve IPTV ortamından yayın yapacak kuruluşlara lisans ve yayın izni vermek ve bu kuruluşların yayınlarını denetlemekle yükümlüdür.

Kurulda, radyo ve televizyon yayınları, kesintisiz kayıt altına alınan sistemle kaydedilmekte ve

arşivlenmesi sağlanmaktadır. Radyo ve televizyonlar, yayın takip memurları tarafından yapılan doğrudan denetim, Alo 178 İstek ve Şikayet Hattı, e-posta kanallarından gelen şikayetlerin değerlendirilmesi yoluyla yasa ve tüzüklerin kendine verdiği yetkiyle denetlenmektedir.

Yayın Yüksek Kurulu'nun faaliyetleri arasında, radyo ve televizyonlarla ilgili kamuoyu araştırmaları yapmak, medya sektörü çalışanlarına ve iletişim bölümünde öğrenim gören öğrencilere yönelik bu alanda eğitim seminerleri düzenlemek ve stajyer eğitimi vermek de yer almaktadır. Yayın Yüksek Kurulu, Türkiye Cumhuriyeti Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile ilişkilerini geliştirerek; iki Kurul arasında 21 Mart 2003 yılında işbirliği protokolu imzalamıştır. Gelişen teknoloji ve ihtiyaçlar doğrultusunda işbirliğini daha da geliştirmek amacıyla 25 Şubat 2012'de yeni bir protokole imza atılmıştır. RTÜK ile birlikte ilk kez 2000 yılında EPRA (Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu) toplantılarına katılan kurul, her yıl iki kez düzenlenen bu toplantılara RTÜK ile birlikte katılmaktadır. Kurul ayrıca İslam İşbirliği Ülkeleri bünyesinden kurulan EPRA benzeri IBRAF formunun kurucuları arasında yer almakta ve gözlemci üye durumundadır¹².

YYK Yayın İlkeleri 24 ana başlıkta toplanmıştır¹³:

- Anayasanın özüne bütünü ile bağlı kalmak ve Anayasanın Genel ilkeler kısmında yer alan ilkelere, demokratik kurallara, kişi haklarına ve toplumsal değer ve çıkarlara bağlı kalmak;
- İnsan haklarına dayanan demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti ilkelerinin toplumda yerleşmesine ve gelişmesine yardımcı olmak;
- Genel ahlak ve toplum huzurunu korumak;
- Ulusal güvenliğin gereklerine uymak;
- Anlatım özgürlüğüne, iletişim ve yayında çoğulculuk esasına uymak;
- İnsanları ırk, cinsiyet, sosyal sınıf veya dini inançları dolayısıyla hiçbir şekilde kınamamak;
- Toplumu şiddet, terör ve etnik ayrımcılığa sevkeden ve toplumda nefret duyguları oluşturacak yayınlara imkan vermemek.

¹²<http://www.kktcyk.org/?q=node/32>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

¹³<http://www.kktcyk.org/?q=node/9>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

- Toplumsal eğitimin genel amaçlarına, temel ilkelerine ve milli kültürün geliştirilmesi ilkesine uymak;
- Yayınlarda adalet ve tarafsızlığa, yasalara saygılı olmak;
- Kişi veya kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, zarara uğraticı aşağılayıcı veya iftira niteliği taşıyan yayın yasaklarına uymak;
- Özel amaç ve çıkarlara hizmet edici ve haksız rekabete yol açıcı yayın yapmamak;
- Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında yansızlık, doğruluk ve çabukluk ilkelerine bağlı kalmak;
- Haber ve yorumları ayrı olarak yayınlamak;
- Çocukların ve gençlerin fiziksel, zihinsel, ruhsal ve ahlaki gelişimini olumsuz yönde etkileyebilecek yayın yapmamak;
- Aksi, yargı kararıyla kesinleşmedikçe hiç kimseyi suçlu olarak ilan etmemek;
- Kişi ya da kuruluşların cevap ve tekzip haklarına saygılı olmak;
- Haberlere, spor programlarına ve reklamlara ayrılmış zamanlar hariç olmak üzere yayıncıların, yayın zamanlarının en az yüzde yirmi beşinin (%25) yerli yapımlara ayrılmasını sağlamak, bu oranı, seyircilerin taleblerini gözönüne alarak ve yayıncının haber verme, eğitim, kültür ve eğlendirme sorumluluklarını dikkate alarak yayın türleri ve süreleri ile asgari niteliklerini de öngörmek suretiyle, aşamalı bir biçimde gerçekleştirmek;
- Demokratik kurallar çerçevesinde, kamunun siyaset, eğitim ve kültürel alanlardaki beklentilerine cevap verecek şekilde, demokratik gruplar ve siyasal partiler arasında fırsat eşitliğini sağlamak;
- Radyo ve Televizyon yayınlarının Türkçe yapılması esastır. Ancak diğer devletlerin içişlerine karışmama, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin onlarla olan ilişkilerini zedelememe ve diğer ülkeleri ve halkları küçük düşürmeme ilkelerine uygun olarak her dilden yayın yapabilmek;
- Türkçe yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarınca Türkçeyi aşırılığa kaçmadan, özellikleri ve kuralları bozulmadan konuşma dili olarak kullanmak, çağdaş eğitim ve bilim dili halinde gelişmesini ve zenginleşmesini sağlamak;
- Telif hakkı sahiplerinin haklarını tanımak ve ihlal etmemek;
- Sinemalarda ilk kez gösterilecek olan ve sinema eserleri üzerinde hak sahibi olan, gerçek veya tüzel kişilerce, ilk kez vizyona girişinden en az bir ay önce yazılı olarak liste halinde

Kurula bildirilen sinema eserlerini altı ay geçmeden televizyonlarda yayınlamamak ve yayınlama süresindeki yayınlarda da telif hakkı mevzuatına uygun hareket etmek.

- Bu Yasa ve tüzüklerinde reklamlarla ilgili belirlenmiş tüm kurallara uymak; ve
- Yayınlarda, kişilerin özel hayatına yönelik mahremiyete saygılı olmak.

Kuruluş amacı doğrultusunda KKTC’deki faaliyet gösteren radyo ve televizyonların yayınlarını takip eden YYK’nın medya kurumları üzerinde oluşan algısını tesbit amacıyla ön görüşmeler sırasında yöneltilen sorunun yanıtı, bu konuyla ilgili olarak sektörün içinde bulunduğu durumun belirlenmesi açısından önem göstermektedir. Medya kuruluşlarının yayın politikalarını belirlemeleri ve program içeriklerinin oluşması sırasındaki duruşları, üzerlerindeki YYK algısıyla da şekillenecektir.

YYK’nın sektörün şu an ki ihtiyaçlarını karşılayan bir yapıya sahip olup olmadığı sorusu karşısında ön görüşme yapılan kurum temsilcilerinin büyük ağırlıkla buna olumlu yanıt verdiği ancak daha iyi olabilir şeklinde görüş belirttiklerini söylemek yanlış olmaz. Özellikle yayın yapan radyo kuruluşlarının, frekans tahsisi konusunda YYK’nın yetersiz kaldığı konusunda görüş bildirmesi dikkat çekicidir. Birinci Medya Kuruluşu ve Radyo Juke bu konuyu dile getirmiş ve çözümün YYK tarafından bulunması gerektiğini söylemiştir. Radyo Vatan yayınların takibi sırasında ve programların isim hakları konusunda yaşanan sıkıntının yine YYK tarafından çözülmesinin doğru olduğunu iletmiştir. Birinci Medya Grubu’nun frekans tahsisi sıkıntısı yanında özellikle YYK’dan izin alarak açılan televizyon kanallarının RTÜK tarafından tanınmayışının başlıbaşına bir problem oluşu ve ortaya iki ülke arasında birbirini “tanımama” sıkıntısının yaşandığı duygusunun oluşmasına mahal verildiği belirtilmiştir.(bkn: Ek 2 ve Ek 3).

YYK’dan alınan bilgi doğrultusunda Tablo 1’de KKTC’de yayın yapan televizyonların karasal ve uydu yayını yapanlar olarak ayrılarak gösterilmiştir. Bu tablo şu an itibariyle yayında olan kanalların teknik altyapı ve izlenme ulaşılabilirliği anlamında hangi noktada oldukları konusunda bir fikir vermektedir.

Tablo 1: Kıbrıs’ta Yayın Yapan Ulusal Televizyon Kanallarının Karasal ve Uydu Yayınları Olmak Üzere Dağılımı

KARASAL TV		KARASAL RADYO	
------------	--	------------------	--

13	ULUSAL		2	BÖLGESEL
3	Universiteler	bölgesel-		
Toplam 16				AKDENİZ
UYDU TV				RADYO T
16	UYDUDA		6	ÜNİVERSİTELER
UYDU RADYO			3	YEREL
3	UYDUDA			POSTA
				İSKELE
				InterFirst
			27	ULUSAL
			Toplam 36	
Yeniden İletim TV				
6	Özel			
3	TRT			
Toplam 9				
Yeniden İletim RADYO				
Toplam 4	Kral, Süper, Metro, TRT			
			DVB-T	
			Toplam 8	DVB-T

Şirket Toplam :	32	
	23 Özel	
	3 Devlet	
	6 üniversite dışında	
TV Kanal Top:	30	
	16 karasal	
	5 Uydu	
	9 Yeniden İletim	
Radyo Top:	46	
	38 karasal	
	4 Uydu	
	4 Yeniden İletim	

Yine YYK verilerine göre YYK Reklam Gelir Tablosu ve 2013 yılı içerisinde tahsil edilen reklam payları7 televizyon kanalının reklam gelirlerinden %3 oranında alınan ortalama pay 37.944,63 TL'dir.12 radyo kanalının reklam gelirlerinden %3 oranında alınan ortalama pay

17.692,37 TL'dir.2013 yılı toplam reklam payı geliri 55.637,00 TL'dir. Ancak kurum temsilcileri BRT, Radyo Vatan, Radyo Juke, Kıbrıs Medya Grubu, Birinci Medya Grubu'nun aktardığı sorunların başında reklam gelirlerinin azlığı ve bunun nedeninin Avrupa Sınırötesi Yayıncılık Anlaşması'nın¹⁴ uygulanmayışının getirdiği mali ve idari sorunların kaynak noktalarından biri olduğu, basının 4. Kuvvet etkisini zayıflattığı ve bu durumun Kıbrıs Sorunu'nun çözümsüzlüğünden kaynaklandığı da belirtilmiştir (bkn: Ek 3).

YYK'dan alınan bilgiler ışığında Tablo:2'de KKTC'de internet üzerinden yayınlarını sürdüren televizyon ve radyolar gösterilmiştir. **İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı** görsel ve işitsel medya sektörü için bir avantaj niteliğindedir. İzleyici ve dinleyici sayısının artışı reklam kazançlarını olumlu etkilebilmektedir. Ancak reklam pastasının istenilen boyuta ulaşmayışı yine sınırötesi yayın anlaşmasının uygulanmayışına başlanmıştır (bkn: Ek 3).

Tablo 2: KKTC'de İnternet Üzerinden Yayın Yapan Televizyon ve Radyolar

İNTERNET YAYINI OLAN TELEVİZYONLAR	İNTERNET YAYINI OLAN RADYOLAR	
	Ada FM	Posta FM
Ada TV	AS FM	Radyo Mayıs
AS TV	Bayrak Radyosu	Radyo ODTÜ
BRT 1	Byrak International	Radyo Enerji
BRT 2	Bayrak FM	Radyo Güven
Genç TV	Bayrak Klasik	Radyo Vatan
Kıbrıs TV	Radyo 5	Radyo Vatan Türkü
LAÜ TV	First FM	Vatan Nihavent
Sim TV	Cool FM (R1)	Sim FM
	CapitalcityRadio	UKÜ FM
	Dance FM	YDÜ TV - FM
	DAÜ TV	Haadis FM
	DAÜ FM	Kıbrıs FM
	Dream Live FM	LAÜ FM
	Radio Play FM	Radyo Juke
	IskeleDisc FM	

¹⁴ http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=6ac52c35-c1e4-4c7f-9768-53b851dd1cae; Erişim Tarihi: 7 Mart, 2014

Ön görüşme sırasında özellikle nitelikli eleman çalıştırılması konusunda sıkıntı yaşandığı belirtilmiştir (bkn: Ek 3). Medya sektöründe halihazırda çalışanların tam zamanlı- yarı zamanlı çalışma statüleri, gerek kurumsallık, gerekse de programların niteliği açısından önemlidir. Tablo:3 deki veriler, tam ve yarı zamanlı çalışan dağılımının oranını, hatta profesyonellikten uzak bir gönüllülük esasının sektörde neredeyse bir genel teamül olduğunun görülmesi açısından düşündürücüdür. Telif hakları konusu da bu tutum çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Tablo 3: Medya Kurum ve Kuruluşlarında Çalışan Sayısı

Kuruluş	Tam Zamanlı	Yarı Zamanlı	Gönüllü	Asistsan	Stajyer	Toplam
YDÜ	5			1		6
LAÜ	5		12			17
OTDÜ			29			29
DAÜ	5	5	18			28
UKÜ	4					4
Radyo Mayıs	3	1	1			5
Radyo Güven	10	4				14
Radyo Vatan	9	7				16
Genç TV - First FM	28	7				35
Açık Radyo			3			3
Ada TV	18		2		3	23
As TV	2	6				8
Radyo Juke	5	2	4			11
Kanal T	16	18 (Dışarıdan Programcı)				34
Fog TV	36				2	38
Play FM	2	2	4			8
Kıbrıs TV	14	4	13			35
Kıbrıs FM	1	2				3
Havadis	3	2	4			9
Sim FM	1	1	1			3
Dance FM	12	6	4			22
adyo Enerji	12	6	4			22
Radyo Plus	12	6	4			22
Retro Radio	12	6	4			22
Posta FM	12	6	4			22
Sim TV	14		19		3	36

Dream Live	Çalışanları Yok Şeklinde Beyanda Bulundular					
------------	---	--	--	--	--	--

BRT	Akitli Kaşiyeli	Daimi İşçi	Sözleşmeli	Yarı Zamanlı Kaşiyeli	Gönüllü	Kadrolu
	368	3	34	34	3	155
Toplam						597

Medya kurumlarının sahiplik yapısının sektör üzerindeki etkisi öngörüşme sırasında en çok konuşulan konulardandır (bkn:Ek 3). Medya sektörü içerisinde sahiplik konusunda Tablo:4 ve Tablo:5 da görülen dağılım söz konusudur. Sahiplik yapısının **mali ve idari yapılanmayı olumsuz etkileyişi, demokratik katılım ve fikir özgürlüğü** için bir olumsuzluk teşkil etmesi, Güney Kıbrıs'ta bu durumun Kuzey'deki gibi belirsiz olmayışının oradaki sektör için bir avantaj olduğu yine Ek:2 ve Ek:3'de belirtilmektedir. Sahiplik yapısının doğrudan etkili olduğu tüm katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Tablo 4: Kurum Sahiplik Yapısı (yerli ve yabancı yatırımcı açısından)

Kuruluş	Yerli Yatırımcı	Yabancı Yatırımcı	Toplam
Açık Radyo	7		7
Ada TV	5		5
Akdeniz TV-FM	7		7
Capitalcity	5		5
Cool FM	5		5
Dance FM	7		7
Dream Live	5		5
Fog TV-FM	5		5
Genç TV-First FM	5		5
Havadis	5		5
İskele Disc FM	5		5
Kanal T	4	1	5
Radyo Mayıs	8		8
Kıbrıs TV-FM	5		5

Eerji	7		7
Radjo Juke	5		5
Radjo Play FM	5		5
Radjo Plus	6		6
Retro Radio	5		5
As TV-FM	5		5
Sim FM	13		13
Sim TV	5		5
Posta FM	5		5
Kıbrıslı	6		6
Dialog TV-FM	6		6
Turkish TV-FM	4	1	5

Üniversiteler ve devlet yayın organları.

Tablo 5: Yatırımcısı KKTC Yurttaşı olan Kuruluşlar

KKTC Televizyonlar	KKTC Radyolar	
Ada TV	Açık Radyo	LAÜ FM
Star Shopping TV	Ada FM	Radjo Juke
Sufi TV	Akdeniz FM	Retro Radio
Londra Türk Televizyonu	AS FM	Posta FM
Rahmet TV	Bayrak Radyosu	Radjo Mayıs
Akdeniz TV	Bayrak International	Radjo ODTÜ
AS TV	Bayrak FM	Radjo Enerji
BRT 1	Bayrak Klasik	Radjo Güven
BRT 2	Radjo 5	Radjo Plus
Genç TV	First FM	Radjo Vatan
TNC TV	InterFirst FM	Radjo Vatan Türkü
DDEL TV		Vatan Nihavent
DAÜ TV	Cool FM (R1)	Sim FM
Fog TV	CapitalcityRadio	UKÜ FM
GAÜ TV	Capital Türk	YDÜ TV - FM
Kanal T	Capital Publishing Ltd. Şti.	Havadis FM
Kıbrıs TV	Dance FM	Turkish Radjo
LAÜ TV	Dance Ltd. Şti.	Diyalog Radjo
Sim TV	DAÜ FM	
YDÜ TV	Dream Live FM	
Turish TV	Radio Play FM	
Diyalog TV	Fog FM	
	GAÜ FM	

Görsel ve İşitsel medya organlarının en önemli sorun olarak ortaya koyduğu küçük olan reklam pastasından yeteri kadar pay alamamak, frekans dağılımı ve BRT'nin tüm verici istasyonlarının bulunduğu noktalardaki hakimiyeti olarak özetlenebilir (Ek:2-3). BRT tüm yayın kuruluşlarının ilki olması nedeni ve kamu sektörüne ait kuruluş yapısıyla özel medya kurumları tarafından özellikle Devlet'in taraflı davrandığı bir kurum olarak görülmektedir. Görüşmeler sırasında BRT'nin tekelinde bulunan verici istasyonlarında belli kira ödeyerek vericilerini yerleştirmelerine rağmen, özellikle elektrik kesintileri gibi durumlarda araçlarının BRT tarafından korunmadığı, bundan kaynaklanan zararları kendilerinin karşılamak durumunda olduklarından bahsedilmiştir. Ayrıca BRT'nin devletin olanaklarını kullanması nedeniyle haksız bir rekabetin gerçekleştiği söylenmektedir. Özellikle özel radyolar bu konuyla ilgili sıkıntılarını BRT'nin frekans kullanımına kendi istediği ölçüde izin verdiği, vericilerinin güvende olmadığı ve teknik donanım ve eleman kapasitesinin yüksek olmasına rağmen kendilerinden daha iyi maddi koşullara sahip oluşundan söz etmişlerdir. BRT özel sektör gözünde kamu kaynaklarının kullanıldığı "hantal" bir yapıya sahiptir.

Bilgi Teknolojileri ve Haberleşme Kurumu (BTHK)'nın kurulmasıyla birlikte¹⁵, frekans spektrumunun verimli ve kaliteli kullanımını teşvik etmek ve mevcut yerlerin verimli kullanılmasını garanti etmek amacıyla her türden radyo vericilerinin yerleştirilmesini koordine etmek, inceleme ve tahsislerini yapma gibi daha önce YYK'nın yetki alanında olan konularda yetkili kılınmıştır.

1.1.3 Yeni Medya- İnternet ve İnternet Gazeteciliği

KKTC'de internet gazetesi olarak yayın yapan ilk örnek Kıbrıs Postası'dır. Son dönemde baskı gazete olarak da çıkmaya başlamış, ulusal gazeteler arasında, internet gazetesiyle baskıya geçmiş tek örnektir. Bunun dışında sadece Yenidüzen gazetesi baskısı ile birbir aynı olmayan, sürekli yenilenen sayfaya sahip olan, gerçek anlamda bir internet gazetesi mantığı ile çalışan

¹⁵ <http://www.bthk.org/hakkimizda/> ; Erişim Tarihi: 7/03/2014

ikinci örnektir. Ulusal gazetelerinde internet sayfaları vardır ve okuyucunun ulaşp takip etmesi mümkündür. Ancak internet gazetesi mantığı ile çalışılmamaktadır.

KKTC’de internet üzerinden yayın yapan gazetelerin listesi aşağıdaki gibidir:

- www.haberkibris.com,
- www.kibrispostasi.com,
- www.haberkktc.com,
- www.kibristime.com,
- www.kibrismanset.com,
- www.kuzeypostasi.com,
- www.kibrissondakika.com,
- www.gundemkibris.com,
- www.kibrisonlinehaber.com,
- www.kibrisadahaber.com,
- www.gazete360.com,
- www.kibris724.com

Ön görüşme sırasındaİnternet Gazeteciliği’ne yönelik hukuksal boşluğun olduğu ve bu durumun Kuzey Kıbrıs’taki medya sektörü için önemli bir sorun teşkil ettiği özellikle belirtilmiştir. Bu sorun hakkında özellikle görüş bildiren sivil toplum kuruluşlarından biri Medya Etik Kurulu’dur. Etik Kurul bir deklarasyon yayınlayarak ilkelerini medya sektörü ve halkla paylaşmıştır¹⁶. Medya Etik Kurul üyesi olan Gazeteciler Birliği başkanı ön görüşme yapılan STK temsilcilerinden biri olarak kurulun ortaya çıkış nedenini “Hemen hemen her gün etik dışı yayınlarla

¹⁶<http://www.kibristime.com/kibris/medya-etik-kurulu-deklarasyonu-imzalandi-h14734.html>;

Erişim Tarihi:

7/03/2014

karşılaşıyoruz”diyerek ifade etti. Yine ön görüşme yapılan kuruluşlardan biri olan Medya Etik Kurulu temsilcisi, baskı gazetelerdeki etik ihlalleri için bir caydırıcılıkları olmaya başladığını ancak bunun internet gazeteleri üzerinden henüz gerçekleşmediğini belirtti. Bunun da internet gazeteleri için herhangi bir yasal yaptırımın olmamasına bağladı. Ayrıca Medya Etik Kurulu’nun YYK gibi yasal yaptırımı olan bir oluşum olmayışının caydırıcılık anlamında olumsuzluk yarattığı vurgulandı. Tutanaklarda da rastlanacağı gibi (bkn: Ek 3) Medya Etik Kurulu, YYK ve Kıbrıs Türk Basın Konseyi’nin tek bir çatı altında toplanması gerektiği görüşünü savunan yaklaşımlara da rastlandı. Yenidüzen (United Media Group) gazetesi temsilcisi Ombudsmanlık sisteminin hayata geçmesinin bu konuda pozitif bir ivme kazandıracığı üzerinde durdu. Medya Etik Kurulu temsilcisi bu konunun en iyi şekilde medya kurumlarında kendi öz denetim mekanizmalarını sağlayacakları noktasına geldiklerinde çözüleceğini belirterek Yenidüzen temsilcisine yakın bir görüş sergiledi. YYK’nun Medya Etik Kurulu konusundaki yaklaşımı ise zaman zaman yetki alanlarını aştıkları yönünde. Kurulun bir STK olduğunu, yasa ile düzenlenmiş bir yapısının olmadığı ve aldığı kararların çoğunda yanlışlık gözlemlediklerini de tesbit olarak eklediler. Özel televizyon ve radyo temsilcileri kendilerinin YYK’nın ilkelerine tabi olduklarını belirtip Medya Etik Kurulu’nun kendileri üzerinden herhangi bir yaptırımının bulunmadığına dikkat çektiler (bkn: Ek 3).

1.1.3.2 Sosyal Medya

KKTC sınırları içerisinde Sosyal Medya kullanımı gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Siyasi kişilikler arasında en çok kullanılan Sosyal Paylaşım sitesi olan Twitter’ı kullanan KKTC Görüşmeci Temsilcisi Kudret Özersay¹⁷, 4.161 takipçisiyle sıklıkla kullanan kişi olarak görülmektedir. Ayrıca, Demokrat Parti- UG Lefkoşa Milletvekili Hasan Taçoy¹⁸, KKTC Dış İşleri Bakanı Özdil Nami¹⁹, 2.853 takipçisiyle yine sıklıkla kullanan siyasi kişiliktir. Diğer bir sosyal medya platformu olan Facebook’u sıklıkla kullanan siyasi kişilik CTP Lefkoşa Milletvekili Doğuş Derya²⁰, yine CTP Milletvekili Fazilet Özdenefe Kürşat²¹, KKTC

¹⁷ <https://twitter.com/KudretOzersay>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

¹⁸ <https://twitter.com/hasantacoy>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

¹⁹ <https://twitter.com/ozdilnami>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

²⁰ <https://www.facebook.com/dogus.derya.7?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

Görüşmeci Temsilcisi Kudret Özersay²², Demokrat Parti-UG Genel Başkanı Lefkoşa Milletvekili Serdar Denktaş²³, ve yine Demokrat Parti- UG Lefkoşa Milletvekili Hasan Taçoy²⁴ olarak görülmektedir.

KKTC'deki siyasi partilerde görev yapan milletvekillerinin Facebook ve Twitter üzerinden yaptıkları paylaşımların bazen resmi açıklamalardan önce geldiği de görülmektedir. Kudret

Özersay eski görevinden istifasını bir twitter mesajı ile duyurmuştu²⁵. Doğuş Derya KKTC Meclis'inde yaşanan bir tartışmayı Sosyal Medya platformuna taşıyıp eleştiri de bulunmuştu²⁶.

1.2 KKTC Medya Sektörüne Yönelik Diğer Yapılanmalar

KKTC'de yukarıda açıklanan medya türleri yanında devletin veya medya mensuplarının farklı amaçlarla oluşturdukları aşağıdaki yapılarda medyanın işlevinde ve sürdürülebilirliğinde potansiyel etkide bulunmaktadır.

1.2.1 Devlet Odaklı Yapılanma

1.2.1.1 Yayın Yüksek Kurulu

Kısa adı YYK olan Yayın Yüksek Kurulu, ülkemizdeki radyo ve televizyonların faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemekle yükümlü bir kamu kurumu olarak 21 Temmuz 1997 yılında kurulmuştur. “39/97 Sayılı Kamu ve Özel Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası” kapsamında oluşturulan kurul, sekiz üyesi Cumhuriyet Meclisi'nde grubu bulunan siyasi partilerin göstereceği adaylar ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı tarafından atanacak bir üyeden olmak üzere toplam dokuz üyeden oluşur. Özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde kurulan Yayın Yüksek Kurulu (YYK) Radyo ve televizyon

²¹ <https://www.facebook.com/fazilet.ozdenefe?fref=ts> ; Erişim Tarihi: 7/03/2014

²² <https://www.facebook.com/kudret.ozersay?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

²³ <https://www.facebook.com/serdar.denktas.9> , Erişim Tarihi: 7/03/2014

²⁴ <https://www.facebook.com/hasan.tacoy.3?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

²⁵ <http://gundem.bugun.com.tr/kktcde-istifa-soku-haberi/194901>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

²⁶ <http://www.haberalkibrisli.net/dogus-derya-mi-kandirildi-halk-mi-kandiriliyor-makale,2044.html>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

yayıncılık faaliyetlerini düzenlemeği amaçlamaktadır²⁷.

1.2.1.2 Türk Ajansı Kıbrıs (TAK)

TÜRK AJANSI-KIBRIS (TAK), Kıbrıs Türk halkının haklı davasını dünyaya duyurmak için 21 Aralık 1973’de ilk bültenini yayınlayarak faaliyete geçmiştir²⁸. 41/1983 Sayılı Türk Ajansı - Kıbrıs (Tak) (Kuruluş, Görev Ve Çalışma Esasları) Yasasına göre ; kamu tüzel kişiliğine sahip Ajansın KKTC’de ve dünyada yaşanan olay, olgu ve gelişmeleri çağdaş habercilik ilkeleri ve tarafsızlık ilkesi doğrultusunda haberleştirmek ve halkın bilgisine sunmakla sorumludur

1.2.1.3 Enformasyon Dairesi

46/1988 Sayılı yasayla oluşturulan " Enformasyon Dairesi”nin kuruluş amacı, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin sesini yurtiçi ve yurtdışı duyurmak, enformasyon, tanıtma ve aydınlatma 'hizmetlerini yerine getirmektedir. Dairenin başlıca görevleri şunlardır:

- Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin basın ve yayın işlerini yürütmek;
- İç ve dış basını ve yayınları izleyip değerlendirmek ve devlet yararına gerekli önlemlerin alınmasını sağlâmak;
- Türkçe ve yabancı dillerde gazete, dergi, basın bültenleri, kitap, broşür, afiş ve resimler hazırlayarak Devletin resmi politikası doğrultusunda tanıtma, aydınlatma ve enformasyon hizmetlerini gerçekleştirmek;
- Yurt dışında yaşayan Kıbrıslı Türklerle ilgilenmek, onların Kıbrıs'a ilgi ve desteğini devam ettirmelerini amaçlayan yayınlar ve etkinlikler gerçekleştirmek, aynı şekilde onların da eylemli bir biçimde devletin dış politikasının yönlendirilmesinde uğraş vermelerini teşvik etmek; ve
- Çeşitli amaçlarla ülkemize gelen yabancı basın-yayın mensuplarıyla temaslar kurarak onların davamız ve halkımızla ilgili görüş ve kanaatlerini olumlu yönde geliştirmek²⁹.

²⁷ <http://www.kktcyyk.org/?q=node/15>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

²⁸ <http://www.turkajansikibris.net/index.php/lang/tr/cat/13>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

²⁹ <http://www.trncinfo.org/tr-tr/enformasyondairesiyasas%C4%B1461988.aspx>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

1.2.1.4 Tanıtma Dairesi

19/ 1988 Sayılı Tanıtma Dairesi (Kuruluş Görev Ve Çalışma Esasları) Yasası, Tanıtma Dairesine medya ile bağlantısı olabilecek görevler vermektedir. Şöyle ki, ilgili yasanın 5(1) maddesine göre Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetini dış ülkelerde, uluslararası platformlarda ve içte bilimsel ve çağdaş yöntemlerle devlet politikası ve hükümet programı esas alınarak bu Yasa kuralları çerçevesinde tanıtma ve aydınlatma (bilinçlendirme) hizmetlerini, yerine getirmek ve bu alanda hizmet veren tüm kuruluşların gayretlerini aynı hedef doğrultusunda yönlendirmek Tanıtma Dairesi'nin temel görevleri arasındadır. Ayrıca, Tanıtma Dairesi görevlerinde (Madde 5) belirtilen istikamette görev yapan yurtiçi ve yurtdışı kuruluşlarla işbirliği ve koordinasyonda bulunabilir, gerektiğinde bu kuruluşlardan veya uzantılarından proje bazın danışman temin edebilir veya danışma kurulu kurabilir³⁰.

1.2.1.5 Bilgi Teknolojileri Ve Haberleşme Kurumu (BTHK)

Bilgi Teknolojileri Ve Haberleşme Kurumu'nun tabi olduğu 6/2012 Sayılı Elektronik Haberleşme Yasası'nın amacı, elektronik haberleşmeyi düzenlemek için bağımsız bir organın kurulması, elektronik haberleşme sektöründe düzenleme ve denetleme yoluyla etkin rekabetin tesisi, tüketici hak ve menfaatlerinin gözetilmesi ve korunması amacıyla düzenlemelerin yapılması, ülke genelinde elektronik haberleşme hizmetlerinin yaygınlaştırılması, kaynakların etkin ve verimli kullanılması, haberleşme alt yapı, şebeke ve hizmet alanında teknolojik gelişimin ve yeni yatırımların teşvik edilmesi ve bunlara ilişkin usul ve esasların belirlenmesidir. Kurul, bir üyesi Cumhurbaşkanı tarafından, üç üyesi Bakanın önerisi ile Bakanlar Kurulu tarafından, iki üyesi Cumhuriyet Meclisi'nde grubu bulunan ve en fazla üyeye sahip iki siyasal parti tarafından sunulup Cumhuriyet Meclisi tarafından ve bir üyesi Kıbrıs Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, Ticaret Odası ve Sanayi Odası'nın birlikte belirleyecekleri ve Bakanlar Kurulu tarafından atanacak toplam yedi üyeden oluşur.

1.2.2 Sivil Toplum Örgütleri

1.2.2.1 Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği

³⁰ <http://www.pro.gov.ct.tr/tr-tr/yanmenu/yasalar.aspx>; Erişim Tarihi: 28 Şubat, 2014

Birliğin tüzüğüne göre başlıca amacı gazetecilik mesleğini korumak ve gazetecileri meslekleri içinde maddi ve manevi yönleriyle ilerletmektir. Gazeteciler Birliği bu amacın gerçekleşebilmesi için şu çalışmaları yapar: Mesleki dayanışmayı sağlar; Üyelerin mesleklerini en iyi şekilde icra etmeleri için maddi ve manevi yardımlarda bulunur; Meslek mensuplarının sosyal güvencelerinin sağlanması konusunda girişimlerde bulunur, hak ve özgürlüklerini kollar ve korur; Basın mesleğinin onurunun korunması ve gelişmesi yönünde hizmet verir; Üyelerinden çalışan ve çalıştıranların karşılıklı hak ve yararlarını meslek dayanışması çerçevesinde uzlaştırmaya çalışır; Mesleki hak ve özgürlüklerin savunulması için gazeteciliği kamu makamları ve diğer kuruluşlar önünde temsil eder; ve Üyelerin ülke içinde ve dışında yapacağı mesleki temaslarda kolaylıklar sağlar, benzer kuruluşlarla ilişkilerin gelişmesi yönünde girişimlerde bulunur³¹.

1.2.2.2 Medya Etik Kurulu

Medya Etik Kurulu'nun oluşturulmasına yönelik ilk adım, Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği tarafından 8 Ocak 2011 tarihinde, KTGB lokalinde düzenlenen “Medya Etik Deklarasyonu Buluşması” isimli toplantıda atıldı. Toplantıda, Medya Etik Deklarasyonu oluşturulması için çalışmalara başlanması kararı alındı. 2013 yılı başında çalışmalarını hızlandıran Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği Yönetim Kurulu, diğer meslek örgütleriyle de ilişkiye geçerek, bu örgütlerle birlikte Medya Etik Kurulu Deklarasyonu’nu hazırladı. 1 Nisan 2013 tarihinde düzenlenen basın toplantısıyla duyurulan Medya Etik Kurulu Deklarasyonu’na Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği (KTGB) Başkanı Hüseyin Güven, Kıbrıs Türk Spor Yazarları Derneği (KTSYD) Başkanı Ogün Genç Kaçmaz, Haber Kameramanları Birliği Temsilcisi Savaş Leylek, Kıbrıs Türk Karikatürcüler Derneği Başkanı Hüseyin Çakmak, Bayrak Radyo Televizyon Kurumu Çalışanları Sendikası (BAY-SEN) Başkanı Salih Sakallı imza koydu. Bu Deklarasyon ile imzası bulunan örgütler ve basın-yayın kuruluşları, KKTC’de yayıncılık alanında etik kodlara uyulması konusunda aktif çaba sarf etmek üzere oluşturulan ‘Medya Etik Kurulu’nun çalışmalarına katkı koyacaklarını ve kurulun alacağı kararlara uyacaklarını taahhüt ve kabul etmişlerdir³².

1.2.2.3 Dış Basın Birliği

³¹ <http://www.gazetecilerbirligi.com/index.php?men=545&submen=0>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

³² <http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/medya-etik-kurulu-deklarasyonu/>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

15 Şubat 1992 tarihinde kurulan Dış Basın Birliği'nin (DBB) ilk yönetim kurulu başkanlığını Özer Hatay yapmıştır. DBB'nin 8. Genel Kurul'u 28 Şubat 2009'de yapılmış ve başkanlığa şuanki başkan Fevzi Tanpınar seçilmiştir. Birliğin temel amacı; üyelerin haklarını korumak, sosyal ve mesleki ilişkileri geliştirmek, yerli ve yabancı basın mensupları arasında dayanışmayı sağlamaktır³³.

1.2.2.4 Diğer Sivil Toplum Örgütleri

KKTC'de medyaya doğrudan veya dolaylı olarak oluşturulan diğer sivil toplum örgütleri arasında Kıbrıs Türk Spor Yazarları Derneği (KTSYD), Haber Kameramanları Birliği, Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti ve Kıbrıs Türk Basın Konseyi de bulunmaktadır.

1.2.3 Özel Haber Ajansları

Kamu kuruluşu niteliğinde TAK haricinde KKTC'de aynı zamanda özel haber ajansları da faaliyet göstermektedir. Bunlar arasında en önde gelenleri Akdeniz Haber Ajansı (AHA), Mağusa Haber Ajansı³⁴, Foto Arca Haber Ajansı, Lefkoşa Haber Ajansı, Uludağ Haber Ajansı, Uluslararası İlişkiler Ajansı (İNAF) ve Karaca Haber Ajansı'dır. Bunların yanında KKTC bağlantısı olan Anadolu Ajansı (AA), International Affairs Agency (INAF) ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) başlıca yabancı ajanslar arasındadır³⁵.

1.2.4 Sendikal Yapılanma

KKTC'de sadece Türk Ajansı Kıbrıs (TAK) ve Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRTK) da örgütlü olan salt medyaya ilişkin kurulan Basın Emekçileri Sendikası (Basın-Sen) ve Bayrak Radyo Televizyon Kurumu Çalışanları Sendikası (BAY-SEN) faaliyette bulunmaktadır.

1.3 KKTC Medya Sektörü Paydaş Duyarlılıkları

KKTC Medya sektörü temsilcileri, STK'lar ve YYK ile Ek 3'te görüldüğü gibi ön görüşmeler

³³ <http://www.disbasinbirligi.com/htm/tuzuk.htm>; Erişim Tarihi: 27 Şubat, 2014

³⁴ <http://www.pro.gov.ct.tr/tr-tr/yanmenu/kktchakk%C4%B1nda/medya.aspx>; Erişim Tarihi: 28 Şubat, 2014

³⁵ <http://www.edevlet.eu/goster.aspx?Uc=tr-TR&grp=0&subid=30>; Erişim Tarihi: 28 Şubat, 2014

yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda sektörün genelde görüş birliğine vardığı gerekse statüleri nedeniyle farklılaşan görüşleri Ek: 2’te özetlenmektedir. Görüşmeler sonucunda KKTC Medya sektörünün sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen yapısal sorunlarla ilgili aşağıdaki ön saptamalar yapılabilir:

- **Kamu Medya Kurumlarının Haksız Rekabet Yaratması**, özellikle de BRT örneği verilerek rahatsızlık dile getirilmiştir. BRT’nin devlet olanaklarını kullanması, buna karşı özel medya kuruluşlarının mali destek almadan (Kıbrıs Sorunu nedeniyle Avrupa Sınırötesi Yayın Anlaşması’nın uygulanmamasından dolayı reklam gelirlerinin azlığı nedeniyle devlet katkısı bekleniyor) ayakta kalmaya çalıştıkları, Devlet İlan Kurumu gibi bir yapının olmayışından küçük reklam pastasının dahi adil bölüşümünün mümkün olmadığı vurgulanmıştır.
- **Kamu Medya Kurumlarının Özerklik Sorunu**, hem kamu hem de özel sektörm medya kuruluşları için bir sıkıntı olduğunu söylemek yanlış olmaz. Kamu kuruluşları yönetim kurullarının siyasi atama ile belirleniyor oluşu, siyasilerin etki alanları içinde kurumların bulunması gerçeğini gündeme getiriyor. Bu nedenle özerk bir yapının oluşmasının çok da mümkün görülmediği ortak tesbitler arasında. Özel sektör medya kuruluşlarında ise özellikle sahiplik yapısının, ve onun devlet ile ticari ilişkilerinin özerk olabilmeyi güçleştirdiği fikri öne çıkıyor.
- **Özel Medya Kurumlarının Kurumsallaşma Sorunu**, çözülmedikçe gerçek anlamda 4. Kuvvet etkisi yapacak bir medya yapılanmasından bahsetmenin imkansızlığı vurgulanıyor. Kurumsallaşmanın, yasa değişiklikleri ve mali güçlenme ile daha da kolaylaşacağı, özellikle özel sektör de yaşanan sendikasız çalışma, özlük hakları ihlalleri, editoryal özgürlük kısıtlılığı, fikir özgürlüğü ve demokratik katılımın güçlüğü gibi sorunların çözüme kavuşacağına dikkat çekildi. Yasaların denetleme ve sansür niteliği taşıması aksine düzenleyici olmasına vurgu yapıldı.
- **Özel Medya Kurumlarının Mali Özerklik Sorunu**, kamu ve özel sektör sorunlarından biri olarak gözükmemektedir. BRT’nin bütçesinin tamamına yakını çalışanların maaş ödemelerine gitmekte bu nedenle verimli kullanılamayan bir bütçe yapısı ile karşılaşmaktadır. Özel sektör de ise sorun reklam pastasının küçüklüğüdür. Gazete tirajları ile radyoların dinlenme ve televizyonların izlenirlik oranlarının ölçülmemesi kaynaklı bilgi eksikliğinin girdileri

etkilediği, bunun ise mali özerkliğin sağlanmasını güçleştirdiği konusuna dikkat çekiliyor.

- **Özel Medya Patronlarının Ticari İşlerinin Yarattığı Çıkar İlişkisi**, medya sektöründe uzun süredir çalışan kurum ve kuruluş sahibi, yönetici ya da çalışanın üstünde durduğu en büyük sorunlardan biri olarak karşımıza çıkıyor. Özellikle medya haberlerinin güvenilirliği konusunda, patronların diğer işleri nedeniyle kurdukları ticari ilişkinin sektörün geleceğine olumsuz etki yapacağına inanılıyor.
- **Yazılı Medya Türlerinin Denetim Sorunu**, bu sorun Medya Etik Kurulu’nun kurulmasıyla aşılmaya çalışılmış. Sektör temsilcilerinin tamamen ret eden bir tavır olmamasına karşın Kurul’un yetki ve sorumluluklarının yasa ile tanımlanmasını, etki ve denetimleri altında olacak grubun sınırlarının çizilmesini istedikleri ortadadır. Medya Etik Kurulu ile ilgili olarak çalışma alanının belirsizliği noktasında bir sıkıntı yaşandığı gösleniyor.
- **Sosyal Medya Türlerinin Denetim Sorunu**, yeni bir alan olarak görülüyor. Sosyal Medya’nın ülkenin siyasi kişilikleri tarafından da yaygın biçimde kullanılmaya başlaması sektör aktörlerinin dikkatini çekmiştir. Ancak o platformla ilgili herhangi bir düzenlemenin olmayışının özellikle kişilik haklarına ihlalin yolunu açtığı da göz ardı edilmiyor.
- **İnternet Gazeteciği’ne Yönelik Hukuksal Boşluk**, Yeni Medya olarak adlandırılan grup içerisinde yer alan bu iletişim biçimi, beraberinde hukuksal boşlukları da gündeme taşımış durumda. Özellikle künyesi olmayan internet gazeteleri konusunda genel bir şikayet var. Bu şekilde yayın yapmalarına Medya Etik Kurulu’nun kınama noktasında dahi müdahil olamaması, baskı gazetelerin aynı haberi yaptığında yasal yaptırımla karşı karşıya kalırken internet gazetelerinin buna tabi olmaması rahatsızlık konusu. Medya etik konusundaki sıkıntının aşılabilmesi için internet gazetelerinin künyelerinin olması gerektiği ve bir düzenleme ile çerçevelendirilmesi gerektiği düşünülüyor. BTHK’nın bu konu ilgili olarak nasıl önlem alacağı bekleniyor.
- **Yayın Yüksek Kurulu’nun İşlevi**, genel olarak bir memnuniyet söz konusu ancak yine de kamu kurumlarının uygulamalarına karşı duyulan güvensizliğin devam ettiğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle YYK’nın daha etkin biçimde ve yeniden düzenlenerek işlevsel hale getirilmesi özel medya kurumlarının beklentiler içinde.

- **Medya Sektörü İçin KKTC Ölçeğinin Yetersizliği**, önceki başlıklarda da görüleceği üzere özellikle reklam pastasının yetersizliği noktasında ölçeğin küçüklüğüne yapılan vurgu dikkati çekiyor. Yeni kuruluşların açılmasına izin verilmemesi gerektiği görüşmeler sırasında özel radyo ve televizyonların yönetici ve sahipleri tarafından özellikle belirtilen konular arasında. Çok fazla radyo ve televizyon kanalının açılmasının halihazırda küçük olan reklam pastasından alınan verimi iyice düşüreceği ve şu an ayakta olanların dahi yaşamakta güçlük çekeceği, sürdürülebilirlik noktasında geri dönüşü olmayan sıkıntıların yaşanacağına dikkat çekiliyor.
- **Medya Çalışanlarının Maaş ve Özlük Hakları Sorunu**, özellikle özel sektör medya kuruluşlarında çalışanlar için büyük bir sorun olarak ortaya çıkıyor.Özel sektör kurulları arasından sadece United Medya Group gazetesi olan Yenidüzen çalışanları sendikal hakka sahipler. Yasal kesintilerin yapılmasına rağmen yatırımların olmayışı, sağlık güvencesi yoksunluğu, emeklilik birikimi havuzunda yer almamaları en önemli sorunlar arasında. Bu yaşamsal eksikliklerin yasalar ile düzenlenmesini, gerektiğinde iş verene karşı yaptırım uygulanmasını, gelir ve sosyal haklar noktasında adaletsiz yaklaşımın Devlet kontrolünde düzeltilmesi talebini dile getiriyorlar. Bu durumun devamı halinde sektörün nitelikli eleman çalıştırma güçlüğünü yaşamak zorunda kalacağını, kişilerin iş güvencesi ve sosyal haklar olmadan çalıştırılmasının çalışma yasalarında bir suç olduğunu ancak bu yasaların öngördüğü yaptırımların Devlet tarafından uygulanmadığının altını çiziyorlar.
- **Medya Çalışanlarının İkinci İşte Çalışması ve Potansiyel Çıkar İlişkileri**, bu durumun öncelikle iş güvenliği ve sosyal hakların verilmemesi nedeniyle ortaya çıkmış bir durum olduğunu söylemek yanlış olmaz. KKTC'deki özel sektöre bağlı diğer bir çok meslek alanında yaşanan bir sorun olduğu gibi Medya Sektörü açısından da bir problemdir. Özel kuruluşların gerek devlet gerekse başka iş sahipleri ile ticari ilişkilerinin varlığı, medya organlarının halkı her zaman doğru bilgilendirmesi gerektiği ilkesinin yani medya etiğinin işlerlik kazanamamasının nedeni olarak ortada duruyor. Patronların ticari ilişkileri, editoryal özgürlük, medya etiği ve halkın doğru haber alma özgürlüğünün önündeki önemli engellerden biri.
- **Medya Sektöründe Etik ve Yaptırım Sorunu**, radyo ve televizyon yayınlarında YYK

tarafından kontrol edilerek giderilmeye çalışılıyor. Yazılı basın için Medya Etik Kurulu devreye sokulmuş. Ancak Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevini yerine getirmemesi sektör temsilcileri için bir zafiyet olarak geçerliliğini koruyor. Bu konunun çözümü için Ombudsmanlık sisteminin hayata geçirilmesi gerektiği vurgulandı. Yasalarla yapılacak düzenleme kadar kurumların kendi iç yapılarında medya etiğini özümsemelerinin önemine dikkat çekildi.

- **Kıbrıs Sorunu ve Tanınmamışlığın Medya Sektörüne Yarattığı Olumsuzluklar,** ön görüşme yapılan tüm sektör temsilcilerinin hem fikir oldukları konuların başında sorunun devam etmesi geliyor. Kıbrıs Sorunu'nun çözümsüzlüğünün tanınmamayı gündemde tutuşu, sektör de yaşanan sorunların ve gelecekte yaşanması muhtemel olanların nedeni olarak tesbit ediliyor. Dünya tarafından tanınmamak, uluslararası sistem içine girmemek, yapısal ve mali sorunlardan, kurumsallaşma, fikir özgürlüğü ve demokratik katılıma, spektrum kullanımından, reklam pastasının büyümesine, tirajların artışından, çalışanların özlük haklarının güvence altına alınmasına dek bir çok sorunun kaynağı olarak Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu gösteriliyor.

2. KKTC MEDYASINA YÖNELİK TEMEL SAPTAMALAR

KKTC Medya sektörüne yönelik temel saptamalar aşağıdaki gibi “İzleyicilere Yönelik Araştırma Bulguları”, “Medya Paydaşlarına Yönelik Odak Grup Sonuçları”, “KKTC Medya Mevzuatına Yönelik Temel Saptamalar”, ve “KKTC Medya Etik’ine Yönelik Saptamalar” başlıkları altında açıklanacaktır. Bu saptamalar KKTC Medya sektörünün SWOT analizinin yapılmasına ve akabinde Vizyon ve Stratejik Hedeflerin belirlenmesine ışık tutacaktır.

2.1. İzleyicilere Yönelik Araştırma Bulguları

Demografik Bulgular

15 Nisan 2014- 19 Mayıs 2014 tarihleri arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yaşayan ve araştırmaya tabi tutulan deneklerin demografik özellikleri Tablo 6’da belirtilmektedir. Bu tablodaki veriler toplumsal yapılanmada cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş, medeni durum, yaşanan yer, aylık ekonomik gelir, meslek ve eğitim durumlarının dağılımı hakkında genel bir çerçeve çizmektedir. Anket çalışması sırasında soru yöneltilen deneklerin verdiği yanıtlar çerçevesinde hazırlanmış tablo ve yanıtların ortaya çıkarttığı bulguların yorumu aşağıda yapılmıştır.

Cinsiyet:Anket sorularına yanıt veren deneklerin %44.5’i kadın, %55.4’ü erkektir. Deneklerin cinsiyet gruplarına göre dağılımı toplumun cinsiyete dayalı nüfus dağılımı oranı dikkate alınarak yapılmıştır. Toplumsal duyarlılık tesbitinde seçilen deneklerin cinsiyet oranlarının doğru yansımaları, anket çalışmasının toplumun genel yapısını yansıtmaları noktasında önem oluşturmaktadır.

Çocuk Sahipliği:Soruların yöneltildiği denekler medeni durum ve çocuk sahipliği sorusuna %75’lik bir oranda evli ve çocuk sahibi olduklarını belirtirken, evli ancak çocuksuz olanların sayısı %8.3 olarak tesbit edilmiştir. Anket çalışmasına katılanlar arasında %16.5’i ise bu soruya evli olmadıkları yanıtını vermişlerdir.

Yaş:Anket sorularını yanıtlayan deneklerin yaş aralıkları; %12.9’u 18-25 yaş aralığı, %12.9’u 26-35 yaş aralığı, %24.1’i 36-45 yaş aralığı ve %42.1’i ise 46 yaş üstü yetişkinlerdir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayanların yaş ortalamalarının birbirlerine oranını ortaya koymaktadır. KKTC nüfusunda göze çarpan % 66.2 gibi bir yüzdenin 36 yaş ve üzeri oluşu gelecek 10 yılda hızla yaşlanan bir toplumun habercisidir. Çocuk ve genç nüfus oranı %33.8’de kalmıştır.

Eğitim Durumu:Soruların muhatabı deneklerin eğitim durumunda ortaya çıkan tablo; %34.0 İlkokul ve Orta Okul mezunları, % 38.9’u lise ve dengi okul mezunu, %21.9’u lisans ve ön lisans mezunu, %2.9’luk kısmı ise Yüksek Lisans ve Doktora derecesine sahip olduklarını göstermiştir.

Eğitim almış kişi sayısının toplamı % 97.7'lik bir çoğunluğu oluşturmaktadır. Sadece %2.2 gibi bir kısım denek okur-yazar olduğunu belirtmiştir. KKTC'de okur-yazar olmayan yoktur demek yanlış olmaz.

Meslek:Anket çalışması deneklerinin meslek gruplarına göre dağılımı şöyledir; Kamu çalışanı/emeklisi (belediyeler, KİT'ler, kooperatif, DAÜ ve LAÜ çalışanları dahil) %24.2, Özel sektör çalışanı/emeklisi %31.9,Özel sektörde işveren %4.2, Esnaf/zanaatkar % 5.1, Çiftçi/hayvancı % 2.5, Ev hanımı %23.2, Öğrenci % 8.5, Diğer %0.2'dir. Yanıtlardan çıkansonuçlardan biri KKTC'de çalışan/emekli nüfusun tahmin edildiği gibi ağırlıklı olarak devlet sektöründe istihdam edilmediğidir.

İkamet Edilen İlçe:KKTC yaşayan anket deneklerinin ikamet edilen yer sorusuna verdiği yanıt %31.6 ile Lefkoşa, %26.0 ile Mağusa, %19.6 ile Güzelyurt ve %10.6 ile İskele şeklindedir. Lefkoşa, ülkenin Başkent'i olması sebebiyle nüfusun en yoğun olduğu yerleşim yeri konumundadır.

Hanenin Ortalama Aylık Geliri:Anketi yanıtlayan deneklerin 0-1500 TL arası hane geliri olanların sayısı %11.2, 1501-3000 TL arası 49.6, 3001-5000 TL 28.6, 5001+ %10.6'dır.

Tablo 6: Demografik Bulgular

ÖZELLİK	KATEGORİ	YÜZDE (BİN KİŞİ ÜZERİNDEN)
Cinsiyet	Kadın	44,5
	Erkek	55,4
Çocuk Sahipliği	Evet	75,2
	Hayır	8,3
	Evli Değil	16,5
Yaş	18-25	12,9
	26-35	20,9
	36-45	24,1
	46+	42,1
Eğitim Durumu	Sadece okur yazar	2,2
	İlkokul/ortaokul mezunu	34,0
	Lise mezunu	38,9
	Üniversite mezunu	21,9
	Yüksek lisans ve doktora	2,9
Meslek	Kamu çalışanı/emeklisi (belediyeler, KİT'ler, kooperatif, DAÜ ve LAÜ çalışanları dahil)	24,2
	Özel sektör çalışanı/emeklisi	31,9
	Özel sektörde işveren	4,2
	Esnaf/zanaatkar	5,1
	Çiftçi/hayvancı	2,5
	Ev hanımı	23,3
	Öğrenci	8,5

	Diğer	0,2
İkamet Edilen İlçe	Lefkoşa	31,6
	Mağusa	26,0
	Girne	19,6
	Güzelyurt	12,2
	İskele	10,6
Hanenin Ortalama Aylık Geliri	0-1500 TL	11,2
	1501-3000 TL	49,6
	3001-5000 TL	28,6
	5001+	10,6

Medya Alışkanlıkları ile İlgili Bulgular

En Çok İzlenen Medya Organı: KKTC’de en çok izlenen medya organının %74.3'lük bir dilim ile televizyon olduğu Tablo 7’de belirtilmektedir. Televizyonu %4.6 ile gazeteler, %1.2 ile kamu ve özel sektör radyoları, binde 2 ile kitap, binde 1 ile sinema ve %19.6 ile internet erişimiyle sağlanan; sosyal medya kullanımı, internet gazeteleri, bloglar ve haber portalları takibi izlemektedir. Çıkan sonuçtan görüldüğü şekliyle internet üzerinden habere ulaşma tercihi televizyondan sonra ikinci sıradadır. Diğer medya entrümanlarının takip edilme tercihi ile aralarındaki fark kapatılabilir değildir.

Tablo 7: En Çok İzlenen Medya Organı

	YÜZDE
Televizyon	74,3
Gazete	4,6
Radyo	1,2
Kitap	,2
İnternet	19,6
Sinema	,1
Toplam	100

En Çok Bilgi-Enformasyon Sağlanan Medya Organı: Araştırmanın anket çalışması sırasında bilgi ve enformasyon sağlama açısından tercihlerin dağılımı Tablo 8’de yer almaktadır. Televizyon %59.1’lik bir dilimdedir ve bilgi alma aracı olarak en çok tercih edilmektedir. Gazeteler %13.5’lik orandadır ve ikinci sıradadır. %1.2 ile radyo, binde 7 ile kitap ve yine yükselen bir medya enstrümanı olarak internet %25.5’lik bir denek grubu tarafından tercih edilmektedir.

Tablo 8: En Çok Bilgi-Enformasyon Sağlanan Medya Organı

	YÜZDE
Televizyon	59,1
Gazete	13,5

Radyo	1,2
Kitap	,7
Internet	25,5
Toplam	100

Televizyon İzlemeye Günde Ortalama Ayrılan Vakit:Ankette günlük televizyon izleme için ayrılan ortalama vakitle ilgili soruya verilen yanıtın yüzdeler dağılımı Tablo 9'da verilmiştir. Televizyon için 0-2 saat arası zaman ayırdığını söyleyen %37.9, 2-4 saat arası izlediğini belirten %37.8, 4-6 saat arası televizyon izleyerek vakit geçiren %10.4'lük bir izler kitle ile 6 saatten fazla zaman geçirdiğini belirten %8.3'lük bir grup görülmektedir. Yöneltilen sorular arasında "izlemiyorum" seçeneğine verilen yanıt %5.5'tir. 0-2 saat arası televizyon izlediğini belirten deneklerin oranı, 2-4 saat izleyen kitle ile sadece 0.1'lik bir fark içermektedir.

Tablo 9: Televizyon İzlemeye Günde Ortalama Ayrılan Vakit

	YÜZDE
Izlemiyorum	5,5
0-2 saat arası	37,9
2-4 saat arası	37,8
4-6 saat arası	10,4
6 saatten fazla	8,3
Toplam	100

En Çok Televizyon İzlenen Saat Dilimi:Televizyon yayınlarının en çok izlendiği saatlerin tesbiti Tablo 10'da belirtilmektedir. 06:00-12:00 arası Sabah Kuşağı'ndaki izler oranı %5.8'dir. 12:01-17:00 Öğlen/Öğleden sonra Kuşağı'nı izleyenlerin sayısı %8.2'dir. 17:01-20:00 arası Haber Kuşağı'na dek yayınların takip oranı %11.9 olarak ankete yansımıştır. 20:01-00:00 saatleri arası Primetime ve 22:00'den sonraki Gece Kuşağı olmak üzere iki kısmı kapsamaktadır ve izleme oranı %72.9 olarak ankete yansımaktadır. 01:01-05:59 Gece Yarısı Kuşağı'nın izleyici oranı %1.3 iken hiç izlemediğini belirtenler binde 1'lik bir oranda kalmıştır. Görüldüğü üzere yoğunluklu televizyon yayınlarının izlendiği saatler %72.9'luk oranla saat 20:01-00:00 arasındır.

Tablo 10: En Çok Televizyon İzlenen Saat Dilimi

	YÜZDE
06:00-12:00	5,8
12:01-17:00	8,2
17:01-20:00	11,7
20:01-00:00	72,9
00:01-05:59	1,3

İzlemiyorum	,1
Toplam	100

Televizyonda En Çok İzlenen Program Türü:Ankete katılan deneklerinin en çok izledikleri televizyon program türüne verdikleri yanıtların yüzdelik dağılımı Tablo 11'de açıklanmıştır. Haber bülteni ve haber programlarının izlenme oranı %29.0, spor-müzik-eğlence programları %19.8, tartışma konuları %2.9, sinema filmleri %4.6, yerli dizi/filmler %35.7, magazin programları %2.8, yabancı filmler %1.4 çizgi film kuşağı binde 4, din ve ahlak programı binde 3, ekonomi programları yine binde 3 olarak görülmektedir. Tablo'nun en çarpıcı sonucu yerli dizi ve filmlerin %35.7'lik izlenme oranıyla ilk sırada yer alışıdır.

Tablo 11: Televizyonda En Çok İzlenen Program Türü

	YÜZDE
Haber bülteni ve haber program	29,0
Spor-Müzik-Eğlence	19,8
Tartışma konuları	2,9
Belgesel	2,9
Sinema filmleri	4,6
Yerli dizi/filmler	35,7
Çizgi film	,4
Magazin	2,8
Din ve ahlak programı	,3
Yabancı film	1,4
Ekonomi program	,3
Toplam	100

Televizyon İzlemekteki Asıl Amaç:Tablo 12'de ankete katılan deneklere televizyon izlemekteki asıl amaçları sorulmuştur. Bilgilenmek ve öğrenmek %35.3 yüzdeliğine yerleşirken eğlenmek ve vakit geçirmek yanıtı %59.3'lük bir oranda belirtilmiştir. Sosyalleşmek-çevreyle rahat iletişim kurmak %1.7, yalnızlığı paylaşmak %1.3, rahatlamak %1.2 oranda ankete yansımaktadır. Televizyon izlemenin sadece bir alışkanlık olduğunu belirtenler %1.3'lük bir dilimde kalmıştır. Tablo'dan çıkan en çarpıcı sonuç televizyonun bilgi ve öğrenme işlevinden ziyade %59.3'luk izler kitle tarafından eğlenme-vakit geçirme amaçlı izlendiğidir.

Tablo 12: Televizyon İzlemekteki Asıl Amaç

	YÜZDE
Bilgilenmek-öğrenmek	35,3
Eğlenmek-vakit geçirmek	59,3
Sosyalleşmek-çevreyle rahat iletişim kurmak	1,7
Yalnızlığı paylaşmak	1,3
Rahatlamak	1,2
Alışkanlık	1,3

Toplam	100
---------------	------------

En Çok İzlenen TV Kanalının Ülkesi: Uydu teknolojisi sayesinde KKTC'de bir çok ülkenin televizyon kanalı yayınları izlenebilmektedir. En çok izlenen televizyon kanalları ve bağlı olduğu ülkelerin ankete yansması Tablo 9'daki gibidir. KKTC ulusal televizyon kanallarının izlenme oranı %15.4 buna mukabil TC kökenli televizyon kanallarının izlenme oranı ise %84.2'dir. Üçüncü ülke televizyonlarının izlenme oranı binde 4'de kalmıştır. Türkiye televizyonlarının izlenmesi aynı dilin konuşulması ve o yayın kuruluşlarının program çeşitliliği sunabilmesindendir. Bu tesbitler Tablo 13b'de doğrulanmaktadır. Ayrıca Tablo 13'de çıkan sonucun televizyon izleme saat dilimini gösteren Tablo 10, televizyonda izlenen program türünün görüldüğü Tablo 11 ve televizyon izlemekteki amacın tesbit edildiği Tablo 12 ile paralellik göstermesi dikkat çekicidir. KKTC'deki televizyon izleyicisi Türkiye kanallarındaki dizi film kuşağını ağırlıklı olarak takip etmektedir.

Tablo 13: En Çok İzlenen TV Kanalının Ülkesi

	YÜZDE
KKTC	15,4
TC	84,2
Diğer	,4
Toplam	100

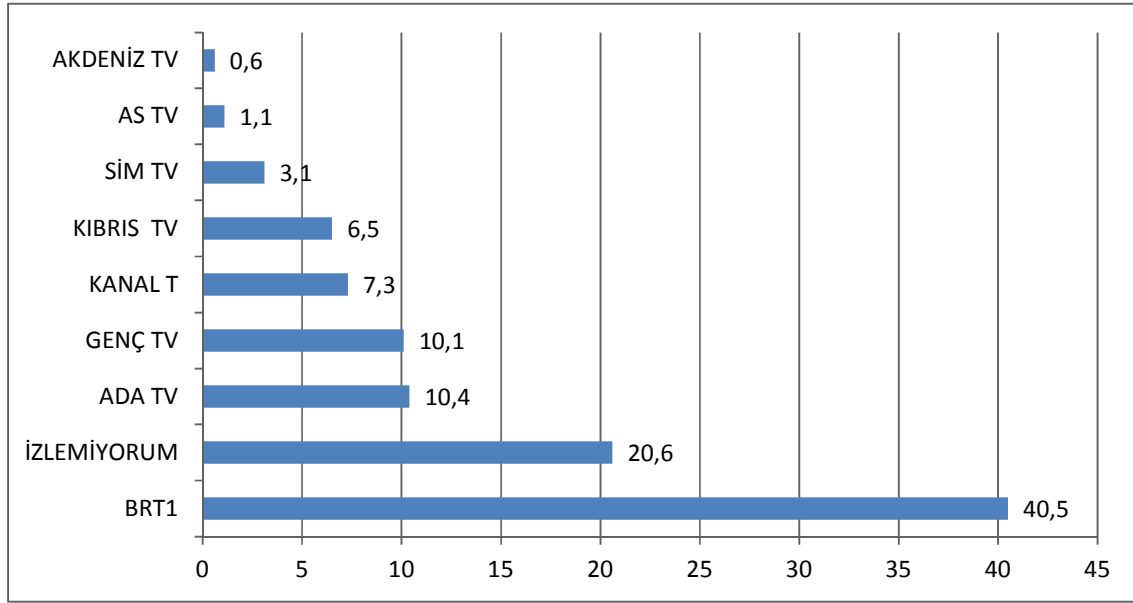
Genelde Belirli Ülke Kanallarını İzleme Nedenleri: İzleyicilerin genelde hangi ülke kanallarını izleme nedenleri Tablo 13b'de belirtilmektedir. Buna göre, genelde belirli ülke kanalı seyretmenin en önemli nedenleri ve oranları şöyle sıralanmaktadır; %26.9 oranla program çokluğu, %25.3 ile haber, %15.5 ile dizi filmler, %11.0 ile eğlence programları, %6.8 burada yaşadığı için, %6.6 kaliteli yapımlar olduğundan %3.5'i de vakit geçirmek amaçlı izlenmektedir. Anket denekleri %6.6 oranında Digitürk izlediklerini, binde 7'si ise üçüncü ülkelere ait televizyon kanallarını takip ettiklerini belirtmişlerdir. %6.8 gibi bir denek belirli ülke kanallarını izleme nedeni olarak burada yaşamalarını göstermişlerdir. Tablo 13'deki sonuçlar dikkate alındığında Tablo 13b'deki sorulara verilen yanıtlardan Türkiye'den yayın yapan televizyon kanallarının ağırlıklı olarak izlendiğini söylemek yanlış olmaz.

Table 13b: Genelde Belirli Ülke Kanallarını İzleme Nedenleri

	YÜZDE
Program çok	26,9
Haber	25,3
Burada yaşıyoruz	6,8
Yabancı Kanal	,7
Eğlence	11,0
Film dizi	15,5
Digiturk	3,7

Kalite	6,6
Vakit gecirme	3,5
Toplam	100

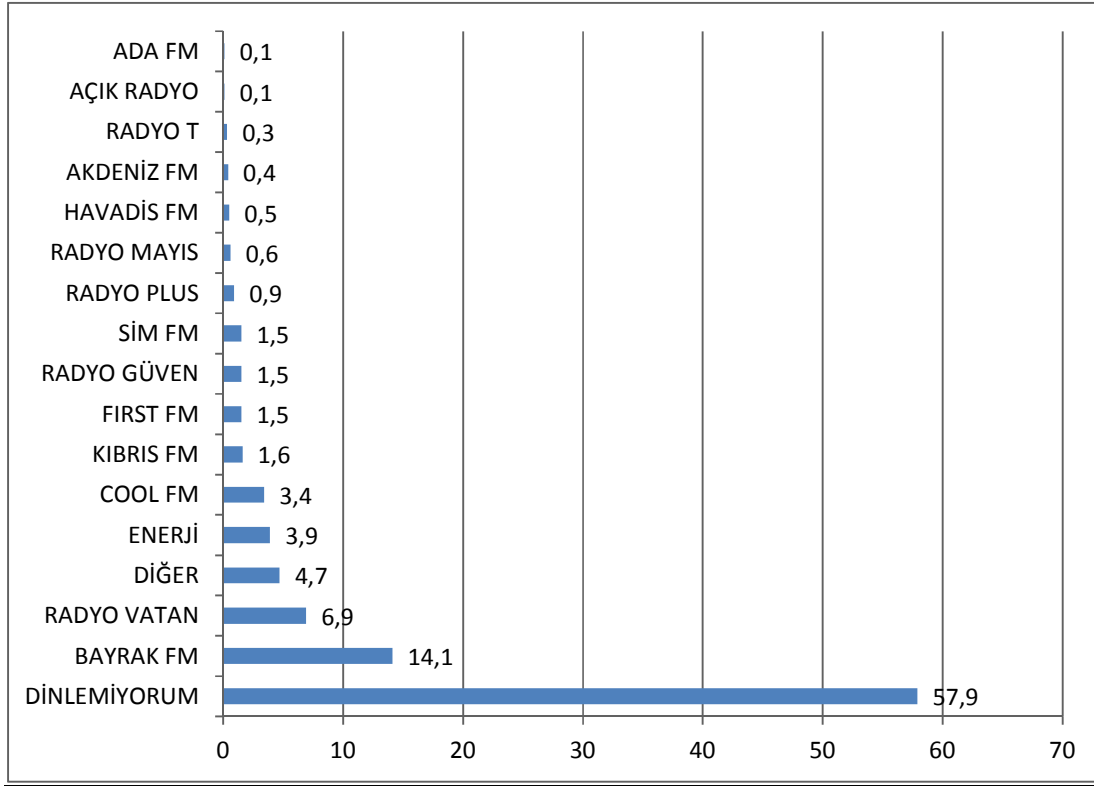
En Çok İzlenen KKTC Televizyonu: Şekil 1’de de görüldüğü gibi KKTC’de %40.5’lik bir oranla en fazla izlenen ulusal televizyon kanalıdır. Bunu sırasıyla %10.4 oranla ADA TV, %10.1 ile GENÇ TV, %7.3’le KANAL T, %6.5 ile KIBRIS TV, %3.1 oranıyla SİM TV, %1.1 ile AS TV ve %0.6 ile AKDENİZ TV gibi diğer özel sektöre ait televizyon kanalları izlemektedir. Ankete katılan deneklerin verdiği yanıtlar arasında en çarpıcı sonucu "izlemiyorum" yanıtını veren %20.6’lık kesim oluşturmaktadır. KKTC televizyon kanallarını hiç izlemediklerini belirten bu kesim muhtemelen çalışmak ya da okumak için Kuzey Kıbrıs’ta bulunan yabancılardır.



Şekil 1: En Çok İzlenen KKTC Televizyonu (%)

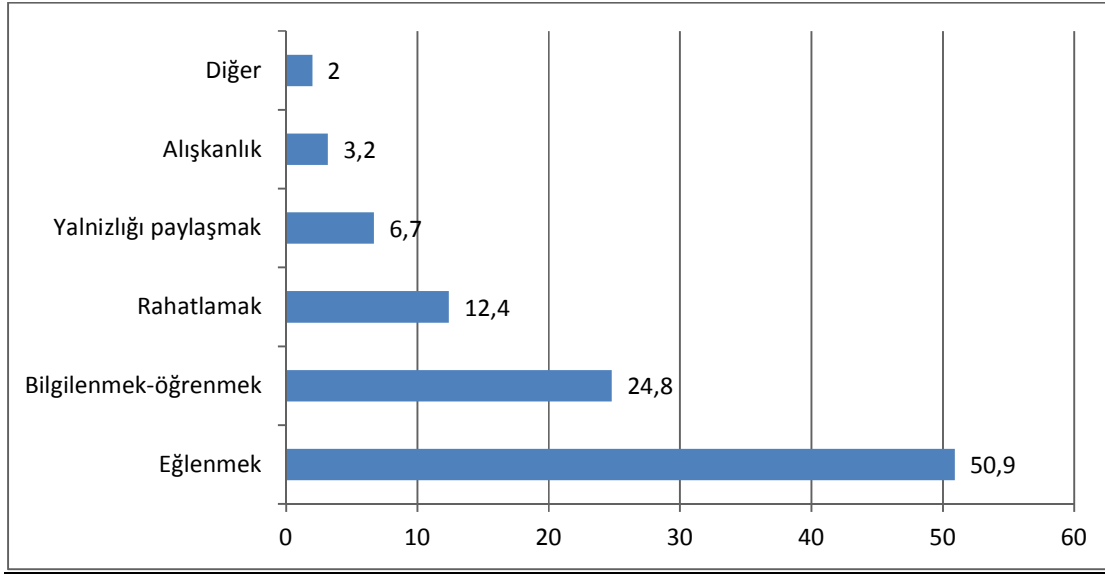
En Çok Dinlenen KKTC Radyosu: Şekil 2’de de görüldüğü gibi KKTC’de %14.1’lik bir oranla en fazla izlenen ulusal radyo BRT’dir. Bunu sırasıyla; RADYO VATAN %6.9, ENERJİ %3.9, COOL FM %3.4, KIBRIS FM %1.6, FIRST FM %1.5, RADYO GÜVEN %1.5, SİM FM %1.5, RADYO PLUS %0.9, RADYO MAYIS %0.6, HAVADİS FM %0.5, AKDENİZ FM %0.4, RADYO T %0.3, AÇIK RADYO %0.1 takip etmektedir. Anket deneklerinin %4.7’si soruya KKTC’den yayın yapmayan "diğer" radyoları dinlediklerini belirtmişler, %57.9’luk büyük bir grup ise hiç KKTC radyosu dinlemediğini söylemiştir. Şekil 1’de göze çarpan "KKTC televizyonlarını izlemem" tercihini kullanan deneklerden daha fazla bir oran KKTC’nin ulusal radyolarını dinleme tercihi göstermemektedir. Bu durum yine KKTC nüfusu içerisinde anket sonuçlarını etkileyecek oranda yabancı kökenli çalışan ve öğrencinin Ada da bulunduğunu işaret

etmektedir.



Şekil 2: En Çok Dinlenen KKTC Radyosu (%)

KKTC Radyosu Dinleme Nedeni: Şekil 3'te ankete katılan deneklere KKTC radyolarını dinleme nedenleri sorulmuştur. %50.9'luk bir kısım eğlenmek, %24.8'i bilgilenmek-öğrenmek, %12.4'ü rahatlamak, %6.7'si yalnızlığı paylaşmak, %3.2'si de alışkanlık olduğu için dinlediklerini belirtmişlerdir. Katılan deneklerin %2'si başka nedenler sıralamıştır. Dinlenen radyo kanallarının takip edilme nedeni olarak eğlenmek ilk sırada ve yarıdanbiraz fazla oranda **gözükmektedir**.



Şekil 3: KKTC Radyosu Dinleme Nedeni (%)

En Çok Radyo Dinlenen Saat Dilimi: Tablo 14'de radyo yayınlarının en çok dinlendiği saat dilimleri tesbit edilmiştir. Radyo, 06:00-12:00 arası %20,7, 12:01-17:00 arası %11,5, 17:01-20:00 arası 7,9, 20:01-00:00 arası %1,6, 00:01-05:59 arası da %1,2 yüzdelik oranıyla dinlenmektedir. %57,0'lık dilim de ise "dinlemiyorum" yanıtı verilmiştir.

Tablo 14: En Çok Radyo Dinlenen Saat Dilimi

	YÜZDE
06:00-12:00	20,7
12:01-17:00	11,5
17:01-20:00	7,9
20:01-00:00	1,6
00:01-05:59	1,2
Dinlemiyorum	57,0
Toplam	100

Gazete Okumaya Ayrılan Günde Ortalama Vakit: Tablo 15'de anket deneklerine günlük gazete okuma süreleri sorulmuştur. Günlük gazete okuma süreleri, 1-15 dakika arası %20,9, 16-30 dakika arası %19,1, 31-60 dakika arası %12,0, 1-2 saat arası 6,7, 2-4 saat arası binde 7 ve 4 saatten fazla ise binde 3 olarak tabloya yansımıştır. Tablo 15'de göze çarpan en önemli yüzdelik gazete okumayanların sayısındadır. Hiç gazete okumayanlar%40,3'tür.

Tablo 15: Gazete Okumaya Ayrılan Günde Ortalama Vakit

	YÜZDE
Okumuyorum	40,3

1-15 dakika arası	20,9
16-30 dakika arası	19,1
31-60 dakika arası	12,0
1-2 saat arası	6,7
2-4 saat arası	,7
4 saatten fazla	,3
Toplam	100

Gazete Okumadaki Asıl Amaç:Tablo 15'de gazete okuyucusu sayısı olarak ortaya çıkan %59.7'lik grubun gazete okumadaki amacı Tablo 16'de görülmektedir. Okur gruplar arasından %96.1'lik bir oran bilgilenmek-öğrenmek, %1.5'lik oran eğlenmek için, %1.9'luk kısım sosyalleşmek-çevreyle rahat iletişim kurmak için ve binde %'lik kısım da yalnızlığını paylaşmak için olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 16: Gazete Okumadaki Asıl Amaç

	YÜZDE
Bilgilenmek-öğrenmek	96,1
Eğlenmek	1,5
Sosyalleşmek-çevreyle rahat iletişim kurmak	1,9
Yalnızlığı paylaşmak	,5
Toplam	100

Gazetede En Çok Okunan Konu:Tablo 17, KKTC'dekigazetelerde en çok hangi konuların okunduğu hakkında fikir vermektedir. Güncel haberler %66.9 ile büyük bir farkla diğer konu başlıklarının önüne geçmektedir. %8.5 ile siyaset ve spor, %5.6 ile ekonomi, %4.4 ile köşe yazıları, magazin haberleri %3.6, bulmaca %1, dış politika haberleri binde 7 ve ölüm ilanları binde 8'lik bir dilimi kaplamaktadır.

Tablo 17: Gazetede En Çok Okunan Konu

	YÜZDE
Güncel Haber	66,9
Spor	8,5
Ekonomi	5,6
Siyaset	8,5
Dış politika	,7
Bulmaca	1,0
Magazin	3,6
Köşe Yazıları	4,4
Ölüm İlanları	,8
Toplam	100

Eve ve/veya iş Yerine Alınan KKTC ve TC Gazete Sayısı: Tablo 18'de KKTC'de satılan Ulusal ve Türkiye gazetelerinin ev/iş yerine satın alınma sayısı hakkında veri toplanmıştır. Sadece Türkiye gazetelerinden 1 tanesini alan grup %2.9, sadece Türkiye gazetelerinden 2 tanesini alan grup binde 8, sadece 1 tane KKTC gazetesi alan grup %39.6, 2 tane KKTC gazetesi alan %5.7, 1 tane KKTC 1 tane de Türkiye gazetesi alan grup %28.2, 2 tane KKTC 1 tane de Türkiye gazetesi alan grup %8.6, 1 KKTC 2 tane de Türkiye gazetesi alan grup %1.0, hem KKTC hem de Türkiye gazetelerinden birini 2'şer adet alan grup ise %3.9'luk bir dilim de yer almaktadırlar. %3.2'lik "diğer" kısmını yanıtlayan anket denekleri yanında, "hiç almıyorum" diyenlerin yüzdesi %6.2'dir. Tablo 18'deki sorulardan çıkan sonuç KKTC'de gazete alanların yüzdesinin %90.6 olduğudur.

Tablo 18: Eve ve/veya iş Yerine Alınan KKTC ve TC Gazete Sayısı

	YÜZDE
Hiç almıyor	6,2
0 adet KKTC, 1 adet TC	2,9
0 adet KKTC, 2 adet TC	,8
1 adet KKTC, 0 adet TC	39,6
2 adet KKTC, 0 adet TC	5,7
1 adet KKTC, 1 adet TC	28,2
2 adet KKTC, 1 adet TC	8,6
1 adet KKTC, 2 adet TC	1,0
2 adet KKTC, 2 adet TC	3,9
Diğer	3,2
Toplam	100

İnternete Bağlanma Sıklığı: Araştırma anketinin bir bölümü de yeni medya teknolojileri kullanım sıklığı ve yeni medya algısını ölçmek üzere tasarlanmıştır. Tablo 19'da internete bağlanma sıklığı ile ilgili yöneltilmiş soruların yanıtları bulunmaktadır. İnternete girme sıklığı şu şekilde tesbit edilmiştir; %23.0 oran günde 1-2 saat, günde 3-4 saat %13.5, günde 5-6 saat 4.8, günde 7-8 saat %2.6, 8 saat ve üzerinde internet kullanımı %10.5, haftada 1 kez binde 5, haftada 2-3 kez %1.2, onbeş günde 1kez kullanan binde 5 olarak görülmektedir. İnternet kullanmadığını belirtenlerin yüzdesi ise %43.4 olarak tesbit edilmiştir. İnternet kullanımı KKTC'de diğer medya enstrümanlarına oranla henüz daha azdır.

Tablo 19: İnternete Bağlanma Sıklığı

	YÜZDE
Hiç girmem	43,4
Günde 1-2 saat	23,0
Günde 3-4 saat	13,5
Günde 5-6 saat	4,8

Günde 7-8 saat	2,6
Günde 8 saat ve üzeri	10,5
Haftada 1	,5
Haftada 2-3 kez	1,2
Onbeş günde 1	,5
Toplam	100

İnternete Girilen Site Türleri:KKTC'de internet kullanıcısı oranının tesbit edildiği Tablo 20' de kullanıcıların internette giriş yaptıkları sitelerin konuları ve yüzdelikleri aşağıdaki şekildedir. Öğrenme, akademik çalışma, haber alma, iletişim ve e-devlet üst başlığı altında incelenecek olan grup; haber ve gazete siteleri %17.0, e-mail iletişim araçları %6.0, arama motorları %5, bilimsel veri tabanları %1.1, okul vb resmi işlemler için binde 4, ödev binde 2 şeklinde oranlara sahiptirler. Eğlence, vakit geçirme konusundaki başlıklar; spor %2.1, müzik-eğlence&fun club vb. gibi %2.8, forum-tartışma-oyun siteleri %2.0, sinema ve film izleme %3.5, erotik-port vb. siteler binde 9 olarak sıralanmıştır. Sosyalleşme alanı olarak internet kullanımı noktasında; Facebook -Twitter gibi sosyal medya kullanımı %58.0, Chat, arkadaşlık ve oyun siteleri ise %1.1 olarak tercihlerde gözükmemektedir. Tablo 19'da tesbit edilen internet kullanım sıklığı çok fazla olmasa da, kullanıcıların ağırlıklı olarak Facebook ve Twitter gibi düşünsel, haber, siyasi görüş vb. gibi çeşitli konularda iletişim içerisine girebilecekleri paydaşlarla karşılaşma olasılıkları yüksek ve Dünya'nın en yaygın sosyal paylaşım sitelerini tercih etmeleri dikkat çekicidir.

Tablo 20: İnternete Girilen Site Türleri

	YÜZDE
Haber ve gazete siteleri	17,0
Facebook twitter gibi sosyal medya	58,0
Spor	2,1
Müzik,eğlence&funclub vb	2,8
Forum-tartışma oyun siteleri	2,0
Bilimsel veri tabanları	1,1
Sinema ve film izleme	3,5
Arama motorları	5,0
Erotic – port vb siteler	,9
Chat, arkadaşlık ve oyun siteleri	1,1
Okul vb resmi işlemler için	,4
e-mail iletişim araçları	6,0
Ödev	,2
Toplam	100

Evde En Çok Kullanılan Kitle İletişim Aracı:Tablo 21'de evde en çok kullanılan kitle iletişim aracının hangisi olduğu konusu tesbit edilmiştir. %69.4 ile televizyon birinci sıradaki yerini

korurken, %25.3'lük oranla internet kullanımı ikinci sırada görülmektedir. Geleneksel iletişim araçlarından gazeteler %3.9 ve radyo dinleme oranı da %2.4 olarak gözükmemektedir.

Tablo 21: Evde En Çok Kullanılan Kitle İletişim Aracı

	YÜZDE
Televizyon	69,4
Internet	25,3
Gazete	3,9
Radyo	1,4
Toplam	100

Televizyon Seyrederken Çocuğun (Varsa) Meşguliyeti: Araştırma anketine yanıt veren deneklerin televizyon seyretme sürelerinde çocukların meşguliyetleri ile ilgili olup/olmadıkları Tablo 22'de ölçülmüştür. Ebeveynler televizyon izlediği sırada çocukların kendi odalarında, onlardan ayrı olduğunu söyleyenler %16.2, bizimle birlikte izliyorlar diyenler %15.7, çocukların o süreleri kendi derslerine çalışarak geçirdiklerini belirtenler %5.2, çocukların internet kullanarak zaman geçirdiklerini söyleyenler %9.5, çocukların oyun oynadıklarını ifade edenler %5.5 ve seçenekler dışında yanıt verenlerin oranı da binde 4 olarak görülmektedir. Soruyu yanıtlayan deneklerden %47.3'ü ise henüz çocuksahibi olmadıklarını beyan etmiştir. Tablo 22'nin en dikkat çeken noktası %16.2'lik kısımda yanıt veren ebeveynlerin kendileri televizyon izlerken çocuklarının ne ile meşgul oldukları konusunda bir fikirlerinin olmayışıdır.

Tablo 22: Televizyon Seyrederken Çocuğun (Varsa) Meşguliyeti

	YÜZDE
Bizimle televizyon seyrediyor	15,7
Ders çalışıyor	5,2
İnternette bulunuyor	9,5
Kendi odasında bizden ayrı	16,2
Oynuyor	5,5
Evde çocuk yok	47,3
Diğer	,4
Toplam	100

Medyanın İşlevine Yönelik Algılar ve Etki Düzeyine İlişkin Bulgular

KKTC'de medyanın işlevine yönelik algılar ve etki düzeyine yönelik bulgular yüzde analizi şeklinde Tablo 23'de yer almaktadır. Görüş belirtmeleri istenen konularla ilgili 'hiç katılmıyorum', 'katılmıyorum', 'kararsızım', 'katılıyorum', 'genellikle katılıyorum' seçeneklerinden birini tercih etmeleri istenmiştir. Tablo verilerini aşağıdaki gibi özetlemek

mümkündür:

Medyanın Genel Olarak Toplumun Değerlerine (Kültür, İnanç Vs) Saygılı Yayın Yapma Durumu:Ankete katılan deneklere yöneltilen soruya verilen yanıtlar ve yüzdelikleri; hiç katılmıyorum %3.1, katılmıyorum %31.7, kararsızım %10.3, katılıyorum %54.1, genellikle katılıyorum %0.8 şeklinde sıralanmaktadır.

Medyanın Evrensel Yayıncılık İlkeleri Doğrultusunda Olabildiğince Güvenilir Yayın Yapma Durumu:Medya yayınlarının güvenilirliğinin sorgulandığı sorunun yanıtlar ve yüzdelikleri;hiç katılmıyorum %4.0, katılmıyorum %38.5, kararsızım %13.2, katılıyorum %3.3, genellikle katılıyorum %1.0 olarak sıralanmaktadır.

Kamu Yayıncılığının Kamu Yararını Gözetme Durumu:Kamu yararının kamu yararını gözetmesi ile ilgili sorunun yanıt ve yüzdelik dağılımı; hiç katılmıyorum %3.0, katılmıyorum %40.9, kararsızım % 15.7, katılıyorum %39.6, genellikle katılıyorum %0,7 olarak sıralanmaktadır.

BRT'nin KKTC Demokrasisine Katkısı Yapma Durumu:KKTC devlet televizyonu BRT'nin toplumsal demokrasiye yaptığı katkı konusundaki sorunun yanıtı ve yüzdelik dağılımı; hiç katılmıyorum %4.0, katılmıyorum %48.0, kararsızım %12.4, katılıyorum %34.6, genellikle katılıyorum %1.0 olarak tabloya yansımıştır.

Özel Televizyonların Ülke Demokrasisine Katkı Yapma Durumu:Özel televizyonların demokrasi kültürüne katkısının deneklerin yanıtlarına göre tabloya yansıma yüzdesi; hiç katılmıyorum%3.4, katılmıyorum%49.0, kararsızım %14.4, katılıyorum %32.3, genellikle katılıyorum %0,92'dir.

BRT'nin Tarafsız ve Yansız Yayın Yapma Durumu:KKTC'de devlet televizyon kanalı BRT'nin tarafsız yayın politikasına olan inanç ve yüzdelik oranı şöyledir; hiç katılmıyorum %5.5, katılmıyorum %46.8, kararsızım %12.4, katılıyorum %34.0, genellikle katılıyorum %1,3'dür.

Özel Televizyonların Tarafsız ve Yansız Yayın Yapma Durumu:Özel televizyon yayınlarının tarafsızlığı konusundaki görüş ve yüzdelik oranı ise; hiç katılmıyorum %5.4, katılmıyorum %48.6, kararsızım %13.6, katılıyorum %31.3, genellikle katılıyorum %1.1 olarak görülmektedir.

Özel Televizyonların Ticari ve Siyasi İlişkilere Göre Tarafı ve Yanlı Yapma Durumu:Özel televizyon yayınlarının sahiplik yapısı doğrultusunda şekillenerek kurum sahibinin görüş, beklenti ve istekleri çerçevesinde geliştiği konusunda yöneltilen sorunun yanıtı; hiç katılmıyorum %1.6, katılmıyorum %30.1, kararsızım %13.4, katılıyorum %46.1, genellikle katılıyorum %8,8 biçimde yüzdeliklerle kendini göstermiştir.

Kişisel Çıkar Ve Ticari İlişkilere Göre Yanlı Haber Yapan Gazeteci Ve Köşe Yazarların

Mevcudiyeti:Kıbrıs Türk Basını'nda köşe yazarlığı yapan gazetecilerin objektif yayın yaptıkları konusundaki soruya; hiç katılmıyorum %1.1, katılmıyorum %9.4, kararsızım %16.5, katılıyorum %57.7, genellikle katılıyorum %15,3 yüzdelik oranlarla yanıt verilmiştir.

Medya Sektörünün Yolsuzlukları Önlemede Denetim İşlevi:

Yolsuzlukların önlenmesi konusu KKTC için de büyük bir sorundur. Ankete katılanlara yöneltilen bu soru Medya'nın 4. Kuvvet görevini yerine getirip getirmediği ile ilgilidir. Verilen yanıtların yüzdelik dağılımı; hiç katılmıyorum %7.4, katılmıyorum %42.8, kararsızım %22.4, katılıyorum %26.5, genellikle katılıyorum %0.9 şeklinde gerçekleşmiştir.

Medyanın Genelde Meslek Sırrı, Özel Hayatın Gizliliği, İftira, Hakaret, Kötüleme Ve Çocuk İstismarı Gibi Etik İlkeleri İhlal Etmeden Yayın Yapma Durumu:

KKTC Medya'sında yayın yapan televizyon kurumlarının medya etik kavramını içselleştirip yayın politikalarını bu doğrultuda belirleyip belirlemediklerinin deneklerdeki algısını ölçmeye yönelik bu soruya verilen yanıtlar; hiç katılmıyorum % 3.3, katılmıyorum % 24.9, kararsızım %19.2, katılıyorum %51.4, genellikle katılıyorum %1.2 şeklindedir.

Yayın Yüksek Kurulu'nun Görevini Etkin Olarak Yürütmekte Durumu:

Görsel Medya'nın denetlenme mekanizması olan YYK'nın görev tanımı içerisinde belirtilen denetimleri gerektiği gibi yapıp yapmadığını ölçmek amacıyla deneklere sorulan sorunun yanıtı; hiç katılmıyorum %2.6, katılmıyorum %34.0, kararsızım %32.1, katılıyorum %30.7, genellikle katılıyorum %0,6'dır.

Genel ve Diğer Alışveriş Kararlarında KKTC medya (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.)

Reklamlarının Etki Düzeyi:KKTC Medya sektörünün gelişip istihdam olanakları sağlaması için gereken kaynak olan reklamların izleyici üzerinde yarattığı algıyı tesbit için yöneltilen sorunun yanıtı; hiç katılmıyorum %9.0, katılmıyorum %36.5, kararsızım %4.3, katılıyorum %47.2, genellikle katılıyorum %3.0 oranlarındadır.

Devlet veya Belediye Gibi Kamu Kurumlarıyla Olan Resmi İşlemlerin Gerçekleşmesinde

Bilgilendirme ve Diğer Açılardan KKTC Medyasının Etki Düzeyi:KKTC Medyası'nın toplumsal algının oluşmasındaki etki düzeyinin ölçülmek istendiği soruya ankete katılan denekler; hiç katılmıyorum %6.3, katılmıyorum %35.0, kararsızım %15.9, katılıyorum %40.5, genellikle katılıyorum %2.3 yüzdelik oranlarıyla yanıt vermişlerdir.

Tablo 23: Medyanın İşlevine Yönelik Algılar ve Etki Düzeyi (Yüzde Analizi)

	Hiç Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Genellikle katılıyorum (%)
1. KKTC’de medya genel olarak toplumun değerlerine (kültür, inanç vs) saygılı yayın yapmaktadır	3,1	31,7	10,3	54,1	0,8
2. KKTC’de medya evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda olabildiğince güvenilir yayın yapmaktadır.	4,0	38,5	13,2	43,3	1,0
3. KKTC kamu yayıncılığı kamu yararını gözetmektedir.	3,0	40,9	15,7	39,6	0,7
4. BRT, KKTC demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır	4,0	48,0	12,4	34,6	1,0
5. KKTC’de özel televizyonlar ülke demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır	3,4	49,0	14,4	32,3	0,9
6. BRT tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır	5,5	46,8	12,4	34,0	1,3
7. Özel Televizyonlar tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır	5,4	48,6	13,6	31,3	1,1
8. KKTC’de özel televizyonlar ticari ve siyasi ilişkilere göre taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.	1,6	30,1	13,4	46,1	8,8
9. KKTC medya sektöründe kişisel çıkar ve ticari ilişkilere göre yanlı haber yapan gazeteci ve köşe yazarları bulunmaktadır.	1,1	9,4	16,5	57,7	15,3
10. KKTC medya sektörü yolsuzlukları önlemede denetim işlevi yapmaktadır.	7,4	42,8	22,4	26,5	0,9
11. KKTC medyası genelde meslek sırrı, özel hayatın gizliliği, iftira, hakaret, kötülleme ve çocuk istismarı gibi etik ilkeleri ihlal etmeden yayın yapmaktadır	3,3	24,9	19,2	51,4	1,2
12. Yayın Yüksek Kurulu görevini etkin olarak yürütmektedir.	2,6	34,0	32,1	30,7	0,6
13. Genel ve diğer alışveriş kararlarınızda KKTC medyasının (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.) reklamları etkilidir	9,0	36,5	4,3	47,2	3,0
14. Devlet veya belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerinizi gerçekleştirme, bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC Medyası etkilidir.	6,3	3 ,0	15,9	40,5	2,3

Medyanın Toplumsal İşlevine Yönelik Hipotezlerin Testi

Araştırmada genel olarak aşağıdaki hipotez ortaya konmaktadır:

Hipotez: KKTC Medyası yeterli düzeyde toplumsal işlev görmekte olup, alışveriş kararları ile resmi işlemlerin gerçekleşmesinde etkili durumdadır. Bu araştırma hipotezinin testi için ise aşağıdaki alt hipotezler formüle edilmiştir.

Alt Hipotez 1: KKTC’de medya genel olarak toplumun değerlerine (kültür, inanç vs) saygılı yayın yapmaktadır

Alt Hipotez 2: KKTC’de medya evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda olabildiğince güvenilir yayın yapmaktadır.

Alt Hipotez 3: KKTC kamu yayıncılığı kamu yararını gözetmektedir.

Alt Hipotez 4: BRT, KKTC demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır.

Alt Hipotez 5: KKTC’de özel televizyonlar ülke demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır.

Alt Hipotez 6: BRT tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır.

Alt Hipotez 7: Özel Televizyonlar tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır.

Alt Hipotez 8: KKTC’de özel televizyonlar ticari ve siyasi ilişkilere göre taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.

Alt Hipotez 9: KKTC medya sektöründe kişisel çıkar ve ticari ilişkilere göre yanlı haber yapan gazeteci ve köşe yazarları bulunmaktadır.

Alt Hipotez 10: KKTC medya sektörü yolsuzlukları önlemede denetim işlevi yapmaktadır.

Alt Hipotez 11: KKTC medyası genelde meslek sırrı, özel hayatın gizliliği, iftira, hakaret, kötüleme ve çocuk istismarı gibi etik ilkeleri ihlal etmeden yayın yapmaktadır.

Alt Hipotez 12: Yayın Yüksek Kurulu görevini etkin olarak yürütmektedir.

Alt Hipotez 13: Genel ve diğer alışveriş kararlarınızda KKTC medyasının (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.) reklamları etkilidir.

Alt Hipotez 14: Devlet veya belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerinizi gerçekleştirme, bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC Medyası etkilidir.

Yukarıdaki alt hipotezleri test etmek için kullanılan 14 soruluk ölçeğin güvenilirliğine yönelik yapılan Cronbach Alpha testi için 0.777 değeri bulunmuştur. Bu değer kabul edilen minimum değer olan .7’nin üzerindedir (George ve Mallery, 2001). Güvenilir bulunan bu ölçek kullanılarak Tablo 24’de görüldüğü gibi alt hipotezleri test etmek Tek-Grup T-Testi” uygulanmıştır. Buna göre 1 ile 5 arasında değişen Likert ölçeğine göre hesaplanan ortalamaların karasız (3) algısından istatistiki olarak farklı olup olmadığı test edilmiştir. Şöyle ki, bir alt hipotezin kabul edilebilmesi için hesaplanan ortalama değer % 5 anlamlılık seviyesinde (% 95 güven düzeyi) istatistiki olarak 3’den büyük olması gerekmektedir. Yani, hesaplanan değer belirtilen ifadeye ilişkin katılıyorum (4) veya kesinlikle katılıyorum (5) şeklinde yorumlanması gerekmektedir.

Tablo 24: Medyanın İşlevi ve Etki Düzeyine İlişkin “Tek-Grup T-Testi” (Test Değeri= 3)

ALT HİPOTEZ	ORTALAMA DEĞER
1. KKTC’de medya genel olarak toplumun değerlerine (kültür, inanç vs) saygılı yayın yapmaktadır	3,1780
2. KKTC’de medya evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda olabildiğince güvenilir yayın yapmaktadır.	2,9880*

3. KKTC kamu yayıncılığı kamu yararını gözetmektedir.	2,9409*
4. BRT, KKTC demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır	2,8060
5. KKTC’de özel televizyonlar ülke demokrasisine yeterli katkıyı yapmaktadır	2,7830
6. BRT tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır	2,7880
7. Özel Televizyonlar tarafsız ve yansız yayın yapmaktadır	2,7410
8. KKTC’de özel televizyonlar ticari ve siyasi ilişkilere göre taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.	3,3040
9. KKTC medya sektöründe kişisel çıkar ve ticari ilişkilere göre yanlı haber yapan gazeteci ve köşe yazarları bulunmaktadır.	3,7670
10. KKTC medya sektörü yolsuzlukları önlemede denetim işlevi yapmaktadır.	2,7070
11. KKTC medyası genelde meslek sırrı, özel hayatın gizliliği, iftira, hakaret, kötüleme ve çocuk istismarı gibi etik ilkeleri ihlal etmeden yayın yapmaktadır	3,2230
12. Yayın Yüksek Kurulu görevini etkili olarak yürütmektedir.	2,9270
13. Genel ve diğer alışveriş kararlarınızda KKTC medyasının (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.) reklamları etkilidir	2,9870*
14. Devlet veya belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerinizi gerçekleştirme, bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC Medyası etkilidir.	2,9750*

Ölçek: (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsız, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum), Cronbach Alpha: 0.777

* $p > .05$ olduğu için ortalama değer istatistiki olarak 3’den(kararsız) farksızdır.

Yukarıdaki “Tek-Grup T-Testi” sonuçlarına göre alt hipotezlerin testi ve yorumlanması aşağıdaki gibi yapılabilir:

Alt Hipotez 1: Kabul edilmiştir.

Alt Hipotez 2: Hipotezin kabulü veya reddi mümkün olmayıp yorum kararsız şeklindedir.

Alt Hipotez 3: Hipotezin kabulü veya reddi mümkün olmayıp yorum kararsız şeklindedir.

Alt Hipotez 4: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 5: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 6: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 7: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 8: Kabul edilmiştir.

Alt Hipotez 9: Kabul edilmiştir.

Alt Hipotez 10: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 11:Kabul edilmiştir.

Alt Hipotez 12: Reddedilmiştir.

Alt Hipotez 13: Hipotezin kabulü veya reddi mümkün olmayıp yorum kararsız şeklindedir.

Alt Hipotez 14: Hipotezin kabulü veya reddi mümkün olmayıp yorum kararsız şeklindedir.

Demografik Farklılıklara Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

Cinsiyet: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılamanın cinsiyete göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 25’de görüldüğü gibi “Bağımsız Gruplar İçin T Testi” uygulanmıştır. Sadece 13 ve 14. alt hipotezlerde anlamlı bir farka rastlanmazken diğer alt hipotezlerde istatistiki olarak farklılıklar tespit edilmiştir. Şöyle ki, kadınların hoşgörülerini değerlendirmelerine yansımış ve 12 alt hipotez açısından kadınlar her türlü medya için daha olumlu görüş belirtmişlerdir.

Tablo 25: Cinsiyete Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	CİNSİYET	FREKANS	ORTALAMA
1	KADIN	445	3,3191
	ERKEK	554	3,0632
2	KADIN	445	3,1079
	ERKEK	554	2,8899
3	KADIN	444	3,0203
	ERKEK	554	2,8791
4	KADIN	445	2,9056
	ERKEK	554	2,7274
5	KADIN	445	2,8966
	ERKEK	554	2,6895
6	KADIN	445	2,8764
	ERKEK	554	2,7184
7	KADIN	445	2,8697
	ERKEK	554	2,6354
8	KADIN	445	3,1438
	ERKEK	554	3,4350
9	KADIN	445	3,6989
	ERKEK	554	3,8213
10	KADIN	445	2,8270
	ERKEK	554	2,6119
11	KADIN	445	3,3124
	ERKEK	554	3,1498
12	KADIN	445	3,0247
	ERKEK	554	2,8502
	ERKEK	554	2,9765

Çocuk Sahibi Olma Durumu: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılamanın çocuklu olma durumuna göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 26’da görüldüğü gibi “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. Bu analize göre anlamlı farklılık gözlemlenen alt hipotezler 1, 5, 7,8, 10 ve 11’dir. Bu alt hipotezler açısından da cinsiyete benzer bir algılama ortaya

çıkmiştir. Çocuk sahibi olan izleyiciler genelde medyaya karşı daha olumlu değerlendirme yapmaktadırlar.

Tablo 26: Çocuklu Olma Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	ÇOCUKLU OLMA DURUMU	FREKANS	ORTALAMA
1	EVET	751	3,2370
	HAYIR	83	2,8795
	EVLİ DEĞİL	165	3,0545
5	EVET	751	2,8469
	HAYIR	83	2,5181
	EVLİ DEĞİL	165	2,6303
7	EVET	751	2,8083
	HAYIR	83	2,4578
	EVLİ DEĞİL	165	2,5818
8	EVET	751	3,2304
	HAYIR	83	3,6145
	EVLİ DEĞİL	165	3,4788
10	EVET	751	2,7617
	HAYIR	83	2,4699
	EVLİ DEĞİL	165	2,5818
11	EVET	751	3,2690
	HAYIR	83	2,9759
	EVLİ DEĞİL	165	3,1333

Yaş: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılamanın yaş durumuna göre farklı olup olmadığının tespiti için “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. Bu analizde, sosyal bilimler teorisi açısından açıklanabilecek anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Eğitim Durumu: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılamanın eğitim durumuna göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 27’de görüldüğü gibi “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. Bu analize göre 11, 13 ve 14 alt hipotezleri dışında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Eğitim durumu ile medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılarda göze çarpan temel bulgu eğitim düzeyi arttıkça medyanın toplumsal işlevine yönelik memnuniyetin azalmasıdır.

Tablo 27: Eğitim Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	EĞİTİM DURUMU	FREKANS	ORTALAMA
1	SADECE OKUR YAZAR	22	3,4091

	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,4088
	LİSE MEZUNU	389	3,1414
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,9909
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,1724
2	SADECE OKUR YAZAR	22	3,3182
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,2294
	LİSE MEZUNU	389	2,9589
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,7717
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	1,9655
3	SADECE OKUR YAZAR	22	3,3182
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	339	3,1770
	LİSE MEZUNU	389	2,8638
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,7534
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,3793
4	SADECE OKUR YAZAR	22	3,1364
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,1088
	LİSE MEZUNU	389	2,6864
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,5982
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,2069
5	SADECE OKUR YAZAR	22	3,0909
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,0059
	LİSE MEZUNU	389	2,7763
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,0160
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,0690
6	SADECE OKUR YAZAR	22	3,2727
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,0941
	LİSE MEZUNU	389	2,6607
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,5753
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,1724
7	SADECE OKUR YAZAR	22	3,0000
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	2,9618
	LİSE MEZUNU	389	2,7378
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,4749
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,0345
8	SADECE OKUR YAZAR	22	3,0455
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,0882
	LİSE MEZUNU	389	3,2751
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	3,5936
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	4,1724
9	SADECE OKUR YAZAR	22	3,2727
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,6147
	LİSE MEZUNU	389	3,7506

	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	4,0000
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	4,3448
10	SADECE OKUR YAZAR	22	2,9091
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	2,8971
	LİSE MEZUNU	389	2,6941
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,4977
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,1379
12	SADECE OKUR YAZAR	22	3,0000
	İLKOKUL/ORTAOKUL MEZUNU	340	3,1647
	LİSE MEZUNU	389	2,8715
	ÜNİVERSİTE MEZUNU	219	2,7489
	YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA	29	2,2414

KKTC’de medyanın toplumsal işlevine yönelik memnuniyet ile eğitim durumu arasındaki ters yönde ilerleyen bir ilişkinin olduğu Tablo 28’deki Korelasyon verilerinden de anlaşılmaktadır. Tablodan görüldüğü gibi 11, 13 ve 14 alt hipotezleri için eğitim ile medyanın toplumsal işlevi arasında ($p>.05$) olduğundan anlamlı bir ilişki sözkonusu değildir. Diğer alt hipotezler için ise eğitim düzeyi ile medyanın işlevine ilişkin düşük düzeyde negatif bir korelasyon ortaya çıkmaktadır.

Tablo 28: Eğitim Durumu ile Medyanın Toplumsal İşlevi Arasındaki Korelasyon

ALT HİPOTEZ NO		EĞİTİM DURUMU
1	Pearson Correlation	-,219(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
2	Pearson Correlation	-,232(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
3	Pearson Correlation	-,202(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	998
4	Pearson Correlation	-,229(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
5	Pearson Correlation	-,225(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
6	Pearson Correlation	-,235(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
7	Pearson Correlation	-,215(**)

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
8	Pearson Correlation	,220(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
9	Pearson Correlation	,212(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
10	Pearson Correlation	-,181(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
11	Pearson Correlation	-,058
	Sig. (2-tailed)	,069
	N	999
12	Pearson Correlation	-,214(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
13	Pearson Correlation	-,014
	Sig. (2-tailed)	,668
	N	999
14	Pearson Correlation	,035
	Sig. (2-tailed)	,263
	N	999

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Meslek: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin algılamaların meslek durumuna göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 29’da görüldüğü gibi “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. Bu analize göre de eğitim durumu gibi meslekte de 11, 13 ve 14 alt hipotezleri dışında diğer alt hipotezler açısından bazı meslek gruplarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Meslek grupları arasında tüm alt hipotezler için anlamlı farklılık sadece ev hanımı ile kamu/çalışanı arasında rastlanmıştır. Bunun dışında farklı alt hipotezler için ev hanımı ile diğer meslek grupları arasında da anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Ancak, ev hanımı dışındaki diğer meslek grupları arasında farklı anlamlı algılamalar tespit edilmemiştir. Tablo 29’dan da görülebileceği gibi ev hanımlarının diğer meslek gruplarına göre medyaya karşı memnuniyetleri (medyanın toplumsal işlevine ilişkin algıları) her açıdan daha yüksek düzeydedir.

Tablo 29: Meslek Durumuna Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	MESLEK DURUMU	FREKANS	ORTALAMA
1	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,9587
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	3,1630

	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	3,0714
	ESNAF/ZANAATKAR	51	3,1569
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	3,0800
	EV HANIMI	233	3,5236
	ÖĞRENCİ	85	3,0118
	DİĞER	2	2,5000
2	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,7479
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,9624
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,7381
	ESNAF/ZANAATKAR	51	3,1569
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,8800
	EV HANIMI	233	3,2790
	ÖĞRENCİ	85	3,0235
	DİĞER	2	2,5000
3	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,7769
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,9530
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,7619
	ESNAF/ZANAATKAR	51	3,0392
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	3,0800
	EV HANIMI	232	3,1767
	ÖĞRENCİ	85	2,7294
	DİĞER	2	1,5000
	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,6157
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,8401
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,6905
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,7843
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,9200
	EV HANIMI	233	3,0343
	ÖĞRENCİ	85	2,5882
	DİĞER	2	4,0000
5	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,6570
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,7618
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,5238
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,8235
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,8400
	EV HANIMI	233	3,0343
	ÖĞRENCİ	85	2,6000
	DİĞER	2	3,0000
6	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,5785
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,8150
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,7143
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,8235
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,8800
	EV HANIMI	233	3,0258

	ÖĞRENCİ	85	2,5765
	DİĞER	2	4,0000
7	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,5909
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,7053
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,5238
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,7255
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,8400
	EV HANIMI	233	3,0429
	ÖĞRENCİ	85	2,5412
	DİĞER	2	3,0000
8	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	3,4835
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	3,3292
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	3,4762
	ESNAF/ZANAATKAR	51	3,3529
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	3,2400
	EV HANIMI	233	2,9657
	ÖĞRENCİ	85	3,5529
	DİĞER	2	3,0000
9	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	3,9752
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	3,7649
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	3,8333
	ESNAF/ZANAATKAR	51	3,7647
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	3,8800
	EV HANIMI	233	3,5622
	ÖĞRENCİ	85	3,7176
	DİĞER	2	3,0000
10	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,5579
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,6771
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,5000
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,6667
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,7200
	EV HANIMI	233	2,9614
	ÖĞRENCİ	85	2,6588
	DİĞER	2	2,5000
12	KAMU ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	242	2,7149
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI/EMEKLİSİ	319	2,9404
	ÖZEL SEKTÖRDE İŞVEREN	42	2,9048
	ESNAF/ZANAATKAR	51	2,9412
	ÇİFTÇİ/HAYVANCI	25	2,9200
	EV HANIMI	233	3,1373
	ÖĞRENCİ	85	2,8706
	DİĞER	2	4,0000

İkamet Edilen İlçe: Medyanın toplumsal işlevine ilişkin ikamet edilen ilçeye göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 30’da görüldüğü gibi “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. Bu analize göre 2, 7, 8, 10, 13 ve 14 alt hipotezlerinde ikamet edilen ilçeye göre medyanın işlevine yönelik algılarda farklılık tespit edilmiştir. 2, 7, 8, 10 ve 13 alt hipotezlerinde genelde Lefkoşa’da ikamet eden izleyicilerin diğer ilçelerde ikamet edenlere göre daha farklı algılarının olduğu ortaya çıkmıştır. Şöyle ki, Lefkoşa’da ikamet eden izleyiciler diğer ilçere göre medyanın işlevine yönelik daha olumlu değerlendirme yapmışlardır. Ancak, “Devlet veya belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerinizi gerçekleştirme, bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC Medyası etkilidir” şeklinde ifade edilen 14. alt hipoteze göre sadece Girne’de ikamet edenler medyanın etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 30: İkamet Edilen İlçeye Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	İKAMET EDİLEN İLÇE	FREKANS	ORTALAMA
2	LEFKOŞA	316	3,1392
	MAĞUSA	260	2,9769
	GİRNE	196	2,7755
	GÜZELYURT	122	3,0492
	İSKELE	106	2,8868
7	LEFKOŞA	316	2,8703
	MAĞUSA	260	2,7731
	GİRNE	196	2,6582
	GÜZELYURT	122	2,5082
	İSKELE	106	2,6981
8	LEFKOŞA	316	3,1994
	MAĞUSA	260	3,2731
	GİRNE	196	3,3724
	GÜZELYURT	122	3,5164
	İSKELE	106	3,3208
10	LEFKOŞA	316	2,8671
	MAĞUSA	260	2,6538
	GİRNE	196	2,6071
	GÜZELYURT	122	2,6967
	İSKELE	106	2,5566
13	LEFKOŞA	316	3,0601
	MAĞUSA	260	2,9654
	GİRNE	196	2,9745
	GÜZELYURT	122	3,1475
	İSKELE	106	2,6604
14	LEFKOŞA	316	3,0158
	MAĞUSA	260	2,9308
	GİRNE	196	3,3316

	GÜZELYURT	122	2,8115
	İSKELE	106	2,4906

Hanenin Ortalama Aylık Geliri:Medyanın toplumsal işlevine ilişkin hanenin ortalama gelirine göre farklı olup olmadığının tespiti için Tablo 31’de görüldüğü gibi “Tek Yönlü Varyans Analizi” uygulanmıştır. 5, 7, 11 ve 13. alt hipotezlerin haricinde gelir ile medyanın işlevine ilişkin algılamada istatistikî farklılık tespit edilmiştir. Bilimsel açıdan yeterli ölçüde yorumlanamayacak 14. alt hipotez dışında hanenin gelir düzeyi ile medyanın işlevine ilişkin algılama ters yönlü bir ilişki ortaya koymaktadır. Şöyle ki, hanenin ortalama aylık geliri arttıkça medyaya ilişkin işlevsellik algılaması daha olumsuz hale gelmektedir.

Tablo 31: Hanenin Ortalama Aylık Gelirine Göre Medyanın Toplumsal İşlevi

ALT HİPOTEZ NO	HANENİN ORTALAMA AYLIK GELİRİ	FREKANS	ORTALAMA
1	0-1500 TL	112	3,3661
	1501-3000 TL	496	3,2641
	3001-5000 TL	286	3,1084
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,7642
2	0-1500 TL	112	3,2500
	1501-3000 TL	496	3,0444
	3001-5000 TL	286	2,9371
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,5849
3	0-1500 TL	112	3,3571
	1501-3000 TL	495	2,9758
	3001-5000 TL	286	2,8427
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,6038
4	0-1500 TL	112	3,1607
	1501-3000 TL	496	2,8508
	3001-5000 TL	286	2,6783
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,5660
6	0-1500 TL	112	3,1518
	1501-3000 TL	496	2,8367
	3001-5000 TL	286	2,6503
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,5472
8	0-1500 TL	112	3,2232
	1501-3000 TL	496	3,2661
	3001-5000 TL	286	3,3007
	5001 TL VE ÜZERİ	106	3,5755
9	0-1500 TL	112	3,3929
	1501-3000 TL	496	3,7520
	3001-5000 TL	286	3,8427

	5001 TL VE ÜZERİ	106	4,0283
10	0-1500 TL	112	2,7411
	1501-3000 TL	496	2,7480
	3001-5000 TL	286	2,7308
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,4151
12	0-1500 TL	112	3,1250
	1501-3000 TL	496	3,0101
	3001-5000 TL	286	2,7867
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,7075
14	0-1500 TL	112	2,6964
	1501-3000 TL	496	2,9778
	3001-5000 TL	286	3,1084
	5001 TL VE ÜZERİ	106	2,8962

KKTC’de medyanın toplumsal işlevine yönelik memnuniyet ile hanenin ortalama aylık geliri arasındaki ters yönde ilerleyen bir ilişkinin olduğu Tablo 32’deki korelasyon verilerinden de anlaşılmaktadır. Tablodan görüldüğü gibi 5, 7, 11, 13 ve 14 alt hipotezleri için hanenin ortalama aylık geliri ile medyanın toplumsal işlevi arasında ($p > .05$) olduğundan anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. Diğer alt hipotezler için ise hanenin ortalama aylık geliri ile medyanın işlevine ilişkin düşük düzeyde negatif bir korelasyon ortaya çıkmaktadır.

Tablo 32: Hanenin Ortalama Aylık Geliri ile Medyanın Toplumsal İşlevi Arasındaki Korelasyon

ALT HİPOTEZ NO		HANENİN ORTALAMA AYLIK GELİRİ (TL)
1	Pearson Correlation	-,158(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
2	Pearson Correlation	-,156(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
3	Pearson Correlation	-,183(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	999
4	Pearson Correlation	-,156(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
5	Pearson Correlation	-,058
	Sig. (2-tailed)	,066
	N	1000
6	Pearson Correlation	-,157(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
7	Pearson Correlation	-,056

	Sig. (2-tailed)	,075
	N	1000
8	Pearson Correlation	,077(*)
	Sig. (2-tailed)	,015
	N	1000
9	Pearson Correlation	,169(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
10	Pearson Correlation	-,074(*)
	Sig. (2-tailed)	,019
	N	1000
11	Pearson Correlation	-,018
	Sig. (2-tailed)	,566
	N	1000
12	Pearson Correlation	-,151(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	1000
13	Pearson Correlation	,014
	Sig. (2-tailed)	,662
	N	1000
14	Pearson Correlation	,061
	Sig. (2-tailed)	,053
	N	1000

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2.2. Medya Paydaşlarına Yönelik Ön Odak ve Odak Grup Sonuçları

KKTC Medya sektörü temsilcileri ile Ek 3'te görüldüğü gibi ön görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda sektörün genelde görüş birliğine vardığı gerekse statüleri nedeniyle farklılaşan görüşleri Ek: 2'te özetlenmektedir. Görüşmeler sonucunda KKTC Medya sektörünün sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen yapısal sorunlarla ilgili aşağıdaki ön saptamalar yapılabilir:

- **Kamu Medya Kurumlarının Haksız Rekabet Yaratması**, özellikle de BRT örneği verilerek rahatsızlık dile getirilmiştir. BRT'nin devlet olanaklarını kullanması, buna karşı özel medya kuruluşlarının mali destek almadan (Kıbrıs Sorunu nedeniyle Avrupa Sınırötesi Yayın Anlaşması'nın uygulanmamasından dolayı reklam gelirlerinin azlığı nedeniyle devlet katkısı bekleniyor) ayakta kalmaya çalıştıkları, Devlet İlan Kurumu gibi bir yapının olmayışından

küçük reklam pastasının dahi adil bölüşümünün mümkün olmadığı vurgulanmıştır.

- **Kamu Medya Kurumlarının Özerklik Sorunu**, hem kamu hem de özel sektörm medya kuruluşları için bir sıkıntı olduğunu söylemek yanlış olmaz. Kamu kuruluşları yönetim kurullarının siyasi atama ile belirleniyor oluşu, siyasilerin etki alanları içinde kurumların bulunması gerçeğini gündeme getiriyor. Bu nedenle özerk bir yapının oluşmasının çok da mümkün görülmediği ortak tesbitler arasında. Özel sektör medya kuruluşlarında ise özellikle sahiplik yapısının, ve onun devlet ile ticari ilişkilerinin özerk olabilmeyi güçleştirdiği fikri öne çıkıyor.
- **Özel Medya Kurumlarının Kurumsallaşma Sorunu**, çözülmedikçe gerçek anlamda 4. Kuvvet etkisi yapacak bir medya yapılanmasından bahsetmenin imkansızlığı vurgulanıyor. Kurumsallaşmanın, yasa değişiklikleri ve mali güçlenme ile daha da kolaylaşacağı, özellikle özel sektör de yaşanan sendikasıız çalışma, özlük hakları ihlalleri, editoryal özgürlük kısıtlılığı, fikir özgürlüğü ve demokratik katılımın güçlüğü gibi sorunların çözüme kavuşacağına dikkat çekildi. Yasaların denetleme ve sansür niteliği taşıması aksine düzenleyici olmasına vurgu yapıldı.
- **Özel Medya Kurumlarının Mali Özerklik Sorunu**, kamu ve özel sektör sorunlarından biri olarak gözükmeaktadır. BRT'nin bütçesinin tamamına yakını çalışanların maaş ödemelerine gitmekte bu nedenle verimli kullanılamayan bir bütçe yapısı ile karşılaşmaktadır. Özel sektör de ise sorun reklam pastasının küçüklüğüdür. Gazete tirajları ile radyoların dinlenme ve televizyonların izlenilirlik oranlarının ölçülmemesi kaynaklı bilgi eksikliğinin girdileri etkilediği, bunun ise mali özerkliğin sağlanmasını güçleştirdiği konusuna dikkat çekiliyor.
- **Özel Medya Patronlarının Ticari İşlerinin Yarattığı Çıkar İlişkisi**, medya sektöründe uzun süredir çalışan kurum ve kuruluş sahibi, yönetici ya da çalışanın üstünde durduğu en büyük sorunlardan biri olarak karşımıza çıkıyor. Özellikle medya haberlerinin güvenilirliği konusunda, patronların diğer işleri nedeniyle kurdukları ticari ilişkinin sektörün geleceğine olumsuz etki yapacağına inanılıyor.
- **Yazılı Medya Türlerinin Denetim Sorunu**, bu sorun Medya Etik Kurulu'nun kurulmasıyla aşılmaaya çalışılmış.Sektör temsilcilerinin tamamen ret eden bir tavrı olmamasına karşın

Kurul'un yetki ve sorumluluklarının yasa ile tanımlanmasını, etki ve denetimleri altında olacak grubun sınırlarının çizilmesini istedikleri ortadadır. Medya Etik Kurulu ile ilgili olarak çalışma alanının belirsizliği noktasında bir sıkıntı yaşandığı gözleniyor.

- **Sosyal Medya Türlerinin Denetim Sorunu**, yeni bir alan olarak görülüyor. Sosyal Medya'nın ülkenin siyasi kişilikleri tarafından da yaygın biçimde kullanılmaya başlaması sektör aktörlerinin dikkatini çekmiştir. Ancak o platformla ilgili herhangi bir düzenlemenin olmayışının özellikle kişilik haklarına ihlalin yolunu açtığı da göz ardı edilmiyor.
- **İnternet Gazeteciği'ne Yönelik Hukuksal Boşluk**, Yeni Medya olarak adlandırılan grup içerisinde yer alan bu iletişim biçimi, beraberinde hukuksal boşlukları da gündeme taşımış durumda. Özellikle künyesi olmayan internet gazeteleri konusunda genel bir şikayet var. Bu şekilde yayın yapmalarına Medya Etik Kurulu'nun kınama noktasında dahi müdahil olamaması, baskı gazetelerin aynı haberi yaptığında yasal yaptırımla karşı karşıya kalırken internet gazetelerinin buna tabi olmaması rahatsızlık konusu. Medya etik konusundaki sıkıntının aşılabilmesi için internet gazetelerinin künyelerinin olması gerektiği ve bir düzenleme ile çerçevelendirilmesi gerektiği düşünülüyor. BTHK'nın bu konu ilgili olarak nasıl önlem alacağı bekleniyor.
- **Yayın Yüksek Kurulu'nun İşlevi**, genel olarak bir memnuniyet söz konusu ancak yine de kamu kurumlarının uygulamalarına karşı duyulan güvensizliğin devam ettiğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle YYK'ın daha etkin biçimde ve yeniden düzenlenerek işlevsel hale getirilmesi özel medya kurumlarının, Basın Sendikası ve Gazeteciler Birliği de dahil olma üzere tüm paydaşların beklentileri içinde.
- **Medya Sektörü İçin KKTC Ölçeğinin Yetersizliği**, önceki başlıklarda da görüleceği üzere özellikle reklam pastasının yetersizliği noktasında ölçeğin küçüklüğüne yapılan vurgu dikkati çekiyor. Yeni kuruluşların açılmasına izin verilmemesi gerektiği görüşmeler sırasında özel radyo ve televizyonların yönetici ve sahipleri tarafından özellikle belirtilen konular arasında. Çok fazla radyo ve televizyon kanalının açılmasının halihazırda küçük olan reklam pastasından alınan verimi iyice düşüreceği ve şu an ayakta olanların dahi yaşamakta güçlük çekeceği, sürdürülebilirlik noktasında geri dönüşü olmayan sıkıntıların yaşanacağına dikkat

çekiliyor.

- **Medya Çalışanlarının Maaş ve Özlük Hakları Sorunu**, özellikle özel sektör medya kuruluşlarında çalışanlar için büyük bir sorun olarak ortaya çıkıyor.Özel sektör kurulları arasından sadece United Medya Group gazetesi olan Yenidüzen çalışanları sendikal hakka sahipler. Yasal kesintilerin yapılmasına rağmen yatırımların olmayışı, sağlık güvencesi yoksunluğu, emeklilik birikimi havuzunda yer almamaları en önemli sorunlar arasında. Bu yaşamsal eksikliklerin yasalar ile düzenlenmesini, gerektiğinde iş verene karşı yaptırım uygulanmasını, gelir ve sosyal haklar noktasında adaletsiz yaklaşımın Devlet kontrolünde düzeltilmesi talebini dile getiriyorlar. Bu durumun devamı halinde sektörün nitelikli eleman çalıştırma güçlüğünü yaşamak zorunda kalacağını, kişilerin iş güvencesi ve sosyal haklar olmadan çalıştırılmasının çalışma yasalarında bir suç olduğunu ancak bu yasaların öngördüğü yaptırımların Devlet tarafından uygulanmadığının altını çiziyorlar.
- **Medya Çalışanlarının İkinci İşte Çalışması ve Potansiyel Çıkar İlişkileri**, bu durumun öncelikle iş güvenliği ve sosyal hakların verilmemesi nedeniyle ortaya çıkmış bir durum olduğunu söylemek yanlış olmaz. KKTC'deki özel sektöre bağlı diğer bir çok meslek alanında yaşanan bir sorun olduğu gibi Medya Sektörü açısından da bir problemdir. Özel kuruluşların gerek devlet gerekse başka iş sahipleri ile ticari ilişkilerinin varlığı, medya organlarının halkı her zaman doğru bilgilendirmesi gerektiği ilkesinin yani medya etiğinin işlerlik kazanamamasının nedeni olarak ortada duruyor. Patronların ticari ilişkileri, editoryal özgürlük, medya etiği ve halkın doğru haber alma özgürlüğünün önündeki önemli engellerden biri.
- **Medya Sektöründe Etik ve Yaptırım Sorunu**, radyo ve televizyon yayınlarında YYK tarafından kontrol edilerek giderilmeye çalışılıyor. Yazılı basın için Medya Etik Kurulu devreye sokulmuş. Ancak Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevini yerine getirmemesi sektör temsilcileri için bir zafiyet olarak geçerliliğini koruyor. Bu konunun çözümü için Ombudsmanlık sisteminin hayata geçirilmesi gerektiği vurgulandı. Yasalarla yapılacak düzenleme kadar kurumların kendi iç yapılarında medya etiğini özümsemelerinin önemine dikkat çekildi.

- **Kıbrıs Sorunu ve Tanınmamışlığın Medya Sektörüne Yarattığı Olumsuzluklar**, ön görüşme yapılan tüm sektör temsilcilerinin hem fikir oldukları konuların başında sorunun devam etmesi geliyor. Kıbrıs Sorunu’nun çözümsüzlüğünün tanınmamayı gündemde tutuşu, sektör de yaşanan sorunların ve gelecekte yaşanması muhtemel olanların nedeni olarak tesbit ediliyor. Dünya tarafından tanınmamak, uluslararası sistem içine girmemek, yapısal ve mali sorunlardan, kurumsallaşma, fikir özgürlüğü ve demokratik katılıma, spektrum kullanımından, reklam pastasının büyümesine, tirajların artışından, çalışanların özlük haklarının güvence altına alınmasına dek bir çok sorunun kaynağı olarak Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu gösteriliyor.

2.3 KKTC Medyasına Yönelik Kurumsal ve Denetimsel Saptamalar

KKTC’de küresel gelişmelerin etkisiyle 1996 yılından itibaren çok sayıda ticari radyo ve televizyon kuruldu. Düzenleyici yasa 1997 yılında kabul edildi. İzleyen yıllarda yasada 2003, 2010 ve 2011 yıllarında değişiklikler yapıldı.

Ekonomik gelişmenin yetersizliği, toplumsal gelişme düzeyi itibarıyla çok sayıda yayın organını gerektirecek farklılıklar ve olanaklar olmayınca yayıncılık alanında sorunla karşılaşılması kaçınılmazdır ve üstelik bunlara çözüm bulmak hemen hemen olanaksızdır.

Temel Sorunlar Şöyle Sıralanır:

- Temel sorunlardan biri yasal düzenlemenin bütün yayınları “özel” yayın olarak değerlendirmesi ve hepsinin uyması gereken kuralları belirlemesidir. Örneğin yayın yapacak özel kuruluşların limited şirket olarak kurulması ve bu şirketlerde bir hisse sahibinin bir özel radyo ve televizyon şirketinde hisse miktarı ödenmiş sermayenin yüzde 20’sinden ve birden fazla özel radyo ve televizyon şirketinde hisse sahibi olanların bu şirketlerdeki tüm hisse oranlarının toplamı da yüzde 30’dan fazla olmaması kuralı getirildi. Bu kurallar, hisse sahibinin birinci derece kan ve sıhri hısımları için de uygulanacaktı (md. 36/2, 5-B). Gazete sahibi de yüzde 30’dan fazla hisse sahibi olamayacaktı (36/5D). Bu kurallar fazla sorgulanmadan (Türkiye’deki durum da budur), tekelleşmeyi önlemek için düşünülmüş kurallar olarak değerlendirilir. Bunun ilke olarak yanlış olduğu söylenemez. Ama **dünyanın**

en güçlü ülkesinin tekelleşmeye karşı önlemlerden vazgeçtiği bir dönemde daha ciddi bir değerlendirme yapılması gerekirdi. Kaynakların zaten sınırlı olduğu, beş ortağın bir limited şirkette birlikte çalışma kültürünün zayıf olduğu bir ülkede, öngörülen önlemler beş farklı ortak yerine sözde ortaklarla bir tek sermayedarın mülkiyeti denetlediği modeller olarak ortaya çıkmasını sağladı. Bir yurttaş sadece eğitim, turizm, belgesel televizyon ya da radyo yayıncılığı yapmaya kalksa ondan da beş ortaklı bir limited şirket kurması beklenmektedir. Oysa yapılması gereken temelde bir ilke ayrımı yapmaktır. Kâr amacı güden radyo televizyon yayıncılığı ile kişiler eliyle de yapılırsa kamusal yarar öngören ve ticari amacı olmayan kuruluşların birbirinden ayrılması ve yasal yapının da buna göre farklı kurulması gerekirdi. Başka bir deyişle özel televizyon ve radyo yayıncılığını düzenlemek yerine kamusal ve ticari yayınları düzenlemek gerekirdi. Bunun anlamı daha açık ifade ile şöyledir: Bir yurttaş gerekli harcamayı göze alarak, reklam geliri elde etmeden herkese yarar sağlayacak bir yayın kuruluşu kurabilir. Bunun adı da kamu yayıncılığıdır. Böyle durumda gerekli güvenceleri sağlaması kaydıyla ona tek başına bir radyo ya da televizyon kurma izni verilebilir. Tek dikkat edilecek konu, konulan kurallara uygun yayını sürdürüp sürdürmeyeceğidir. Uymadığı durumlarda doğal olarak yayın izninin kaldırılması gerekecektir. Sorunun kaynağı başlangıçtan itibaren amaca göre değil, sermayenin türüne göre ayırım yapılmasıdır. Oysa kamu kaynakları ile de ticari yayın yapılabileceği gerçeğini kabul etmek gerekir. Nitekim Türkiye’de kamu kaynakları ile finanse edilen ama aynı zamanda reklam alan TRT kanalları kamu yayını olarak değerlendirilmektedir. Bu yayınların her zaman kamunun çıkarlarını gözettiği de ayrıca tartışmalı bir konudur. Bu nedenle önemli olan bir televizyon kanalının sahibinin kim olduğunun değil, amacı ve bu amacı gerçekleştirmek için kullandığı kaynaklar önemlidir.

- Tekelleşmeyi önemsemek gerekir. Çünkü onu tehlikeli kılan çeşitliliği ortadan kaldırmasıdır. Yurttaşın farklı düşünce ve görüşlerden haberdar olmasını önleyebilir. Ancak tekelleşmenin nasıl ortaya çıkacağını önceden kesin olarak belirlemek olanaksızdır. Hisse oranları kuşkusuz ölçü olarak alınabilir ama bir şirkette çalışan bir takım görevlilerin patron adına göstermelik hissedar yapılması mümkündür. Türkiye’deki durum böyledir. Yayın kuruluşları yasanın öngördüğü ortak sayısına sahip değillerdir, tek sahiplidirler. Bu nedenle tekelleşmenin sadece mülkiyete bakarak belirlenmesi yetersiz bir ölçüttür. Bazen rekabet ortamı yurttaşın daha

sağlıklı haber almasını sağlayabilir, ama rekabet bir biçimde ortadan kalktıktan sonra bilgi edinebilme olanağı ortadan kalkabilir. Bu nedenle tekelleşmenin mülkiyet yapısının ötesinde toplumsal gelişmelerle izlenmesi, içeriklerin tek bir çıkar grubu tarafından belirlenmeye başlaması söz konusu olduğu durumlarda denetleyici kurulların duruma müdahale edebilme, çoğulculuğu sağlayıcı etkileri yapabilme olanağının olması gerekir. Bu nedenle sermaye gruplarının radyo televizyon yayıncılığı yapmasının yanı sıra bu yayınları dengeleyebilecek, en azından farklı düşüncelerin dile getirilmesine izin verecek kanalların açık tutulması gerekir. Bu bağlamda **Kıbrıs'ta siyasi parti, sendika, vakıf, dernek, oda, meslek kuruluşları, belediye ve kooperatiflere herhangi bir yayıncılık şirketine ortak olmalarının yasaklanması yerine kamu yayıncılığı içine nasıl katılabileceklerinin değerlendirilmesi gerekir.** Üniversitelere tanınan hakka benzer biçimde BRT kapsamında zaman paylaşımı yayın yapabilmeleri olanağı çoğulculuğu destekleyebilir.

- Radyo televizyon yayıncılığında çok önemli nokta denetleyici otoritenin niteliğidir. Kıbrıs'ta Yayın Yüksek Kurulu'nun (YYK) oluşumu siyasal partilerin tercihinin bırakılmıştır. Kurul üyeliği için öngörülen koşulların gözden geçirilmesinde yarar vardır. Çünkü herhangi bir üniversite mezununun, hem de üniversiteyi bitirir bitirmez kurul üyesi olabilmesi olanaklıdır. Bunun gerçekten yeterli olup olmadığının gözden geçirilmesi gerekir. **Yayın dünyasını izleyecek, düzenleyecek bir kurulun konuyla ilgili eğitimi, birikimi ve deneyimi olan üyelere ihtiyacı vardır.** Türkiye'deki deneyim olumsuzlukları göstermesi açısından yol gösterici olabilir. Kurula seçilecek üyelerin tekrar seçilme kaygısı taşıyan insanlardan olmamasını sağlayacak bir düzenlemeye ihtiyaç vardır. Bunlara karar verecek siyasal otoritenin de bilgisine ve otoritesine saygı duyacağı bir kurulu oluşturma konusunda kararlı olması gerekir. YYK personelinin çok az elemandan oluştuğu gerçeğini de dikkate almak gerekir. Uzman personel sayısının artırılmasında zorunluluk vardır. Araştırmaları, incelemeleri, eğilimleri onlar izleyeceğine göre, konuları iyi bilen, izleyen ve değerlendiren eğitimli bir ekibe gereksinim vardır.
- Kıbrıs'ta radyo televizyon sisteminin gözden geçirilmesinde **Türkiye örneği yeterince yol gösterici değildir. Ama Avrupa'daki gelişmelerden, özellikle OFCOM örneğinden yararlanmanın faydaları vardır.**

- İletişim dünyası olağanüstü bir hızla değişmektedir. **Bu değişimin herkesi, bütün ülkeleri etkilediği gerçeğini hiç akıldan çıkartmamak gerekir. İnterneti yaratan, denetimi altında tutan ABD bile, yakın geçmişte bütün ülkeleri gözetlemesinin Assange ve Snowden tarafından dünya kamuoyunu duyurulması rahatsızlığını yaşadı.** Bu iki örnek yeni iletişim teknolojileri ile bilgi/belge gizliliğinin önemli ölçüde ortadan kalktığının da kanıtıdır. **Bu nedenle asıl önemli olan demokratik bir toplumun yönetiminde şeffaflık ve hesap verilebilirliğin temel ilke olarak kabul edilmesi ve güvence altına alınmasıdır. Bu ilkeleri öngörmeyen bir düzenlemenin hiçbir zaman yararlı olmayacağını akılda tutulması gerekir.** Demokratik geleneği yeni geliştirmeye çalışan toplumlardaki temel sorun bu ilkelerin yerleştirilmesi sorunudur. Türkiye 1793 yılından beri yabancılara yayınladıkları gazete adı verilen iletişim aracını tanımaktadır. Devlet gazetesi 1831, ilk özel gazete 1860 yılında yayınlanmıştır. Gazete iletişim aracıdır, ama herkesin değil, ticaret burjuvazisinin iletişim aracıdır. Bu burjuvazi siyasal alanda güçlendikçe gereksinim duyduğu basın özgürlüğünün tanınmasını sağlamıştır. Böyle bir gücün olmadığı toplumlarda özgürlük, siyasal iktidarın izin verdiği ölçüde vardır.

2.4 KKTC Medya Mevzuatına Yönelik Temel Saptamalar

KKTC’de başta Anayasa olmak üzere KKTC Medyasını doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren mevzuat Tablo 33’de özetlenmektedir.

Tablo 33 : KKTC Medya Mevzuatı (2014)

	BASIN ODAKLI MEVZUAT	BASINI İLGİLENDİREN MEVZUAT
YASALAR	BASIN YASASI	ANAYASA
	BASIN İŞ YASASI	CEZA YASASI
	ELEKTRONİK HABERLEŞME YASASI	CEZA MUHAHEMELERİ USUL YASASI
	BAYRAK RADYO – TELEVİZYON KURUMU YASASI	ÖZEL HAYATIN VE HAYATIN GİZLİ ALANININ KORUNMASI YASASI
	TÜRK AJANSI - KIBRIS (TAK) (KURULUŞ, GÖREV VE ÇALIŞMA ESASLARI) YASASI	DİSİPLİN MAHKEMELERİ KURULUŞU, DİSİPLİN KABAHAHAT VE CEZALARI VE YARGILAMA USULÜ YASASI
	KAMU VE ÖZEL RADYO VE TELEVİZYONLARIN KURULUŞ VE YAYINLARI YASASI	ELEKTRONİK İMZA YASASI
		İŞ YASASI
		MÜSTEHCEN KONULARIN YAYINLANMASI VE EDEBİ YAZILARIN KORUNMASI İLE İLGİLİ YASAYI TADİL EDEN YASA
		ENFORMASYON DAİRESİ (KURULUŞ, GÖREV VE ÇALIŞMA ESASLARI) YASASI

		BİLGİ EDİNME HAKKI YASASI
		ELEKTRONİK HABERLEŞME YASASI
		PATENTLER YASASI
		TELİF HAKKI YASASI
YÖNETMELİK, TÜZÜK VE DİĞER	GAZETECİNİN HAK VE SORUMLULUK BİLDİRGESİ	SPONSORLUK TÜZÜĞÜ
	YYK TELİF VE YAPIMCI HAKLARINI KORUMADA ESAS VE USULLER TÜZÜĞÜ	
	YAYIN YÜKSEK KURULU LİSANS VE YAYIN İZNİ TÜZÜĞÜ	
	YYK YAYIN SİSTEMLERİ YÖNETMELİĞİ	
	YYK GENLİK MODÜLASYONLU UZUN VE ORTA DALGA (AM/LF-MF) VERİCİLERİNİN TEKNİK ÖZELLİKLERİ YÖNETMELİĞİ	
	YYK FM/VHF VERİCİLERİ VE KANAL AKTARICILARININ TEKNİK ÖZELLİKLERİ YÖNETMELİĞİ	
	YYK VHF-UHF TELEVİZYON VERİCİ VE KANAL AKTARICILARININ TEKNİK ÖZELLİKLERİ YÖNETMELİĞİ	
	YYK VERİCİLER ÖLÇÜ-BAKIM YÖNETMELİĞİ	
	YYK RADYO STÜDYOLARI CİHAZ VE DONANIM YÖNETMELİĞİ	
	YYK TELEVİZYON STÜDYOLARI CİHAZ VE DONANIM YÖNETMELİĞİ	
	YYK MMDS VE KABLOLU DAĞITIM SİSTEMLERİ YÖNETMELİĞİ	
	YYK IPTV LİSANS VE YAYIN İZNİ TÜZÜĞÜ	
	REKLAM YAYIN İLKELERİ, USULLERİ VE REKLAM GELİRLERİ TÜZÜĞÜ	
	YYK YENİDEN İLETİM TÜZÜĞÜ	
	MEDYA ETİK KURULU DEKLARASYONU	
	MEDYA ETİK KURULU GAZETECİLİK MESLEK İLKELERİ	
	MEDYA ETİK KURULU İNTERNET GAZETECİLİĞİ DEKLARASYONU	
	BASIN KARTI TÜZÜĞÜ	
	KIBRIS TÜRK GAZETECİLER BİRLİĞİ TÜZÜĞÜ	
	BASIN-SEN TÜZÜĞÜ	
	KIBRIS TÜRK SPOR YAZARLARI DERNEĞİ TÜZÜĞÜ	
	KIBRIS TÜRK GAZETECİLER CEMİYETİ TÜZÜĞÜ	
	KIBRIS TÜRK BASIN KONSEYİ TÜZÜĞÜ	
	BAYRAK RADYO TELEVİZYON KURUMU ÇALIŞANLARI SENDİKASI (BAY-SEN) TÜZÜĞÜ	
	KIBRIS TÜRK KAMERAMANLAR BİRLİĞİ	

TÜZÜĞÜ	
K.K.T.C DIŞ BASIN BİRLİĞİ TÜZÜĞÜ	

NOT: İŞBU TABLO YAYIN YÜKSEK KURULU KOORDİNATÖRÜ FERHAT ATİK(24.03.2014); KIBRIS TÜRK GAZETECİLER BİRLİĞİ (KTGB) BAŞKANI HÜSEYİN GÜVEN(27.03.2014)VE BASIN-SEN BAŞKANI KEMAL DARBAZ'IN(01.04.2014) BİLGİSİNE DE DANIŞILARAK HAZIRLANMIŞTIR.

Yukarıdaki mevzuatın incelenmesi sonucu aşağıdaki başlıklar halinde saptamalar yapılmıştır.

Kitle İletişimi Ve Araçları

Uygarlık ve teknolojiadaki gelişmelerin etkisi ve bazı tekniklerin uygulanması suretiyle iletişimin çoğaltılıp güçlendirilerek çok sayıda kişiyi etkileyecek biçime getirilmesine kitle iletişimi (ya da kitle haberleşmesi) denilmektedir³⁶. Kitle iletişiminde kullanılan basın, radyo-televizyon, sinema filmleri gibi vasıtalar ise 'kitle iletişim araçları' olarak adlandırılmaktadır. Düşünme yeteneği ve iletişim ihtiyacı, toplumsal ilerlemenin ve bir kuşağın birikimlerini bir sonraki kuşağa aktarmanın araçlarını yaratmıştır. Düşünülenlerin dış dünyaya yansıtılması bakımından işaretleşmek, konuşmak, uzaktan iletişim için dumanı, tamtacı, boruyu kullanmak, yazı, kitap, gazete, posta, telefon, radyo, televizyon ve internet hepsi birer iletişim aracı olma görevini üstlenmişlerdir.

Geniş kitlelere ve çevrelere hitap edebilmek, onlarla kolay ve hızlı bir biçimde iletişim kurma ihtiyacı ve arayışı içinde olan birey, son iki yüzyılda kaydedilen teknik gelişme ve ilerlemeler sayesinde, elektro manyetik dalgaların ve bunların alıcılarının kullanımı sayesinde tüm kitleye seslenebilme olanağına kavuşmuştur³⁷. Teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının katkısıyla sınır tanımayan bir endüstrinin (gazete, radyo, televizyon, sinema, internet) doğmasına sebep olmuştur. Toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı konumunda olduğu kitle iletişim araçları, sosyal gelişme ve ilerlemede, toplum içindeki dengelerin ayarlanmasında, işbirliği ve örgütlenme düşüncesini geliştirmedeki etkinlikleri ile hayatın bir parçası haline gelmişlerdir. XX. yüzyılda yaşanan iki dünya savaşı ve asrın sonlarındaki Körfez savaşı, kitle iletişim araçlarının önemini ve üstlenebileceği rolleri bir kez daha gözler önüne sermiştir. I. Dünya Savaşından sonra radyo, II. Dünya Savaşından sonra ise televizyon hızla yaygınlık kazanmış, daha sonra ortaya çıkan aletler ve kaydedilen teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçları, XX. asrın

³⁶ Dönmezer, Basın ve Hukuku, İstanbul 1976.s.4.

³⁷ Bektaş, A., Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul 1996, s.116.

iletişim patlamasının gerçekleştiği bir yüzyıl olarak anılmasını saęlamıřtır³⁸.

Yüz yüze iletişimin her ne kadar daha inandırıcı bir etkiye sahip olduğu ifade edilse de kitle iletişim araçlarının kitlesel özellikleri onların geniş kitleleri etkileyebilmelerini, bu sayede yüksek prestije sahip olmalarını saęlamaktadır³⁹. Öyle ki, bu araçlar, başka faaliyetlere ayrılan zaman ve ilgiyi kendilerinde toplamışlar, kitle iletişim araçları öncesi zaman ve koşullarda edinilen bilgiden daha fazlasının çok kısa zamanda daha fazla kişiye ulaşmasına vasıta olmuşlardır. Türdeş olmayan kitlelere, meknsal bağ olmaksızın seslenebilen kitle iletişim araçlarının günümüzdeki en önemli özelliklerinden birisi de her yerde aynı zamanda bulunabilme ve olay anında ileti aktarabilmeleridir⁴⁰. Bu zellikleri ile kitle iletişim araçları sadece kitlelerin eğlence ihtiyacını karşılayan değil, aynı zamanda etkileyebilen, bu sayede kamuoyunun oluşması ve düzenlenmesinde etkin rol oynayan, tanıtımdan eğitime, kültürden ticarete hayatın pek çok alanında yararlanılabilen araçlardır. Bu açıdan özgürlükçü demokratik ortamlarda kitle haberleşme araçlarının, haber verme, yönetimi denetleme ve eleştirme, yönetenlerle yönetilenler arasında iki taraflı köprü işlevi görme, iktisadî ve sosyal hayatı etkileme, her yaştan insanın, özellikle yetişkinlerin eğitiminde rol alma, azınlıkların duyurmakta zorluk çektikleri seslerine tercüman olma gibi çeşitli işlevleri vardır. Bu görev ve işlevlerin gereği gibi yerine getirilebilmesi için özgürlük ve şeffaflığın varlığı şarttır. Zira, ancak zgr, açık, şeffaf ve saptırılmamış bilginin dolaşımı ile kamuoyu sağlıklı bir şekilde oluşabilir. Aksi halde kitle iletişim araçlarının otoriter rejimlerde oynayacağı rol, baskıcılığa hizmet etmek biçiminde olacaktır⁴¹.

Kitle İletişim zgrlğ

A) KAVRAM

³⁸ Yumlu, K., Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, İzmir 1994. ss.21-22.

³⁹ İçel-nver, Kitle Haberleşme Hukuku, İstanbul 2005, ss. 8-12

⁴⁰ Alemdar, K.- Kaya, R., Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Ankara 1983, s. 67; Bektaş A., s.115.

⁴¹ Günler K., Teoride ve Avrupa İnsan hakları mahkemesi Kararlarında Kitle İletişim zgrlğ, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, 2006, s.14

Soyut bir kavram olan özgürlük, felsefe, siyaset bilimi ve düşünce tarihinin en önemli konularından biridir. Bununla birlikte, bu kavramın anlamlı olabilmesi için fikirler evreninde kalmaması, insanî ilişkileri düzenlemek için hukuk alanına inmesi zorunludur⁴².

İletişim özgürlüğü deyimi, kitle haberleşme araçlarından radyo-televizyon ve sinemanın kitle haberleşmesinde önemli bir rol oynamaya başlamasından sonra, bu alanda bulunması gereken özgürlüğü ifade etmek amacı ile kullanılan deyimdir⁴³. Zaman içinde haberlerin, düşünce ve kanaatlerin radyo, televizyon ve benzeri basın dışındaki iletişim araçları ile de yayılabilmesi sonucunda bunların hepsini içeren bir kavram olarak iletişim özgürlüğü tercih edilmiştir⁴⁴. İletişim özgürlüğü bir üst kavram⁴⁵ niteliğinde olup radyo özgürlüğü, televizyon özgürlüğü, basın özgürlüğü, film özgürlüğü gibi ilişkin bulunduğu kitle iletişim araçlarına uygun deyimlerle anılan özgürlükleri kapsar durumdadır.

Bu noktada TC Anayasasının “Haberleşme Hürriyeti” kenar başlıklı 22. maddesinin kitle iletişimi ve buna ilişkin özgürlükle ilgili olmadığını, bu maddenin “özel haberleşmenin gizliliğini” düzenleyip koruma altına aldığını belirtmek gerekir: “Herkes, haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır”.

KKTC Anayasası da 21. maddesiyle “Özel Haberleşmenin Gizliliğini” başlığı altında düzenleyip koruma altına aldığı özgürlük de aynı niteliktedir. Kitle iletişim özgürlüğü ile ilgisi yoktur: “Herkes, haberleşme özgürlüğüne sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır. Yasanın gösterdiği durumlarda mahkeme veya yargıç tarafından yasaya uygun olarak verilmiş bir karar olmadıkça, bu gizliliğe dokunulamaz”.

Bu hükümlerin anlamı, postada mektupların açılmaması yahut telefonların usulsüz dinlenilmemesi gibi özel iletişimin korunmasını ifade eder. Kitle iletişim araçları aracılığıyla

⁴² Kaboğlu, Özgürlükler Hukuku, İstanbul 1994, s. 11.

⁴³ İçel-Ünver, a.g.e., s. 21.

⁴⁴ İçel-Ünver, a.g.e., ss. 21-22; Kaboğlu, a.g.e. ss.274-275.

⁴⁵ Serdarı., Radyo ve Televizyon Yoluyla Kişilik Hakkının İhlâli ve Kişiliğin Korunması, Ankara 1999. s.134

bilgi, haber, görüş ve düşüncelerin serbestçe yayılmasını güvenceye kavuşturmak üzere, “kitle iletişim özgürlüğü” deyiminin kullanılmasının daha doğru olacağını ya da karışıklığa meydan vermemek için anayasalardaki bu hükümlerin kenar başlığının ve ilk cümlesinin uygun ifadelerle değiştirilmesi gerektiği daha yerinde ve uygun olurdu.

B)KİTLE İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜNÜN UNSURLARI

Kitle iletişim özgürlüğü, kitle iletişim araçları açısından habere ulaşma ve toplama, düşünce ve kanaatleri açıklama ve bunları yayabilme, okuyucu açısından ise haber alma serbestisini içermektedir.

Kitle iletişim özgürlüğünün unsurlarına ilişkin bir belirleme yapılırken, ilk kitle iletişim aracı olması sebebiyle basından hareketle, geleneksel olarak, söz konusu özgürlüğün öğeleri tespit edilmeye çalışılmaktadır. Anayasalara dayalı olarak bazı ülkelerde özel kanunlarla düzenlenen kitle iletişim özgürlüğünün var olabilmesi için gerekli görülen; haber fikir ve kanıları bilmek, bunlara ulaşmak ve bunları toplamak, yorumlamak, analiz ve tenkit edebilmek, yayımlayabilmek ve basılı/görsel-işitsel eserleri dağıtabilmek hakkı, basının ihtiyaçlarının temini ve bunun bir kamu hizmeti olarak yapılması, yönetimin kitle iletişim organlarına eşit davranması gibi hususlar, öğretide başlıca üç kategori altında ele alınmaktadır⁴⁶.

• Haber ve Düşüncelere Serbestçe Ulaşma Hakkı

Haberlerin kitlelere ulaştırılabilmesi için öncelikle bu haberlerin öğrenilmesi ve bilgilerin toplanabilmesi imkânının bulunması gerekir. Yurttaşlar bakımından haber alma hakkını, yayın mensupları açısından ise habere ulaşmak ve haberleri toplamak hakkını içeren bu gereklilik olmaksızın gerçek anlamda bir iletişim özgürlüğünün varlığı ileri sürülemez⁴⁷. Bu noktada habere ulaşma hakkının yanında, haber kaynaklarının çeşitliliği de son derece önemli görülmektedir.

⁴⁶ Dönmezer, Basın ve Hukuku, s. 92; İçel-Ünver, a.g.e., s.55 vd.

⁴⁷ İçel-Ünver, a.g.e., ss.55-56.

Basının haber, düşünce ve kanaatleri serbestçe toplama hakkı, bir demokraside vatandaşların kamu işlerinin nasıl idare edildiği hususundaki yetkilerine dayanır. Devlet işlerinde gereğinden fazla gizlilik demokrasiyi tehdit eder. Bilmek ve öğrenmek hakkına yönelen tehditler, diğer hürriyetleri de sınırlar.

- **Haber ve Düşünceleri Serbestçe Açıklama Hakkı**

Kaynağını düşünce ve söz özgürlüğünde bulan, bu özgürlüğün kitle iletişim araçlarıyla düşünce ve kanıların serbestçe açıklanması hakkına dönüştüğü bu hak, kitle iletişim özgürlüğünün en önemli gereklerinden biri durumundadır⁴⁸. Çünkü bu özgürlüğü kullanan kişinin düşüncelerinin içeriği ile ilgili olan hak, eleştirme hakkıdır. Yorumlayabilmek, analiz edebilmek ve eleştirebilmek, bu bağlamda vazgeçilmez haklardan birisi ve aynı zamanda demokrasinin bir gereğidir. Yorumlama ve eleştirme, sövme ve hakaret ölçüsüne varmadıkça özgürce gerçekleştirilebilir.

- **Haber ve Düşünceleri Serbestçe Yayabilme Hakkı**

Elde edilen bilgi ve haberlerin, kitle iletişim araçları ile geniş halk yığınlarına ulaştırılabilmesinin temini de kitle iletişim özgürlüğünün temel öğelerindendir. Kitle iletişim araçlarının demokratik bir rejimde, kendilerinden beklenen işlevleri yerine getirebilmeleri için, haber ve fikirleri yayma hakkı, basılmış eserlerin dağıtılmasının önünde fiilî ve hukukî engeller çıkarılmamasını, kitleleri etkileyebilme potansiyeline sahip düşünce, kanı ve eleştirilerin onlara ulaştırılmasına olanak tanınmasını gerekli kılar⁴⁹.

C) KİTLE İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜ VE DÜŞÜNCE ÖZGÜRLÜĞÜ İLİŞKİSİ

⁴⁸ Dönmezer, Basın ve Hukuku, s. 95; İçel-Ünver, a.g.e., s.57.

⁴⁹ Günler K. a.g.t. s. 32

Bireyin iç dünyasının bir ürünü olmakla beraber düşünce kendiliğinden oluşmaz, onu geniş ölçüde dış belirleyiciler hazırlar⁵⁰. Bu yüzden düşüncelerin oluşumunu hazırlayan bilgi (enformasyon) edinme, haber ve belgelere ulaşabilme hakkı ve imkânı da sağlıklı düşüncenin oluşabilmesi için varlığı zorunlu hususlardandır. Bir süreç olarak değerlendirildiğinde düşünce, oluşum öncesi aşaması, saf düşünce aşaması ve dışa vurma aşaması olarak üç safhadan oluşur. Birinci aşamada birey kendisinde düşünce ve kanaat oluşturacak kaynaklara herhangi bir müdahale olmaksızın ulaşabilmelidir. Zira bu imkân ve serbesti düşünceye hammadde sağlar ve bilgilenme, düşünme olanaklarını geliştirir. İkinci aşamada haber ve bilgi kaynaklarına ulaşan bireyde belli bir düşünsel yargı oluşur, ancak bu yargılar henüz açıklanmamıştır; birey, doğru olduğuna inanılanı seçmek anlamına gelen “kanaat özgürlüğüne” sahiptir⁵¹. Son aşamada insan düşünme ve kanaate sahip olma ile yetinmeyip doğruluğuna inandığı düşüncelere uygun bir tavır sergileme ihtiyacının bir sonucu olarak düşüncelerini sözle ve davranışla açığa vuracaktır. Zira bütün düşünceler somutlaşma, kendini açıklama ve davranışlara yansıma eğilimindedir⁵². Düşüncenin bu aşamasına düşünceyi açıklama veya ifade özgürlüğü adı verilir.

Düşünce özgürlüğü kavramı, hukukî bakımdan öğretide çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bir görüşe göre “düşünce özgürlüğü, insanın serbestçe düşünce ve bilgilere ulaşabilmesi, edindiği düşünce ve kanaatlerden dolayı kınanmaması ve bunları tek başına ya da başkalarıyla birlikte (dernek, toplantı, sendika vb.) çeşitli yollardan (söz, basın, resim, sinema, tiyatro vb.) serbestçe açıklayabilmesi, savunabilmesi, başkalarına aktarabilmesi ve yayabilmesi anlamına gelir. Bu üç alan, yani düşüncelere ulaşabilme, düşüncelerinden ötürü kınanmama ve bunları serbestçe yayabilme hakkı bir bütün oluşturur ve genellikle “düşünce özgürlüğü”, “düşünce ve açıklama özgürlüğü” ya da sadece “açıklama (ifade) özgürlüğü” gibi formüllerle anlatılır⁵³. Diğer bir görüşe göre ise, düşünce özgürlüğü “insanın karşılaştığı bütün sorunlara vermek istediği yanıtları kendi kendine seçebilme ya da şahsen hazırlayabilme, bireysel ve sosyal davranışlarını bu yanıtlara uydurabilme ve gerçek addettiğini başkalarına iletebilme olanağıdır”⁵⁴.

⁵⁰ Kaboglu, Özgürlükler Hukuku, s.187.

⁵¹ Teziç E., “Türkiye’de Siyasal Düşünce ve Örgütlenme Özgürlüğü”, Anayasa Yargısı, S. 7, Ankara 1990,s.33.

⁵² Teziç, a.g.m., s.32.

⁵³ TanörB., Siyasî Düşünce Hürriyeti ve 1961 Türk Anayasası, İstanbul 1969, s.59.

⁵⁴ Rivero, J., “Les Libertés Publiques”, Le Régime des Principales Libertés, PUF, 1980, ss.130-131; Kaboglu, Özgürlükler Hukuku, s.188; Teziç, a.g.m., s. 33.

1961 tarihli Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının “Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir; düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim ile veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklayabilir ve yayabilir. Kimse düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz” (20. md.) hükmü, düşünce ve onu açıklama özgürlüğünü bir bütün halinde açıkça düzenlemiştir. Bu dönemde Anayasanın bu maddesinin düşünce özgürlüğünü sınırlandırıp sınırlandırmadığı konusunda doktrinde ve uygulamada yoğun tartışmalar yaşanmıştır. 1982 Anayasası bu tartışmalara bir son vermek amacıyla (1961 Anayasasından farklı olarak) düşünce ve kanaat özgürlüğü ile düşünceleri açıklama özgürlüğünü ayrı ayrı maddelerde düzenlemiştir⁵⁵.

Gerçekten, 1982 **TC Anayasasının** “Düşünce ve kanaat hürriyeti” başlıklı 25. maddede “Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz” hükmüne yer verilmiştir. Bunun gibi, “Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti” başlığını taşıyan 26. maddede de “Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir” hükmü getirilmiştir. Bundan başka, genel hukuk kurallarına uygun olarak “bu hürriyetlerin kullanılması, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel

⁵⁵ Bu özgürlüklerin ayrı ayrı düzenlenmesinin sebebi Danışma Meclisi Anayasa Komisyonu Başkanvekili Feyyaz Gölcüklü tarafından şu şekilde açıklanmıştır: “Her ne kadar düşünce ve kanaat hürriyeti ile düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti birbirine bağlı iki hürriyet ise de, gerek bunların niteliği gerek korunmaları için öngörülen tedbirler yek diğerinden farklıdır.... düşünce ve kanaat hürriyeti demek, kişinin istediği düşünce ve kanaate sahip olması demektir. Bunun korunması için ... kimsenin düşünce ve kanaatini açıklamaya zorlanamaması ... Diğeri de o kişinin hangi kanaatte, hangi düşüncede olduğunun bilinmesi halinde bu düşüncesi sebebiyle kınanıp suçlanamayacağıdır..Buna karşılık düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti, bu düşünce ve kanaat hürriyetinin bir uzantısı niteliğindedir; ama ondan farklıdır.Sahip olunan düşünce sebebiyle suçlanamama, kınanamama yahut kişinin düşüncesinin öğrenilme sebebiyle onun zorlanamaması farklıdır, düşünceyi yaydığı zaman kullandığı hürriyet farklıdır. Onun için Komisyon bu iki maddeyi... birbirinden ayrı iki madde halinde düzenlemeyi uygun görmüştür (Danışma Meclisi Tutanak Dergisi, C.8, s. 273).

nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir”. Nihayet, “haber ve düşünceleri yayma araçlarının kullanılmasına ilişkin düzenleyici hükümler, bunların yayımını engellemek kaydıyla, düşünceyi açıklama ve yayma hürriyetinin sınırlanması sayılmaz”.

Benzer hükümlerin, **KKTC Anayasasının** 24. maddesinde de yine ayrı ayrı ele alındığını görüyoruz: “Herkes, düşünce ve kanaat özgürlüğüne sahiptir; kimse, düşünce ve kanaatini açıklamaya zorlanamaz. Düşünce suçu yoktur”. Maddede devam ediliyor: “Herkes, düşünce ve kanaatini, söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hak, herhangi bir resmi makamın müdahalesi ve Devlet sınırları söz konusu olmaksızın, kanaatini anlatma, haber ve fikir alma ve verme özgürlüklerini kapsar”. Nihayet, genel hukuk kurallarının sınırlayıcı hükümlerine burada da rastlıyoruz: “Söz ve anlatım özgürlüklerinin kullanılması, yalnız ulusal güvenlik, anayasal düzen, kamu güvenliği, kamu düzeni, genel sağlık, genel ahlak yararı için veya başkalarının şöhret veya haklarının korunması veya bir sırrın açıklanmasının önlenmesi veya yargının otorite veya tarafsızlığının sürdürülmesi için gerekli ve yasanın koyduğu yöntemlere, koşullara, sınırlamalara veya cezalara bağlı tutulabilir”.

TC Anayasası ve KKTC Anayasası gibi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (md. 9,10) ve BM Medenî ve Siyasî Haklar Sözleşmesi (md. 18, 19) de bu özgürlükleri ayrı maddelerde düzenlemişlerdir. Ancak bu yaklaşım, hem bir kavram sorunu yaşanmasına sebebiyet vermekte hem de pratik bir yarar sağlamamaktadır. Düşünce ile ifadeyi (açıklama-anlatım) birbirinden ayırıp adeta bir izin verilen düşünce alanı oluşturmak, düşüncenin sınırsız, ifadenin sınırlı olduğunu belirtmek aslında dolaylı yoldan “düşünce özgürlüğü yoktur” demektir⁵⁶. Zira ifade

⁵⁶Tanilli, S., Devlet ve Demokrasi, İstanbul 2001, s.194.

özgürlüğüyle birlikte alınmadığı sürece düşünce özgürlüğünün hiçbir anlamı yoktur⁵⁷; “bireyin kafasında başlayıp kafasında biten bir özgürlüktür bu; dolayısıyla ‘özgürlük’ sözüne lâayık değildir”⁵⁸. “Kullanılan deyim ne olursa olsun, ana sorun düşünceleri açıklama özgürlüğünün ne durumda olduğudur; işin can alıcı noktası buradadır. Yoksa açıklanıp yayılamadığı sürece kişinin kendi iç dünyasında kalan düşüncelerin korunmasıyla yetinmek ve bunu da düşünce özgürlüğünün varlığının kanıtı diye göstermek bir aldatmaca”⁵⁹ olmaktan öteye gitmeyecektir.

D) KİTLE İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜ VE İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ İLİŞKİSİ

Düşünce ve kanaatlerin ifade edilme biçimlerinin farklı ve naklediliş araçlarının çeşitli olduğu gerçeği karşısında bir gazete köşe yazısının, radyo ve televizyon aracılığıyla iletilen mesajın, genel anlamda yayının da “ifade” olduğu belirtilmekte, gerek basın özgürlüğü, gerekse görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün ifade özgürlüğü genel kategorisi içinde yer aldığı kabul edilmektedir⁶⁰. Zira burada hem mesajı iletmek isteyenler bakımından hem de haber almak ve bilgilenmek isteyenler bakımından ifade özgürlüğünün birbirini tamamlayan iki yönlü özgürlük boyutu söz konusudur.

Kitle iletişim özgürlüğünün araçsal görünümüleri olan basın özgürlüğü, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü ve internet özgürlüğü de hem kendi içinde karmaşık bir yapıya sahiptir hem de basın rejimi ile görsel-işitsel iletişim rejimi arasında ilk bakışta göze çarpan temel farklılıklar söz konusudur. Son derece geniş bir çerçevede basın ve görsel-işitsel iletişime demokratik işlevleri sebebiyle ortak bir değer atfedilmekte ise de, bu birliktelik hukuksal düzenlemeler bakımından gözlenmez. Daha önce de belirtildiği üzere yayın bir ifadedir ve ifade özgürlüğü alanında yer alır. Ancak gerek basın yoluyla gerekse radyo ve televizyonla gerçekleştirilen ifade (yayın) eylemi kullanılan araçların gösterdiği özellikler nedeniyle ifade özgürlüğü alanında kendine özgü bir yere sahiptir. Bu durum hukuksal düzenleme alanında da kendisini göstermektedir⁶¹.

⁵⁷ Reisoglu, S., Uluslararası Boyutlarıyla İnsan Hakları, İstanbul 2001, s.66; Soysal, 100 Soruda Anayasanın Anlamı, Ankara,12. Baskı, 141 ; Tezcan- Erdem- Sancakdar, Avrupa ;İnsan Hakları Sözleşmesi Işığında Türkiye’nin İnsan Hakları Sorunu, Ankara 2002., s.308.

⁵⁸ Soysal, a.g.e, s.142

⁵⁹ Tanör, a.g.e., s.59.

⁶⁰ Yılmaz, H. İdarenin Görsel- İşitsel İletişim Alanındaki İşlevi, Ankara 2006, s.5.

⁶¹ Yılmaz, a.g.e., ss.6-8.

Anayasalarda ayrı bir özgürlük kategorisi olarak sıkça yer almasa da görsel-işitsel iletişim özgürlüğü ya da radyo ve televizyon yayıncılığının düzenlendiği anayasalarda bu özgürlük, ifade özgürlüğünün kapsamında görülür. Örneğin, Alman Anayasasının 5. maddesi ifade özgürlüğünü düzenlerken görsel işitsel yayım özgürlüğünü de güvence altına almıştır. Bununla birlikte, düşünceler, bireysel olarak açıklanabilmenin yanı sıra, günümüzün kalabalık ve karmaşık toplumlarında, bilgi / haberlerin edinilmesinde ve düşüncelerin ifadesinde en etkin araçlar olan basın, radyo, televizyon ve benzeri kitle iletişim araçları vasıtası ile daha etkin ve daha yaygın biçimde açıklanabilmektedir. Düşünce açıklaması yazı yoluyla (kitap, gazete, dergi vb.) yapılıyorsa “basın yayın özgürlüğü”, radyo-televizyon yoluyla yapılıyorsa “görsel-işitsel iletişim özgürlüğü” söz konusu olur⁶².

1- Basın Yayın Özgürlüğü

a)Önemi

Basının düşüncelerin açıklanmasında en önemli araçlardan olduğu düşünüldüğünde basın özgürlüğünün, düşünce ve ifade hürriyeti ile yakından ilgili olduğu belirtilmelidir. Basın özgürlüğü genellikle haber, fikir ve düşünceleri, basıp çoğaltmaya yarayan araçlarla serbestçe açıklayabilme özgürlüğü olarak tanımlanmaktadır⁶³. Başka bir ifade ile basın özgürlüğü haber, düşünceleri serbest olarak toplayabilmek, yorumlayıp eleştirebilmek ve basabilmek, yani çoğaltmaya yarayan araçlarla çoğaltabilmek ve bu çoğaltılmış eserleri serbestçe yayımlayıp dağıtabilmek haklarını gerektirir⁶⁴.

İfade özgürlüğünü kullanabilmenin önemli bir aracı olan basın, başlangıcından günümüze kadar özellikle siyasal hayatta etkinlik ve önemini korumuştur. İlkeli ve sorumlu bir yayıncılık yapmak kaydıyla basın, kamuoyunun oluşması ve yönlendirilmesindeki etkinliğiyle iktidarı denetleyen ve bireylerin özgürlüklerini koruyan bir faktör olarak zaman zaman diğer birçok kurumdan daha

⁶² Kaboglu, Özgürlükler Hukuku, s.189.

⁶³ Dönmezer, Basın ve Hukuku, s.41 vd.; Özek, Türk Basın Hukuku, İstanbul, 1978,s.32 vd.

⁶⁴ Dönmezer, Basın ve Hukuku, s. 41.

başarılı olabilmekte ve bu sebeple yasama, yürütme ve yargı erklerinin yanında dördüncü kuvvet olarak kabul edilmektedir⁶⁵.

Kuşkusuz, tüm Batı demokrasilerinde olduğu gibi, Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde de devletin etkin çalışmasında ve faaliyetlerinin kamuoyu tarafından bilinmesinde önemli bir görev de basına düşmektedir. Doğrudan ilgisi olmasa da, devletin işleyişinin ve faaliyetlerinin kamuoyuna duyurulmasında “basın özgürlüğü” çok önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle şeffaf bir devletin demokratik yönetiminin kurulmasında, devlet organlarının demokrasi ve hukuk kurallarına ne derece uygun çalışıp çalışmadığının kamu oyunca bilinmesinde ve bilgilendirilmesinde basın ve yayın faaliyetinin önemi yadsınamaz.

Bu nedenle, hukuk devleti anlayışı içinde basına sağlanan güvenceler ve uygulamalar sonucu devletin demokratik yönetiminin daha etkin ve sağlıklı işlemesi; “basının diline düşmekten” çekinen devlet adamlarının (veya başbakanların) demokrasi ve hukuk kurallarına aykırı davranmaktan kaçınarak “keyfi” yönetimlere kayması büyük ölçüde önlenmekte, basın özgürlüğü sayesinde hükümetlerin dikkatli ve duyarlı davranmaları etkin devlet anlayışına ve istikrara katkıda bulunmaktadır.

b) İçeriği

Çeşitli ülke anayasalarında genellikle temel haklar ve özgürlükler arasında düzenlenen basın özgürlüğü, insan hakları doktrini bakımından hem düşünce ve ifade hürriyeti ile yakın ilişkisi sebebiyle kişi özgürlükleri ve siyasal haklar kategorisinin bir alt başlığı olan bireysel özgürlükler, hem de iktisadî, sosyal kültürel haklar ve özgürlüklerin bir alt başlığı olan kültürel haklar kategorisinde⁶⁶ yer alır. TC Anayasasında ve KKTC Anayasasında yer alan basın özgürlüğü, kişilerin hak ve özgürlükleri arasında yer alan üçer ayrı maddede düzenlenmiştir.

Gerçekten, **TC ve KKTC Anayasaları’nda** ayrıntılı ve oldukça uzun bir şekilde düzenlenen

⁶⁵ Günler, K. a.g.t. s.22

⁶⁶ Kaboglu, Özgürlükler Hukuku, s.187 vd. ve s.267 vd

Basın Özgürlüğü, gelişmesi boyunca üzerinde en fazla tartışılan özgürlüklerden biri olmuştur. Basının özgür olduğunu ve herhangi bir ön denetimden (sansürden) geçirilmeyeceğini belirten **TC Anayasası**, basın özgürlüğünün temel öğelerinden biri olan “sansürü” kaldırdıktan sonra; "matbaa serbestisini" de hükme bağlamaktadır: "Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz" (TC Any. md. 28). Ayrıca, Anayasa’da basın özgürlüğü karşısında devletin "olumlu tavrını" ortaya koymasının gerekliliği de vurgulanmaktadır: "Devlet, basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirleri alır" (TC Any. md. 28/2).

KKTC Anayasası'nda da benzer hükümler basın yayın özgürlüğünü garanti altına almaktadır. Buna göre, “Yurttaşlar için basın ve yayın özgürdür, sansür edilemez”. Devlet burada da olumlu tavrını sürdürmektedir: “Devlet, basın, yayın ve haber alma özgürlüğünü sağlayacak önlemleri alır” (KKTC Any. md.26/1,2).Gerek TC Anayasasında gerek KKTC Anayasasında öngörülen bu tedbirler arasında, basına devlet yardımının sağlanması yanında, basın özgürlüğünü tehdit eden "tekelleşme" ya da "yoğunlaşma" çabaları ile eğilimlerinin engellenmesi gösterilebilir⁶⁷.

c) Sınırları

Hak ve özgürlüklerin, nitelikleri gereği sınırsız olamayacağı, aksi halde başkalarının hak ve özgürlüklerinin zarar görebileceği⁶⁸, günümüzde genel kabul gören bir yaklaşımdır. Kitle iletişim özgürlüğü de, pozitif hukukta çeşitli amaç, sebep ve düşüncelerle sınırlandırılmaktadır.Tarafı olduğumuz Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nin de bu konuda kendisine yollama yaptığı Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin ifade özgürlüğünü düzenleyen 10. maddesi de benzer bir yaklaşımı benimsemiştir

1982 **TC Anayasası'nın** 13. maddesi, “temel hak ve hürriyetlerin, özlerine dokunulmaksızın yalnızca Anayasanın ilgili maddelerinde belirtilen sebeplere bağlı olarak ve ancak kanunla

⁶⁷ Demir, F. Anayasa Hukuku, İzmir 2013, s.375

⁶⁸ İçel-Ünver, a.g.e., ss. 63-64

sınırlanabileceğini, bu sınırlamaların, Anayasanın sözüne ve ruhuna, demokratik toplum düzeninin ve lâik Cumhuriyetin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olamayacağını” hükme bağlamıştır. Anayasanın düzenlediği hak ve özgürlükler kategorisinde “kitle iletişim özgürlüğü” yer almamaktadır, ancak bu özgürlüğün, üzerine bina edildiği yukarıda açıklanan düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti (madde 26) ve basın hürriyeti (madde 28) gibi özgürlüklerin hangi koşul ve sebeplerle sınırlandırılabilceği ilgili maddelerde düzenlenmiştir. Uluslararası belgelerdeki yaklaşıma paralel olarak 1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası da 26/2. maddesinde, bu hürriyetin kullanılmasının, “millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlandırılabilceğini” ifade etmektedir.

Nitekim, basın yayın özgürlüğünün sınırlandırılması konusunda **TC Anayasası’nda**, düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün sınırlandırılmasına (md. 26) ve bilim ve sanatı yayma hakkının sınırlandırılmasına (md. 27) yollama yapılmaktadır (md.28/3). Öyleyse "genel sınırlama sebepleri" arasında, "Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünden... kamu düzeninin ve kamu güvenliğinin korunmasına" (md.26), Anayasamızın "Genel Esasları" arasında yer alan "Başlangıç ilkelerinden... 1., 2 ve 3. maddelerdeki" değiştirilemeyecek ilkelerin korunmasına kadar (md. 27) hepsi sayılabilecektir. Ayrıca, düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünü sınırlama sebebi olarak belirtilen "suçların önlenmesi ve suçluların cezalandırılmasından... yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesine" kadar sayılan sebepler basın özgürlüğünü de sınırlama sebebi olabilecektir (md. 28/4).

KKTC Anayasası’nda da öngörülen "genel sınırlama sebepleri" arasında, "Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünden" (KKTC Any.md.2/1), Anayasanın "Genel İlkeleri" arasında yer alan "1., 2 ve 3. maddelerdeki" değiştirilemeyecek ilkelerin korunmasına kadar (KKTC Any.md. 9) hepsi sayılabilecektir. Bununla birlikte, kamu düzeni ve kamu yararına da yapılabilecek olan sınırlamalar, hiçbir şekilde özgürlüğün özüne dokunamayacak; özgürlüğün

kalkmasına yol açmayacağı gibi, onun kullanılmasını olağanüstü zorlaştırmayacaktır: “Temel hak ve özgürlükler, özüne dokunmadan, kamu yararı, kamu düzeni, genel ahlak, sosyal adalet, ulusal güvenlik, genel sağlık ve kişilerin can ve mal güvenliğini sağlamak gibi nedenlerle ancak yasalarla kısıtlanabilir” (KKTC Any. md.11). Bunun gibi, “bu Anayasanın hiçbir kuralı, herhangi bir gerçek veya tüzel kişiye, zümre veya sınıfa, bu Anayasa ile güvence altına alınan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ni ve Kıbrıs Türk Halkının hak ve statüsünün değiştirilmesini veya bu Anayasanın kurduğu düzenin yok edilmesini veya tanınan temel hak ve özgürlüklerin ortadan kaldırılmasını amaçlayan hareketlere girişmek ve faaliyetlerde bulunmak hak ve yetkisini verir biçimde anlaşılamaz ve yorumlanamaz” (KKTC Any. md.12). Nihayet, basın özgürlüğüne ilişkin getirilen özel bir sınırlama hükmü, TC Anayasasından pek farklı düzenlenmemiş: “Basın ve haber alma özgürlüğü, kamu düzenini, ulusal güvenliği veya genel ahlakı korumak, kişilerin şeref, haysiyet ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek veya yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için yasa ile sınırlanabilir” (KKTC Any. md.26/3).

Buna karşılık, genel kural yayın yasağı konulmamasıdır. **TC Anayasası’na** göre, “yargılama görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için, kanunla belirtilecek sınırlar içinde, hâkim tarafından verilen kararlar saklı kalmak üzere, olaylar hakkında yayım yasağı konamaz” . Bununla birlikte, TC Anayasasında basın özgürlüğünü "kötüye kullananların sorumluluğu" ayrıca hüküm altına alınmıştır: "Devletin iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlememeye ya da ayaklanmaya veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya Devlete ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber veya yazıyı yazarlar ve bastıran veya aynı amaçla basanlar, başkasına verenler bu suçlara ait kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar". Bu gibi hallerde "dağıtım, tedbir yolu ile hakim kararı alarak, gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle önlenebilir". Bununla birlikte, dağıtımı önleyen yetkili idari merciin "bu kararı 24 saat içinde yetkili hakime bildirmesi, yetkili hakim de bu kararı en geç kırk sekiz saat içinde onaylaması", onaylanmadığı takdirde "dağıtımı önleme kararının hükümsüz sayılması" gerekir (TC Any. md. 28/5).

Benzer hükümlere **KKTC Anayasası’nda** da yer verildiğini görüyoruz: “Yargı görevinin

amacına uygun olarak yerine getirilmesi için, yasa ile belirtilecek sınırlar içinde, mahkeme veya yargıç tarafından verilecek kararlar saklı kalmak üzere, olaylar hakkında yayın yasağı konamaz”(KKTC Any. md.26/4). Bununla birlikte, “Devlet sınırları içinde yayımlanan gazete, dergi ve broşürler, yasanın gösterdiği suçların işlenmesi halinde, yargıç kararı ile ulusal güvenliğin, kamu düzeninin veya genel ahlakın korunması bakımından gecikmede sakınca bulunan durumlarda da, yasanın açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararını veren yetkili merci, bu kararı aynı gün mahkemeye bildirir. Mahkeme bu kararı, en geç iki gün içinde onaylamazsa, toplatma kararı geçersiz sayılır” (KKTC Any. md.27/4)

Ekleyelim ki,**her iki Anayasa’da** yer alan “gecikmesinde sakınca bulunan hallerde kanunen yetkili kılınan merci” hükmü, bu merciiler genellikle siyasi iktidarlara bağlı olduğundan, bu yetkinin çok dikkatli kullanılması gerekmektedir. Özellikle yetkili merciin “dağıtımın durdurulması” kararları daha sonra yargıç tarafından “onaylanmasa” bile, sonuçta sabah 05’de satışa çıkmadan önce dağıtımı önlenmiş bir gazetenin ancak üç gün sonra satışa çıkması, dolayısıyla haberleri “bayatlamış” gazetenin satılamaz duruma gelmesi kaçınılmaz olabilir. Bu nedenle, her türlü siyasi baskıdan uzak tutulması gereken basın özgürlüğünün, ülke içindeki uygulamalarında hassas davranılması; geçmişte görülen bazı yazılı ve görsel basın organlarına yapılan baskınların önlenmesi, özellikle doğabilecek zararların süratle giderilmesine yönelik tedbirler alınması çok önemlidir⁶⁹.

d) Süreli ve Süresiz Yayın Hakkı

Süreli ve süresiz yayın koşullarını basın özgürlüğüne uygun olarak ayrı bir maddede düzenleyen **TC Anayasası**, "süreli ve süresiz yayınların önceden izin alma ve mali teminat yatırma şartına" bağlanamayacağını, kanunun "haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayımlanmasını engelleyici veya zorlaştırmacı siyasal, ekonomik, mali ve teknik şartlar" koyamayacağını, süreli yayınların "Devlet ve diğer kamu tüzel kişilerinin veya bunlara bağlı kurumların araç ve imkânlarından eşitlik esasına göre" yararlanacağını hükme bağlamıştır (TC Any. md. 29/1).

⁶⁹ Demir, F. s.376

Bunun için, süreli yayın çıkarma konusunda "kanunun gösterdiği bilgi ve belgelerin kanunda belirtilen yetkili mercie verilmesi yeterli" sayılacak; "bu bilgi ve belgelerin kanuna aykırılığını tespit eden yetkili mercii, yayının durdurulması için mahkemeye başvuracaktır". Bir başka deyişle, bu hükümle yetkili idari merciin yayını bizzat durdurma kararı alması mümkün görülmemiş, siyasi ve idari hiçbir baskı altında bulunmayan bağımsız mahkemelerin kararının gerekliliği vurgulanmıştır. Nihayet, Devlet iltimasının önlenmesi suretiyle çoğulcu demokratik rejimin bir gereği olarak "tek yönlü yayım" imkânlarının ortadan kaldırılması, süreli yayınlar konusunda ayırım yapılmasının yasaklanarak "eşit işlem" esasının getirilmesi, Anayasada hükme bağlanan kurallar arasındadır (TC Any. md. 29/2).

Türkiye’de yayımlanan süreli veya süresiz yayınların suç soruşturma veya kovuşturması sebebiyle zapt ve müsaderesinde genel hükümler uygulanacaktır. Süreli yayınlar ise, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyetin temel ilkelerine, millî güvenliğe ve genel ahlâka aykırı yayımlardan mahkûm olma halinde, mahkeme kararıyla geçici olarak kapatılabilir. Kapatılan süreli yayının açıkça devamı niteliğini taşıyan her türlü yayın yasaktır; bunlar hâkim kararıyla toplatılır (TC Any. md.28/6,7).

KKTC Anayasası’nda da “Gazete, Dergi ve Broşür Çıkarma Hakkı” başlığı altında düzenlenen maddede; “gazete, dergi ve broşür çıkarılması, her yurttaş için önceden izin alma ve mali güvence yatırma koşuluna bağlanamayacağı” hükme bağlanmıştır. “Gazete, broşür ve dergilerin çıkarılması, yayımı, mali kaynakları ve gazetecilik mesleği ile ilgili koşullar yasa ile düzenlenecek”; ancak, “yasa haber, düşünce ve kanaatların serbestçe yayımlanmasını engelleyici veya zorlaştıracı siyasal, ekonomik, mali veya teknik kayıtlar koyamayacaktır” Üstelik, “gazete ve dergiler, devletin ve diğer kamu tüzel kişilerinin veya bunlara bağlı kurumların araç ve olanaklarından eşitlik ilkesine göre yararlanacaktır”. Bununla birlikte, TC Anayasasında olduğu gibi, Devlet sınırları içinde yayımlanan gazete, dergi ve broşürler, yasanın gösterdiği suçların işlenmesi halinde, yargıç kararı ile ulusal güvenliğin, kamu düzeninin veya genel ahlakın korunması bakımından gecikmede sakınca bulunan durumlarda da, yasanın açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararını veren yetkili merci, bu kararı aynı gün mahkemeye bildirir. Mahkeme bu kararı, en geç iki gün içinde onaylamazsa, toplatma kararı

geçersiz sayılır (KKTC Any. md.27)

KKTC Anayasası’nda,“Kitap Çıkarma Hakkı” ayrı bir maddede özel olarak düzenlenmiştir: “Kitap yayımı, yurttaşlar için izne bağlı tutulamaz, sansür edilemez.Devlet sınırları içinde yayımlanan kitaplar, yasanın gösterdiği suçların işlenmesi halinde, yargıç kararı ile ulusal güvenliğin, kamu düzeninin veya genel ahlakın korunması bakımından gecikmede sakınca bulunan durumlarda da, yasanın açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararını veren yetkili merci, bu kararı en geç yirmi dört saat içinde mahkemeye bildirir. Mahkeme bu kararı en geç yedi gün içinde onaylamazsa, toplatma kararı geçersiz sayılır” (KKTC Any. md.28).

e) Basın Araçlarının Korunması

Demokratik yönetimlerde üstlendikleri önemli görev nedeniyle, "basın araçları" özel koruma tedbirlerine konu olmuşlardır. Korunan basın araçları, her şeyden önce kanuna uygun şekilde (örneğin Matbaalar Kanunu) basın işletmesi olarak kurulan "basımevi ve eklentileridir". Öyleyse kaçak olarak kurulmuş bulunan bir teksir makinesi bu tür koruma tedbirlerinin dışında tutulmuştur. Zira amaç, her ne sebeple olursa olsun bir basın aracını dokunulmaz kılmak değil; fakat basın aracını yerine getirdiği görev nedeniyle "özel korumaya almaktır"⁷⁰. Bu amaçla getirilen **TC Anayasası** ve **KKTC Anayasası** hükümleri basın araçlarının koruma tedbirleri konusunda ortak bir öngöründe bulunmaktadır. Buna göre,Kanunlara uygun şekilde basın işletmesi olarak kurulan yurttaşlara ait “basımevi ve eklentileri ile basın araçları, suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve müsadere edilemez veya işletilmekten alıkonulamaz” (TC Any. md.30; KKTC Any. md.29).

Bu koruma tedbirlerinden en önemlisi, "bunların suç aleti oldukları gerekçesiyle zapt ve müsadere edilmelerini" veya "işletilmekten alıkonulmalarını" önlemektir. Ancak burada, sadece "suç aleti oldukları" gerekçesiyle "Ceza Kanunu" hükümleri dışında bırakılma söz konusudur.

⁷⁰ F. Demir, s.377

Yoksa "İş Kanunu" veya "Matbaalar Kanunu" hükümlerine aykırılık nedeniyle işletilmekten alıkonulma her zaman mümkündür. Örneğin, "Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü, Cumhuriyetin temel ilkeleri ve milli güvenlik aleyhine işlenmiş bir suçtan mahkum olma" durumunda ise, konu "Ceza Kanunu" hükümleri içinde olduğu halde bu hükmün dışında tutulacak; bu durumda basımevi ve eklentileri suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve müsadere edilebileceği gibi, işletilmekten de alıkonulabilecektir⁷¹.

2-Basın Dışı Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü

Modern bir kavram olan kitle iletişim özgürlüğü, yalnız klasik (yazılı) basın ve yayın özgürlüğünü ifade etmez; teknolojik devrimler çağının kitlesel iletişim araçları (sinema, radyo, tv, video, band vb.) yoluyla yapılan bilgi ve düşünce aktarımlarını da içerir⁷². Gerçekten, kitle iletişim özgürlüğünün iki bileşeninden biri basın özgürlüğü ise, diğeri görsel-işitsel iletişim özgürlüğüdür⁷³.

Görsel işitsel iletişim özgürlüğü, klasik ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğünden farklı olarak sınırlı, örgütlü ve gözetimli bir özgürlüktür⁷⁴. Bununla birlikte, basın özgürlüğü, görsel-işitsel iletişim özgürlüğü farklı tarihe sahip, farklı hukukî rejime tâbi olsalar dahi ifadenin özgürce açıklanması esasına dayandırılması kaçınılmaz olan, düşünce ve ifade özgürlüğü temellerine oturan, ortak prensipleri kullanan özgürlüklerdir.

Fransız Anayasa Konseyi, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün esas olarak “vericilerin” değil, “alıcıların” hakkı olduğunu belirtmiştir. Bu bakımdan bu özgürlük “düşünce ve kanaatlerin serbest iletişimi” özgürlüklerinden birisidir ve bu hakkın öznesi herkeştir; bütün izleyici ve dinleyicilerdir⁷⁵. Özetle, görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün öznesi, vericiler açısından tam olarak olmasa da alıcılar açısından herkeştir. Bunun yanında görsel-işitsel iletişim özgürlüğünün

⁷¹ F. Demir, s.377

⁷² Tanör, a.g.e., s.77.

⁷³ Kaboğlu, Özgürlükler Hukuku, s.274.

⁷⁴ Kaboğlu, Özgürlükler Hukuku, s.277.

⁷⁵ Fransız Anayasa Konseyi’nin 17.01.1989 tarihli CSA kararına ilişkin bilgi ve değerlendirmeler için bkz: NalbantA., “Fransa’da Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü”, İHY, Dr. Muzaffer Sencer’e Armağan, Y. 1995-1996, C. 17-18, ss.198-203.

asıl öznesinin alıcı, birey olduğu düşüncesinin bir sonucu olarak söz konusu özgürlük radyo ve televizyonda bireylerin her istediğini serbestçe ifade etmesi olarak tanımlandığında yalnız bireyin değil aynı zamanda kurumun özgürlüğü olarak da belirmektedir. Alman Anayasa Mahkemesi 1961 tarihli ilk televizyon davasında görsel-işitsel iletişim özgürlüğünü öncelikle yayın şirketlerinin kurumsal özgürlüğü olarak tanımlamıştır. Ayrıca Alman Anayasa Mahkemesi, 1981 ve 1986 yıllarında verdiği kararlarda radyo özgürlüğünü ifade özgürlüğünün özünde var olan bazı değerleri geliştirmek bakımından bir araç özgürlük olarak tanımlamıştır. Mahkemeye göre bu araç özgürlük, hem yayıncının hem de kamunun yararına olarak daha temel bir özgürlüğe hizmet etmektedir⁷⁶.

Kamu tüzel kişilerinin elindeki "basın dışı araçlar", özellikle radyo-televizyon işletmelerinin devlet tekelinde bulunduğu ülkelerde, kamunun "yararlanma hakkı" daha büyük önem kazanmaktadır. Radyo televizyon hukukunda "anten hakkı" olarak adlandırılan bu yararlanma imkânı sayesinde kişiler ve siyasi partiler büyük kitlelere hitap edebilmektedir. Gene bu imkân sayesinde, bu araçların farklı düşünce ve kanaatlerin ifadesine açık bir organ; bir başka deyişle, farklı düşünce ve kanaatler önünde tarafsız kalan bir organ haline gelmesi mümkün olacaktır. Aslında, Devlet hizmetinden eşit yararlanmanın gereği de budur⁷⁷.

TC ANAYASASI'nın 31. maddesi, kişiler ve siyasî partilere, kamu tüzel kişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme ve yayım araçlarından yararlanma hakkını düzenlemiş, Anayasa Mahkemesi de radyo ve televizyondan yararlanma hakkını siyasi partilere aktif, bunun dışında kalan herkese pasif olarak tanımıştır⁷⁸. Gerçekten, "Kamu Tüzel kişilerinin Elindeki Basın Dışı Kitle Haberleşme Araçlarından Yararlanma Hakkı" başlığı altında düzenlenen 31. Madde hükmüne göre; "Kişiler ve siyasî partiler, kamu tüzel kişilerinin elindeki basın dışı kitle haberleşme ve yayım araçlarından yararlanma hakkına sahiptir. Bu yararlanmanın şartları ve usulleri kanunla düzenlenir. Kanun, millî güvenlik, kamu düzeni, genel ahlâk ve sağlığın korunması sebepleri dışında, halkın bu araçlarla haber almasını, düşünce ve kanaatlere ulaşmasını ve kamuoyunun serbestçe oluşmasını engelleyici kayıtlar koyamaz".

⁷⁶ Üzeltürk, Görsel ve İşitsel İletişim Özgürlüğü, İstanbul 1998. s.33 ve 48

⁷⁷ F. Demir, s. 378

⁷⁸ AYM, T. 22.05.1987, E.1987/3, K. 1987/13, AYMKD, 23, s.265 vd.)

KKTC ANAYASASI da “Basın Dışı Haberleşme Araçlarından Yararlanma Hakkı” başlığı altındaki 30 maddesinde şu hükmü getirmiştir: “Yurttaşlar ve siyasal partiler, kamu tüzel kişilerinin elindeki basın dışı haberleşme ve yayın araçlarından yararlanma hakkına sahiptir. Bu yararlanmanın koşulları ve usulleri, demokratik ilkelere ve hakkaniyet ölçülerine uygun olarak yasa ile düzenlenir. Yasa, insan haklarına, demokrasi, sosyal adalet ve hukukun üstünlüğü ilkelerine dayanan laik devletin, ulusal güvenliğin ve genel ahlakın korunması halleri dışındaki bir nedene dayanarak, halkın bu araçlarla haber almasını, düşünce ve kanaate ulaşmasını ve kamuoyunun serbestçe oluşumunu engelleyici kayıtlar koyamaz”.

Ekleyelim ki, TC Anayasasından 3913 sayılı kanunla yapılan bir değişiklikle⁷⁹ kaldırılan radyo ve televizyon işletmesinde devlet tekeli (Any. md. 133), KKTC Anayasasında zaten bulunmamaktadır.

3- Kitle İletişim Özgürlüğünün Yeni Bir Araçsal Boyutu: İnternet

Uluslararası (*international*) ve bilgisayar ağı (*network*) sözcüklerinin kısaltılıp birleştirilmesiyle oluşan İnternet, dünya üzerindeki milyarlarca bilgisayarın birbirlerine bağlanmaları ile oluşan ve gittikçe büyüyüp gelişen, dünya çapında yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir.

Kendine özgü yapısı, çeşitli iletişim öğelerini birleştiren yeni teknolojisi ve sunduğu sayısız imkânlar ile 1990’ların ortalarında geniş halk kitlelerinin hizmetine sunulan internet, günümüz kitle iletişim araçları arasında en önemli konuma sahip olmuştur. Öyle ki bugün internet üzerinden radyo ve televizyon yayınları yapılabilmekte, kitap ve gazeteler okunabilmektedir.

İnternetin teknolojik alt yapısı, hem bireyler arası iletişime, hem gruplar arası iletişime hem de kitle iletişimine olanak sağlamaktadır. Yazılı, sesli ve görüntülü metinleri bir arada sunabilmesi ile bu geniş ağ, geleneksel kitle iletişim araçlarını birbirinden ayıran sınırları ortadan kaldırmış, kitle iletişim araçlarının klasik tanım ve kalıplarını zorlayan bir nitelik kazanmıştır.

⁷⁹ R.G. 10.7.1993-21633

Kitle iletişim özgürlüğünün, ilişkin bulunduğu araç ile isimlendirilmesi yaygın kabul gören bir yaklaşım olduğuna ve internetin de bu anlamda teknolojinin ortaya çıkardığı son kitle iletişim aracı olduğuna göre haber ve düşüncelerin internet aracılığıyla kitlelere ulaştırılması özgürlüğünün de “internet özgürlüğü olarak tanımlanmasının yerinde olacağı düşünülmektedir”⁸⁰. Bunun yanında, internet özgürlüğü kuşkusuz yalnızca haber ve düşüncelerin başkalarına ulaştırılması ve aktarılması ile sınırlı değildir. Bunun yanı sıra, çağdaş dünyada sosyal yaşamın zorunlu bir gereği olan haber ve düşüncelerin gerek ulusal gerekse evrensel ölçekte alınması, okunması ve izlenmesi hakkı da internet özgürlüğü kapsamında yer almaktadır⁸¹.

Bununla birlikte, **Türkiye’de** henüz kabul edilmiş bulunan yeni İnternet Yasasına göre, yargı kararı gerekmeden “içeriği sakıncalı bulunan” internet siteleri 4 saat içinde kapatılabilecektir. Yeni internet yasasında Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na (TİB) doğrudan engelleme yetkisi verildi. Ayrıca, yeni internet yasasında içerik sağlayıcılara, internet trafiğini 2 yıl arşivleme zorunluluğu getirildi. Buna ilaveten yasada aşağıdaki maddelerden sözedilebilir:

- Anahtar kelimelerle "uygunsuz içerik" belirlenip sayfa kaldırılabilir.
- Yer sağlayıcı yurtdışındaysa bile erişim engellenebilecek. DNS değiştirerek bir siteye girilemeyecek.
- Hâkimler, 24 saat içinde sansür kararı verebilecek. "Zararlı" içerik çıkarılmazsa, 500-1.000 TL arasında günlük para cezası kesilecek.
- Hosting firmaları her kullanıcının izini sürebilecek. Her kullanıcının internetteki faaliyeti kayda alınarak bir-iki yıl saklanacak.
- TİB başkanına internet sitesi erişim engelleme yetkisi verilecek. Birliğe gönderilecek olan "erişimin engellenmesi kararı" 4 saat içinde uygulanmak zorunda.
- Erişim Sağlayıcılar firmalar, kullanıcıların hangi sitelere girdiğini kaydedip 2 yıl boyunca saklayacak.

Bununla birlikte, TİB Başkanı engelleme kararını 24 saat içinde hâkim onayına

⁸⁰ İçel-Ünver, a.g.e., s.22

⁸¹ Sınar, H., İnternet ve Ceza Hukuku, İstanbul 2001, s.48; Günler, K. a.g.t. s. 30

sunacak, trafik bilgileri ise suç soruşturma kapsamında istenebilecek. Ancak, TİB Başkanı ‘Siber güvenlik’ gerekçesiyle istediği her trafik bilgisini talep edebilecek. Bundan başka, internette yer sağlayıcı (hosting), yer sağladığı içerik hukuka aykırı bulunduğunda içeriği yayından çıkarmak zorunda olacak. Ayrıca, yer sağladığı web sitelerine dair trafik bilgilerini bir yıldan az ve iki yıldan fazla olmayacak şekilde saklamak durumunda. Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na (TİB), bunları yerine getirmeyen yer sağlayıcı firmalara 10 bin TL ile 100 bin TL arasında idari para cezası uygulayacak. Yeni yasaya göre, internet servis sağlayıcıları, engellenen web sitelerine alternatif erişim yollarını da engellemekle yükümlü olacak. Şu anda olduğu gibi, DNS ve benzeri yöntemlerle engelli sitelere giriş yapılamayacak.

E)UYGULAMADA KİTLE İLETİŞİM ÖZGÜRLÜĞÜNE YÖNELİK TEHDİTLER VE TEHLİKELER

Kitle iletişim özgürlüğünün tarihsel gelişim sürecinde en önemli engel olarak devlet yahut siyasî iktidar görülmekte olduğundan bu konuda ilk akla gelen husus, basının siyasî iktidar karşısında bağımsız ve özgür olmasıdır. Ancak günümüz medya yapısında, ulusal ve uluslararası iletişim düzeninde göze çarpan, tekelleşme ya da sermaye yoğunlaşması, dağıtım problemleri gibi hususlar kitle iletişim özgürlüğünün hakikî mahiyetiyle gerçekleştirilmesinin önünde potansiyel birer tehdit yahut tehlike unsuru olarak durmaktadırlar⁸². Bu sebeple kitle iletişim araçlarının kendi içindeki özgürlüğü de en az devlet karşısındaki özgürlük kadar önemlidir. Siyasî iktidarların denetleyicisi rolüne sıkça vurgu yapılan medyanın siyasal iktidar karşısında her yönüyle bağımsız olması, çok önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu konuda, ilan ve reklâm verilmesine ilişkin düzenlemelerin yanı sıra politik muhalefete siyasi iktidarın tahammülsüz bir tutum takınması da kitle iletişim özgürlüğüne yönelik “devlet müdahalesi” biçiminde kendini göstermektedir.

Kitle iletişim özgürlüğü, devletin tarafsız bir tutum takınması ve bu özgürlüğün gelişmesine

⁸² Bu tehdit ve tehlikeler konusunda ayrıntılı bilgi ve çözüm önerileri için bkz: Kadılar, R., “Basın Özgürlüğünü Tehdit Eden Unsurların Ekonomik Hukukî ve Uluslar arası Boyutunun İncelenmesi ve Çözüm Önerileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2000.

sadece izin vermesi şeklinde anlaşılmamakta, bu alanda devlet tarafından bazı aktif önlemlerin alınması zorunluluğunun bulunduğu kabul edilmektedir. Bu çerçevede kolektif bir özgürlük ve sosyal bir hak biçiminde ortaya çıkan bu özgürlük anlayışı içinde basın ülkenin ekonomik koşullarının gerektirdiği bazı dönemlerde, bir hak olarak iktidarlardan kendisine kağıt, makine, mürekkep ve benzeri teknik malzeme temini için yardımda bulunulmasını, telefon ve posta gibi kamu hizmetlerinden avantajlı yararlanma imkânı tanınmasını, vergi ayrıcalıkları sağlanmasını, yazar ve muhabirleri için bazı kolaylıklar gösterilmesini isteyebilmektedir⁸³. Diğer bir anlatımla söz konusu özgürlüğün sağlanması için devlete düşen sorumluluk sadece pasif bir tutum takınarak müdahale etmemekle sınırlı değildir; devlet, aktif olarak da kitle iletişim özgürlüğünün gerçekleşmesi için gerekli tedbirleri almakla yükümlüdür.

Yazıların ve diğer basılacak materyalin, idari makamların ön denetimine tâbi tutulması anlamına gelen sansüre uğramaksızın basılabilmesi, basın özgürlüğünün en köklü unsurudur. Ancak sadece bu yeterli olmayıp basılan eserlerin serbestçe dağıtılabilmesi de gerekir. Bu yolda çıkarılacak fiilî yahut hukukî engeller basın özgürlüğünü azaltır yahut ortadan kaldırır.

Kamu gücünü ve imkânlarını kullanan idare, gerek görevin yapılması gerekse sağlanan olanak ve gösterilen kolaylıklar bakımından basın-yayın organları arasında ayırım yapmamaya özen göstermelidir. Siyasal görüşlerdeki farklılıklar ve diğer özellikler bakımından kamu kudreti tarafından eşit olmayan işlemler ve davranışlar kitle iletişim özgürlüğünü zedeler, halkın bir kısmını gerçek bilgileri öğrenme hakkından mahrum kılar ve iktidarı serbestçe eleştiremeyecek “besleme” bir medyanın oluşmasına sebebiyet verir.

Basın özgürlüğünün bulunması için önceden izin ve ruhsat almaksızın⁸⁴, devlet müdahalelerinden uzak serbestçe basın faaliyetinde bulunulması şart ise de basın özgürlüğü ne yalnızca izin almaksızın ve sansüre tâbi tutulmaksızın bir gazete çıkarma ve onu yayınlama hakkından ne de yalnızca bir yazma ve konuşma özgürlüğünden ibarettir. Basın özgürlüğü, aynı

⁸³ Dönmezer, Basın ve Hukuku, s.79; İçel-Ünver, a.g.e., ss.26-27

⁸⁴ İçel-Ünver, a.g.e., s. 133.

zamanda teknik ve ekonomik uzantıları olan bir olgudur⁸⁵. Bir gazetenin çıkarılması (tıpkı radyo ve televizyon yayını yapılmasında olduğu gibi) ciddî teknik ve malî gücü gerektirir. Bu da çoğu zaman basında tekelleşme veya en azından sermaye yoğunlaşmasını getirir ki, özgür ve saptırılmamış bilgi dolaşımını tehdit eden bir durumu sonuçlar.

Medyadaki tekelleşme olgusu, ekonomik iktidar karşısında kitle iletişim özgürlüğünün tehlikeye girmesine neden olmaktadır. Bununla bağlantılı olarak manipülasyon, oto-sansür ve patron vesayeti gibi iletişim özgürlüğünün üzerinde medyanın iç işleyişinden kaynaklanan gölgeler de son zamanlarda belirginleşmiştir. Basın meslek ahlâkının tam olarak yerleşmemesi, medyaya sahip olan güçlerin aralarındaki gözü kara ticarî rekabet, siyasî, ideolojik yahut kişisel çekişmeler gibi olguların tetiklediği bu olumsuz gelişmeler, halkın doğru ve tarafsız bilgiyi edinmesini, ülkenin gerçek gündeminden haberdar olmasını, sağlıklı siyasal tercihlerde bulunabilmek için saptırılmamış bilgiye dayalı kanaate varmasını engellemektedir. Bu konuda son olarak kaydedilmesi gereken bir husus da herhangi bir pazarda yaşanan tekelleşmenin pazar koşullarını bozduğu; oysa medyada tekelleşme olgusunun toplumsal yapı bozukluğuna yol açtığı⁸⁶ saptamasıdır⁸⁷.

Diğer Saptamalar

- KKTC Ceza yasasında basın ve yayın yoluyla işlenen suçlar son derece sınırlı olarak düzenlenmiştir. Bunların kanunilik (yasallık) ilkesine uygun olarak açık belirgin ve herkes tarafından anlaşılır olacak şekilde kanunla düzenlenmesi, sınırlarının oluşturulması gereklidir. Bu konuda yeni yürürlüğe giren 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının düzenlenmesi yerinde olmuştur. Ancak bu kanunun kapsamı dışında kalan alanlarda da düzenleme yapılması yerinde olacaktır.
- KKTC Ceza Yasasında, basın ve yayın araçları ile işlenen suçların kapsamı bireysel nitelikteki suçları da kapsar nitelikte düzenlenmiştir. Basın yayın araçları ile

⁸⁵ 125 Livet, P., L'autorisation administrative préalable et les libertés publiques, Paris 1974, p.101'den nakleden: Kaboglu, Kolektif Özgürlükler, s.89

⁸⁶ 127 Çankaya, H., İletişim Özgürlüğü ve Yayın Denetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2001, s.39.

⁸⁷ Günler, K. a.g.t. s.32

gerçekleştirilecek fiiller ile bireysel nitelikteki hareketlerin birbirinden ayrılması ve buna uygun olarak düzenlemesi faydalı olacaktır.

- KKTC Cez Yasasında, ifadeyi açıklama özgürlüğüne karşın bireylerin şeref ve haysiyetinin korunması, toplum içerisindeki itibarının korunması gibi temel haklar dengeli olarak düzenlenmemiştir. Zira, bir hukuk devletinin temel görevlerinden biri, bireylerin maddi ve manevi varlıklarının gelişmesini sağlamak, insan haysiyetini korumak ve geliştirmektir. Oysa ki, kanun koyucu sadece 5 yıl ve üzeri hapis cezasını gerektiren bir suç işlemekle bireylerin itham edilmesini suç olarak düzenlemiş; bu kapsama girmeyen ancak bireylerin şeref ve haysiyetini ihlal eden itham ve davranışları suç olarak düzenlenmemiştir. Elbette ki amaç liberal bir düzenleme yapmaktır, ancak bu kapsamda bireylerin temel hak ve özgürlükleri de koruma altına alınmalıdır. Yeni yapılacak düzenlemelerde basın özgürlüğünün sınırları belirlenmeli; özellikle insan haysiyetinin ve onurunun korunması amacıyla hakaret suçu ve kapsamı düzenlenmeli, temel haklar güvence altına alınmalıdır.
- KKTC Ceza Yasasının lafzı karışıktır. Yasallık ilkesinin temel özelliklerinden olan açıklık ve belirlilik ilkeleri bakımından sıkıntı yaşanmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 7.maddesi dikkate alınarak, gelecekte yapılacak olan yeni düzenlemelerde bu hususun gözetilmesi gereklidir. Nitekim, 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasında bu husus dikkate alınmıştır. Bu da sevindirici bir gelişmedir. Diğer düzenlemeler ve değişiklikler bakımından da bu hususun gözetilmesi faydalı olacaktır.
- İlgili düzenlemelerin anlam ve yorumu yapılırken İngiliz Ceza Mahkemelerinin içtihatlarının esas alınması gerekliliği, mevzuatın bir başka ülkenin içtihatları ile yönlendirilmesine neden olmaktadır. KKTC, hukuk yeterliliğini oluşturmuş, kendi yargısal içtihatlarını oluşturabilecek hukuki alt yapıya sahip bir ülkedir. Bu kapsamda Anglo-sakson hukukunun sistem olarak kabul edilmesi elbette ki kanun koyucunun tercihidir. Ancak mevzuatın özellikle basın yayın suretiyle işlenen suçların kapsamı ve sınırları bakımından güncellenmesi ciddi bir ihtiyaç olarak kendisini göstermektedir. Bu amaçla gerçekleştirilecek olan yeni düzenlemeler kapsamında hukuki metin, madde gerekçeleri ile somutlaştırılmalı ve buna uygun yargısal içtihat iç hukuk tarafından oluşturulmalıdır ve takip edilmelidir. Bu kapsamda yabancı hukuk yardımcı bir kaynak olarak elbette ki kullanılabilir,

ancak yasa metni, gerekçeleri ve ülke içtihatı temel kaynaklar olarak benimsenmelidir.

- Kamuya mal olmuş kişilerin davranış ve tutumları kamu oyunu ilgilendirdiği ölçüde eleştiriye ve haber olma özelliğine sahiptir. Ancak başlangıç raporunda açıkladığımız düzenlemelerden de anlaşıldığı üzere, iyiniyetle dahi olsa bireylerin karakterleri üzerinde yorum yapılması hallerinin suçun kapsamı dışında bırakılmış olması, yerinde olmamıştır. Bireylerin kişilikleri veya karakter özellikleri, kamuoyunun tartışma konusu yapılabileceği hususlar değildir. Zira kamuoyuna mâl olmuş kişilerin davranışları belli ölçüde haber olma özelliğine sahiptir, ancak karakter özellikleri kişinin özel hayatı kapsamındadır ve kişilerin şeref ve haysiyeti, toplum içerisindeki saygınlığının korunabilmesi için bu hususların tartışma konusu ve yayın konusu olmaması icap eder. Yeni düzenlemelerde bu hususların da ayrıca dikkate alınması zorunluluk arz etmektedir.
- Basın yayın yoluyla dolandırıcılık, suç işlemeye tahrik gibi pek çok suç tipi raporumuzda da ifade ettiğimiz üzere mevcut uygulamada herhangi bir yasal düzenlemeye konu olmamıştır. Bu hususlardaki eksiklikler ister bu kanun içerisinde isterse ayrı bir kanun altında düzenlenerek tamamlanmalıdır. Zira bu husus bireylerin temel hak ve özgürlüklerinin ve ülke menfaatlerinin korunması bakımından önem taşımaktadır.
- 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının İkinci Kısım m.5/6-B bendinde yer alan içeriği basın yoluyla veya sosyal medya aracılığıyla ifşa edilmiş bir kaydı yayma suretiyle işlenen haberleşmenin gizliliğini ihlal suçu, zaten basın yayın veya sosyal medya tarafından ifşa edilmiş bir bilginin yayılması olduğu için liberal bir düzenleme niteliği taşımamaktadır. Bu düzenlemenin yapılması elbette ki kanun koyucunun tercihidir; ancak pek liberal bir düzenleme olmamıştır. Zira zaten ilgili haberleşmeyi basın yayın yoluyla veya sosyal medya aracılığı ile yayan kişi cezalandırılmaktadır. Bu nedenle bu hükmün tekrar gözden geçirilmesi sağlıklı bir yaklaşım olacaktır. Zira bireylerin sorumluluk alanları ciddi anlamda genişletilmiştir.
- 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının çeşitli maddelerinde haberleşmenin gizliliğini ihlal eden veya özel hayatın gizliliğini ihlal eden kimselerin kamu görevlisi olması ve yargıç kararıyla bu dinlemeleri veya kayda almaları yapmaları halinde hareketin suç sayılmayacağı yenilenmiştir. Bu şekilde her madde kapsamında bu hukuka uygunluk nedeninin yenilenmesi yerine genel

hukuka uygunluk nedenleri olan kanun hükmünü ifa, yetkili amirin emrinin yerine getirilmesi, hakkın kullanılması gibi nedenler düzenlenerek bu hususlar yenilenmekten çıkarılabilir.

- 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının düzenlenmesi yerinde olmuş, konuya ilişkin büyük bir boşluğun doldurulmasını sağlamıştır.
- Bölüm 155 Ceza Muhakemeleri Usul Yasasında basın yayın ile ilgili herhangi bir düzenlemenin bulunmadığı görülmüştür. Bu konuya ilişkin kanun koyucunun öncelikleri dikkate alınarak düzenlemeler yapılması gereklidir.
- KKTC Disiplin Mahkemeleri Kuruluşu, Disiplin Kabahat ve Cezaları ve Yargılama Usulü Yasasında, silahlı kuvvetlere ilişkin bir düzenlemenin olduğunu görüyoruz. İlgili mevzuatın dördüncü bölüm 23.maddesinde duruşmanın açıklığı düzenlenmiştir. Birinci fıkraya göre, disiplin mahkemelerinde duruşma açık olur. Ancak sanığın astları duruşmada bulunamazlar. İkinci fıkraya göre, disiplin mahkemesi, ulusal güvenlik, Anayasal düzen, kamu düzeni, kamu güvenliği veya genel ahlak yararına duruşmanın tamamının veya bir kısmının kapalı yapılmasına karar verilebilir. Bu hükümden de anlaşılacağı üzere disiplin mahkemesinde görülecek olan duruşmalar ancak sanığın kendi rütbesi ve üstündekilere açık olarak gerçekleştirilebilir, astlarına karşı kapalıdır. Astlarına karşı kapalı olan bir duruşmanın basın yayın yolu ile halka açık olmasından da bahsedilemez. Bu kapsamda duruşmanın açıklığı ilkesinde sınırlı bir açıklık düzenlemesi yapıldığını ifade etmek yanlış olmaz. Bu düzenlemeyi tamamen halka açıklık ilkesi ile bağdaştırmamız mümkün değildir. Zira, eğer halka açık olduğu kabul edilir ve basın-yayın yoluyla duruşmada gerçekleştirilen işlemler halk ile paylaşılır ise düzenlemedeki astların bulunamayacağına ilişkin düzenleme anlamsız hale gelir. Silahlı kuvvetlerin yapısı gereği böyle bir düzenlemenin tercih edilmesi, ülke güvenliğine ilişkin bir kurum olması sebebiyle anlaşılır bir durumdur. Hatta ikinci fıkrada ulusal güvenlik, anayasal düzen, kamu düzeni ve güvenliği ile genel ahlak yararına bir durumun söz konusu olması hallerinde duruşmanın tamamı veya bir kısmının duruşmaya girmeye kural olarak izin verilen kişilere dahi kapatılacağı düzenlenmiştir. Bu durumda basın-yayına karşı da kapalı olacağı izahtan varestedir. Kanunda bu hususun ayrıca belirtilmesi boşlukların oluşmasına izin vermeyecektir.

2.5 KKTC Medya Etik'ine Yönelik Saptamalar

İletişim alanında etikten söz edildiğinde iletişim profesyonellerin işlerini yaparken uymayı kabul ettikleri meslek ilkeleri anlaşılır. İletişimciler bu ilkeler olmadan da işlerini yapabilirler ama günümüzde önemi giderek artan sorumlu yayıncılık anlayışı iletişim etiğine önem verilmesini gerektirmektedir.

Etik, yasal alanın tamamen dışındadır; iletişimcilerin iş yapma biçimi ile ilgilidir ve yasaların yerine geçemez. İletişimcilerin kendiliklerinden kabul ettiği davranış kuralları olduğu için, ilke olarak; 1) İş yapma biçimine ilişkin kusurları sadece iletişimciler değerlendirir; 2) Kusurlu bir davranışa ceza verilmez, sadece kınama söz konusu olur; ve 3) Etik kuralların ihlali hiç bir biçimde yasal yaptırıma konu edilemez.

İletişim alanında etik uygulamalar için bugüne kadar üç yol geliştirilmiştir: 1) Meslek ilkeleri; 2) Basın Konseyi; ve 3) Ombudsman (Okur/İzleyici Temsilcisi).

Meslek ilkeleri en yaygın uygulamadır. Pek çok ülkede bazen birden çok ilke metni vardır. Bu iletişim meslekleri için ayrı ayrı öngörülmüş olduğu gibi, bir meslek için farklı örgütlerin ya da kuruluşların kabul ettiği farklı metinler de vardır. Meslek ilkeleri genel olarak iletişimcinin yapması ya da yapmaması gereken davranış biçimlerini belirler.

Basın konseyi şikâyetleri değerlendirir; ilkelerin çiğnenip çiğnenmediğine karar verir. Kusur bulursa davranışın/yayının yanlış olduğunu açıklar. Böyle durumlarda gazeteciye herhangi bir ceza verilmez; sadece mesleki açıdan kusurlu olmanın rahatsızlığını duyması beklenir.

Ombudsman iletişimcilerin çalışmalarını izler, yanlışları gözler ve bunları kurum çalışanlarına duyurur. Ombudsmanın saptadığı yanlışlar/hatalar için de yaptırım söz konusu değildir. Kabul edilmiş meslek ilkelerinin ihlali konusunda sistemin çalışması şöyle özetlenebilir:

1. İletişimcinin belirlenmiş ilkelere uygun davranması beklenir; ama bir ön denetim yapılmaz.
2. Yayından rahatsızlık kişi şikâyetini basın konseyine ya da ombudsmana yapabilir.
3. Basın konseyi değerlendirmesi yapar, iletişimcinin kusurlu olduğunu belirlerse

durumu taraflara bildirir. Konu orada kapanır.

4. Ombudsman şikâyet nedeniyle ya da kendi incelemesi sonrasında ihlal görürse bunu kurum çalışanlarına mektup biçiminde duyurur.

İletişim etiği uygulaması iletişimciler için özünde rahatsızlık kaynağıdır. Birilerinin onları izlemesi ve yanlışlarını saptaması hoşlarına gitmez. Şikâyetleri görmezlikten gelmeyi yeğlerler. Hızlı çalışma temposu içinde dikkatten kaçan konuların abartılması, kusur olarak herkese açıklanması canlarını sıkır. Öyleyse neden etik ilkeleri vardır? Uygulanmamak için mi? Ya da doğru ve dürüst çalışıldığı konusunda bir görüntü yaratmak için mi?

Bu soruların yanıtının iletişim mesleğinin gelişmesinde aranması gerekir. Bunun için de ABD örneği yol göstericidir çünkü etik uygulamaları konusunda Avrupa'dan örnekler varsa da bugün sözü edilen biçimiyle etik, ABD kökenlidir ve gazetecilik alanında geliştirilmiştir. Bu ülkede gazetecilik uzun yıllar sermayenin denetiminde yapılmıştır; gazeteciler sermaye(patron) karşısında yalnızdırlar. Gazetenin yayın politikasının şu ya da bu çıkar doğrultusunda değişmesine yapabilecekleri bir şey yoktur. Haklarını savunacak örgütleri (sendikaları) yoktur. Bugün de gazeteciler, yazarlar sözleşmeli olarak çalışırlar. İş sözleşmelerinin yenilenmeme olasılığının ne denli büyük bir baskı oluşturabileceği maaşlı ve iş güvencesi olan insanların anlayabileceği bir konu değildir. Bu “itilip kakılan” ama dertlerini kimseye anlatamayan gazetecilerin ülkesinde 20. yüzyılın başlarında okurun güvenini kazanmanın esas olduğunu, bunun için de ilkeli yayıncılığın benimsenmesi gerektiği düşüncesi gelişti (1923). Bugün bütün dünyaya örnek oluşturan ilkeler gazeteciyi, mesleği çıkar amaçlı müdahalelerden korumak için geliştirilmiştir. Bu ilkeler kabaca iki bölümdür. Bir bölümü doğal olarak gazetecileri ilgilendirir. Bunlar gazetecilik mesleğinin zaten ana ilkeleridir: Doğruluk, dürüstlük, tarafsızlık gibi. Ama aynı zamanda açıkça söylenmese de sahipleri (patronu da) ilgilendirir:

“Mesleki gücü kişisel çıkar ya da değersiz amaçlar için kötüye kullanan basın mensupları kamunun güvenine layık değildir”. Ya da;

“Basın özgürlüğü kamuya aittir, resmi ya da özel olsun her türlü çevrenin saldırılarına karşı

korunmalıdır. Gazeteciler kamu işlerinin açıklık ilkelerine göre yürütülmesini güvence altına alma konusunda ve basını kişisel çıkarları için kötüye kullananlara karşı uyanık olmalıdır.” Dahası;

“Tarafsızlık basının her şeyi sorsuz kabul etmesi anlamına gelmediği gibi, kendi görüşünü yansıtmaya da engel teşkil etmez. Ancak sağlıklı bir uygulama, okurlara haber ve fikir yazılarını ayırt etme olanağı verir. Kişisel görüş ve yorum içeren yazıların bu nitelikleri belirgin olmalıdır.”

ABD’de geliştirilen ilkeleri bütün yayın organlarının benimsediği ve uyguladığı söylenemez. Ama saygın olarak nitelenen, önde gelen gazetelerin kendi geliştirdikleri ilkeler vardır. Bu ilkeler birbirinin tekrarı ve benzeri olsa da kimse bütün Amerika için tek bir metin olması gerektiğini düşünmemektedir. Böyle tek bir metnin hükümetler tarafından basın yasasına eklenerek denetim aracı yapılmasından kaygı duyulmaktadır.

ABD’de oluşturulan ilk metinden 50 yıl sonra ilkelerin genişletilmesi söz konusu olmuştur (1973). Bu etik uygulamalara ekonomik boyutun katılmasını getirecektir. Pahalı hediye kabulünün engellenmesi, gazetecinin mesleği için yapacağı harcamaların işveren tarafından karşılanması gibi, saygınlığın ve tarafsızlığın korunabilmesi için ekonomik özgürlüğün sağlanması konusu kabul görmüştür. Duyarlılık o denli artmıştır ki bir tiyatro, konser ya da film etkinliğinin bedava biletle izlenmesinin nesnel değerlendirmeye engel olacağı noktasına gelinmiştir. (Bu tür etkinlikleri gazetecinin ücreti gazete tarafından ödenmiş biletle izlemesi gerektiği düşünülmektedir.)

ABD’de ombudsmanlık da oldukça gelişmiş bir modeldir. Saygın ve seçkin gazetecilerin yapabildiği bu görev, tam anlamıyla iletişim aracıyla bağı kesilmiş (emekli olmuş) bir profesyonelin yaptığı denetimdir. Gazeteyi okur, değerlendirir; eksik ve yanlışları açık mektup olarak gazete çalışanlarına duyurur. Sevimleyebilir, ama söylediklerinin dinlendiği kesindir.

ABD’deki gelişmeler bugün de editoryal bağımsızlık kavramını ortaya çıkartmıştır. Editoryal

bağımsızlık, “köşe yazarlarının” düşüncelerini özgürce açıklamalarının güvencesini arttırma girişimidir.

ABD’de geliştirilen modelin başka ülkelerde aynı biçimde uygulanmasını beklemek yanılgılara yol açabilir. Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti söz konusu olduğunda bu gerçeğin dikkate alınmasında yarar vardır.

TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Türkiye’de etik denince gazetecilerin (muhabirlerin) iş yapma sürecinde uymaları gereken kurallar akla gelir. Basın Şeref Divanı (1961), Basın Konseyi (1987) ilkeleri bunun en temel örnekleridir. Etik uygulamalarının ABD’deki doğuş ve gelişme nedenleri iyi değerlendirilmediği için kurallar sadece gazeteci için öngörülmüştür; gazetecinin hangi koşullarda nasıl çalıştığı; işverenle ilişkilerinin nasıl geliştiği gerçekleri dikkate alınmamıştır. Toplumsal gerçekleri bir ölçüde dikkate alan ve etik düzenlemeleri bir adım ileri götüren metin Gazeteciler Cemiyeti tarafından kabul edilen Haklar ve Sorumluluklar Bildirgesi’dir. Bu metin gazetecinin sorumlulukları yanı sıra temel haklarına da vurgu yaptığı için önemlidir.

Türkiye’de etiğe ilişkin önemli bir gelişme gazetelerin gelir kaynakları içinde önemli bir yer tutan resmi ilan ve reklamları dağıtan Basın İlan Kurumu’nun etik ilkeleri belirlemesi olmuştur (1994). Bu düzenleme yaptırım olarak, ilkelere uymayan yayın organlarının ilanlarının kesilmesini de birlikte getirmiştir. Bu ilginç bir örnektir çünkü uluslararası anlayışa göre etiğin mesleki kınamadan başka bir yaptırımı yoktur, olmaması gerekir. Ancak bugün Türkiye bir yandan etiğin önemsendiği öte yandan uygulamada cezadan başka bir yöntem geliştiremeyen ülke durumundadır.

Etik ilkeler, özünde, kitle iletişim araçlarının demokratik bir toplumda işleyişini doğru ve güvenilir kılmak için geliştirilmiştir. Yurttaşın ülkesinde ve dünyada olan biten hakkında doğru bilgi sahibi olabilmesi iletişim araçlarının ona doğru, yansız bilgi aktarması ve olayları anlaşılır kılması ile mümkündür. Bunun için de iletişim araçlarının saydam, güvenilir, toplumsal çıkarları

ön planda tutan, gerçekten dördüncü güç olarak çalışması gerekir. Bu sadece gazetecinin (muhabirin) farkında olması ve yerine getirmesi gereken bir sorumluluk değildir. Sektörde farklı düzey ve sorumlulukta görev yapan herkesin üzerine düşen görevi yerine getirmesi gerekir. Muhabirin haberi oluştururken etik ilkeleri dikkate alması gerekir. Ama yazışları sorumlularının da haberi başka anlamlara gelebilecek şekilde değerlendirmemesi ya da gözardı etmemesi gerekir. Genel yayın yönetmeninin gazete sahibinin çıkarlarına ters olabileceği için habere müdahale etmemesi ya da gazete sahibinin gazetecilikle öteki işlerini karıştırmaması gerekir. Bu gerçekler dikkate alındığında, iletişim alanında etik düzenlemenin genel ve tek bir metinle değil, farklı yetki ve sorumluluğa sahip kişiler için ayrı ayrı metinler düzenlenmesiyle gereği ile karşı karşıya kalınır. Haberi toplayan muhabir, bunları değerlendiren yazışları müdürleri, yayın politikasını belirleyen, haberlerin gazeteye girip girmeyeceğine karar veren genel yayın yönetmenleri ve yayın organının sahibi için farklı sorumluluk belgelerinin olmasında yarar vardır. Aksi takdirde anonim, sorumlulukları kesin bir biçimde ortaya koymayan metinlerle etik duyarlılığın geliştirilmesi zordur. Bu nedenle UNESCO tarafından 1980 yılında hazırlanan ama uygulama olanağı bulmayan metinlerin gözden geçirilip tartışılmasında yarar vardır.

KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ'NDE DURUM

Kıbrıs'ta etik uygulamaları henüz çok yenidir; gazetecilerin girişimleriyle başlatılmıştır. İlk adım Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği tarafından Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından kabul edilen Gazetecilerinin Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nin kabulü (2000) ile atılmıştır. Sonra daha farklı bir metin, Gazetecilik Meslek İlkeleri'nin onaylanması (2013) gerçekleştirilmiştir. Gelişmelerin yakından izlenmesi İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nun yayınlanmasını sağlamıştır.

Kıbrıs'ta etik uygulamaları için geliştirilen araçlardan meslek ilkeleri ve bu ilkelerin uygulanmasını izleyen Medya Etik Kurulu vardır. Henüz ombudsman (okur temsilcisi) yoktur.

Kıbrıs'taki uygulama henüz çok yenidir. Etik ilkelerin yaygınlaştırılması için yoğun bir çaba gösterilmesi gerekir. Başka meslek örgütlerinin deneyimlerinden yararlanmak ve gelişmeleri izlemek için ulusal ve uluslararası toplantılar düzenlemesi yararlı olabilir. Gazeteciler tarafından

belirlenen ilkelerin yaygınlaştırılması, Medya Etik Kurulu kararlarına uyulmasını sağlayacak ortamın oluşumuna katkı verilmesi, uygulamayı kabul eden kurum ve gazeteci sayısının artması gerekmektedir.

Türkiye deneyiminin etik alanında çok verimli bir birikim oluşturduğunu söylemek zordur. Gazetecilerin ortak bir zeminde uzlaşabilecekleri düşünülen bu alan, Türkiye’de meslek örgütlerinin anlaşmazlığa düşmesine, ayrışmasına yol açan politik bir alan haline gelmiştir. Bu durumun iyi değerlendirilmesinde sayısız yarar vardır. Bu yapılırken yakın geçmişte oluşturulan ve uygulanan herkes için tek metin yerine, EK 4’de yeralan UNESCO tarafından geliştirilen etik metinlerinin değerlendirilmesinde yarar olabilir. Bu demokratik bir toplumun gereklerini yerine getiren, herkesin kendi sorumluluğu ve yetkisi çerçevesinde uygulayabileceği ilkelere onay vermesini sağlayacak ve etik bilincinin gelişmesine yardım edecek bir çözüm olarak değerlendirilebilir.

3. SWOT ANALİZİ

Stratejik yönetim çalışmaları kapsamında en fazla kullanılan teknik olarak SWOT analizi, herhangi bir kuruluşun, örgütün, kamu kurumunun ya da özel sektör firmasının içsel durumunu ve onu çevreleyen dışsal faktörleri tahlil etmek için kullanılan yöntemlerden biridir (Öztemel, 2001; Dess vd., 2010: 40-73). Bir anlamda, mevcut durumun, tüm yönleriyle, iç ve dış dinamiklerin de göz önünde bulundurulmasıyla, fotoğrafının çekilmesidir. Bu çerçevede, SWOT analizi kurum içi güçlü ve zayıf yönleri ile kurum dışı tehditler ve fırsatları karşılaştıran bir strateji geliştirme aracıdır. Şöyle ki; kurum içi ve dışı faktörleri dikkate almadan kurumsal başarı sağlayan bir strateji geliştirilemez (Certo ve Certo, 2012: 231). SWOT analizi sayesinde, işbu proje özelinde KKTC medyasının güçlü ve zayıf yönleri ile yüzyüze olduğu tehditler ve fırsatlar net olarak belirlenmiş olmaktadır. Böylece, sektörün güçlü yönleri üzerinde yoğunlaşır; zayıflıklarını azaltır; sektöre yönelik tehditleri bertaraf etmenin yollarını arar; ve fırsatlardan en büyük ölçüde yararlanmaya yoğunlaşmış olur. Netice itibari ile SWOT analizi sonrası KKTC Medya sektörüne özgü Vizyon ve stratejik hedefler belirlenecektir.

KKTC Medya Sektörü SWOT (FÜTZ) analizi çok sayıda paydaşların örtüşen görüşlerini kuşbakışı gözleme olanağı tanırken aynı zamanda KKTC 'ye özgün değerlerin de indeksi özelliğini taşımaktadır. Ayrıca SWOT analizi süreci, görüşülen kamu kuruluşları, meslek kuruluşları, sivil toplum örgütleri, sendikalar ve diğer birliklerin özelde konu ile ilgili kapasiteleri ve genel de tespit ve politika üretimi kapasitelerini de tanıma olanağı sağlamıştır. Aşağıda Tablo 34'de sunulan SWOT Analizi tablosu KKTC izleyicilerine yönelik araştırmalar ve bu araştırma sonuçlarının paylaşıldığı odak grupları toplantılarındaki paydaş izlenimleri yanında bu alanda derlenmiş ikincil verilere dayandırılarak hazırlanmıştır.

Tablo 34: KKTC Medya Sektörü SWOT Analizi

FIRSATLAR	ÜSTÜNLÜKLER
- Türkiye TV'leri ile aynı uydudan yayın yapan KKTC TV'lerinin TC izleyicisine hitap edebilme potansiyeli - KKTC'deki üniversitelerin büyük çoğunluğunda İletişim Fakültesi'nin bulunması - Yazılı basını denetleyecek bir kurumun	- Sektöre girmedeki engeller ve büyük sermaye yatırımı - Medyanın oluşturduğu güç ve baskı unsuru

olmayışı(fırsat) - Nitelikli işgücü varlığı - İnternet gazeteciliği ve Sosyal Medya'dan yararlanarak alternatif medya entrümanlarının sunulma potansiyeli	
TEHDİTLER	ZAYIFLIKLAR
- Ülke nüfusunun Ekonomik Fizibiliteyi güçleştirmesi - Türkiye Basını ile yaşanan haksız rekabet - Ekonominin büyük ölçüde Türkiye'den yapılan ithalata dayalı olması - Yazılı basını denetleyecek bir kurumun olmayışı(tehdit) - Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı - Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkilemesi - Frekans tahsis sorunu - Verici istasyonlarında kamu tekeli - Özellikle Yazılı basına karşı İnternet Gazeteciliği ve Sosyal Medya'nın varlığı - Medyaya olan güvenin azalması - Yayın Yüksek Kurulu'nun kurumsal ve idari yetersizliği - TAK Ajans'ına alınan haber karşılığı ücret ödenmemesi - Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı	- Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi (<i>Özgür davranabilme sorunu, Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi, vs.</i>) - Sahiplik yapısının kurumsallaşmayı engellemesi - Kayıtdışı işgücünün varlığı - İş güvenliği sorununun olumsuz yansımaları - Mali sürdürülebilirliğin olmayışının Özerkliği mümkün kılmaması - Medya Patronlarının diğer ticari işlerinin yarattığı çıkar çatışması sorunu - Nitelikli muhabir sorunu - Habere ulaşma güçlüğü - İnternet Gazeteciliği'ne yönelik hukuksal boşluk - Medya objektifliği ve bağımsızlığını potansiyel olarak olumsuz etkileyen siyasi parti medya organlarının varlığı - Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu - Kamu Medya kurumlarının özel kurumlar karşısında sahip oldukları haksız rekabet yaratan avantajlar - Medya Etik ihlali karşısında yaptırımın gücüne sahip bir kurum/kuruluşun olmayışı - Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılığı - Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsel olmayışı

Yukarıdaki SWOT tablosunu esas alarak KKTC Medya sektörünün başarısını etkileyebilecek fırsatlar, tehlikeler, üstünlük ve zayıflıkları aşağıdaki başlıklar halinde açıklayabiliriz.

Fırsatlar:

KKTC Medya sektörünün içinde bulunduğu durum itibariyle yapılmış tesbitlerden çıkan fırsatlar şöyle sıralanabilir; tanınmamış (sadece Türkiye tarafından tanınan) bir ülke oluşuna rağmen Türkiye TV'leri ile aynı uydudan yayın yapılması KKTC TV kanallarının TC izleyicisine hitap edebilme potansiyelini gündeme getirmektedir. KKTC'deki üniversitelerin büyük çoğunluğunda İletişim Fakültesi'nin bulunması nitelikli çalışan sayısını artırdığı gibi, sektör ve üniversiteler arasında koordinasyon sağlayabilme potansiyeline de sahiptir. Yazılı basını denetleyecek herhangi bir kurumun olmayışı sansürden uzak yayın yapma olanağı sağlamaktadır. KKTC'nin nüfus açısından küçüklüğü çok sayıda üniversitenin farklı sektörlere eleman yetiştirmesi ve medya kuruluşlarındaki her alanda çalışabilecek nitelikli işgücü varlığının sağlanmasını olanaklı kılmaktadır. İnternet gazeteciliği ve Sosyal Medya'dan yararlanarak alternatif medya entrümanlarının sunulma potansiyeli yüksektir.

Tehlikeler:

KKTC Medya Sektörü için tehdit oluşturan unsurlar; ülke nüfusunun azlığının ekonomik fizibiliteyi güçleştirishi, ekonominin büyük ölçüde Türkiye'den yapılan ithalata dayalı oluşu ve Türkiye Basını'na ait gazetelerin eşzamanlı olarak KKTC'de de satışı hem haksız rekabet, hem de ulusal basına ait gazetelerin daha az okunması ve buna dayalı olarak da reklam pastasından alınan payın düşüklüğü, özellikle Yazılı basına karşı İnternet Gazeteciliği ve Sosyal Medya'nın giderek güçlenen varlığı, TAK Ajans'ından alınan haber karşılığı ücret ödenmemesi nedeniyle giderek artan ulusal gazete sayısı, yazılı basını denetleyecek bir kurumun olmayışıyla (tehdit), kişilik haklarına yapılan yazılı saldırıların engellenememesi ve dolayısıyla Medya'ya olan güvenin azalması olarak sıralanabilir. Görsel Medya açısından ise; Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı gerek reklam girdilerinin azlığını gerekse frekans tahsis sorununu gündeme getirmekte ve verici istasyonlarında kamu tekelinin aşılammamasının nedenlerinden biri olarak gözükmektedir. Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşunun sektörün kurumsallaşmasını

olumsuz etkilediğini söylemek yanlış olmaz. Yayın Yüksek Kurulu'nun kurumsal ve idari yetersizliği ise görsel ve işitsel medya organlarının gelişmesi açısından negatif bir etkidir.

Üstünlükler:

Sermayenin sektöre girme kararıyla birlikte karşılaştığı bürokratik engeller büyük sermaye yatırımı yapabilecek kişi/kuruluşların yatırım yapmasına olanak tanımaktadır. Medyanın oluşturduğu güç ve baskı unsuru oluşu sektöre yatırım yapmak isteyenlerin sayısını arttırmaktadır.

Zayıflıklar:

KKTC ülke nüfusunun azlığı sektörün ekonomik fizibilitesini güçleştiren önemli bir unsurdur. Türkiye Basını'na ait gazetelerin kontrolsüz satışı ile ulusal basın gazeteleri arasında yaşanan haksız rekabet, ekonominin büyük ölçüde Türkiye'den yapılan ithalata dayalı oluşu, yazılı basını denetleyecek bir kurumun olmayışının (tehdit) özellikle kişilik hakları ihlallerinde cezai bir yaptırımın uygulanamaması ve Medya Etik ihlali karşısında yaptırım gücüne sahip bir kurumun/kuruluşun olmayışı halkta Medya haberlerine olan güvenin azalmasının nedenleri arasında görülmektedir. Medya objektifliği ve bağımsızlığını potansiyel olarak olumsuz etkileyen siyasi parti medya organlarının varlığı halktaki güvensizliği beslemektedir. Ayrıca özel Medya patronlarının diğer ticari işlerinin yarattığı çıkar çatışması sorunu büyütmekte, bu kurumların sahiplik yapısının kurumsallaşmayı engellemesi sorunu derinleştirmektedir. Çünkü bu yapılanmaya dayalı olarak; kayıtdışı işgücünün varlığı, iş güvenliği sorununun olumsuz yansımaları, nitelikli muhabir eksikliğini ve dolayısıyla da habere ulaşma güçlüğü sorununun gündeme getirmektedir. TAK Ajans'ından alınan haber karşılığı ücret ödenmemesi maddi gücü olan herkesin Medya'nın oluşturduğu güç ve baskı unsurunun çekiciliği karşısında Medya patronu olma hevesini doğurmaktadır. Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi (Özgür davranabilme sorunu, Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi, vs.) gibi alanlarda ciddi sorunlar yaşanmasının nedenidir. Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsel olmayışı ve diğer Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılığı sektördeki kurumların denetlenmesini güçleştirmektedir. Özellikle Yazılı basına karşı İnternet Gazeteciliği ve Sosyal

Medya'nın varlığı giderek güçlenmektedir. Görsel ve işitsel medya araçlarındaki sektörel zayıflıklar; Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışının yarattığı sonuçlara bağlanabilir. İnternet Gazeteciliği'ne yönelik hukuksal boşluğun varlığı ise handikap yaratmaktadır. Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkileyişi Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışında kendini göstermektedir. KKTC sınırları içinde izlenen Türkiye televizyonlarında yayınlanan reklamlardan pay alınmayışı sektörün mali sürdürülebilirliğin engellemekte, özerkliğin sağlanmamasının önemli nedenlerinden biri olmaktadır. Frekans tahsis sorununun nedeni de yine KKTC'nin tanınmamışlığıdır. Bu durumun yarattığı gerçeklerden biri verici istasyonlarındaki kamu tekelidir. Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu devam etmekte ve Kamu Medya kurumlarının özel kurumlar karşısında sahip oldukları haksız rekabeti yaratmaktadır. Yayın Yüksek Kurulu'nun kurumsal ve idari yetersizliği sektörün içinde bulunduğu durumda iyileşmenin sağlanması önündeki engellerden birini teşkil etmektedir.

4. STRATEJİK VİZYON VE HEDEFLER

KKTC Medya Sektörü için stratejik vizyon ve hedefleri belirlerken varolan gerçekleri göz ardı etmeden ve o gerçekler üzerinden gidilerek bir yol haritası izlenmelidir. Bu çerçevede, araştırma bulguları, odak grup çalışmaları, hukuki, kurumsal ve etik açıdan değerlendirmeye ile SWOT analizi verileri dikkate alındığında KKTC Medya sektörü için Vizyon ve Stratejik Hedefleri oluturmada baz alınacak temel saptamalar aşağıdaki gibidir:

- KKTC'nin Uluslararası platformda tanınmaması sorunların önemli bir kısmının nedeni durumundadır ve bu noktada KKTC'yi tanıyan tek ülke olan Türkiye Cumhuriyeti'nin bu alandaki gelişmenin sağlanması için yol gösterici rol üstlenmesi gerekmektedir.
- KKTC'de faaliyet alanı sürekli geliştirme çabası içinde olan bir medya sektörü vardır. Kamu ve özel sektör olarak iki grupta toplanan yayın kuruluşları içinde bulundukları durum itibarıyla birbirlerinden kopuk olmayan hatta birbirileri için itici güç olacak biçimde yeniden şekillendirilmelidir. Kamu kuruluşu BRT'de özerk yönetim anlayışı ve altyapının oluşmaması özel sektör medya gruplarında göze çarpan kurumsallaşmama gerçekliği kadar sektörü olumsuz etkileyen bir örnek teşkil etmektedir. BRT'nin TRT örneği benzeri özerk bir yapıya kavuşturulması için gereken yasal düzenlemenin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Özel medya kuruluşlarının yasal sınırlar çerçevesinde kurumsallaşmaları takip edilmeli ve KKTC Anayasası ile Çalışma Yasası'nın ilgili hükümlerine uygun hareket edip etmedikleri yetkili makamlar tarafından denetlenmelidir.
- Sınırötesi Yayıncılık İlkeleri doğrultusunda yaklaşım sergilenmeli; frekans tahsisi, KKTC dışında yayın yapan televizyonların program akışlarında Kuzey Kıbrıs'ta satılan ürünlerle ilgili reklamlara yer vermesi bir kurala bağlanmalı, ulusal televizyonların reklamlardan pay alması sağlanmalıdır. Bu noktada Türkiye'deki Basım İlan Kurumu benzeri bir yapılanmaya gidilmesi ve gösterilen reklamlardan elde edilecek gelirin, gerek yazılı gerekse görsel medya organları arasında hakça pay edilmesi sağlanabilir. Böylelikle de reklam pastasından pay alamama sorunu çözülmüş olur ve kuruluşların ekonomik olarak gelişmeleri, istihdam yapma ve altyapılarını iyileştirmenin önü açılmış olur.
- Ulusal Basın için bir tehdit olarak algılanan Türkiye kaynaklı gazete satışlarının bu algıyı düzelterek biçimde organize edilmesinde fayda vardır. Günün belli saatinden sonra satışa sunulmaları sağlanabileceği gibi reklam pastasından yararlanmakta güçlük çeken KKTC

basını için belli bir pay ayırmaları karşılığında ulusal basının maduriyeti giderilebilir.

- Basın Yayın kuruluşlarının temsilciliğini yapan Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti ve Gazeteciler Birliği'nin ayrı siyasi görüşler nedeniyle birbirlerinden kopuk hareket edişi, Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsizleştirilmesi sektörü zayıflatmaktadır. Bu ayrı ayrı yapılanmaların tek çatı altında birleşmesi önerilmelidir. Güney Kıbrıs'a bakıldığında tek bir basın sendikasının olduğu görülmektedir. Basın emekçilerinin oluşturduğu ayrı yapılanmalar yoktur. Basın Sen KKTC'de faaliyet gösteren tüm basın emekçilerinin tek sendikası olarak görülmektedir. Kuzey'de de sendika ve gazeteci birlikleri tek çatı altında toplanabilir. Sektör için küçük ölçekli ülke KKTC de bu yapılanma daha kolay kontrol edilebilir bir organizasyon şeması oluşturabilir.
- Kıbrıs'ta medya patronluğunun ticari büyümeden çok siyasi güç elde etme için kullanıldığı gerçeği ortadadır. Bu nedenle, Medya patronlarının siyasi ilişkileri çerçevesinde hareket etmelerinin önüne geçmek için Medya Kartelleri'nin oluşması yasa ile engellenmelidir.
- Halihazırda kullanım yetkisi BRT'ye bırakılmış vericilerin Telekomünikasyon Dairesi ya da BTHK'ya devredilmesi özel ve kamu arasında varolan fırsat eşitsizliğini giderecektir.
- BRT tamamen kamu yayıncılığı yapmalıdır. Kamunun ihtiyacı olan; eğitim, belgesel gibi programlara ağırlık vermelidir.
- Yasal düzenlemelerle özel hayatın gizliliği gibi konular güvence altına alınırken basın yayında sansürden kaçınılmalıdır.
- YYK yeniden yapılanmalı çalışanlar RTÜK'te olduğu gibi profesyonelleşmelidir. Özerk bir kurum olarak düzenlenerek siyasi iktidarın etkisinden sıyrıldığından YYK sektördeki tüm kurumlara eşit mesafede durabilecektir. YYK'nın yönetim çatısı; gazeteci, hukukçu, iletişim kökenli akademisyen gibi grupları temsil eden kişilerden oluşturulması faydalı olacaktır.

Yukarıdaki saptamalar ışığında; KKTC Medya sektörü için belirlenen **Vizyon**, “4. GÜÇ OLARAK BÖLGE ÜKELERİ TARAFINDAN BENCHMARK ALINABİLECEK BİR SEKTÖR OLMAK” şeklinde formüle edilebilir.

Amaç ve Hedefler

Araştırma bulguları, odak grup çalışmaları, diğer saptamalar ve SWOT analizinden hareketle Kuzey Kıbrıs Medya Sektörü için yukarıdaki vizyona uygun olarak aşağıdaki amaçlar ve

hedeflere göre eylem planı belirlenmiştir. Bu çerçevede, 4 ana başlık altında stratejik amaç ve bunlara bağlı hedefler aşağıda sıralanmaktadır.

A1. Medya Sektöründe Haksız Rekabetin Önlenmesi, Mali Sürdürülebilirlik, Kurumsallaşma ve Özerkliğin Sağlanması

- Türkiye basını ile olan haksız rekabetin giderilmesi gerekir. Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı ulusal gazetelerin satışını olumsuz etkilemektedir.
- Özel medya kurumlarının olanaklarının Kamu medyası ile olan haksız rekabetinin giderilmesi için tedbirler alınmalıdır.
- Televizyon ve radyo yayıncılığının özel ihtiyaçları göz önünde bulundurularak bu alanlara dair ayrı yasal düzenlemeler geliştirilmelidir.
- Rekabet Kurulu, Rekabet Yasası hükümlerini, medya sektöründeki hâkim durumlarını kötüye kullanan bütün şirketlere karşı adil, tarafsız ve eşit bir biçimde uygulamalıdır. Ayrıca, medyaya ilişkin ayrı bir rekabet yasası geliştirilmelidir.
- Medya sahipliği üzerindeki kısıtlamalar, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları gibi toplulukların radyo ve televizyon sahibi olmalarını ve çıkar amacı gözetmeyen ve topluluğun kontrolüne tabi bir yayıncılık yapabilmelerini sağlayacak biçimde gevşetilmelidir (Kurban, 2012).
- Medya Sektörü kurumsallaşma için yeterli çağdaş teknolojik donanım kavuşturulmalıdır.
- Halihazırda kullanım yetkisi BRT'ye bırakılmış vericilerin özel ve kamu arasında varolan fırsat eşitsizliğini gidermesi için Telekomünikasyon Dairesi ya da BTHK'ya devredilmesi gerekmektedir.
- Kıbrıs'ta medya patronluğunun ticari büyümeden çok siyasi güç elde etme için kullanıldığı gerçeği ortadadır. Bu nedenle, Medya patronlarının siyasi ilişkileri çerçevesinde hareket etmelerinin önüne geçmek için Medya Kartelleri'nin oluşması yasa ile engellenmelidir.
- Basın Yayın kuruluşlarının temsilciliğini yapan Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti ve Gazeteciler Birliği'nin ayrı siyasi görüşler nedeniyle birbirlerinden kopuk hareket edişi, Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsizleştirilmesi sektörü zayıflatmaktadır. Bu ayrı ayrı

yapılanmaların tek çatı altında birleşmesi önerilmelidir. Güney Kıbrıs'a bakıldığında tek bir basın sendikasının olduğu görülmektedir. Basın emekçilerinin oluşturduğu ayrı yapılanmalar yoktur. Basın Sen KKTC'de faaliyet gösteren tüm basın emekçilerinin tek sendikası olarak görülmektedir. Kuzey'de de sendika ve gazeteci birlikleri tek çatı altında toplanabilir. Sektör için küçük ölçekli ülke KKTC de bu yapılanma daha kolay kontrol edilebilir bir organizasyon şeması oluşturabilir.

- Sınırötesi Yayıncılık İlkeleri doğrultusunda yaklaşım sergilenmeli; frekans tahsisi, KKTC dışında yayın yapan televizyonların program akışlarında Kuzey Kıbrıs'ta satılan ürünlerle ilgili reklamlara yer vermesi bir kurala bağlanmalı, ulusal televizyonların reklamlardan pay alması sağlanmalıdır. Bu noktada Türkiye'deki Basın İlan Kurumu benzeri bir yapılanmaya gidilmesi ve gösterilen reklamlardan elde edilecek gelirin, gerek yazılı gerekse görsel medya organları arasında hakça pay edilmesi sağlanabilir. Böylelikle de reklam pastasından pay alamama sorunu çözülmüş olur ve kuruluşların ekonomik olarak gelişmeleri, istihdam yapma ve altyapılarını iyileştirmenin önü açılmış olur.
- Özel medya kuruluşlarının yasal sınırlar çerçevesinde kurumsallaşmaları takip edilmeli ve sahiplerin çalışanların özlük hakları konusunda KKTC Anayasası ile Çalışma Yasası'nın ilgili hükümlerine uygun hareket edip etmedikleri denetlenmelidir.
- Medya sektöründe de kayıtdışı işgücünün önüne geçilmelidir.
- TAK ve BRT gibi Kurumları idari olarak bağımsızlaştırılarak şeffaf ve hesap verebilir hale getirilmeli ve siyasi müdahaleden arındırılmalıdır.
- TAK ve BRT gibi kurumların mali sürdürülebilirlikleri açısından gelir-gider dengesinin sağlanması ve siyasi müdahale gerektirmeyecek mali özerklik sağlanmalıdır.
- BTHK'nın, Telekomikasyon Dairesi ve YYK'nın içinde olduğu bir üst yapı oluşturulmalıdır.
- YYK, sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır.
- İnternet Gazeteciği'ne Yönelik Hukuksal Boşluk giderilmelidir.

A2. Medyayı Düzenleyen Kurum/Kurulların Bağımsızlığının Sağlanması

- Yazılı Medya türleri basın ve ifade özgürlüğünü zafiyete uğratmadan etkin olarak denetlenmelidir.

- Sosyal Medya türleri basın ve ifade özgürlüğünü zafiyete uğratmadan etkin olarak denetlenmelidir.
- Medyayı düzenleyen kurullar, medyada nefret söylemi, ayrımcı içerik, emek sömürüsü ve haksız rekabete karşı yaptırım uygulayabilecek etkili yetkilere sahip, bağımsız, ehil ve tarafsız organlar olarak yeniden tasarlanmalıdır. Bu kurullara gazeteci örgütlerinin, medya temsilcilerinin, akademisyenlerin ve izleyicilerin de katılımı sağlanmalıdır.
- Medyayı düzenleyen kurulların özerkliğini zayıflatan her türlü yasal, siyasi ve idari müdahaleye son verilmelidir.
- YYK yeniden yapılanmalı çalışanlar RTÜK'te olduğu gibi profesyonelleşmelidir. Özerk bir kurum olarak düzenlenerek siyasi iktidarın etkisinden sıyrıldığından YYK sektöründeki tüm kurumlara eşit mesafede durabilecektir. YYK'nın yönetim çatısının; gazeteci, hukukçu, iletişim kökenli akademisyen gibi grupları temsil eden kişilerden oluşturulması gerekmektedir.
- Avrupa'daki gelişmelerden, özellikle OFCOM örneğinden yararlanılmalıdır.

A3. Basın Özgürlüğü ve İfade Özgürlüğünün Güvence Altına Alınması

- Özel Medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisinin gözden geçirilmesi gerekmektedir.
- Medya Çalışanlarının Maaş ve Özlük Haklarına ilişkin sorunların çözülmesi Basın sektöründe çalışanların herkesin sendikal özgürlüğü sağlanmalıdır.
- Medyaya ilişkin yasal düzenlemeler bütüncül bir biçimde ve sivil toplum ile gazeteci derneklerinin işbirliğiyle gözden geçirilmeli, basın özgürlüğünün önündeki tüm engeller kaldırılarak mevzuat AİHM içtihadı ile uyumlu hale getirilmelidir.
- Yasama ve yürütme erkleri, hükümetin tarafsızlığını koruması ve kamu yayıncılığı dahil bütün medya kuruluşlarına karşı eşit mesafede durmasını sağlamak amacıyla gerekli siyasi, yasal ve idari tedbirleri almalıdır.
- BRT, toplumun genelini temsil eden ve başta siyasi ve ekonomik nitelikli olmak üzere her türlü dış müdahaleye kapalı bir kurul tarafından denetlenen, editoryal bağımsızlık güvencesine sahip, bütçesine yapılacak keyfî müdahalelerden korunacak bir biçimde finanse edilen gerçek anlamda bir kamu yayıncısı niteliğine kavuşturulmalıdır.

- Hükümet, vergi ve sosyal güvenlik yasaları ve diğer ilgili yasal mevzuat dahilinde medya kuruluşlarına denetim ve yaptırım uygularken, tarafsızlık ve nesnellik ölçüleri dahilinde hareket etmelidir (Kurban, 2012).
- Medya politikalarının yapım süreçlerinin demokratikleşmesi gerekmektedir. 32/2014 sayılı “Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanlarının Korunması Yasası” ‘nda yaşanan bir gerçek basın ve ifade özgürlüğü açısından tedirginlik yaratmıştır. Şöyle ki, basın ve ifade özgürlüğü için son derece önemli olan bu yasa hiçbir basın örgütüne sorulmadan hazırlanmıştır. Bu çerçevede, Karar alıcılar, gazetecileri temsil eden sivil toplum kuruluşlarının, medya kuruluşlarının temsilcilerinin ve akademisyenlerin etkin katılımıyla, medyaya ilişkin politikaların ve yasal düzenlemelerin hazırlandığı süreçlerin demokratik bir şekilde gerçekleşmesini sağlamalıdır. Sivil aktörlerin reform önerileri siyasa yapım süreçlerinde gereğince dikkate alınmalıdır (Kurban, 2012).
- Kamu görevlileri yasası gazetecinin bilgi alabilmesini sağlamasını kolaylaştırma yönünde revize edilerek bilgi vermenin yasaklandığı ile ilgili maddeler değiştirilmelidir.
- Gazeteciye haber yaptığı herhangi bir konunun kaynağını gösterme zorunluluğu kaldırılmalıdır.
- Medya çalışanlarının ikinci işte çalışmalarının önüne geçilmelidir.

A4. Medyada Etik Davranışlar İçin Gerekli Ortamın Yaratılması

- Özel Medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi gözden geçirilmelidir
- Medya çalışanlarının ikinci işte çalışması ve potansiyel çıkar ilişkilerinin gözden geçirilmelidir.
- KKTC Ceza Kanununda, ifadeyi açıklama özgürlüğüne karşın bireylerin şeref ve haysiyetinin korunması, toplum içerisindeki itibarının korunması gibi temel haklar dengeli olarak düzenlenmeli yargı süreci işleyen Zem ve Kadih davalarının kısa sürede sonuçlanması sağlanmalıdır.
- Kamuya mal olmuş kişilerin davranış ve tutumları kamu oyunu ilgilendirdiği ölçüde eleştiriye ve haber olma özelliğine sahipse de, iyiniyetle dahi olsa bireylerin karakterleri üzerinde yorum yapılması hallerinin suçun kapsamı dışında bırakılmamalı ve kişilerin şeref ve haysiyeti, toplum içerisindeki saygınlığının korunabilmesi için bu hususların

tartışma konusu ve yayın konusu olmamalıdır.

- Basın yayın yoluyla dolandırıcılık, suç işlemeye tahrik gibi pek çok suç tipi bireylerin temel hak ve özgürlüklerinin ve ülke menfaatlerinin korunması bakımından önem taşır, düzenlemelerin bu durum esas alınarak yapılması gerekmektedir.
- Etik ilkelerin yaygınlaştırılması için yoğun bir çaba gösterilmesi gerekir. Başka meslek örgütlerinin deneyimlerinden yararlanmak ve gelişmeleri izlemek için ulusal ve uluslararası toplantılar düzenlenmesi Medya Etik kavramının daha geniş toplumsal kabul görmesini sağlayabilir. EK 4’de yeralan UNESCO tarafından geliştirilen etik metnlerinin değerlendirilmesi yararlıdır.
- Medyada profesyonel standartların uygulanması için en iyi yöntem olan etkin özdenetim, bütün yasal düzenlemelerde bir öncelik olarak dikkate alınmalıdır (Kurban, 2012).
- Medya Etik ihlali karşısında yaptırımın gücüne sahip bir kurumun/kuruluş olmalıdır.

5. EYLEM PLANI

Medyanın 4. Güç olmasına artık bir tercih meselesi olarak bakılmamaktadır. Devlet yönetimi ve toplumda Medya salt iletişim ve haberleşme açısından değil ekonomik, sosyal, kültürel, demokratik ve diğer alanlardaki ilerlemeler için de kaçınılmaz bir unsur olduğu aşağıdaki paragraflar halinde gerekçelendirilebilir.

Dünyada yaşanan ve yaşamın bütün alanlarını etkisi altına alan bunalımın bulunduğumuz bölgede daha yoğun hissedildiğini söylemek artık sıradan bir saptamadır. Ancak bu bunalımdan en az zararla kurtulmanın yollarının konuşulması sıradan değildir. Zararın azaltılmasının en önemli araçlarından biri kitle iletişim araçları (medya) politikalarının doğru belirlenmesidir.

Bunalımdan çıkışta ekonomi ya da kültür politikalarının daha önemli olduğu düşünülebilir ama medya politikalarının öncelikli olduğunun bilinmesinde ve dikkate alınmasında yarar vardır. Bunun temel nedeni, medyanın günümüzde ulaştığı güçtür. Medya her an her yerdedir, her şeyi görür, herkesin görmesini sağlar ve daha da önemlisi görülmesini istediği biçimde gösterir. ABD'nin Bağdat'a saldırılarının demokrasi adına yapıldığına dünyayı inandırırken, Kıbrıs'taki barış hareketini işgal olarak sunabilen odur. Bosna'daki soykırıma göz yumarken Prenses Diana'nın ölümünü en önemli gelişme olarak aktarabilen yine odur. Medya bazen Hıristiyanır, bazen Müslüman. Bazen Tanrı'ya bile inanmaz. Bazen dürüst, barış yanlısı, insancıl, bazen inanılmaz biçimde savaş kışkırtıcısı, hain ve katildir. Bazen ölçülü ve saygılı, bazen saldırgan ve şımarıktır. İnsanlık tarihinin her döneminde önemli sayılmıştır, ama hiç bir dönemde bugünkü kadar ön planda ve güçlü olmamıştır. Bu nedenle medya politikalarını ve düzenlemelerini ciddiye almak zorundayız.

Medyanın günümüzde bu güce ulaşmasında teknolojik gelişmelerin önemli payı vardır. Gazeteciler her an her yerdedirler ama artık beraberlerinde taşıdıkları telefonlar, uydu bağlantılı yayın araçları yakın geçmişin ilerlemeleridir. Teknoloji olağanüstü bir gelişmeyle görüntü ve sesin kaydedilmesi, saklanması ve uzak mesafelere taşınması işlerini bilgisayar ve uydu teknolojilerinin de yardımıyla alışılmış hız ve biçimin ötesine götürmüştür. Buna yeni medyanın (internet, facebook, twitter, youtube) eklenmesi, herkesi “gazeteci” haline getiren bir gelişme olarak akılda tutulması gereken bir konudur.

Bu gelişmeleri yaratan kapitalizmdir. Gazeteyi 18. yüzyılda burjuvazinin hizmetine sunan, sonrasında onu kitle iletişim aracı haline getiren odur. Gelişimi büyük ölçüde İtalyan kent devletleri ile başlamış sonra İspanya, Fransa, Hollanda, İngiltere tarafından geliştirilmiş bugün ABD'nin öncülüğünde egemenliğini sürdürmektedir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Batı dünyasının lideri konumuna gelen A.B.D., 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra gücünü arttırmıştır. Bu güç sadece ekonomik, askeri, teknolojik hatta kültürel alanları kapsamaz. A.B.D.'yi tarihin hiç bir döneminde görülmediği kadar zihinlerin efendisi haline getiren kitle iletişimidir. A.B.D. bunu 1980'li yıllardan itibaren iletişim alanında izlediği politikalarla sağlamıştır. Başkan Bill Clinton'ın 1993 yılında ilk başkanlık döneminin başlangıcında yaptığı geleneksel konuşmasında ticaretin ve iletişimin evrensel olduğunu vurgulaması rastlantı değildi:

“..Communication and commerce are global; investment is mobile; technology is almost magical; and ambition for a better life is universal. We earn our livelihood in peaceful competition with people all across the earth.”

1997 yılında ikinci başkanlık döneminin başlangıcında yaptığı konuşmada internet üzerinde durması da rastlantı değildir:

“...Our rich texture of racial, religious and political diversity will be a godsend in the 21st century. Great rewards will come to those who can live together, learn together, work together, forge new ties that bind together. As this new era approaches, we can already see its broad outlines. Ten years ago, the Internet as the mystical province of physicist. Today it is a commonplace encyclopedia for millions of school children. Scientists are decoding the blueprint of human life. Cures for our most feared illnesses seem close at hand...”

A.B.D. kendi ürettiği bilginin/görüntünün yeryüzünde özgür dolaşımını -dolayısıyla egemen olmasını- sağlayacak her türlü önlemi almaktadır. Bu güce karşı koymak çok zor gibi görünmektedir. Avrupa ülkeleri bile bütün duyarlılıklarına ve aldıkları önlemlere rağmen, Amerikan filmlerinin ve televizyon programlarının artan egemenliğine karşı koyamamaktadırlar. (Amerikan filmlerinin Avrupa Birliği'nin 15 ülkesindeki pazar payı, 1985-1994 arasında yüzde 56'dan yüzde 76'ya çıkmıştır. Avrupa'da ulusal düzeyde yayın yapan 50 televizyon kanalının

1993 yılı programlarında Amerikan fimlerinin oranı hızlı yüzde 53 olmuştur. Avrupa'nın A.B.D. ile iletişim alanındaki ticaret açığı 1985'de 0.5 milyar dolarken bu 1995 yılında 4 milyar dolara çıkmıştır. Amerikan rekabeti yüzünden aracı Avrupa'da bu sektörde 250 bin kişinin işini kaybettiği hesaplanmaktadır.)

Bugün kitle iletişimi, özellikle de sinema ve televizyon uluslararası egemenliğin vazgeçilmez aracı haline gelmiştir. Yakın zamanlara kadar kitle iletişimi bu denli önemli bir süreç değildi. Küreselleşmeden/kapitalizmin egemenliğinden etkileniyordu, ama bugün etkilenmenin ötesinde küreselleşmenin gerçekleşmesini sağlayan önemli etkenlerden biri haline gelmiştir. Bu özellik kuşkusuz büyük ölçüde A.B.D. için doğrudur. Pek çok başka ülke, bu gelişmelerin sonuçlarını yaşamak zorunda kalmaktadır. Durum Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti için de böyledir ve gözden geçirilmesinde yarar vardır.

Gazete Küreselleşmenin Ürünüdür

Osmanlı İmparatorluğu bütün büyük imparatorluklar gibi, gereksinim duyduğu haberleri toplayacak bir haberleşme sistemi kurmuştu. Bu sistemin uzun süre iyi işlediği düşünülebilir. Ancak Osmanlı toplumsal yapısı, haberi, bilgiyi yönetici sınıf dışında geniş kitlelerin ilgilenebileceği bir alan haline getirmede. Oysa Batı'da kapitalizm, burjuvazinin güçlenmesine yol açarken, onun yeni bir iletişim aracını, gazeteyi geliştirdi. Bunun anlamı şuydu. Öteden beri yönetici sınıfların tekelinde olan haber giderek artan sayıda insanı, çıkarları öyle gerektirdiği için ilgilendiren bir uğraş alanı haline geldi. Osmanlı İmparatorluğu'nda durum tersineydi. Habere ilgi duyan, haber sayesinde yaşamını değiştirebilen toplumsal kesimler yeterince gelişmemişti. Bu yüzden gazete ekonomik gücü ve etkinliği artan yabancı nüfusun ve onların yerli ortaklarının haber gereksinimini karşılamak için ortaya çıktı. Bu yüzden yayınlanan ilk gazeteler yabancılar tarafından ve Fransızca olarak çıkartılmıştır. Osmanlı yönetiminin konuyla ilgilenmesi, gazetenin, yönetimin yayılmasını istediği haber ve bilginin kitlelere ulaşmasında sağlayacağı yarar düşüncesinden kaynaklandı. İlk gazete resmi gazetedir. Batı'daki gelişmeleri izleyen bürokratlar daha sonra özel gazeteleri yayınlayacaklardır. 19. yüzyılda yaşanan küreselleşme süreci Osmanlı İmparatorluğuna, dönemin önemli kitle iletişim aracı gazetenin girmesi sonucunu yaratmıştır.

Gazetecilikte Parayı Egemen Kılan Küreselleşmedir

Gazetecilik, başlangıcından itibaren Osmanlı İmparatorluğu'nda da siyasal iktidarın denetimi altında olmuştur. Özgürlükten çok, kısıtlayıcı hükümleriyle hatırlanan ilk basın yasasının kabulünden itibaren hükümetler olağanüstü yetkilerle gazeteleri denetim altında tutacak ek düzenlemeler getirmişlerdir. Bu durumun sonucu olarak insanlar -1908 Temmuz'unu izleyen sekiz aylık dönem dışında- imparatorluğun ortadan kalkmasına kadar geçen sürede sansürsüz basının nasıl olabileceğini bilmeden yaşamak zorunda kalmışlardır. Sonrasında da sansür, sıkıyönetim, işgal dönemleri basına hep olağanüstü denetim ortamları getirecektir. Batı'da gelişen basın özgürlüğü anlayışı anlaşılamamış, gazete ülkeye gelmesine rağmen, onun içinde geliştiği yasal ortam, genel kabul görmemiştir.

Cumhuriyetin kuruluşunu izleyen dönemde güçlükler genel olarak sürmüştür. Siyasal iktidar gazeteciliği toplumsal dönüşüm sürecinin hizmetinde görmek istemiştir. Onu bir yandan gözetim altında tutmuş, öte yandan gelişmesi için önlemler almaya çalışmıştır. Niyetler ne olursa olsun, İkinci Dünya Savaşı sona erdiğinde Türkiye'deki basın rejimi genel olarak demokratik ülkelerdekinden farklı olduğu için gerekli yasal değişikliklerin yapılmasına çalışılmıştır. (Hükümetin gazete kapatma yetkisi sınırlandırılmış, gazetecilik yapabilmek için öngörülen düzenlemeler değiştirilmiştir.) Bütün bunlara rağmen asıl iyileştirme, 1950 yılında Demokrat Parti'nin iktidara gelmesinden sonra yeni basın yasasının çıkartılması ve gazetecilere örgütlenme hakkı tanınmasıyla sağlanacaktır. Bu gelişmelerin basın özgürlüğünü sağladığını söylemek zordur. Ama Türkiye, yeni bir küreselleşme döneminin etkisinde, öteden beri sahip olduğu iletişim yapısında sınırlamaları kaldırma yönünde yeni düzenlemeler yapmak durumunda kalmıştır. 1950 sonrasında Demokrat Parti'nin yönetiminde basınla ilişkilerde para etkili bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Resmi ve özel ilanların bu amaçla sistematik kullanımı Demokrat Parti iktidarı ile başlayacaktır. Başka bir deyişle, küreselleşme Türkiye'ye kapitalizmi geliştiremediyse de onun iletişim araçlarını denetlemede kullandığı yolları yakından tanıma ve uygulama olanağı sağlamıştır.

Radio Televizyonda Devlet Tekelini Ortadan Kaldıran Küreselleşmedir

1980’li yıllara gelindiğinde Türkiye’de radyo ve televizyon yayıncılığı devlet tekeli altındadır. Gazetecilik alanında da siyasal iktidarlar krediler, teşvikler v.b. araçlarla ciddi bir denetim olanağına sahiptirler. Ama soğuk savaş sonrasında dünya koşulları, radyo televizyon yayıncılığında devlet tekellerinin yasal ya da fiili olarak ortadan kaldırılması ve ticari yayıncılığın yaygınlaşması sonucunu yaratacaktır. Bu gelişmenin nedeni A.B.D.’de ortaya çıkan yeni koşullardır. Öteden beri ülke koşullarına göre yayıncılığa kurallar koyan, örneğin tekelleşmeye sınırlar getiren bu ülke, artık küreselleşmenin gerekleri doğrultusunda kurallarından vazgeçmeye başlayınca bunun öteki ülkelerde etkileri farklı oldu. Pek çok ülkede mevcut düzenler sarsıldı, radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekeli de bu gelişmelerle fiilen ortadan kaldırıldı. Siyasal iktidarların radyo ve televizyonda yer almasına izin vermediği görüşler, yeni dönemde ticari radyo ve televizyonlarda yer bulunca sistemin demokratikleşmeye başladığı düşüncesi yaygınlaştı, Ortaya çıkan yapı görünüşte çoğulcu bir iletişim düzeni özelliği taşısa da aslında öyle değildi. Sermayenin tarafından kurulan, işletilen, her şeyin izlenme oranı-reklam geliri ilişkisine göre belirlendiği, kar amacı gütmeyen bir kamusal yayıncılığın kesinlikle ihmal edildiği bir yayıncılık anlayışı görünüşte sağladığı konuşma özgürlüğü ile sistemin değiştiği yanılgısını yarattı.

Küreselleşme Tekelleşmeyi ve Kurationsızlığı Getirdi

1980 sonrası küreselleşme gelişmeleri Türkiye’de kitle iletişimi alanında iki önemli olumsuz gelişmenin ortaya çıkmasına yol açtı. Bunlardan biri tekelleşme, öteki kuralsızlıktır. Tekelleşme A.B.D. kökenlidir ve bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Son yıllarda A.B.D. dünya ölçüsünde etkinlikte bulunacak büyük işletmeler yaratabilmek amacıyla öteden beri sınırlamalar koyduğu tekelleşme konusundaki kurallarını gevşetmektedir. Bu küreselleşmenin zorunlu kıldığı bir durum olarak değerlendirilebilir. Nitekim tekelleşme siyasal iktidarlara ve sermayeye kitle iletişimi alanının denetlemesinde önemli olanaklar sunmaktadır. Siyasal iktidarlar teşvik, kredi v.b. yollarla yarattıkları, güçlendirdikleri sermaye gruplarını bu yolla daha etkili kullanabileceklerini düşünmektedirler. İletişim araçlarına sahip gruplar da tekelleşme ile sektöre diledikleri yönü verebileceklerini düşünüyorlar. Bu gelişmelerden kuşkusuz asıl zarar görenler iletişim profesyonelleri ile okurlar-izleyiciler olmaktadır, Ama günümüz koşullarında kimsenin

onları dikkate almak gibi bir çabasına rastlamak güçtür.

Küreselleşmenin yarattığı ikinci önemli olumsuzluk kuralların uygulanamaması, ortadan kalkması ya da yasal boşlukların oluşmasıdır. Bu Batı normlarının egemen kılınması çabalarının bir sonucudur. Gelişme düzeyi farklı yapıların birbirine benzemesi için gösterilen çabalar ortaya umulan sonucu çıkarmamaktadır. Batı yasaları istense de benzer biçimde ulusal koşullara uyarlanamamakta, uyarlandığı düşünülen durumlarda da uygulama olanağı bulunmamaktadır. İletişim alanında da durum böyle olmuştur. Teknolojik olanaklar yasal düzenleme olmadan ticari radyo ve televizyonların gelişmesine izin vermiş, ama bu yayıncılığın hangi kurallara göre yapılacağı belirlenmemiştir. Türkiye’de 1990 yılında Anayasa ve yasalara aykırı biçimde “korsan” yayıncılıkla işe başlayan ticari radyo televizyon yayıncılığı ancak 1994 yılında yasal düzenlemeye kavuşturulabilmiştir. Bu yasanın - frekans düzenlemesi, tekelleşmenin önlenmesi gibi- önemli maddelerinin hâlâ uygulandığı söylenemez. Küreselleşme ulaştığı her yerde yerine yeni bir düzen getirme zorunluluğu olmadan mevcut kuralları tahrip etmektedir. Kuralsızlık ya da kuralların uygulanamaması kuşkusuz siyasal istikrarsızlıkla yakından ilgilidir. Siyasal istikrarsızlık da kitle iletişim araçlarının gücünü -hiç olmazsa görünüşte- inanılmaz biçimde arttırmaktadır. Çünkü güçsüz siyasal iktidarlar öyle iktidarda kalma sürelerini uzatabilmek için kitle iletişim araçlarının desteğini aramakta, bunu elde edebilmek için kamu fonlarını ölçsüz biçimde kullanımlarına sunmakta, geliri karşılığında onların desteğini alabilmektedirler.

Küreselleşme Kitle İletişim Araçlarının Gücünü Arttırdı

Küreselleşme süreci Batı dünyasının önemli değerlerinin yaygınlaşmasını desteklemektedir. Demokrasi, insan hakları, gelir dağılımının iyileştirilmesi bunlar arasındadır. Bu niyetler pek çok ülke için umut vericidir, ancak uygulamaları güçtür. Çünkü bu ülkelerin toplumsal güç dengeleri küreselleşmenin olumlu olarak nitelenebilecek evrensel değerlerinin yaşama geçirilmesi konusunda coşkulu değildirler. Buna karşılık ilişkilerin gerektirdiği pratik uygulamalar konusundaki tutumlar farklıdır ve bu tür düzenlemeler daha kolay gerçekleştirilmektedir. Bunun somut bir örneği iletişim alanında da görülür. Pek çok ülkenin telekomünikasyon olanakları 1980 sonrasında yapılan yatırımlarla inanılmaz bir hızla geliştirilmeye başlanmıştır. Özünde telekomünikasyon alanındaki gelişme genel olarak ekonominin ulusal ve uluslararası gelişmesine

paralel bir seyir gösterir. Oysa söz konusu dönemde yapılan yatırımlar böyle bir nedene dayanmaz. Haberleşme sektörüne yapılan yatırımlar gelişen, büyüyen ekonomilerinin duyduğu ihtiyacı karşılamak için değil, uluslararası telekomünikasyon şirketlerinin pazarı haline getirilmenin sonucudur. Batı dünyasında egemen olan düşünce ve düşüncenin açıklanmasındaki özgürlük anlayışının iletişim alanında benimsenmesi konusunda herhangi bir çaba harcanmamasına rağmen, daha çok Amerikan filmi ve televizyon programı izlemeye olanak verecek teknik yatırımlar gerçekleştirilmiştir. Bu süreç Türk halkına, telefon konuşmalarında sağlanan rahatlıkla anlatılmaya çalışılmış, ikna olmaları için gelişen iletişim araçları sayesinde Türkiye'nin Ortadoğu ülkelerinin finans merkezi haline geleceği -çok para kazanılacağı- söylenmiştir, Belirtilen tercihler 1980 sonrasında Türkiye'de ciddi sorunlar yaratmıştır. Ülkenin yönetiminde önemli olan yasama, yürütme ve yargı güçleri küreselleşme sürecinin gerektirdiği etkili ve hızlı çalışma temposuna kavuşacak bir dönüşüm geçirmemiştir. Yasama toplumun gelişimine yön verecek ciddi yasal düzenlemelerle ilgilenememekte; yürütme kanun gücünde kararname gibi bir aracın dışında ulusal ve uluslararası gelişmeleri yakından izleyecek, gerekli kararları uygulayacak bir kurul olarak örgütlenememekte; yargı artan uzlaşmazlıklara çözüm bulmada gecikmektedir. Küreselleşme sürecini destekleyen güçlerin söz konusu alanlardaki reformlarla ilgilenecek, uğraşacak zamanları ve olanakları yoktur. Çünkü bu üç güçle ilgili temel değişikliklerin gerçekleştirilmesi karmaşık bir alandır. Buna karşılık iletişim alanı öyle değerlendirilmemekte Oradaki teknik iyileştirmeler, yatırım kısa sürede yeni ve evrensel hale getirilmeye çalışılan değerlerin aktarılmasında en önemli kanaldır. Başka bir deyişle, 1980 sonrasında Türkiye'de varolan dört güçten sadece kitle iletişim araçları, çağdaş dünyanın gerektirdiği düzenleme ve olanaklara sahip hale gelmiştir. Bu durumda kitle iletişim araçları toplumu ilgilendiren pek çok sorunla öteki güçlerden de önce ilgilenebilecek konuma gelmiştir. Bir siyasal sorunla, bir trafik kazası ile yasama, yürütme ve yargıdan önce ilgilenebilmekte, kamuoyunu bilgilendirmekte, sonuçlardan haberdar edebilmektedir. Bu nedenle dördüncü kuvvetin daha ön plana geçtiği düşüncesi genel kabul görmektedir. Bu durumun doğal olduğu söylenemez, ancak küreselleşmenin dayattığı politikaların bir sonucudur ve kitle iletişim araçları toplumların yönetiminde gücü her dönemdekinden daha fazla olarak değerlendirilebilecek bir konumdadır. Bu durumun en azından Türkiye açısından doğal bir sonucu vardır. Herkesten ve herşeyden daha güçlü bir konuma gelen kitle iletişim araçları ile

siyasal iktidar arasında çatışma kaçınılmazdır. Bu çatışma ciddi boyutlara ulaşabilecek bir çatışmadır, çünkü siyasal iktidarların denetim çabalarına hedeftir. Bütün bunların nedeni de kuşkusuz yaşanan son küreselleşme evresidir.

Gelişmelerden Çıkartılacak Önemli Dersler Vardır

- Kitle iletişim araçlarının bugün her zamankinden daha fazla güce sahip olduğunu düşündürecek göstergeler vardır. Bu büyük ölçüde günlük yaşamda vazgeçilmez bir eğlence-haber aracı olmasından kaynaklanmaktadır.
- Medya siyasal iktidarların desteklenmesi ile çok güçlenmiş, onlara bir taraftan ülkelerinin son derece bağımlı ama öteyandan- geçici de olsa- bağımsız hale gelmiştir. Böyle bir yapıda çok hızlı değişebilen dengeler söz konusu olabilir, ama bütün güçlerin kitle iletişimini bağımsız bir güç olarak dikkate almaları - onunla iyi geçinmeleri, isteklerini karşılamaları gerektiğine inanılmaktadır.
- Medya işleyiş özellikleri dolayısıyla sadece yürütme organının değil, yasama ve ulusal ve yargının alanlarına da müdahale edebilir konuma gelmiştir.
- Bütün teknolojik gelişmelere rağmen kitle iletişimi hukuku alanında demokratik ülkelerdeki işleyiş koşullarına benzer düzenlemeler gerçekleştirilememiştir (Düşünce ve düşünceyi açıklama özgürlüğü ile basın özgürlüğü alanında hâlâ ciddi sorunlar vardır).
- Tekelleşme eğilimleri sınır tanımaz biçimde artmaktadır. Bu alanda ciddi bir yasal düzenleme olmadığı gibi olanlar da uygulanmamaktadır. Yakın bir gelecekte bütün kitle iletişim araçlarının bir kaç grubun denetimine girmesi büyük bir olasılıktır.
- Gazetecilerin mesleki örgütlenmesi (sendikalar) hemen bütün gücünü yitirmiştir. Buna karşılık uzmanlaşmış dernek sayısı giderek artmış, profesyonel örgütlenme küçük gruplar haline dönüşmüştür. Meslek etik anlayışı ise henüz yeni gelişmektedir.
- Kitle iletişim araçlarının gücünün artmasına karşılık, bu araçları kullanan yetişmiş insan gücünde aynı oranda bir gelişmeden söz etmek zordur.

Nasıl ve Ne Tür Önlemler Alınabilir?

Kitle iletişim araçlarının her şeyi değiştirmeye güçleri yoktur; herkes bu araçlara yeterince güven

duymamaktadır. Ama yine de ülkede iyi gitmeyen şeylerin düzeltilmesinde onlara çok iş düştüğü kanısı yurttaşlar arasında yaygındır. Bu bakımdan kitle iletişimi alanında sorunların aşılması için alınması gereken somut önlemler aşağıdaki Tablo 35’de görüldüğü gibi Eylem Planına dönüştürülebilir. Buna göre, KKTC Meyda sektörüne yönelik 43 eylem aşağıdaki dört ana amaç altında toplanmaktadır.

A1. Medya Sektöründe Haksız Rekabetin Önlenmesi, Mali Sürdürülebilirlik, Kurumsallaşma ve Özerkliğin Sağlanması

A2. Medyayı Düzenleyen Kurum/Kurulların Bağımsızlığının Sağlanması

A3. Basın Özgürlüğü ve İfade Özgürlüğünün Güvence Altına Alınma

A4. Medyada Etik Davranışlar İçin Gerekli Ortamın Yaratılması

Tablo 35: KKTC Medya Sektörüne Yönelik Eylem Planı Tablosu

AMAÇ	NO	EYLEM	PERFORMANS GÖSTERGESİ	SORUMLU KURULUŞ/LAR	ÖNERİLEN VADE
A1	1	Radyo televizyon yayıncılığında temel ayırım ticari ve kamu yayıncılığı olarak tekrar tanımlanmalıdır. Ticari yayınlar reklam geliri sağlayanlar, kamu yayıncılığı ise reklam geliri olmayan yayınlar olarak anlaşılmalıdır. Bu ayrımla kamunun yönetiminde ama reklam geliri olan radyo televizyon kuruluşlarının ticari olarak değerlendirileceği, kişilerin sahibi olduğu ama kar amaçlı olmayan kuruluşların da kamusal nitelikli yayın olarak anlaşılacağı açıktır. Bu ayırım yayıncılığı sahipliğe göre değil, içeriğe ve niteliğe göre yönetme olanağı verecektir. Böyle bir yapılanmada tek bir kişinin örneğin bir eğitim ya da kültür kanalına sahip olması mümkün olacaktır. Tekelleşme ve benzeri	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Bayrak Radyo – Televizyon Kurumu Yasasında değişiklik yapılmalı	Başbakanlık	Orta

		tüm düzenlemeler elbette ticari yayınlar için geçerli olacaktır.			
A1	2	Eylem 1'deki esaslar çerçevesinde BRTK'yi Kamu yayıncılığı yapan bir yapıya kavuşturulmalı; Bütçesi denk, özerk, şeffaf ve hesap verebilir olmalı, İstihdam yapısı norm kadro şeklinde olmalı; Performans bütçe uygulanmalı ve Sayıştayın performans denetimine tabi tutulmalıdır.	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Bayrak Radyo – Televizyon Kurumu Yasası, Bütçe Yasası ve Sayıştay Yasasında değişiklik yapılmalı	Başbakanlık, Maliye Bakanlığı, BRTK, YYK, Sayıştay Başkanlığı	Orta
A1	3	Radyo ama özellikle televizyon yayıncılığı büyük harcamalar gerektirdiği için güçlü grupların yönetimine girmektedir. Bu süreç karşı alınabilecek uygulanabilir önlem yoktur. Ama demokratik bir toplumda çoğulculuğu korumanın yolları vardır. Bunlardan biri siyasi partilerin, belediyelerin, sivil toplum kuruluşlarının, vakıfların, derneklerin, sendikaların, kooperatiflerin radyo ve televizyon yayıncılığı yapabilmelerinin sağlanmasıdır. Bunun büyük bir israfa yol açabileceğini kabul etmek gerekir. Onun için herkesin büyük harcamalarla başarısız olması yerine kamu yayıncılığında söz hakkına sahip olmasını sağlamak gerekir. Devletin sahip olduğu kamu radyo televizyon yayınlarında paylaşımlı zaman kullanımının sağlanması yararlı olacaktır.	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Bayrak Radyo – Televizyon Kurumu Yasasında değişiklik yapılmalı	Başbakanlık	Orta
A1	4	Medyaya ilişkin haksız rekabet yaratıcı uygulamaların ivedi önlenmesine yönelik rekabet yasası geliştirilme veya ayrı bir Medya Rekabet Yasası	36-2009 Sayılı Rekabet Yasasında değişiklik yapılmalı veya Medya Rekabet Yasası çıkarılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor	Kısa

		çıkarılmalıdır. Bu çerçevede, medya sektöründeki birleşme ve devralma kontrolü ile kartel ve hakim durum incelemesi Rekabet Kurulun temel görevleri arasında olmalıdır.		Bakanlığı, Rekabet Kurulu	
A1	5	Basında çalışan ve çalışanlara ilişkin bilgilerin şeffaf olması sağlanmalıdır.	Basın Yasası ve Basın İş Yasasında ilgili değişikliklerin yapılması gerekmekte	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	Kısa
A1	6	Gazete tirajlarına ilişkin bilgiler (baskı/satış/iade) ulaşılır hale getirilmelidir.	Basın Yasasında ilgili değişiklikliğin yapılması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	Kısa
A1	7	Gazete sahipliğinin şeffaf olması sağlanmalıdır. Bu çerçevede, şirket sahiplerinin ve hissederların isimlerinin belli olması, AB uygulamaları da dikkate alınarak Medya sektöründe yatay ve dikey yoğunlaşma sınırları belirlenmeli, şirket hesaplarının açık olması, şirket cirolarının kaynaklarının açık olması ve gerekli hisse değişikliklerinin düzenleyici kurula bildirilmesi sağlanmalıdır.	Basın Yasası ve Fasil 113 Şirketler Yasasında gerekli değişiklikler yapılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	Orta
A1	8	Medya sektörüne yapılan yardımlar ahlaki zafiyet ve siyasi tarafsızlık yaratmayacak şekilde objektif ve şeffaf yapılmalıdır. Bu yardımlar sektörün kurumsallaşmasını sağlayacak şekilde teknik altyapının geliştirilmesi, Gazetecilerin meslek içi eğitimleri ve yabancı	47/2000 Sayılı Teşvik Yasası ve Bütçe Yasasında değişiklik yapılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	Orta

		dil öğrenmelerinin desteklenmesi, Okur temsilciliği (ombudsmanlık) müesseselerinin tesis edilmesi gibi alanları kapsamalıdır.			
A1	9	Verici istasyonların kontrolü bağımsızlığı, profesyonelliği ve özerkliği sağlanmış YYK'ya bırakılması gerekmektedir.	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Bayrak Radyo – Televizyon Kurumu Yasasında değişiklik yapılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	Orta
A1	10	Özellikle Güney Kıbrıs'daki yapı ve KKTC ölçeği dikkate alındığında medya sektöründe amacı aynı olan birden çok sivil temsiliyetin tek çatı altında toplanması sağlanmalıdır.	Medya sektör paydaşlarının ortak hareket etmek üzere platform oluşturması ve/veya ilgili mevzuat değişikliği ve devlet politikasında değişikliğe gidilmesi	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Diğer Sektör Paydaşları	Orta
A1	11	Basında çıkan haksız, yanlış, olumsuz haberlere ilişkin bir şikayet mercii görevi üstlenmesi gereken "BASIN KONSEY" in bu misyona dönüşünün sağlanması gerekmektedir.	Medya sektör paydaşlarının ortak hareket etmek üzere platform oluşturması ve/veya ilgili mevzuat değişikliği ve devlet politikasında değişikliğe gidilmesi	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Diğer Sektör Paydaşları	Orta
A1	12	Sınırötesi Yayıncılık İlkeleri doğrultusunda yaklaşım sergilenerek KKTC dışında yayın yapan televizyonların program akışlarında Kuzey Kıbrıs'ta satılan ürünlerle ilgili reklamlara yer vermesi bir kurala bağlanmalı ve ulusal televizyonların reklamlardan pay alması sağlanmalıdır	Sınırötesi Yayıncılık ile ilgili KKTC ve TC yetkililerinin muabakata varması ve protokol imzalaması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	Orta
A1	13	Resmî ilânlarla, yerel yönetimler dahil kamu kurum ve kuruluşlarına ait reklâmların fikir	Basın İlan Kurumu ile ilgili Yasa geçirilmeli ve kurum	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı	Orta

		ve içtihat farkı aranmaksızın resmi ilanlara yayınlanmasına aracı olarak medya kuruluşları arasında hakkaniyet sağlamak ve sektöre mali destek yaratmak amacı ile Türkiye’deki Basın İlan Kurumu modeli bir yapılanmaya gidilmelidir.	idari ve kurumsal olarak fiilen yapılanmalı	Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı,	
A1	14	TAK kurumsal ve mali özerk yapıya kavuşturulmalıdır	Türk Ajansı - Kıbrıs (TAK) (Kuruluş, Görev ve Çalışma Esasları) Yasası değiştirilmeli	Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı	Kısa
A1	15	BRT' kurumsal ve mali özerkliğe kavuşturulmalıdır.	Bayrak Radyo – Televizyon Kurumu Yasası değiştirilmeli	Başbakanlık	Kısa
A1	16	Kurumlar arası eşgüdüm ve etkinliğin artırılması için BTHK, Telekomünikasyon Dairesi ve YYK'nın içinde olduğu bir üst yapı oluşturulmalıdır.	Yasal dayanağı olan bir üst yapı oluşturulmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Kısa
A1	17	Eylem 7’de gazete sahipliği için aranan şeffaflık yasa ile İnternet Gazeteciliği için de aranmalıdır.	İnternet Gazeteciliğine ilişkin yasa çıkarılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Kısa
A2	18	Radyo televizyon yayıncılığının özerk, bağımsız bir kamu otoritesi tarafından yönetilmesinde büyük yarar vardır. Üyelerin alanı düzenleyecek bilgi birikimine sahip ve daha önemlisi yeniden seçilmek kaygısı taşımayacak kişiler olması gerekir. Kurul üyelerinin seçiminde sözü edilen	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasasında değişiklik yapılması ve kurulun yeniden oluşumu	Başbakanlık	Orta

		nitelikleri sağlayacak yeni bir modelin bulunması yararlı olacaktır. Yayın Yüksek Kurulu’nun giderek karmaşık hale gelen yayıncılık alanını düzenlemede yeterli sayıda yetişmiş elemanla desteklenmesi gerekir. Bu kurula gazeteci örgütlerinin, medya temsilcilerinin, akademisyenlerin ve izleyicilerin de katılımı sağlanmalıdır.			
A2	19	Bilgi Teknolojileri ve Haberleşme Kurumu(BTHK) Eylem 18’de Yayın Yüksek Kurulu için öngörüldüğü şekilde yapılandırılarak özerkliğinin ve bağımsızlığının sağlanması gerekmektedir.	Elektronik Haberleşme Yasasında değişiklik yapılması ve kurumun yeniden oluşumu	Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Orta
A3	20	Gazetecilik bir meslek olarak örgütlenmelidir. “Hergün herkese akıl öğretenlerin” ne tür niteliklere sahip olması gerektiği meslek örgütleri ile konuşularak belirlenmelidir. İlke olarak iletişim fakültelerinden mezun olanların yapabileceği bu mesleğe başka alanlarda eğitim görenlerin de girebilmesinin koşullarının ve kurallarının belirlenmesinde gerekir. Ekonomi, hukuk, sosyoloji, işletme, tıp, ziraat, mühendislik alanlarında eğitim gören öğrencilerin istedikleri takdirde gazetecilik yapabilmelerine olanak verilmelidir. Ancak bunun için meslek örgütleri ile basın yayın enformasyon genel müdürlüğünün belirleyeceği kurallar çerçevesinde çalışacak bir Gazetecilik Akademisi’nde en az bir yıl	Gazetecilik Akademisi’ne ilişkin yasa çıkarılması ve akademinin idari ve kurumsal olarak oluşturulması	Başbakanlık, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı, Diğer Sektör Paydaşları	Orta

		mesleğe ilişkin eğitim almaları sağlanmalıdır. İletişim alanında yüksek lisans ya da doktora yapmak bu eğitimle eş değer sayılmamalıdır. (Bu kurumun başkanlığının gazeteci/akademisyen ortaklığında yürütülmesi planlanmalıdır).			
A3	21	Medya politikalarının yapım süreçlerinin demokratikleşmesi sağlanmalıdır. Karar alıcılar, gazetecileri temsil eden sivil toplum kuruluşlarının, medya kuruluşlarının temsilcilerinin ve akademisyenlerin etkin katılımıyla, medyaya ilişkin politikaların ve yasal düzenlemelerin hazırlandığı süreçlerin demokratik bir şekilde gerçekleşmesini sağlamalıdır. Sivil aktörlerin reform önerileri siyasa yapım süreçlerinde gereğince dikkate alınmalıdır.	Mevzuat değişikliğine gidilerek Medya politikalarının yapım süreçlerinin demokratikleşmesi zaruri hale getirilmeli	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Kısa
A3	22	Basın özgürlüğünün önündeki tüm engeller kaldırılarak mevzuat AİHM içtihadı ile uyumlu hale getirilmelidir.	KKTC Medya Mevzuatı AİHM içtihadına göre değiştirilmeli	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı, KKTC Başbakanlık AB Koordinasyon Merkezi	Orta
A3	23	Kamu görevlileri yasası gazetecinin bilgi alabilmesini kolaylaştırma yönünde revize edilerek bilgi vermenin yasaklandığı ilgili maddeler değiştirilmelidir.	7/1979 Sayılı Kamu Görevlileri Yasasının Bilgi ve Demeç Verme Konulu 39. Maddesi değiştirilmeli	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı	Kısa

A3	24	Gazetecilerin haber kaynağı gösterme zorunluluğu kaldırılmalıdır.	T.C Basın Kanununun 12. Maddesinde olduğu gibi KKTC Basın Yasasına yapılacak ilave ile “Sürelî yayın sahibi, sorumlu müdür ve eser sahibi, bilgi ve belge dahil her türlü haber kaynaklarını açıklamaya ve bu konuda tamkîk yapmaya zorlanamaz” ibaresinin getirilmesi	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı, Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı	Kısa
A3	25	KKTC Anayasasının 21. maddesiyle “Haberleşme Özgürlüğü” başlığı altında düzenleyip koruma altına aldığı özgürlük ile Kitle iletişim özgürlüğünün ilgisi yoktur: “Herkes, haberleşme özgürlüğüne sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır. Yasanın gösterdiği durumlarda mahkeme veya yargıç tarafından yasaya uygun olarak verilmiş bir karar olmadıkça, bu gizliliğe dokunulamaz”. Bu hükümlerin anlamı, postada mektupların açılmaması yahut telefonların usulsüz dinlenilmemesi gibi özel iletişimin korunmasını ifade eder. Dolayısıyla, “Kitle iletişim özgürlüğü”nün net olarak Anayasada güvence altına alınması gerekmektedir.	Kitle iletişim araçları aracılığıyla bilgi, haber, görüş ve düşüncelerin serbestçe yayılmasını güvenceye kavuşturmak üzere, “kitle iletişim özgürlüğü” deyiminin kullanılması ya da karışıklığa meydan vermemek için anayasalardaki bu hükümlerin kenar başlığının ve ilk cümlesinin uygun ifadelerle değiştirilmesi	KKTC Cumhuriyet Meclisi, Anayasa Referandumu	Orta
A3	26	KKTC Anayasası düşünce ile ifadeyi (açıklama-anlatım) birbirinden ayırıp adeta bir izin verilen düşünce alanı oluşturmakta, düşüncenin sınırsız, ifadenin sınırlı olduğunu belirtmekle aslında dolaylı yoldan “düşünce özgürlüğü yoktur”	Anayasada yapılacak değişiklikle “Evrensel suç unsuru içermeyen düşüncenin ifade edilmesi hiçbir şekilde sınırlanamaz”	KKTC Cumhuriyet Meclisi, Anayasa Referandumu	Orta

		denmektedir. Dolayısıyla, düşünceyi ifadeden soyutlamadan anayasal güvence yaratılması gerekmektedir.	ifadesinin konması		
A3	27	KKTC Anayasasının 26., 27. ve 28. Maddeleri “Devlet sınırları içinde yayımlanan gazete, dergi, broşürler ve kitaplar, yasanın gösterdiği suçların işlenmesi halinde, yargıç kararı ile ulusal güvenliğin, kamu düzeninin veya genel ahlakın korunması bakımından gecikmede sakınca bulunan durumlarda da, yasanın açıkça yetkili kıldığı mercinin emriyle toplatılabilir. Mahkeme Yetkili mercinin kararını onaylamazsa toplama kararı geçersiz sayılacaktır. Siyasi müdahaleye imkan verebilecek bu hüküm değiştirilmeli ve maddi tazminat için güvence verilmelidir.	Anayasada yapılacak düzenleme ile yetkili mercinin - bağımsızlığı ve özerkliği sağlanmış-BTHK veya YYK şeklinde değiştirilmesi ve Mahkeme onayı verilmediği durumlarda maddi tazminatın anayasal güvence altına alınması	KKTC Cumhuriyet Meclisi, Anayasa Referandumu	Orta
A3	28	KKTC Ceza yasasında basın ve yayın yoluyla işlenen suçlar son derece sınırlı olarak düzenlenmiştir. Bu konuda yeni yürürlüğe giren 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının düzenlenmesi yerinde olmuştur. Ancak bu yasanın kapsamı dışında kalan alanlarda da düzenleme yapılması gerekmektedir.	Ceza yasasında yapılacak ilavelerle basın ve yayın yoluyla işlenen suçlar kanunilik (yasallık) ilkesine uygun olarak açık belirgin ve herkes tarafından anlaşılır olacak şekilde düzenlenmeli ve sınırlarının oluşturulması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	29	KKTC Ceza Yasasında, basın ve yayın araçları ile işlenen suçların kapsamı bireysel nitelikteki suçları da kapsar nitelikte düzenlenmiştir. Bu suçlar ayrı olarak düzenlenmelidir.	Ceza Yasasında yapılacak değişikliklerle basın yayın araçları ile gerçekleştirilecek fiiller ile bireysel nitelikteki hareketlerin birbirinden ayrılması ve buna uygun olarak	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa

			düzenlemesi		
A3	30	KKTC Ceza Yasasında, ifadeyi açıklama özgürlüğüne karşın bireylerin şeref ve haysiyetinin korunması, toplum içerisindeki itibarının korunması gibi temel haklar dengeli olarak düzenlenmemiştir. Zira, bir hukuk devletinin temel görevlerinden biri, bireylerin maddi ve manevi varlıklarının gelişmesini sağlamak, insan haysiyetini korumak ve geliştirmektir. Oysa ki, kanun koyucu sadece 5 yıl ve üzeri hapis cezasını gerektiren bir suç işlemekle bireylerin itham edilmesini suç olarak düzenlemiş; bu kapsama girmeyen ancak bireylerin şeref ve haysiyetini ihlal eden itham ve davranışları suç olarak düzenlenmemiştir. Elbette ki amaç liberal bir düzenleme yapmaktır, ancak bu kapsamda bireylerin temel hak ve özgürlükleri de koruma altına alınmalıdır.	KKTC Ceza Yasasında yeni yapılacak düzenlemelerde basın özgürlüğünün sınırları belirlenmeli; özellikle insan haysiyetinin ve onurunun korunması amacıyla hakaret suçu ve kapsamı düzenlenmeli, temel haklar güvence altına alınmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	31	KKTC Ceza Yasasının lafzı karışıktır. Yasallık ilkesinin temel özelliklerinden olan açıklık ve belirlilik ilkeleri bakımından sıkıntı yaşanmaktadır. Nitekim, 24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasında bu husus dikkate alınmıştır. Diğer düzenlemeler ve değişiklikler bakımından da bu hususun gözetilmesi gerekmektedir.	Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 7.maddesi dikkate alınarak, KKTC Ceza Yasasında yapılacak olan yeni düzenlemelerde bu hususun gözetilmesi	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	32	İlgili düzenlemelerin anlam ve yorumu yapılırken İngiliz Ceza Mahkemelerinin içtihatlarının esas alınması gerekliliği, mevzuatın bir başka ülkenin içtihatları ile yönlendirilmesine neden olmaktadır. KKTC, hukuk yeterliliğini oluşturmuş, kendi yargısal	Bu amaçla gerçekleştirilecek olan yeni düzenlemeler kapsamında hukuki metin, madde gerekçeleri ile somutlaştırılmalı ve	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa

		içtihatlarını oluşturabilecek hukuki alt yapıya sahip bir ülkedir. Bu kapsamda Anglo-sakson hukukunun sistem olarak kabul edilmesi elbette ki kanun koyucunun tercihidir. Ancak mevzuatın özellikle basın yayın suretiyle işlenen suçların kapsamı ve sınırları bakımından güncellenmesi ciddi bir ihtiyaç olarak kendisini göstermektedir. Bu kapsamda yabancı hukuk yardımcı bir kaynak olarak elbette ki kullanılabilir, ancak yasa metni, gerekçeleri ve ülke içtihatı temel kaynaklar olarak benimsenmelidir.	buna uygun yargısal içtihat iç hukuk tarafından oluşturulmalı ve takip edilmeli		
A3	33	Kamuya mal olmuş kişilerin davranış ve tutumları kamu oyunu ilgilendirdiği ölçüde eleştiriye ve haber olma özelliğine sahiptir. Ancak raporumuzda açıkladığımız düzenlemelerden de anlaşıldığı üzere, iyiniyetle dahi olsa bireylerin karakterleri üzerinde yorum yapılması hallerinin suçun kapsamı dışında bırakılmış olması, yerinde olmamıştır. Bireylerin kişilikleri veya karakter özellikleri, kamuoyunun tartışma konusu yapılabileceği hususlar değildir. Zira kamuoyuna mâl olmuş kişilerin davranışları belli ölçüde haber olma özelliğine sahiptir, ancak karakter özellikleri kişinin özel hayatı kapsamındadır ve kişilerin şeref ve haysiyeti, toplum içerisindeki saygınlığının korunabilmesi için bu hususların tartışma konusu ve yayın konusu olmaması icap eder.	İyiniyetle dahi olsa bireylerin karakterleri üzerinde yorum yapılması hallerinin suçun kapsamı dışında bırakılmaması yeni düzenlemelerde bu hususların da ayrıca dikkate alınması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	34	Basın yayın yoluyla dolandırıcılık, suç işlemeye tahrik gibi pek çok suç tipi raporumuzda da ifade ettiğimiz üzere mevcut uygulamada herhangi bir yasal düzenlemeye konu olmamıştır. Zira bu husus bireylerin temel hak	Basın yayın yoluyla dolandırıcılık, suç işlemeye tahrik gibi pek çok suç tipi hususlarındaki yasal eksiklikler gerek Ceza yasası içerisinde	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı	Kısa

		ve özgürlüklerinin ve ülke menfaatlerinin korunması bakımından önem taşımaktadır. Bu hususda gerekli yasal düzenleme yapılmalıdır.	gerekse ayrı bir yasa altında düzenlenmeli	Mercileri	
A3	35	24.02.2014 tarihli 32/2014 sayılı Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasasının çeşitli maddelerinde haberleşmenin gizliliğini ihlal eden veya özel hayatın gizliliğini ihlal eden kimselerin kamu görevlisi olması ve yargıç kararıyla bu dinlemeleri veya kayda almaları yapmaları halinde hareketin suç sayılmayacağı yenilenmiştir. Bu husus yasa tekniği açısından gözden geçirilmelidir.	Bu şekilde her madde kapsamında bu hukuka uygunluk nedeninin yenilenmesi yerine genel hukuka uygunluk nedenleri olan kanun hükmünü ifa, yetkili amirin emrinin yerine getirilmesi, hakkın kullanılması gibi nedenler düzenlenerek bu hususlar yenilenmekten çıkarılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	36	Bölüm 155 Ceza Muhakemeleri Usul Yasasında basın yayın ile ilgili herhangi bir düzenleme bulunmadığından gerekli düzenlemenin yapılması gerekmektedir.	Ceza Muhakemeleri Usul Yasasında basın yayın ile ilgili gerekli düzenlemenin yapılması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa
A3	37	KKTC Disiplin Mahkemeleri Kuruluşu, Disiplin Kabahat ve Cezaları ve Yargılama Usulü Yasasında, silahlı kuvvetlere ilişkin bir düzenlemenin olduğunu görüyoruz. İlgili mevzuatın dördüncü bölüm 23.maddesinde duruşmanın açıklığı düzenlenmiştir. Birinci fıkraya göre, disiplin mahkemelerinde duruşma açık olur. Ancak sanığın astları duruşmada bulunamazlar. İkinci fıkraya göre, disiplin mahkemesi, ulusal güvenlik, Anayasal düzen, kamu düzeni, kamu güvenliği veya genel ahlak	Bu düzenlemeyi tamamen halka açıklık ilkesi ile bağdaştırmamız mümkün değildir. Zira, eğer halka açık olduğu kabul edilir ve basın-yayın yoluyla duruşmada gerçekleştirilen işlemler halk ile paylaşılr ise düzenlemedeki astların bulunamayacağına ilişkin düzenleme	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri	Kısa

		yararına duruşmanın tamamının veya bir kısmının kapalı yapılmasına karar verilebilir. Bu hükümden de anlaşılacağı üzere disiplin mahkemesinde görülecek olan duruşmalar ancak sanığın kendi rütbesi ve üstündekilere açık olarak gerçekleştirilebilir, astlarına karşı kapalıdır. Astlarına karşı kapalı olan bir duruşmanın basın yayın yolu ile halka açık olmasından da bahsedilemez. Bu kapsamda duruşmanın açıklığı ilkesinde sınırlı bir açıklık düzenlemesi yapıldığını ifade etmek yanlış olmaz.	anlamsız hale gelir. Silahlı kuvvetlerin yapısı gereği böyle bir düzenlemenin tercih edilmesi, ülke güvenliğine ilişkin bir kurum olması sebebiyle anlaşılır bir durumdur. Hatta ikinci fıkrada ulusal güvenlik, anayasal düzen, kamu düzeni ve güvenliği ile genel ahlak yararına bir durumun söz konusu olması hallerinde duruşmanın tamamı veya bir kısmının duruşmaya girmeye kural olarak izin verilen kişilere dahi kapatılacağı düzenlenmiştir. Bu durumda basın-yayına karşı da kapalı olacağı izahtan varestedir. Kanunda bu hususun ayrıca belirtilmesi boşlukların oluşmasına izin vermeyecektir.		
A4	38	Alanla ilgili yasal düzenlemelerin iki boyutunun birlikte ele alınması gerektiği akılda tutulmalıdır. Bunlardan birincisi bireyin (gazetecinin) habere, bilgiye ulaşma hakkıdır. İkincisi kişilik haklarının korunmasıdır. Gazeteci dilediği bilgiyi hemen elde edebilmeli; kişilik haklarını zedelediğinde hemen yaptırımla karşılaşabilmelidir. Dolayısıyla, Medya'da hakaret ve iftiraya uğrayanların mağduriyetinin giderilmesi için Zem ve Kadih davalarının hızla sonuçlanması	Ceza Yasası ve Ceza Muhakemeleri Usul Yasasında gerekli değişiklik yapılmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı, Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Yargı Mercileri ve Paydaşlar	Kısa

		sağlanmalıdır.			
A4	39	Siyasal iktidarların kitle iletişim alanı ile ilgili bütün kararlarının (özellikle ekonomik teşvik, kredi vb.) saydamlığı sağlanmalıdır.	Bakanlar kurulu kararı veya mevzuat düzenlemesi ile iletişim alanı ile ilgili bütün kararlarının resmi gazete yanında ilgili kurumun internet sayfasında şeffaf şekilde yayınlanması	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Kısa
A4	40	Meslek etiği bilincinin gelişmesi desteklenmelidir. Bunun için gazeteci (muhabir), yazı işleri müdürü ve sahibi için ayrı etik ilkeleri belirlenmelidir. Farklı statüdeki basın mensubuna yönelik ayrı etik ilkeleri için UNESCO tarafından hazırlanan EK-4'deki 4 taslakdan yararlanılmalıdır.	Medya sektör paydaşlarının aralarında oluşturacakları platform ile asli görevine bürünmüş Basın Konseyi ve Medya Etik Kurulu nezdinde UNESCO taslaklarına göre farklılaşan etik ilkeler belirlenmeli ve uygulamaya konmalı	Medya Etik Kurulu, Kıbrıs Türk Basın Konseyi ve Diğer Sektör Paydaşları	Orta
A4	41	Medyada profesyonel standartların uygulanması için en iyi yöntem olan etkin özdenetim, bütün yasal düzenlemelerde bir öncelik olarak dikkate alınmalıdır.	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası ve Basın Yasasında Medya sektöründe özdenetimin kurumsallaşmasına ilişkin hükümler konmalı	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Orta
A4	42	Medya kuruluşlarının Devlet nezdindeki başvuruları ve bazı katkı talepleri için Medya çalışanlarının maaş ve özlük Haklarına ilişkin sorunların çözülmesi şart koşulmalıdır	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Basın Yasası, İş Yasası ve Basın İş Yasasında gerekli hükümler konmalı ve sektör desteklerinden	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma	Orta

			yararlanmak için kriter haline getirilmeli	Bakanlığı	
A4	43	Medya kuruluşlarının Devlet nezdindeki başvuruları ve bazı katkı talepleri için teorik olarak işlevsel basın konseyi ve basın ombudsmanlığı müessesesine aktif katılımında bulunmaları şart koşulmalıdır	Kamu Ve Özel Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası, Basın Yasası, İş Yasası ve Basın İş Yasasında gerekli hükümler konmalı ve sektör desteklerinden yararlanmak için kriter haline getirilmeli	Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı, Ekonomi Turizm Kültür ve Spor Bakanlığı, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı	Orta

6. SONUÇ

“Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Medyanın Bugünkü Durumu ve Geleceğe İlişkin Hukuki ve Toplumsal Altyapısı Üzerine Bir Araştırma” başlığı altında üç aşamada yürütülen projenin “Başlangıç” ve “İlerleme” raporlarından sonra son aşaması olarak bu “Nihai” rapor hazırlanmıştır. Bu raporun temel hedefi her türlü işlevselliği ile KKTC medyasının dördüncü güç olmasını sağlayacak kurumsal, idari ve hukuki politika önerilerinde bulunmaktır. Politika önerileri kapsamında stratejik hedefleri belirlemek ve bu hedeflere uygun eylem planı hazırlamak çalışmanın esasını oluşturmuştur.

Çalışmada temel yöntem olarak birincil veri kaynakları öne çıkmaktadır. Birincil veri kaynakları ise iki kategoride ele alınmıştır. Birincisi, medya sektör paydaşları ile gerçekleştirilen odak grup çalışmalarıdır. İkincisi ise, medya izleyicilerine yönelik olarak medya alışkanlıkları ve medyanın işlevine ilişkin uygulanan anket araştırmasıdır.

Odak Grup görüşmeleri sonucunda KKTC Medya sektörünün sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen başlıca yapısal sorunlar; Kamu Medya Kurumlarının Haksız Rekabet Yaratması, Kamu Medya Kurumlarının Özerklik Sorunu, Özel Medya Kurumlarının Kurumsallaşma Sorunu, Özel Medya Kurumlarının Mali Özerklik Sorunu, Özel Medya Patronlarının Ticari İşlerinin Yarattığı Çıkar İlişkisi, Yazılı Medya Türlerinin Denetim Sorunu, Sosyal Medya Türlerinin Denetim Sorunu, İnternet Gazeteciği'ne Yönelik Hukuksal Boşluk, Yayın Yüksek Kurulu'nun İşlevi, Medya Sektörü İçin KKTC Ölçeğinin Yetersizliği, Medya Çalışanlarının Maaş ve Özlük Hakları Sorunu, Medya Çalışanlarının İkinci İşte Çalışması ve Potansiyel Çıkar İlişkileri, Medya Sektöründe Etik ve Yaptırım Sorunu, ve Kıbrıs Sorunu ve Tanınmamışlığın Medya Sektörüne Yarattığı Olumsuzluklardır.

İzleyicilere yönelik yapılan araştırmanın temel çıkarımları ise aşağıdaki gibidir:

- **KKTC’de medya genel olarak toplumun değerlerine (kültür, inanç vs) saygılı yayın yapmaktadır**
- KKTC’de medyanın evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda olabildiğince güvenilir yayın yapmadığı konusunda izleyiciler kararsızdır.
- KKTC’de kamu yayıncılığının kamu yararını gözetip gözetmediği konusunda izleyiciler

kararsızdır.

- BRT, KKTC demokrasisine yeterli katkıyı yapmamaktadır
- KKTC’de özel televizyonlar ülke demokrasisine yeterli katkıyı yapmamaktadır.
- BRT taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.
- Özel Televizyonlar taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.
- KKTC’de özel televizyonlar ticari ve siyasi ilişkilere göre taraflı ve yanlı yayın yapmaktadır.
- KKTC medya sektöründe kişisel çıkar ve ticari ilişkilere göre yanlı haber yapan gazeteci ve köşe yazarları bulunmaktadır.
- KKTC medya sektörü yolsuzlukları önlemede denetim işlevi yapmamaktadır.
- **KKTC medyası genelde meslek sırrı, özel hayatın gizliliği, iftira, hakaret, kötöleme ve çocuk istismarı gibi etik ilkeleri ihlal etmeden yayın yapmaktadır.**
- Yayın Yüksek Kurulu görevini etkin olarak yürütmemektedir.
- Genel ve diğer alışveriş kararlarında KKTC medyasının (Radyo, TV, Gazete, Dergi vs.) reklamlarının etkisi hakkında izleyiciler kararsızdır.
- Devlet veya belediye gibi kamu kurumlarıyla olan resmi işlemlerinizi gerçekleştirme, bilgilendirme ve diğer açılardan KKTC Medyasının etkisi konusunda izleyiciler kararsızdır.

Yukarıdan da anlaşılacağı gibi odak grup görüşmeleri ve izleyici algısına göre KKTC Medyası halen beklenen toplumsal işlevi görmemekle birlikte idari, mali ve kurumsal açıdan sürdürülebilir bir yapı ortaya koymamaktadır. Bu çerçevede, proje kapsamında KKTC medya sektörü için stratejik amaçlar ve politika önerileri geliştirilmiştir.

Stratejik hedeflerin belirlenmesi, izleyici algısına ilişkin araştırmanın tamamlanması, araştırma bulgularının paydaşlarla paylaşılması, medya ve medya hukuku literatürünün derlenmesi ve SWOT analizi sonucunda mümkün olabilmektedir. Bu çerçevede belirlenen stratejik amaçlar sırasıyla şunlardır: 1) Medya Sektöründe Haksız Rekabetin Önlenmesi, Mali Sürdürülebilirlik, Kurumsallaşma ve Özerkliğin Sağlanması, 2) Medyayı Düzenleyen Kurum/Kurulların Bağımsızlığının Sağlanması, 3) Basın Özgürlüğü ve İfade Özgürlüğünün Güvence Altına Alınma, ve 4) Medyada Etik Davranışlar İçin Gerekli Ortamın Yaratılması.

Belirtilen bu stratejik hedeflerin gerçekleştirilmesi için atılabilecek adımlar eylem planı ile somutlaştırılmıştır. Sonuç olarak 43 eylem kategorisinin amaca hizmet edebilecek potansiyelde oldukları tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

Alankuş, S. (2005), “Demokratik bir medya ortamı için yerel/sivil medya ve yeni imkânlar”. *Medya ve toplum*, İstanbul: IPS Yayınları.

Alemdar, K.- Kaya, R. (1983), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara.

Alemdar K. ve Uzun R. (2013), *Herkes İçin Gazetecilik*, Tanyeri Kitap, Ankara.

Alemdar, Zeynep (1990). *Oyunun Kuralı Basında Özdenetim*, Ankara, Bilgi Yayınevi, s.152-156.

Bektaş, A. (1996), *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, İstanbul.

Certo, S. C. Ve S. Trevis Certo (2012), *Modern Management*, Twelfth Ed., Pearson Education Ltd., England.

Demir, F (2013). *Anayasa Hukuku*, İzmir.

Dess, G. G. , G.T. Lumpkin, And A. B. Eisner(2010), *Strategic Management*, McGrwaw-Hill/Irwin, New York.

Dönmezer S. (1976), *Basın ve Hukuku*, İstanbul.

Fransız Anayasa Konseyi’nin 17.01.1989 tarihli CSA kararına ilişkin bilgi ve değerlendirmeler için bkz: NalbantA., “Fransa’da Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğü”, İHY, Dr. Muzaffer Sencer’e Armağan, Y. 1995-1996, C. 17-18, ss.198-203.

George, D. and Mallery, P. (2001), *SPSS For Windows*, Third Edition, Allyn & Bacon/Pearson Education Company, USA.

Günler K. (2006), *Teoride ve Avrupa İnsan hakları mahkemesi Kararlarında Kitle İletişim Özgürlüğü*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

Hançer, Eda (2006), “Kıbrıs Türk Basınında Sahiplik Yapısı ve Haber Üzerindeki Etkileri”, *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 1.

İçel, K.ve Y. Ünver (2005), *Kitle Haberleşme Hukuku*, İstanbul.

Jones J. Clement Jones (1980), *Mass Media Codes of Ethics and Councils: A comparative international study on Professional standards*, UNESCO, Paris.

Kata, M. (2012), “15 Kasım (Cumhuriyet Bayramı) Törenlerinin Kıbrıs Türk Basınında Yansıtılma Şekiller”, *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature*

and History of Turkish or Turkic Volume 7/3, Summer 2012, p. 1709-1717, ANKARA-TURKEY;

Kaboğlu, İ. (1994), *Özgürlükler Hukuku*, İstanbul.

Kurban, D. (2012), *Türkiye’de Özgür ve Bağımsız Bir Basın İçin Siyasa Önerileri*, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı, Mediadem, Eylül 2012.

Öztemel, E., (2011) *Belediyelerde Toplam kalite Yönetimi*, Değiş yayınları, Adapazarı 2001, sf:158

Parenti, M. (1993), *Inventing Reality the Politics of News Media*. New York: St. Martin’s Press.

Reisoglu, S. (2002), Uluslararası Boyutlarıyla İnsan Hakları, İstanbul 2001, s.66; Soysal, 100 Soruda Anayasanın Anlamı, Ankara,12. Baskı, 141 ; Tezcan- Erdem- Sancakdar, Avrupa ;İnsan Hakları Sözleşmesi Işığında Türkiye’nin İnsan Hakları Sorunu, Ankara.

Rivero, J. (1980), “Les Libertés Publiques”, Le Régime des Principales Libertés, PUF.

Serdar, İ. (1999), *Radyo ve Televizyon Yoluyla Kişilik Hakkının İhlâli ve Kişiliğin Korunması*, Ankara.

Sınar, H. (2001), *İnternet ve Ceza Hukuku*, İstanbul.

Stephen, M. (1997). *The Cyprus Question*. London: The British – Northern Cyprus Parliamentary Group.

Soydan, M. K. (2012), *Küreselleşme Sürecinde Medyanın Rolü*, T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tez, Ankara; <http://www.rtuk.org.tr/upload/UT/54.pdf>.

Tanilli, S. (2001), *Devlet ve Demokrasi*, İstanbul.

Tanör, B. (1969), *Siyasî Düşünce Hürriyeti ve 1961 Türk Anayasası*, İstanbul.

Terkan, Banu (2005) *Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi*, Yayımlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Teziç, E. (1990), “Türkiye’de Siyasal Düşünce ve Örgütlenme Özgürlüğü”, Anayasa Yargısı, S. 7, Ankara.

Türkkol, F. (2012), “Habercilikte İdeal Arayışı: Barış Gazeteciliği”, *Mukaddime*, Sayı 5; <http://mukaddime.artuklu.edu.tr/documents/Makaleler/Sayi5/129.pdf>; Erişim Tarihi: 8 Mart, 2014.

UNESCO Kitle İletişim Bildirgeleri (2010), çev. Ruhdan Uzun, UNESCO Türkiye Milli

Komisyonu, Ankara.

Uzun, Ruhdan (2011). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*, Dipnot, Ankara.

Üzeltürk, S. T. (1998), *Görsel ve İşitsel İletişim Özgürlüğü*, İstanbul.

Yılmaz, H. (2006), *İdarenin Görsel- İşitsel İletişim Alanındaki İşlevi*, Ankara.

Yılmaz, M. (2013), “Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu Üzerindeki Etkileri: KKTC Örneği”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2 (2): 230-252.

Yumlu, K. (1994), *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*, İzmir.

İnternet Kaynakları:

http://www.brtk.net/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=40: Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://www.kktcyyk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://www.bthk.org/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://www.gundemkibris.com/bilgi-teknolojileri-ve-haberlesme-kurulunun-4-uyesi-aciklandi-26669h.htm>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/hakkimizda/tarihce-2/>, Medya; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/medya-etik-kurulu-deklerasyonu/>; Erişim Tarihi: 6 Mart, 2014

<http://www.kktcyyk.org/?q=node/32>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<http://www.kktcyyk.org/?q=node/9>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=6ac52c35-c1e4-4c7f-9768-53b851dd1cae; Erişim Tarihi: 7 Mart, 2014

<http://www.bthk.org/hakkimizda/> ; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<http://www.kibristime.com/kibris/medya-etik-kurulu-deklarasyonu-imzalandi-h14734.html>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://twitter.com/KudretOzersay>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://twitter.com/hasantacoy>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://twitter.com/ozdilnami>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://www.facebook.com/dogus.derya.7?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://www.facebook.com/fazilet.ozdenefe?fref=ts> ; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://www.facebook.com/kudret.ozersay?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://www.facebook.com/serdar.denktas.9> , Erişim Tarihi: 7/03/2014

<https://www.facebook.com/hasan.tacoy.3?fref=ts>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<http://gundem.bugun.com.tr/kktcde-istifa-soku-haberi/194901>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<http://www.haberkibrisli.net/dogus-derya-mi-kandırildi-halk-mi-kandırılıyor-makale,2044.html>; Erişim Tarihi: 7/03/2014

<http://www.kktcyk.org/?q=node/15>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://www.turkajansikibris.net/index.php/lang/tr/cat/13>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://www.trncinfo.org/tr-tr/enformasyondairesiyyasas%C4%B1461988.aspx>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://www.pro.gov.ct.tr/tr-tr/yanmenu/yasalar.aspx>; Erişim Tarihi: 28 şubat, 2014

<http://www.gazetecilerbirliği.com/index.php?men=545&submen=0>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/medya-etik-kurulu-deklerasyonu/>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://www.disbasinbirliği.com/htm/tuzuk.htm>; Erişim Tarihi: 27 şubat, 2014

<http://www.pro.gov.ct.tr/tr-tr/yanmenu/kktchakk%C4%B1nda/medya.aspx>; Erişim Tarihi: 28 şubat, 2014

<http://www.edevlet.eu/goster.aspx?Uc=tr-TR&grp=0&subid=30>; Erişim Tarihi: 28 şubat, 2014

EK 1 : KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ÖNGÖRÜŞME KATILIM LİSTESİ

S.NO	TARİH /SAAT	PAYDAŞ ÜNVANI	KATILANLAR	
			PAYDAŞ	PROJE GRUBU
1	10.02.2014-11:00	Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği (STK)	1-Hüseyin Güven Başkan	1-Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
2	10.02.2014-14:30	Kıbrıs Postası Gazetesi	1.Polat Alper Gazete Sahibi 2.Rasih Reşat Genel Yayın Yönetmeni	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
3	12.02.2014-11:00	Kıbrıs Bayrak Televizyon Kurumu (BRT)	1-Mete Tümerkan Müdür	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
4	12.02.2012-14:30	Radio Vatan (Sivil Savunma Teşkilatına bağlı kamu radyosu)	1-Nediye Erdoğan Genel Yayın Yönetmeni	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
5	13.02.2014-11:00	Radio Juke (Müzik yayını yapan özel radyo)	1.Yüce Ertanın Sahibi	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
6	18.02.2014-11:00	Kıbrıs Medya Grubu	1.Süleyman Ergüçlü Kıbrıs Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
7	18.02.2014-14:00	Medya Etik Kurulu (STK)	1.Gürdal Hüdaoglu (Kurul Başkan Yardımcısı)	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
8	19.02.2014-11:00	United Media Group	1.Cenk Mutluyakalı Yenidüzen Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
9	19.02.2014-14:00	Birinci Medya Grubu	1-Ertan Birinci Sahibi 2.Tekin Birinci Yönetim Kurulu Bşk. Yar.	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın
10	20.02.2014-12:00	Yayın Yüksek Kurulu (YYK)	1.İlkay Diren Yönetim Kurulu Bşk. 2.Ferhat Atik Koordinatör	1- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp 2- Dr. Mustafa Ertanın

EK 1B : KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ODAK GRUP KATILIM LİSTESİ

S.NO	TARİH /SAAT	PAYDAŞ ÜNVANI	PAYDAŞ	PROJE GRUBU
1		Gazeteciler Birliği (Genişletilmiş Grup)	1.Hüseyin Güven 2.Sami Özuslu 3.	1.Prof.Dr.Korkmaz Alemdar 2- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
2		Basın-Sen (Genişletilmiş Grup)	1.Kemal Darbaz Sendika Başkanı 2.Hüseyin Yaylalı Üye 3.Hasan Kahvecioğlu Üye	1.Prof.Dr.Korkmaz Alemdar 2- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
3		Yayın Yüksek Kurulu (Genişletilmiş Grup) YYK	1.İlkay Diren Yönetim Kurulu Bşk. 2.Ferhat Atik Koordinatör 3. Olgun Üstün Üye	1.Prof.Dr.Korkmaz Alemdar 2- Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
4	25/06/2014 09:00	United Medya Genel Yayın Yönetmeni	Sami Özuslu	1-Doç.Dr.Okan Veli Şafaklı 2-Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
5	25/06/2014 14:00	TAK Eski Müdürü, Gazeteci	Hüseyin Yaylalı	1-Doç.Dr.Okan Veli Şafaklı 2-Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
6	26/06/2014 10:00	İletişim Bilimleri Fakültesi Akademisyen	Yrd. Doç. Dr. İbrahim Özejder	1-Doç.Dr.Okan Veli Şafaklı 2-Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp
7	26/06/2014 12:00	Kıbrıs Medya Grubu Kıbrıs TV. Genel Yayın Yönetmeni	Ali Baturay	1-Doç.Dr.Okan Veli Şafaklı 2-Yrd. Doç. Dr. Özlem Salman Günalp

EK-2: KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ÖNGÖRÜŞME SONUÇLARI ÖZET TABLOSU

MEDYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER		ÖNGÖRÜŞME GRUP KODLARI*									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Medya Sektörünün Mali ve İdari Sorunları:											
• Sektör Türü	Kamu			X	X						
	Özel		X			X	X		X	X	X
	STK	X						X			
• Özkaynak yetersizliği			X	X		X			X	X	
• Devlet Yardımı yetersiz			X	X	X	X		X	X	X	
• Reklam girdileri az		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
• Gelirlerin artırılma güçlüğü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor			X			X			X	X	
• Teknolojik olanaklar sınırlı			X	X		X			X		X
• Özerklik sağlanmamış		X	X	X		X			X	X	X
• Özel sektörde sendikalleşmenin sağlanmaması iş güvenliğini olumsuz etkiliyor		X							X		
• Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel		X	X	X	X		X		X	X	X
• Çalışanların özlük hakları		X							X		X
• Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmamış		X	X	X					X		X
• Maliyet yüksekliği			X			X	X		X	X	
• Niteliksiz işgücü		X	X	X	X	X	X		X	X	
• Kayıtdışı işgücü											
• Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları açısından bizden daha iyi		X	X	X					X		
• Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşamaması		X	X	X			X		X	X	X
• Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor		X	X	X	X	X	X		X	X	X
KKTC Basının 4. Kuvvet Etkisi:											
• Editöryal özgürlük kısıtlı		X	X				X		X		X
• Frekans tahsis sorunu						X	X			X	X
• Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil		X	X				X	X	X		
• Verici istasyonlarında kamu tekeli						X				X	
• Ekonomik güçsüzlük		X	X			X			X	X	
• Özgün haber yapımının azlığı		X	X				X		X		
• Siyasilerin medyaya müdahalesi		X	X	X			X		X		
• Reklam pastasının sınırlılığı güçsüzleştiriyor		X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmaması		X	X	X		X	X	X	X	X	X
• Güney'de medya daha etkili		X	X				X		X		
• Uluslararası yayın kuruluşlarına üyelik		X									
• TAK haberlerine ücret ödememek		X	X						X		
• Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı etkiyi azaltıyor		X	X				X		X		
Demokratik Katılım ve Fikir Özgürlüğü:											
• Yayın politikalarının belirlenme biçimi		X	X					X	X		X

• Sendikal örgütlenme yetersiz	X							X		X
• Birlikler yeterince etkili değil	X	X				X		X		X
• Yasal boşluklar	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
• Siyasi müdahale	X	X	X			X		X		X
• Sahiplik yapısı bir engel	X	X	X	X		X		X	X	X
• Sosyal medya daha özgür	X	X	X		X	X		X	X	X
Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi Türkiye, AB ve Güney’le fark:										
*Özgür davranabilme sorunu	X		X					X		X
*Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi	X	X	X	X		X		X		X
*İş güvenliği	X	X	X					X		X
*AB’ye benzemiyor	X	X	X			X		X	X	X
*Türkiye’ye ile benzerlikler var	X	X	X			X		X	X	X
*Güney Kıbrıs’la benzerlikler var	X	X	X			X		X	X	X
Habercilikte Yaşanan Sorunlar:										
• Özgün haber yapabilme	X	X				X		X		
• Editöryal özgürlük	X					X		X		X
• Kurumsallaşma	X	X	X	X	X	X	X	X		X
• Nitelikli muhabir eksikliği	X	X		X	X					
• Habere ulaşma güçlüğü	X	X								
• Teknik donanım	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları:										
• Spektrum kullanımı	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Medya hizmet sektörünün durumu	X	X	X	X	X			X		
• Nitelikli eleman istihdamı	X		X							
• Teknik donanım yeterliliği	X	X	X		X	X		X	X	X
• Fikir özgürlüğü ve demokratik katılım	X		X							
• Sahiplik yapısı	X	X	X					X		
• Çalışan özlük hakları	X							X		X
• Sendikalaşma	X							X		
• Devlet katkısı	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Reklam kazancı	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Uydu kullanımı		X	X	X	X	X		X	X	X
• Kaliteli yayın üretme	X		X						X	
• Güven	X	X						X		
• AB üyeliğinin avantajlarını kullanma	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Vatandaş Beklentilerinin Karşılanması Sırasındaki Güçlükler:										
• Nitelikli program yapım eksikliği			X						X	
• Düzenli anket çalışmasının yapılmayışı		X	X	X	X	X		X	X	
• Sosyal medya kullanımının ana medya entrümanlarının takibini azaltması	X								X	
• İnternet gazetelerinin artışı	X									
• İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı	X	X	X			X		X		
• Güven azalması	X	X	X			X	X	X		
Sektör Sorunlarının Çözümü ve Sürdürülebilirliği Önündeki Engel:										
• Kıbrıs Sorunu	X	X	X		X	X	X	X	X	X
• Sınırötesi Yayıncılık	X	X	X		X	X	X	X	X	X
• Medya yayınları konusunda Türkiye ile yasal düzenlemeler		X				X		X	X	

• Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi		X				X	X		X	X
• İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk	X	X	X	X	X	X	X		X	X
• Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Özel medya kurumlarının kurumsallaşması	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
• Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
• Bütçe dengesizliği	X	X	X		X	X		X	X	X
• Doğru Türkçe kullanımı			X	X	X	X				X
• Medya Etik Kurulu'nun yaptırımı olmayışı	X	X	X	X	X	X		X	X	X
• Medya Etik Kurulu'nun yapılanması etik değil										
• Medya Etik dersinin orta öğretimde müfredata girişi olumlu etki yapacak										
• YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamaması				X	X				X	
• YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalı mı										
• YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilsin										
• YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilmesin										

***Ön Odak Grup Kodlamaları:** 1= Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği, 2= Kıbrıs Postası, 3= Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT) Zanaatkarlar Odası, 4= Radyo Vatan, 5= Radyo Juke, 6=Kıbrıs Medya Grubu 7=Medya Etik Kurulu, 8=United Media Group , 9=Birinci Medya Grubu, 10=Yayın Yüksek Kurulu (YYK),

EK-2B: KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ODAK GRUP GÖRÜŞME SONUÇLARI ÖZET TABLOSU

MEDYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER		ODAK GRUP KODLARI**						
		1	2	3	4	5	6	7
Medya Sektörünün Mali ve İdari Sorunları:								
• Sektör Türü	Kamu			X		X		
	Özel				X		X	X
	STK	X	X					
• Özkaynak yetersizliği		X		X				
• Devlet Yardımı yetersiz		X		X				
• Reklam girdileri az		X		X	X			X
• Gelirlerin artırılma güçlüğü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor		X						
• Özerklik sağlanmamış		X		X	X	X	X	X
• Özel sektörde sendikalleşmenin sağlanmaması iş güvenliğini olumsuz etkiliyor		X	X					
• Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel		X	X	X	X	X	X	X
• Çalışanların özlük hakları		X	X		X	X	X	X
• Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmamış		X	X					
• Maliyet yüksekliği		X						
• Niteliksiz işgücü				X				
• Kayıtdışı işgücü		X	X	X				
• Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları açısından bizden daha iyi		X	X	X				
• Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşaması		X	X					
• Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor		X	X	X	X	X	X	X
KKTC Basının 4. Kuvvet Etkisi:								
• Editöryal özgürlük kısıtlı		X	X	X	X	X	X	X
• Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil		X	X	X	X	X	X	X
• Ekonomik güçsüzlük		X	X					
• Özgün haber yapımının azlığı		X						
• Siyasilerin medyaya müdahalesi		X	X			X	X	
• Reklam pastasının sınırlılığı güçsüzleştiriyor		X	X	X				
• Sınırdışı yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı		X	X	X	X	X	X	X
• TAK haberlerine ücret ödememek		X	X	X	X	X	X	X
• Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı etkiyi azaltıyor		X			X			X
Demokratik Katılım ve Fikir Özgürlüğü:								
• Sendikal örgütlenme yetersiz		X	X			X		
• Birlikler yeterince etkili değil		X	X			X		
• Yasal boşluklar		X	X	X	X	X	X	X
• Siyasi müdahale		X	X			X	X	
• Sahiplik yapısı bir engel		X	X	X	X	X	X	X

• Sosyal medya daha özgür	X	X	X	X	X	X	X
Medya sektörü sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirlemesi Türkiye, AB ve Güney’le fark:							
*Özgür davranabilme sorunu	X	X	X	X	X	X	X
*Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi	X	X	X				
*İş güvenliği	X	X	X	X	X	X	X
*AB’ye benzemiyor	X	X	X	X	X	X	X
*Türkiye’ye ile benzerlikler var	X	X	X	X	X	X	X
*Güney Kıbrıs’la benzerlikler var			X				
Habercilikte Yaşanan Sorunlar:							
• Özgün haber yapabilme	X	X					
• Editöryal özgürlük	X	X					
• Kurumsallaşma	X	X	X	X	X	X	X
• Nitelikli muhabir eksikliği	X	X					
• Habere ulaşma güçlüğü	X	X					
• Teknik donanım	X	X	X				
• İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü	X	X	X				
GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları:							
• Spekturum kullanımı	X		X				
• Teknik donanım yeterliliği			X				
• Fikir özgürlüğü ve demokratik katılım	X	X			X		
• Sahiplik yapısı	X	X		X	X	X	X
• Çalışan özlük hakları	X	X			X		
• Sendikalaşma		X	X		X		
• Reklam kazancı	X			X			X
• Kaliteli yayın üretme			X				
• AB üyeliğinin avantajlarını kullanma	X	X	X	X	X	X	X
Vatandaş Beklentilerinin Karşılanması Sırasındaki Güçlükler:							
• Nitelikli program yapım eksikliği	X		X				
Sektör Sorunlarının Çözümü ve Sürdürülebilirliği Önündeki Engel:							
• Kıbrıs Sorunu	X	X	X	X	X	X	X
• Sınırdışı Yayıncılık	X		X	X	X	X	X
• Medya yayınları konusunda Türkiye ile yasal düzenlemeler	X						
• Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi	X		X	X	X	X	X
• İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk	X		X	X			X
• Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu	X	X	X	X	X	X	X
• Özel medya kurumlarının kurumsallaşması	X	X	X	X	X	X	X
• Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi	X	X	X	X	X	X	X
• Medya Etik Kurulu’nun yapılanması etik değil			X		X		
• Medya Etik dersinin orta öğretimde müfredata girişi olumlu etki yapacak	X		X			X	
• YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamaması	X	X		X	X	X	X
• YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalı mı	X	X	X	X	X	X	X

• YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilsin	X						
• YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilmesin			X				
• BTHK'nın, Telekomikasyon Dairesi ve YYK'nın içinde olduğu bir üst yapı oluşturulmalı			X				
• YYK profesyonel çalışanların olduğu bir kurum olmalı			X	X	X	X	X
• YYK'nın geliri arttırılmalı			X				
• Medya Sektörü'nü kontrol edecek bir devlet mekanizması yok	X	X	X				
• Medya karteli oluşması yasa ile önlenmeli	X	X		X	X	X	X
• Telif hakkı sorununun çözülmesi lazım	X	X		X	X	X	X
• Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılığı	X	X			X		

****Odak Grup Kodlamaları:**1=Gazeteciler Birliği Genişletilmiş Grup, 2=Basın-Sen Genişletilmiş Grup, 3=Yayın Yüksek Kurulu Genişletilmiş Grup (YYK), , 4= Sami Özuslu-United Medya Grubu, 5=Hüseyin Yaylalı-TAK Eski Müdürü, 6=İbrahim Özejder-Akademisyen. 7= Ali Baturay- Kıbrıs Medya Grubu

EK-3: KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ÖNGÖRÜŞME RAPORLARI

S.NO	PAYDAŞ	GÖRÜŞME TUTANAĞI
1	Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Ülkede satılan gazetelerin tiraj düşüklüğü reklama bağımlılığı artırıyor. *Basın İlan Kurumu gibi bir örgüt yapısı ve reklam tüzüğü olmadığından reklam pastasının adil dağıtımı olanaklı olmuyor. *Kurumsallaşma yok, basın emekçilerinin çalışma saatleri ve koşulları kötü. *Birden fazla sendika oluşu çalışanların haklarını almaları için bir güçlük oluşturuyor. *Birden fazla meslek örgütü olduğundan hakların savunulması noktasında yine bir güç kaybı var. *Türkiye basını ile haksız bir rekabet mali sorunların kaynaklarından biri. *Kıbrıs Sorunu'nun devamı mali sorunların kaynaklarından. 2. KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *KKTC'de basının güçlü olması ve yasama yürütme yargı gibi ülke yönetiminde söz sahibi ve yönlendirici olması kastedilir, burada böyle değil. *Basının görevini tarafsız yapmasına izin verilmiyor. *Ekonomik sıkıntılar yürütmenin kontrolünde. *Reklam verenlere muhtaç olduğundan sermayenin isteği doğrultuda hareket ediyor. *Devlet ilanlarına, reklamlara muhtaç bir basının dördüncü kuvvet olması beklenemez. *Editöryal özgürlük kısıtlı. *Sınırötesi yayıncılık ilkeleri uygulanmıyor. *Uluslararası kabul olmayışı bir sorun. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Sektör çalışanlarının ekonomik güçlülüğü var. *Çalışanların iş güvenliğinin olmayışı fikir özgürlüğünü engelliyor. *Patron veya genel yayın yönetmeninin istediği doğrultuda hareket ediliyor. *Sektör kurumsallaşmamış, içinde yer alan kuruluşlar patronların istediği doğrultuda hareket ediyor. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney'le fark var mı? *Yayın politikasında birebir belirleyici ve gazetecilerin hareket alanlarını kısıtlıyor. Patron gazetelerinde ise patronun basındaki sesi gibi davranıyor. Gazetelerin bir kısmı siyasi partilerin yayın organı olduğundan propaganda aracı olarak kullanılıyor, gazetecilik yapılmıyor. *Yukarıda belirttiğim nedenlerden dolayı Ab'deki gibi bağımsız değil. *Sıralanan nedenlerden dolayı Türkiye ve Güney'le benziyor. *Güney'deki fark medya alanındaki sendikaların daha güçlü oluşu. Gazeteciler bireysel olarak daha bağımsız. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler?

		*İletişim mezunları BRT ve TAK gibi devlet kurumlarında çalışıyor. Bu nedenle özel sektörde haber hazırlama, iletme, özgünlük konusunda sıkıntı var. *İletişim mezunları daha ucuz iç gücü istihdam tercihi nedeniyle özel sektörde tercih edilmiyor, nitelikli eleman sorunu doğuyor. *Kurumsallaşma eksikliği var. *Basın İş Yasası uygulanmıyor, gazetecinin haber verme özgürlüğü kısıtlanıyor. *Mali kaynak yetersizliği, teknoloji kullanımını etkiliyor. 6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Spektrum kullanımı konusunda bize göre avantajlılar. Tanınan devlet olmanın AB üyeliğinin olanaklarını kullanıyorlar. *Medya hizmet sektörünün durumu; sahiplik yapısı, fikir özgürlüğü, sendikalleşme, çalışan hakları gibi konularda bizden daha ilerideler. *Nitelikli eleman çalıştırıyorlar, herkes hak ettiği ücreti alıyor. *Sınırötesi yayıncılık kuralları geçerli, Güney'e başka ülkeden gelen herhangi bir gazete, ulusal gazetelerden sonra satışa çıkıyor. *Reklam pastası bize göre daha adil bölüşülüyor. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? * Sosyal medya kullanımının ana medya entrümanlarının takibini azaltmasını beraberinde getirdi. * İnternet gazetelerinin artışı, haberlerin sürekli yenilenmesi. *İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı doğru bilgiye ulaşmayı kolaylaştırdı. *Sektör kurumsallaşmamasından kaynaklanan güven azalması yaşanıyor. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Medya yayınlarının düzenlenmesi ve reklam pastasından pay alınması konusunda Türkiye'nin ilgili kurumlarıyla mutabakat olmayışı. *Yasal düzenleme eksiklikleri sürüyor. *İnternet gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk ve künyesiz internet gazeteleri. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi *Medya Etik Kurulu'nun yaptırımı yok. Ancak bir etki yapabilir. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılamaya çalışıyor.
2	Kıbrıs Postası Gazetesi	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Sınırötesi yayıncılık ilkeleri uygulanmıyor ve reklam geliri çok az. *Devlet gazetelere yardım yapmıyor. Doğrudan para desteğinden çok tiraf arttırıcı önlemlerin alınması lazım. Mesela Ercan'a uçuş yapan havayolu firmaların ulusal gazeteleri almaları sağlanabilir. *Küçük bir ülke oluşu ve Türkiye gazeteleri de satıldığı için yüksek tiraj elde etmek güç. Bu özkaynak yetersizliğine neden oluyor. *Gelirlerin arttırılma gücü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor. *Elimizdeki teknolojinin güncellenmesi büyük maliyet, bu nedenle olanaklar

	sınırlı olduğundan güçlük yaşıyor. *Özellikle kamuyayıncılığı yapan kurumların özerkliğinin sağlanmaması bir dezavantaj. *Basınla ilişkisi olmayan ancak parası olan iş adamlarının medya sektörüne girişi bir tehlike, bu kurumsallaşmanın önünde bir engel. *Sahiplik yapısı kurumsal karar mekanizmalarında etkili, çok az gazetenin yayın kurulu var. *Nitelikli iş gücü bulmakta güçlük çekiyoruz. *Güney'deki gazetecilerin çalışma koşulları bizden daha iyi. *Ulusal basına ait gazetelerin Türkiye'den gazetelerle aynı koşullarda satışa çıkması büyük haksızlık. Onların maliyeti çok daha ucuz, koşulları bizden iyi. O büyüklükte bir medya sektörüyle rekabet etmek çok zor. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkediği gibi, frekans, sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmamasının nedeni. 2.KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Bizim radyomuzda vardı biliyorum frekans tahsis sorunu önemli bir sıkıntı. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil, görevini yerine getirmiyor. *Sınırötesi yayıncılık kuralları geçerli olmadığından, Türkiye'den yayın yapan televizyonlar ve Türkiye gazetelerine reklam veren büyük firmalar KKTC ulusal basınına reklam vermiyor, çünkü aynı dil konuşulduğu için böyle bir ihtiyaç hissetmiyorlar. Bu durum ekonomik güçsüzlüğün nedeni. *Ekonomik nedenlerden dolayı her bölgede muhabir yok. Özgün haber yapımı bu yüzden az. *Siyasilerin medyaya müdahalesi var. Özellikle hükümet edenle iyi geçinilmesi gerekiyor, devlet rakamlarından pay almak mümkün olmuyor, Reklam ilan kurumu yok. *Güney'de medya ekonomik açıdan güçlü olduğu için daha etkili. *TAK haberlerine ücret ödememek aklına esenin gazete çıkarmasını kolaylaştırıyor. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı etkiyi azaltıyor. Güney Kıbrıs'taki gibi kontrollü satış yapılmalı. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yayın politikaları yayın kurulları tarafından belirlenmiyor. *Gazeteciler Birliği gibi STK'lar sektör üzerinde yeterince etkili değil. *Yasal boşluklar, tetikçi gazetecilerin hareket alanını arttırmasına neden oluyor, bunu da fikir özgürlüğü olarak pazarlıyor. *Siyasi erk müdahalesi sahiplik yapısından dolayı bir sorun. *Sosyal medya daha özgür ve hızlı. 4.Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney'le fark var mı? *Evet her konuda belirleyici. *Özgün haber yapabilme sahiplerin istihdam tercihleriyle belirleniyor. Ancak İletişim mezunları çalışan ve özgün haberlerin niteliğini artırır. Nitelikli muhabir eksikliği habere ulaşma ve önem sırasına göre değerlendirme güçlüğü
--	---

	beraberinde getirir. *Editoryal özgürlük gazetecileri koruyan bir yasa, tüzük olmadığından sahiplerin iki dudağı arasında ve kurumsallaşma da sahiplerin tercihleri doğrultusunda gelişir. *Güney'deki gazeteciler sendikal hakları gelişmiş olduğundan daha güçlüdürler. *Burası Türkiye'ye benzer. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Haber içeriklerinin özgün olmayışı bir sorun. *Kurumsallaşma gerçekleşmeyince ortam nedeniyle nitelikli eleman çalıştırma güçleşiyor. Haberlerin niteliğini değiştirecek olan da elamanlardır. *Ekonomik güçlüklerden dolayı teknik donanım yenilenmesinde sorun yaşanıyor, bu da habere hızlı ulaşmayı güçleştiriyor. *Ucuz işgücü tercihi İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğüne neden oluyor. 6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Tanınmış olmanın avantajını spekturum kullanımında da sağlıyor. * Medya hizmet sektörü Kuzey'deki sektöre oranla daha güçlü. *Devlet katkısı kurallara bağlı. *Reklam kazancı sınırötesi yayıncılık kurallarının geçerli olmasından hayli yüksek. *Uydu kullanım sorunu yok. * Sektöre güven duyuluyor. *AB üyeliğinin getirdiği medya sektörüne ait avantajları kullanıyor. *Teknik donanımları yeterli, ekonomik olarak güçlüler. * Sahiplik yapısı kurallar çerçevesinde düzenlenmiş. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Maliyet nedeniyle süzenli anket çalışmasının yapılmayışı vatandaş beklentisinin bilinmesinde engel. *İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı gazete tirajlarını olumsuz etkiliyor. *Siyasi etki güven azalmasının nedeni. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu sorunların anası durumunu koruyor. *Sınırötesi Yayıncılık kurallarının geçersizliği. *Medya yayınları konusunda Türkiye ile yasal düzenlemelerin olmayışı. *Yasal düzenleme eksikliklerinin varoluşu. * İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk var, künyesiz internet gazeteleri büyük sorun. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu devam ediyor. * Özel medya kurumlarının kurumsallaşmasını tamamlamaması. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisinin yayın politikalarında belirleyici oluşu. *Reklam girdilerinin azlığı, tirajların artırılamaması bütçe dengesizliği oluşturuyor.
--	--

		*Medya Etik Kurulu'nun yaptırımını yok. Ama kurulmuş oluşu çok iyi oldu, öncesinde hiç bir şey yoktu. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz.
3	Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT)	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *BRT üzerinden konuşucam, özkaynak yetersizliğimiz var. Ayrılan bütçenin tamamına yakını maaş ödemelerine gittiği için altyapı geliştirme konusunda ödenek ayırma sorunu yaşıyoruz. *Devlet yardımı yetersiz kalıyor çünkü verilen bütçenin yönetimini güçleştiren fazla istihdamın yarattığı hantallık. *Reklam girdileri diğer özel Medya kuruluşlarına göre daha fazla gibi gözükabilir ancak Kıbrıs'ta satılan uluslararası firma mallarının reklamları yayınlanmadığı için çok gelir elde ediliyor. Reklamın bu kadar ucuz olduğu bir başka ülke daha yok. *Yine aynı şeyi söyleyeceğim ama bütçenin tamamına yakını maaş ödemelerine gidiyor, bu yüzden teknolojik olanaklar sınırlı. TRT ile iliki ilişkiler sayesinde kamera, stüdyo vs. gibi eksiklerimizi tamamlıyoruz ama bu sadece ikili ilişkiye bağlı, bu doğru değil. *BRT'de özerklik sağlanmamış. Yönetim Kurulu siyasi atamalarla şekilleniyor. O zamanda siyasilerin yaptırımları söz konusu oluyor. Özellikle istihdam konusunda, BRT'ye her gün biri gönderilip, işe başlatıldığı zamanlar oldu. *Sahiplik yapısı diğer özel kurumlar için kurumsallaşmaya engel. Bir iş adamı medya sektörüne al attığında başka ilişkiler de devreye giriyor. *Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmamış. Yıllardır tek bir müdürle yönetilmiş BRT. Üst kademeye yükseltme hiç yapılmamış. Yönetim Kurulu ve tek bir müdürle kurum yönetilmez. *BRT'de fazla istihdam var. Bu özellikle siyasi yönlendirme ile yapılmış niteliksiz işgücünden oluşuyor. *Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları açısından bizden daha iyi ancak medya kurumlarında niteliksiz işgücü istihdamı yok. Buradaki sendika, çalışanın niteliğine, işi yapabilme kapasitesine bakmıyor sadece çalışanın kendine üye olmuş birinin çıkarlarını korumaya çalışıyor. Bu doğru bir yaklaşım değil. *Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşıyor. Bu görsel medyada da böyle. Türkiye kanallarının büyük bütçeli televizyon dizileriyle bizim kendi üretimimiz yayınların rekabet edebilmesi mümkün değil. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor. Burada genel olan yaşanan sorun siyasetin ve ikili ilişkilerin tüm kurumların işleyişinde belirleyici olması. Sorun çözülmüş olsa, yasaların uygulanması esas olacak. Uluslararası hukukun parçası olmadan düzelme zor. 2.KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Medyanın genel sahiplik yapısından kaynaklanan editöryal özgürlük anlamında bir sıkıntıdan bahsetmek mümkün. *Özel radyo ve televizyonların sayıca artışı frekans tahsis sorununu gündeme getirdi. Bir de Güney Kıbrıs var tabii ve gökyüzünün kapasitesi belli. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi ne yazık ki işlevsel değil. *Biz kamu kurumu olduğumuz halde gelir arttırıcı tedbir alma şansımız yokken,

	özellerin ekonomik sıkıntı yaşaması normal. *Özgün haber yapmak için işi bilen insanlarla çalışmak lazım. Bu nitelikli ve sektörden eleman çalıştırmak demek. BRT içerisinde çalışanların çoğunlu, program yapma ya da aktarma niteliğine sahip değil. Biz bu dönem bu açığı dışarıdan hizmet alarak kapatmaya çalışıyoruz. Bu dönem ilk kez BRT kendi olanaklarıyla 53 program üretti. Ancak yetmez elbett. *Siyasilerin medyaya müdahalesi BRT gibi kamu kurumlarında çok fazla. *Reklam pastasının sınırlılığı ekonomik anlamda ayakta durmayı güçsüzleştiriyor. Özel kanallar komik ücretlere reklamları döndürüyorlar. Bu piyasa koşullarını dengesizleştiriyor. * Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı özellikle reklam alımını olumsuz etkiliyor, bu da ekonomik yeterlilik önünde yeterince büyük bir engel. *Güney’de medya daha etkili diyebiliriz. *TAK haberlerine ücret ödememek bu hiç bir yerde yok. Her haber kurumuna üye olursunuz ve bir para ödenir. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı ulusal gazetelerin satış ve okunma etkisini azaltıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yayın politikalarının belirlenmesi konusunda BRT diğerlerinden daha farklı. Siyasi atama ile oluşturulmuş bir karar mekanizması olunca özerklik konusu pek de gerçekçi olmaz. *Medya sektörü içinde yer alan branşlarda çalışanlardan oluşan birlikler yeterince etkili değil. Zaten yasal boşluklar var. Mesela 1993’te yapılmış yasa, o günden bugüne çok şey değişti. O gün analog yayıncılık vardı, bugün digital yayıncılık var. Şimdi IP yayıncılık, WEB yayıncılık var. Bunları içine alan çağdaş bir yasal düzenlemenin olması şart. *Özellikle BRT’de siyasi müdahale bir sahiplik yapısı haline gelmiş. *Sosyal medya diğer iletişim biçimlerine göre çok daha özgür. Gerek bilgiye ulaşma hızı, gerekse sürekli yenilenmesi, mesafe algısının olmayışı tercih edilmesini sağlıyor. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Özgür davranabilmeden bahsetmek güç. Kurumsallaşmamış bir yapıda tam biredditoryal özgürlükten bahsedilmez. BRT örneği üzerinden gidersek, ben iktidar ve muhalefetin uzlaşarak atamalar yapmasını öneririm. Böylelikle kurumsallaşma ve özerklik anlamında sorun yaşama riski azalır. *Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesikonusu tamamen özerk bir yapıya sahip olunmakla mümkün. BRT’de siyasi erkin istediği gibi haber verilmiştir. Bir zaman “Annanist” denerek Kıbrıs Sorunu’na çözüm isteyenler suçlandı, gün oldu ulusalcılara ekran kapandı. Bunlar özgür ve tarafsız yayıncılık anlayışına sığmaz. * İş güvenliği konusu sıkıntılı. Kamu kuruluşlarında sendikalaşma var ancak onlarda çalışan niteliğinden çok kendine üye birinin haklarını koruma yoluna gidiyorlar. *TRT’nin kendi bütçesi var. Güneyde RIK’ın de kendi bütçesi var. Keza AB
--	--

	lkelerinde de bu böyle. Halktan her yıl belli bir para tahsil ediliyor, kamu yayıncılığını sürdürülmesi için. Bu para ile kurumlar özerk olabiliyorlar. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Her alanda olduğu gibi gazetelerde kurumsallaşma sorunu yaşıyor. *Teknik donanım yetersizliği açık. *zellikle özel sektörde İletişim mezunlarının çalışma oranının düşük. Daha ucuz işgücü tercih ediliyor. BRT için bu söz konusu olmasa da o kadar çok istihdam yapılmış ki, gerçekten kurumun ihtiyaı olan donanımda insanları işe almak mümkün olmaktan ıktı. 6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Uluslararası tanınırlılığının oluşu spekturum kullanımı kolaylaştırıyor. *Medya hizmet sektörünün özerk olma anlamında durumu Güney'de daha iyi. *Nitelikli eleman istihdamı konusunda da bizden daha iyi olduklarını biliyoruz. Çünkü zerk oluşları siyasi yaptırma karşı koruyucu oluyor. *Teknik donanım konusunda ilerideler. *Fikir zgrlğ ve demokratik katılım belli zamanlarda bizden daha iyi oldukları sylenabilir. Ancak bizdeki medya çoğu zaman onlara oranla daha çok sesli. Örneğin Annan Planı döneminde bunu yaşadık. *Sahiplik yapısıyla ilgili handikapları atlatmışlar, daha kurumsal. *Devlet katkısı eşit biçimde tüm medya organlarına paylaştırılıyor. *Reklam kazancının düşüklüğü gibi bir sorun yok. Sınırötesi yayıncılık ilkeleri uygulanıyor. *Uydu kullanımı konusunda sıkıntıları olduğunu sanmıyorum. *Kaliteli yayın üretme becerileri hem ekonomik gllkten hem de nitelikli işgücü varlığından kaynaklanıyor. *AB yeliğinin avantajlarını elbette ki kullanıyorlar. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki glkler nelerdir? *Nitelikli program yapım eksikliği gerçek bir sorun. Ben kamuoyu araştırmalarına baktım ve izleyicinin aynı insanları ulusal kanal ekranlarında görmekten bıktığını tesbit ettim. Prime-time da %60 gibi bir izleyici kitlesi ulusal kanalları izlemiyor. Ayrıca nitelikli program eksikliği ve stüdyo koşullarının gelişmemiş oluşu izleyici algısında yer etmiş. İş yine vizyon ve ekonomik yeterliliğe dayanıyor tabii. BRT içerisinde bu tesbitlere göre yeni ve özgün program üretimine geçip, stdyolarımızı yeniledik. *Düzenli anket çalışmasının yapılmayışı bir olumsuzluk. Kurumlar hangi noktada olduklarını tesbit edemiyorlar. *İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı izleyicinin televizyon karşısından kalkmasının nedeni oldu. Farklı kanallardan habere ulaştığı için de televizyonda aktarılan haberlerin ne kadar tarafsız olduğuyla ilgili yorum yapabiliyor. Buna göre de izliyor ya da izlemiyor. *Elbette ki bir güven azalmasından bahsedilebilir. İnternet çağındayız ve herkes her şeyi kolaylıkla kontrol edebiliyor. İzleme tercihi de ona göre belirleniyor. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir?
--	---

		*Kıbrıs Sorunu'nun sürüyor oluşu ne yazık ki ülkemizdeki bir çok sorunun kaynağı olmayı sürdürüyor. *Tanınmamanın getirdiği olumsuzluklardan biri olan Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı ekonomik ve kaliteli yayın yapma açısından sıkıntılar yaratmaya devam ediyor. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk doldurulmalı. Halen sayfasına 'internet gazetesi' diyen ve künyeleri olmayanlar var. *Kamu medya kurumlarının özerk olmayışı büyük sorun. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması için gerekli yapılanma üzerinde çalışılmalı. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi tetikçilerin ortaya çıkmasına neden oluyor. Bu anlamda bir medya teröründen bahsedebilirim. Ben bile bir haberci olarak bu teröre maruz kalıyorum. Gerisini siz düşünün. *Bütçe dengesizliği çözülmedikçe işin düzgün yapılması çok güç. *Medya yayınlarında ve gazetelerde düzgün ve doğru Türkçe kullanımına dikkat edilmemesi büyük yanlış. *Medya Etik Kurulu'nun yaptırımı yok. Ancak mutlaka bir etkisi olacaktır. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılamaya çalışıyor. Yeniden şekillenmelidir ama kurulması iyi olmuştur.
4	Radyo Vatan	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Biz kamu kuruluşu olduğumuz için etkilenmiyoruz ancak özel radyolar için devlet yardımı yok ve reklam girdileri az. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel oluyor. Medya patronu olmaya kalkan işadamları buna neden oluyor. *Niteliksiz içgüçlü yapım çeşitliliğini ve kalitesini olumsuz etkiliyor. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu tanınmamışlığın getirdiği bir olgu sektörün kurumsallaşması. 2. KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Reklam pastasının sınırlılığı özerk olmayı güçleştiriyor. O zaman da etki yapacak misyon edinmek zor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Ben kendi yayın politikamızdan sözedeabilirim. Biz etik yayıncılık yapmaya gayret ediyoruz. Etik ilkeleri uygularken Devlet söylemini aktarmamız gerektiğine inanıyoruz. *Yasal boşluklar var. Özellikle isim hakları konusunda. KKTC'de isim hakkı Şirketler Mukayitliği'nden alınıyor sanki bir ticari şirket ismi satın alınır gibi. Bu büyük sorun, zira hepsi birbirine karışmış durumda. Programlar için isim hakkının Kültür Bakanlığı uhdesinde olması lazım. *Sahiplik yapısı elbette bir engel parası olan medya patronluğuna soyunuyor. Ortaya Medya patronu olarak prestij sağlamaya çalışan insanlar çıkıyor. Bu

	sektörü olumsuz etkiliyor. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Etik ilkelere dikkat eden tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi şart. Bu anlamda büyük eksiklik var. Medya etiği konusunun daha ciddiye alınması lazım. Sadece kınama cezası veriliyor, bu yeterli değil, kişilik haklarına bir saldırı var ise bunun cezası daha ağır olmalı. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşmamış yapı diğer sorunların yaşanma nedeninin başında geliyor. *Nitelikli muhabir eksikliği haberin doğru analiz edilip aktarılması önündeki en önemli güçlük. *Teknik donanım yetersizliği yayınların uzak noktalardan kaliteli dinlenmesinin önüne geçiyor. *İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü yine sektörün büyük sorunları arasında. Nitelikli eleman yerine ucuz iş gücü tercihi kullanan yöneticiler, haberlerin niteliğinden tutun da dilin yanlış kullanılmasına dek bir çok olumsuzluğa neden oluyorlar. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Tanınmış ülke olmanın avantajını kullanıyorlar. Spekturum kullanımı konusunda bizden hep daha rahat davrandılar. *Medya hizmet sektörünün durumu koşullar ve özel sektör açısından orada daha iyi diye biliyoruz. *Devlet katkısı, özellikle de reklam konusunda buradakinden daha farklı, aksaklıkları gidermişler. *Uydu kullanımı konusunda bir sıkıntıları yok. *AB üyeliğinin avantajlarını kullandıkları açık. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Nitelikli program yapım eksikliği programların kalitesinin artmasıyla giderilebilir. Biz kendi açımızdan Bölge Müdürlükleri’mizin çevrede sözlü olarak yaptığı görüş yoklaması sonuçlarına göre yapıyoruz. Programları çeşitlendirip, formatlarını dinleyicinin talebi doğrultusunda değiştiriyoruz. *Düzenli anket çalışmasının yapılmayışının yenilenme önünde bir engel olduğunu düşünüyorum. Çünkü biz en son yapılan anket sonuçlarına göre kendi yayınlarımızı gözden geçirdik ve aldığımız tepkiler olumlu. 8. Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluğun giderilmesi lazım. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu devam ediyor. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması çalışanlar açısından da çok önemli. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medya kirliliğine neden oluyor. * Doğru Türkçe kullanımı çok önemli, kültür dil ile aktarılır ve gelecek kuşaklara
--	---

		doğru Türkçe aktarmak bizim görevimiz. *Medya Etik Kurulu’nun yaptırımı olmayışı bir eksiklik. Sadece toplumsal bir farkındalık yaratıyor, bu önemli ancak yeterli değil. Yazılı basındaki sorunların azalmasını sağlar belki. Hatta radyo ve televizyonları da kapsamış olsa bizlere bir katkı olurdu. Kararların karşılığı olan cezalar olmalı. *YYK yayın standartları belirlemeli. Teknik anlamda, çalışanların nitelikleri anlamında, yayının kaliteli aktarımı konusunda YYK kontrol mekanizması olmalı ve bir standar olmasını istemeli.
5	Radyo Juke	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özkaynak yetersizliği reklam kazancının azlığından kaynaklanıyor. Yoksa radyo kurarken istenen parayı teknolojik yatırım için kullanmamıza izin veriyorlar. *Devlet radyolara yardım etmiyor. *Sınırötesi yayıncılık kuralları geçerli değil. Ülkemizde ürünleri satılan büyük şirketlerin reklamlarından pay alamıyoruz. Akdeniz üzerinden sinyali kırılması gereken bir radyo burada rahatlıkla dinleniyor ve tüm reklamı da o alıyor tabii. *Gelirlerin artırılma gücü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor. Diyelim ki yatırım yaptınız o zaman karşılığını almayı beklemeyeceksiniz. Ben yatırım yapıp yeniliyorum, bir işadamına gidiyorum reklam almak için ancak Ada’nın her yerinde kesintisiz dinlenemediği için reklam alamıyorum. Bu benim eksikliğimden değil ülkenin altyapı sorunlarından kaynaklanıyor ayrıca. *Teknolojik olanaklar sınırlı malesef. Geçenlerde elektrik kesintisi nedeniyle bizim radyonun vericisi yandı. Nedeni BRT’nin elindeki jenaratörlerin elektrik kesintisi sırasında yanıt vermeyişi. Ben BRT’ye ödemem gereken parayı ödüyor, hizmet alamıyorum. *Kamu yayıncılığında özerklikten bahsetmek mümkün değil. *En ufak bir teknoloji yenileme çalışmasında korkunç maliyetlerle karşılaşyoruz bu bir güçlük. *Radyolarda nitelikli eleman bulup çalıştırmak güç. Düzgün Türkçe konuşan eleman sıkıntısı var. Bu yüzden Kanal D Radyo ile işbirliği yaptık, oradan program için stüdyo kiraladık ve ünlü DJ bizim için özel program yapıyor. *Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını elbette ki olumsuz etkiliyor ancak sadece bu değil zihniyet değişmeli. 2.KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Frekans tahsis sorunu hala sürüyor. Ben radyoyu kurarken temiz diye aldım frekansı sonra bir baktık ki; iki ayrı radyo bizim frekansın önünde ve arkasında yayın yapıyor. Uluslararası kural ihlali var. Her iki frekans aralığı iki olmalı. * Verici istasyonlarında kamu tekeli çok sıkıntı yaratıyor. BRT hepsini tekeline almış durumda ve hareket etmeniz güç. Daha güçlü vericiler yerleştirme şansımız otomatik bitiyor bu nedenden dolayı. *Ekonomik güçsüzlüğün nedeni tamamen reklam pastasından yararlanamamak ve temiz frekans üzeinden yayın yapamamaktan kaynaklanıyor. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı da bir başka büyük sorun. Daha önce söylediğim gibi Akdeniz üzerinde sinyallerin kırılması gerekirse kırılmıyor ve buradan dinlenebiliyor bir başka yerden yayın yapan radyo. O zamanda hem reklam almak imkansızlaşıyor, hem de frekans doluluğu yaşanıyor. Bu koşullarda

		etki yapma şansınız azalıyor tabii. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşluklar demokratik katılım diye bir çok tatsız olaya neden oluyor. Kişilik hakları ihlalleri gibi. Bunların düzenlenmesi lazım. *Sosyal medya daha özgür, bizim yayınlarımızın uzak noktalara dek ulaşmasını da yine sosyal medya üzerinden sağlıyoruz. Facebook'ta bir sayfamız var ve internet üzerinden dinlenebiliyoruz. Bir de KanalD'de bir DJ bizim için orada program yapıyor, yine internet üzerinden burada eşzamanlı dinleyiciye ulaştırıyoruz. Bunlar teknolojinin sağladığı olanaklar. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney'le fark var mı? *Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi gerekir. Radyo Juke'ta yayın yönetmeni vardır ve ona kimde müdahale etmez. Ben sahibi olarak sadece ekonomik sürdürülebilirlik ve yatırımlarla ilgilenirim. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşma genel anlamda yayın politikasını belirleyici olduğundan önemli bir eksik olarak duruyor. *Nitelikli muhabir eksikliği hat safhada bu programların kalitesini etkiliyor. *Doğru Türkçe kullanılması yayın kalitesi için belirleyici. *Teknik donanım yetersizliği altyapı sorunlarından kaynaklanıyor ve sonuç itibarıyla sizin beceriksizliğinizmiş gibi gözüküyor. *Ucuz işgücü tercihindan kaynaklanan İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü yayın içeriğinin güçlülüğünü belirliyor. 6. GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Spektrum kullanımında yaşadığımız sıkıntıların başında Güney'deki yayınlar geliyor. Çünkü her iki taraf birbirine haber vermeden frekans tahsisi yaptı. Onlar önce davrandıklarından evantajlılar. *Medya hizmet sektörünün durumu bize göre daha iyi, bizdeki altyapı gibi sorunlar yok. *Teknik donanım yeterlilikleri var. *Medya sektörüne gereken katkı Devlet tarafından yapılıyor. *Reklam kazancı sınırötesi yayın kurallarına göre belirlendiği için böyle bir sorun yaşamıyorlar. *Uydu kullanımı konusunda da bir sıkıntıları yok. *AB üyeliğinin avantajlarını sonuna dek kullandıkları bilinen bir gerçek. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Nitelikli program yapım eksikliğini her yönetici bilmeli. Buna göre davranmalı. Ben hiç bir şekilde müdahale etmem ancak sürekli çalan şarkılar arasında eskiyenler varsa söylerim. Onlar yayından kaldırılır, güncellenir. *Düzenli anket çalışmasının yapılmayışı kendini yenileme anlamında bir yaptırımın olmayışı demektir. Kendimizi yenilemezsek bizi kimse dinlemez.
--	--	---

		8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözüldüğünde konuşulan sorunlar da çözülmüş olacak. *Sınırötesi Yayıncılık yine sorunun çözümü ile ortadan kalkacak. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması konusunda bir vizyon yok. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medyanın itibarsızlaşmasına neden oluyor. *Bütçe dengesizliği gerçek bir sorun. *Doğru Türkçe kullanımı konusunda hassas olunmalı. *Medya Etik Kurulu’nun radyolara bir yaptırımı yok. Ancak biz kendi içimizde program kirliliği yaratacak kişi yayınlardan kaçınıyoruz. *YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını tam karşılayamıyor. Örneğin Kamu Spot’ları için Bakanlıkla görüşüp radyoları da içine alan bir düzenleme yapabilirler.
6	Kıbrıs Medya Grubu	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Genel olarak özel sektör medya da reklam girdileri az. Gerçi biz bundan şöyle çok etkilenmiyoruz, çünkü ülkenin en büyük medya kuruluşu biziz, işadamları akıllıdırlar, gelip bize reklam veriyorlar. *Genel olarak sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel olan örnekler vardır. Ancak biz de öyle değildir, yayın kurulumuz vardır, sahipler işe karışmazlar. *Gazete maliyet yüksekliği açıktır. Her malzeme yurtdışından gelir ve pahalıdır. *Niteliksiz işgücü bir sorundur, ancak biz bir okul gibi hareket eder, tüm çalışanlarımızı eğitimlerden geçirip nitelikli hale getiririz. *Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşadığı bir gerçektir. Biz yine en çok tirajı olan gazete olarak bu durumdan daha az etkileniyoruz ama etkilenmemek mümkün değil. * Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor. 2.KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editorial özgürlük kısıtlı derken zaten sonsuz bir özgürlükten bahsedilmez. Genel yayın yönetmeninin görüşü son karardır. *Frekans tahsis sorunu yaşandığını biliyorum. *Ne yazık ki Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil. *Özgün haber yapımının azlığı dikkati çeker genel olarak ama biz özgün haber yaparız. *Siyasilerin medyaya müdahalesi vardır. Ancak bu medya sektörünün ekonomik bağımsızlığı ile ters orantılıdır. Mesela biz Annan Planı döneminde o zamanın iktidarının karşısına yer aldık ve evet dedik. Bundan da gurur duyarız, çünkü halkın çıkarınaydı. *Reklam pastasının sınırlılığı güçsüzleştiriyor ekonomik yeterliliğin sağlanamaması anlamında önemli tabii. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı bir sorun olarak devam ediyor. *Güney’de medyanın daha etkili olduğunu tek sesliliklerine veririm. Biz daha demokrasiyizdir. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı ulusal medyanın etkisini azaltıyor. Bir çok insan ulusal gazete alacağına Türkiye gazetesi alıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve

	sektörün durumu nasıl? *Basın Birlikleri yeterince etkili değil. *Medya günün koşullarına göre gelişim gösteriyor ancak yasalar güncellenmediğinden boşluklarla dolu. *Siyasi müdahalenin olmadığını söylemek mümkün değil. Yine aynı örneği vereceğim, özellikle Annan Planı gibi dönüşüm zamanlarında bu daha çok hissediliyor. *Sahiplik yapısı eğer tek adam olma düşüncesi varsa bir sorun, ancak bizde ki gibi yayın kuruluna iş bırakılacaksa bir engel değil. Fakat sırf parası olanın medyaya girmesi tehlikeli. *Sosyal medya daha özgür elbette, orada sansür vs. yok. Hatta kurallar, bağlayıcı yasalarda yok. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Ben kişisel olarak tarafsız bir yayın politikasına inanmıyorum. Halkın yararına olacak konularda taraf olunmalı. *Medya’mızın AB’ye benzemediği ortada, ancak Türkiye’den de farklı. Güney Kıbrıs’la benzerlikler olduğu söylenebilir. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Özgün haber yapabilme tamamen nitelikli eleman ve kurumsal vizyonla ilişkilidir. *Editöryal özgürlük bir ölçüde vardır ancak son söz genel yayın yönetmenine aittir. Genel teamül budur. *Kurumsallaşma vizyonunun belirlenmesini şekillendirir. *Teknik donanım gelişirse hızlı ve doğru haberi zamanında iletmek mümkündür. *İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü tamamen ucuz işgücü çalıştırma eğiliminden kaynaklanmaktadır. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Elbette ki tanınmaktan kaynaklanan bir öncelikleri var spekturum kullanımında. *Teknik donanım yeterliliğini pek incelemedim. *Kurumsallaşmış bir sahiplik yapısı olduğunu düşünüyorum. *Çalışanların özlük hakları konusunda gelişmiş ülkelerle aynı seviyedeler. *Tüm çalışanlar sendikalı. *Devletin katkısı, reklam kazancı bize göre daha yüksektir. *Uydu kullanımı konusunda bir sorunları olduğunu sanmıyorum. *AB üyeliğinin avantajlarını kullanıyorlar. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Biz kurum olarak yıllarca düzenli anket çalışması yaptık. Ancak anket şirketimiz kapandığından bu yana çok sık olmamakla birlikte yine devam ediyoruz. Genel olarak düzenli anket çalışmasının yapılmayışı okuyucu beklentilerinin ölçülmesini güçleştiriyor. *İnternet üzerinden haber ve görüntüye eş zamanlı ulaşma kolaylığı vatandaşın her duyduğu haberi kontrol etmesini sağlıyor. *Güven azalması konusu, medyanın tümüne karşı genel olarak dünyanın her yerinde var. 8. Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir?
--	---

		*Kıbrıs Sorunu çözülmesi yönünde çaba gösteriyoruz. *Sınırötesi yayıncılık özellikle Kıbrıs TV yayınlarında bizi ilgilendiriyor. Artık Dünya'nın farklı ülkelerinden izlenen bir kanal dolayısıyla reklam pastasından pay almalı. *Medya yayınları konusunda Türkiye ile yasal düzenlemeler yapılmalı, çünkü bizim kanallarımızda orada izleniyor. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk var evet, biz kurum olarak internet gazeteciliği yapmıyoruz. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu var BRT islah edilmeli. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması medya sektörünün yararına olur. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medyanın güvenilirliğini zedeliyor. *Bütçe dengesizliği gelişme önündeki engeldir. *Doğru Türkçe kullanımı şarttır. *Medya Etik Kurulu YYK varken televizyon ve radyolara müdahale edemez bu yanlış olur. Ancak gazeteler konusunda ilgilidirler. Biz hiç uyarı almayan bir kurumuz.
7	Medya Etik Kurulu	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Reklam verenler reklam veren olarak gözükmüyorlar. Tüm haber içeriklerinde yer alıyorlar. Şirket, özel işletme kuşatması var. En çok rehatsızlık veren nokta budur. *Devlet yardımı Kamu reklamları ile yapılıyor. Biz buna “gizli sansür” deriz. Bizde devlet modern anlamda bir sansür uygulamaktadır. 2. KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil. İşlevsellik kazanması gerekir. *Sınırötesi yayıncılık protokolü hayata geçirilmeli. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yayın politikalarını belirleyen kurumun niteliği önemlidir. ‘Kirli kurum’ denen bir kavram vardır. Yani çalışanı ve yapısıyla etik kaygılar hissetmeyen kurumdan bahsediyoruz. Bu tür yerlerde üretilen yayın politikası da temiz değildir. *Yasal boşluklar özellikle internet gazeteleri konusunda var. Daha çok şikayetler de oradan geliyor. Biz kurul olarak künyesi olan internet gazeteleri ile ilgileniyoruz. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? Herhangi bir görüş belirtilmedi. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşma etik bir yayın anlayışı için çok önemlidir. *Geçmişe göre İletişim mezunlarının çalışma oranı giderek yükselmektedir.

		6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? Herhangi bir görüş belirtilmedi. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Vatandaşıta genel anlamda Medya 'ya karşı bir güvensizlik var denetim mekanizmalarına ihtiyaç duyuyor. Örneğin; Medya Etik Kurulu konusunda da vatandaştan talep gelmiştir. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözümlenmelidir. *Sınırötesi Yayıncılık ancak çözümünden sonra devreye girebilir. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekmekte. * İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk giderilmeli, künyesiz gazete kalmamalı. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması etik yayıncılık açısından önemli. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medya etiğini ihlal etmektedir.
8	United Media Group	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Tiraj düşüklüğünden genel anlamda bir özkaynak yetersizliği var. *Devlet gazetelere yardımda bulunmuyor. Türkiye gazetelerinin satılmasından dolayı bir reklam girdisi azlığı mevcut. *Reklam girdileri az, bunun iki nedeni var. Birincisi sınırötesi yayın kurallarının uygulanmaması, diğer de TAK ajansın abone bedelini Devlet ödediği için habercilik kaygısı olmayanlarda gazete kurabiliyorlar, bu da reklam pastasının küçülmesinin nedeni. *Gelirlerin artırılma gücü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor. Az sayıda personelle bir gazete çıkarmak zorunda kalınıyor. *Özellikle kamu medyasında özerklik sağlanmamış, bu özelliklere de yansıyor. Çok az kurumda yayın kurulu vardır. *Özel sektörde sendikalleşmenin sağlanmaması iş güvenliğini olumsuz etkiliyor. Sendikal hakların olmadığı bir gazetede ne kadar fikrinizi özgürce söylersiniz ki? İş güvenliği çok önemli. *Sahiplik yapsı kurumsallaşmaya engel çünkü parası olan iş adamları sektöre adım atıyor ve kendi çıkarları doğrultusunda olanaklarını kullanıyorlar. *Çalışanların özlük hakları konusunda sorun var. Düşük ücretler ve uzun mesai saatleriyle çalışılıyor. Buna karşın sosyal yatırımlar ya yatırılmıyor, ya da alınan ücretten daha düşük olarak yatırılıyor. *Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmamış. Genelde patronların dediğinin olduğu bir sistem var. *Kağıt ve baskı maliyetleri yüksek. *Düşük ücretli eleman çalıştırmak için kalifiye çalışan sayısı çok az. *Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları açısından bizden daha iyi sendikalaşma tüm çalışanları kapsıyor. Kamu ve özel sektör ayrımı yok. *Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşıyor. Türkiye'den her yıl

	milyon liralarca ithalat yapılıyor ancak o malların reklamlarından ulusal medya pay almıyor. Ayrıca günlük Türkiye gazetelerinin satışlarına karşı ulusal medyayı koruyan bir karar üretilmedi. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu ülkenin diğer iş kollarında olduğu gibi medya sektörün kurumsallaşmasını da olumsuz etkiliyor. 2.KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editöryal özgürlük, kamu medyasında siyasi otorite özel sektör medya da ise patronların devlet ve ticari ilişkilerinin gerektirdiği doğrultuda kısıtlanıyor. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil ne yazık ki. *Ekonomik güçsüzlük özerk yapılanma için büyük bir engel. *Özgün haber yapımının azlığı yeteri sayıda nitelikli çalışan olmamasından kaynaklanıyor. *Siyasilerin medyaya müdahalesi tartışılmaz. *Reklam pastasının sınırlılığı medya organlarını güçsüzleştiriyor *Sınırlı yayıncılık ilkelerinin uygulanmaması reklam gelirlerini düşürdüğü gibi dinlenme oranı, okunma oranı gibi tiraj arttıran konuları da olumsuz etkiliyor. *Güney'de medya daha etkili çünkü özerk yapıya sahip ve çalışanlar sendikali. *TAK haberlerine ücret ödememek hemen herkesin istediğinde gazete çıkarmasını kolaylaştırıyor. Yayın kurulu ve haberciye ihtiyaç duymadan, TAK haberlerini copy paste yaptıkları bültenleri gazete diye piyasaya sürüyorlar. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı etkiyi kesinlikle azaltıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yayın politikaları kamu medyasında devletin söylemine göre belirleniyor. Özel sektör medyasında da erk patronun elinde. Ancak kurumsallaşmış az sayıda gazetenin yayın kurulu var. *Sendikal örgütlenmenin yetersizliği konuşma ve yazma özgürlüğünü engelliyor. *Birlikler yeterince etkili değil. Parçalanmış bir yapı söz konusu. *Yasal boşluklar fikir özgürlüğü kapsamında saptamalara neden oluyor. Kişilik haklarına saldırı, medya tetikçiliği yapmak fikir özgürlüğü değildir. *Siyasi müdahale bizim durumumuzdaki ülkelerde kaçınılmazdır. *Sahiplik yapısı bir engeldir çünkü parası olan medya kuruluşu kurmaya kalkıyor. *Sosyal medya daha özgür, habere hızlı ulaşmak ve kontrol etme şansı doğuyor. 4.Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney'le fark var mı? *Özgür davranabilme sorunu tamamen iş güvenliğiyle ilgili. *Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi patronların istekleri, politik görüş ve ticari çıkarları doğrultusunda. *İş güvenliği yok. *AB'ye benzemiyor, de facto olarak AB toprağı gibi gözüксе de yasalar burada geçerli değil. *Türkiye'ye ile benzerlikler var çünkü dil, din aynı, coğrafi özellikler aynı. *Güney Kıbrıs'la ülke ölçeğı ve kültürel açıdan ve hemen herkesin birbirini
--	---

	tanınması açısından benzerlikler var. Bu anlamda avantaj ve dezavantajlar da çok benzer. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Özgün haber yapabilme önemli bir eksik. Biz gazete olarak kendi haberlerimizi üretiyoruz, yayın kurulumuzu toplayarak hangi haber nasıl girecek karar veriyoruz. Ancak bu bir iki gazete de var, diğerleri TAK haberlerini basıyorlar. *Editorial özgürlük genel olarak sıkıntılı bir alan, kurumsallaşma ve iş güvenliğinin sağlanmasıyla çözülebilir. *Kurumsallaşma özerk ve özgür medyanın olmazsa olmaz kuralıdır. Ne yazık ki ülkemizde hemen her sektör için sorunlu bir durumdur. *Teknik donanım, altyapı yetersizliği sunulan hizmetin kalitesini düşürüyor. * İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü ucuz işgücü tercihinden kaynaklanıyor. Bir de İletişim Fakülteleri mezunları piyasa koşullarına yabancı yetiştiriliyor. Onlar işe başladıklarında bir ikinci eğitime almak zorunluluğu hissediliyor. Daha çok teorik yetiştiriliyorlar, pratik olarak eğitimde eksiklik var. Bu saman kaybettiriyor ve o zaman da teknik lise mezunu daha uygun olabiliyor. Ne de olsa gençken gazetenin ihtiyaçlarına göre eğitmek daha kolay. 6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Spektrum kullanımında Güney'in tanınmışlıktan kaynaklanan bir avantajı vardır. *Medya hizmet sektörünün durumu çalışanların özlük hakları, iş güvencesi anlamında daha ileridedir. Ancak Annan Planı döneminde de gördük ki, BM ve AB sözcüleri gelip Kuzey'de açıklama yaptılar. Yani Güney, siyasi baskı anlamında Kuzey'den daha özgür değil. *Güney Kıbrıs'ta medyanın teknik donanım yeterlilikleri vardır. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmıştır. *Çalışan özlük hakları ve sendikalaşma anlamında ileridedirler. *Devlet katkısı ulusal medyayı korumaya yönelik düzenlemeler yapılarak sağlanmaktadır. *Reklam kazancı, sınırötesi yayın kuralları uygulanarak artırılmıştır. *AB üyeliğinin avantajlarını kullanmaktadırlar. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Vatandaşın beklentisi düzenli anket çalışmaları yapılarak ölçülebilir. Biz kurum olarak bunu yapıyoruz ve aksayan yönleri tesbit edip ona göre önlemler alıyoruz. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözülmesi gereken bir sorundur ve ülke de yaşanan sıkıntıların kaynağıdır. *Sınırötesi Yayıncılık kurallarının geçerli olması yine çözüme endeksli bir durumdur. Olmaması medya sektörünün ayakta durmasını güçleştirmektedir. *Medya yayınları konusunda Türkiye Büyükelçiliği, Türkiye Maliye Bakanlığı ve KKTC Maliyesi oturup bir anlaşma yapmalı. Burada satılan Türkiye menşeli malların reklam giderinden bir miktarda buraya aktarılmalı. Bu da al parayı ne yaparsan yap mantığı ile değil, kurumsallaşma ve projelerle gidildiğinde, hak edene verilecek şekilde yapılmalı.
--	--

		*Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor. Yürürlükte olan yasa dahi uygulanmıyor. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk kapatılmalı, künyesi olmayan internet gazetesi kalmamalı. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu ve özel medya kurumlarının kurumsallaşması çok önemli. Halen bu sorun devam ediyor. Çözülmemesi halinde halkın medya ve çalışanlara karşı güvensizliği artacak, bunun nedeni de tamamen kurumsallaşmama olacak. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi geçmiş dönemlerde biz de yoktu. Ancak son yıllarda bu örnekler sıklıkla görülmeye başladı. Gazetecilik prestij yitimiyle karşı karşıya. *Bütçe dengesizliği devam ettiği sürece ayakları yere basan bir kurum olmak zor. Özellikle kamu sektöründeki medya organlarında bu sıkıntı var. *Medya Etik Kurulu'nun oluşturulması doğru bir yaklaşım. Ancak yasa ile düzenlenmediği için bir yaptırım gücü yok. Mesela devletle ilgili bir yaptırım olması gerekiyordu. Bir patron eğer çalışanların yatırımlarını yapmıyorsa ona devlet ihalesi vermemek gibi yaptırımların olması ya da Başbakan'a küfreden bir medya patronunun yine ihale alabilmesi ne kadar etik.
9	Birinci Medya Grubu	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özkaynak yetersizliği var reklam pastası küçük. *Devlet yardımı yetersiz RTÜK, YYK'yı tanımıyor ve buradan aldığım lisansla açtığım Tv kanalını kapatmak zorunda kalıyorum. *Reklam girdileri az çünkü sınırötesi yayıncılık kuralları geçerli değil. Türkiye'den yayın yapan kanallarda gösterilen reklamlar ve o kanalların burada izlenmesi nedeniyle biz reklam pastasından faydalanamıyoruz. *Gelirlerin artırılma güçlüğü yatırım ve istihdamı zorlaştırıyor, biz kendi olanaklarımızla bina, stüdyo ve teknik altyapımızı geliştirdik ama çok güç. *Özerklik sağlanmama konusu özellikle BRT gibi kamu medyası için geçerli. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel çünkü önüne gelen sektöre giriyor, yani parası olan işadamlarının medya sektöründe söz sahibi olmaya başlamaları sakıncalı. *Maliyet yüksekliliği büyük sorun. Tüm teknik altyapı dışarıdan geliyor. *Niteliksiz işgücü medya sektörünün sorunlu yanlarından biri. *Ülke basını Türkiye basını ile haksız rekabet yaşıyor. Biz görsel medya olarak bundan payımızı reklam alamamakla yaşıyoruz. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor, sorun çözüldüğünde içinde yaşadığımız tüm sorunlar bitecek. 2.KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Frekans tahsis sorunu yaşıyoruz. Benim radyom First FM KKTC'nin ilk özel radyosu. Ondan sonra bir sürü radyo açıldı ve frekans tahsisi yapıldı. Temiz yayın yapmak güçleşti. *Verici istasyonlarında kamu tekeli kaldırılmalı. Özel sektörün elini kolunu balıyor. Düşünün ki bir verici istasyonunda elektrikler kesiliyor devreye giren jeneratörler BRT ve Sivil Savunma dışında hiç bir yayın kurumunun vericilerini desteklemiyor. Sonra antenlerimizi sökmek istediğimiz de aman yapmayın bir

	vatan mücadelesi diyorlar. Bunun neresi vatan mücadelesi. *Ekonomik güçsüzlük reklam alamamaktan kaynaklanıyor. Bir de devletin radyolara herhangi bir yardımı yok. *Reklam pastasının sınırlılığı güçsüzleştiriyor. Bir radyo ya da televizyon aldığı reklamlarla ayakta durabilir. *Sınırotesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı hem kaliteli yayın izlenmesini güçleştiriyor hem de reklam pastasından hak edilenin alınmasını engelliyor. Tüm bu sorunları yaşarken ne kadar 4. Kuvvet etkisi yapabilirsiniz ki? 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşluklar tetikçi gazetecilerin türemesine neden oluyor. Çıkıyor ekrana kimden kim için para aldıysa ona saldırıyor. *Sahiplik yapısı önüne gelen ve parası olanın, hiç bir kriter gözetmeksizin medya patronluğuna soyunmasından dolayı bir engel. *Sosyal medya daha özgür bir platform. Biz de kendi kurumsal sayfamızdan televizyon ve radyo ile ilgili olarak nabızı tutabiliyoruz. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *AB’ye benzemiyor. Orada özel sektör desteklenir burada öyle bir destek yok. *Türkiye’ye ile benzerlikler var çünkü aynı kültür ancak orada RTÜK bir sürü sorunu çözecek noktaya geldi YYK aynı durumda değil. *Güney Kıbrıs’la benzerlikler ister istemez vardır. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Teknik donanım konusunda son yıllarda büyük atak yaptık kurum olarak. *İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü tamamen kurumsallaşmamasından kaynaklanıyor. Biz kendi bünyemizde çalıştırıyoruz. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Spektrum kullanımı konusunda bizde daha avantajlılar, tanınan bir ülke. *Teknik donanım yeterliliği konusunda bizden kat kat ileri olduklarını düşünüyorum. Bizim elimizde onların olanakları olsa daha iyisini yaparız. *Devlet katkısı diye bir sorunları yok hepsi çözülmüş durumda. *Reklam kazancı konusunda da bir sorunları yok sınırotesi yayıncılık kuralları işliyor. *Euro Sat’ta yayın yapıyorlar, daha ne olsun. *Kaliteli yayın üretme yine ekonomik güçle olacak bir şeydir. Onların bu güçleri var. Bizden daha iyi dış yapımları var. *AB üyeliğinin avantajlarını sonuna dek kullanıyorlar. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Nitelikli programların eksikliği vatandaşları Türkiye kanallarını izlemeye yönlendiriyor. Büyük bütçe gerektiğinden biz de bu tip prodüksiyonların yapılması çok güç *Düzenli anket çalışmasının yapılmayışı vatandaş beklentilerinin ne yönde seyrettiğinin farkına varılmasını engelliyor. Ancak buna karşın biz vatandaşa en
--	---

		fazla mikrofon uzatan kanalı, bundan da çok memnunuz. *Sosyal medya kullanımının ana medya entrümanlarının takibini azalttı belki ama biz de kurum olarak sosyal medya da yerimizi aldık. İnternet üzerinden yayın yapıyoruz. Hem de android'deyiz. Nethouse'dan aldığımız geribildirime göre ayda ortalama 36 bin kişi civarında bir izleyicimiz internet üzerinden bizi izliyor. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözüldüğünde sektörde sorun kalmayacak. *Sınırötesi Yayıncılık devreye girerse sürdürülebilirlik konusunda önemli bir adım atılmış olur. *Medya yayınları konusunda Türkiye ile yasal düzenlemeler yapılması lazım. YYK ne yapıyor para toplamaktan başka. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor, parayı bastıran televizyon, radyo açamamalı. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk doldurulmalı, o alanda boşluklar var. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu çözülmeli, siyasi müdahale ortadan kalkmalı. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması şart. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi çok tehlikeli boyutta, önü alınmalı. *Bütçe dengesizliği gelişme önünde bir engel. Kendi yağımızla kendi ciğerimizi kavuruyoruz. *Doğru Türkçe kullanımı diksiyon önemli, biz programlarımızda buna dikkat ediyoruz. *Medya Etik Kurulu'nun olması iyi bir şey. Zamanında Kıbrıs Türk Basın konseyini kurduk ancak sağcı solcu diye çalıştırılmadı. Burada herkes birinin adamı yani karmaşıktır burası. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamıyor. Amacını aştı bence. Para toplamayı düşünen bir kurum oldu. Biz TL. Kazanıyoruz YYK'ya ABD doları ödüyoruz. Ben pek bir şey yaptıklarını görmedim. Siyasiler milletvekili sayısına göre atama yapıyorlar, bir kaç kişiyi memnun etme, ben öyle bakarım. Ayrıca, Bilişim Teknolojileri Haberleşme Kurumu da kuruldu. Bunlar birleşmeli, devlet için fuzuli bence.
10	Yayın Yüksek Kurulu	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Reklam girdilerinin az oluşu hem ülkedeki reklam pastasının küçüklüğünden kaynaklanıyor. *Doğrudan bizden kaynaklanmayan ama bizi etkileyen teknik sıkıntılar var. *Genel olarak özellikle de kamu medyasında özerklikten bahsetmek zor. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel oluyor. Kurumların ekonomik bağımsızlığı siyasi erkten bağımsız olmalarını sağlar. Ancak patronlarında kendi kurumlarında kurumsallaşmanın önemini kavraması lazım. *Çalışanların özlük hakları konusunda özellikle de özel medya kuruluşlarında büyük sıkıntı yaşanıyor. *Kurumsal karar mekanizmalar genellikle doğru kurgulanmamış.

		*Ülke basınının Türkiye basını ile haksız rekabet yaşaması Güney’de bunu düzenlemişler. *Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor, bu tartışmasıdır. 2.KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editorial özgürlük kısıtlı çünkü özel medya kuruluşlarında sendikal hakkın kullanılmadığını biliyoruz. İş güvenliği olmayan ortamda editorial özgürlükten bahsetmek zor. *Frekans tahsis sorunu koordinasyonsuzluktan kaynaklanıyor. Biz The International Frequency Allocation (ITU)’nun kurallarına göre, spektrumdaki durumu gözönüne alarak frekans tahsisi yaptık ancak Güney bu şekilde yapmayınca sorun oldu. Temiz frekans üzerinden yayın yapılmayınca izleyici, dinleyici sayısı düşüyor. Bu da medya kurumunun etkin ve yaygın olmasında bir sorun. *Reklam pastasının sınırlılığı medya sektörüne finans girdisini kısıtlıyor ve ekonomik olarak zayıflatıyor. Etki alanının daralması birazda bu yüzden. Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmaması büyük sorun. Bunu çözmeye çalıştık ama mümkün olmadı. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Kurumsallaşmamış medya kuruluşlarında yayın politikaları özel ise patronun, kamu ise devletin belirlediği şekilde düzenlenir ve özgürlükten bahsedilmez. *Sendikal örgütlenme yetersiz ve iş güvenliği yok. Fikir özgürlüğü olabilmesi için iş güvenliğinin olması lazım. *Birlikler yeterince etkili değil bu demokratik katılımı olumsuz etkiliyor. Yasal boşluklar nedeniyle medya AB’deki gibi demokratik katılımın olduğu, fikir özgürlüğünün güvence altına alındığı bir konumda değil ne yazık ki. *Siyasi müdahale kamu medyasına direkt olarak var. Özel medya kuruluşları için ise patronların ticari kaygıları ölçüsünde bir müdahaleden söz edebiliriz. *Sahiplik yapısı kesinlikle belirleyici oluyor. Para sahibinin ne düşündüğü medya kuruluşunun yayın politikasının belirlenmesinde çıkış noktası. *Sosyal medya elbette ki daha özgür. Daha hızlı habere ulaşma şansı var ve farklı kaynaklardan eşzamanlı haber alınabiliyor. 4.Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Özgür davranabilme sorununun nedenlerinden biri. *Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi kurumsallaşmanın tamamlanmasıyla olasıdır. *İş güvenliğikaygısı etkili bir sorun. *AB’ye benzemiyor, özlük hakları, fikir özgürlüğü ve patronların yayın kurullarına müdahaleleri yaygın. *Türkiye’ye ve Güney Kıbrıs’la ile benzerlikler var. Aynı coğrafyanın dinamikleri ve kültürel benzerlikten kaynaklanıyor. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler?
--	--	---

		*Editoryal özgürlük kurumsal yapıyla mümkün. *Kurumsallaşma oturmuş değil. *Teknik donanım yetersizliği ekonomik durumdan kaynaklanıyor. *İletişim mezunlarının çalışma oranının düşüklüğü yine ucuz içgüdü tercihinden. 6.GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Spektrum kullanımı konusunda tanınmanın avantajlarını kullanıyorlar. *Teknik donanım yeterliliğinin bizdeki medya organlarına oranla daha iyi olduğu söylenebilir. *Çalışan özlük hakları konusunda AB devletlerinden bir fark yoktur. *Devlet katkısı gibi bir sorun yoktur, gerekli önlemler alınıp sektör korunmaktadır. *Reklam kazancı sınırötesi yayıncılık kurallarının uygulandığından sorun olmaktan çıkmıştır. *Uydu kullanımı Euro Sat’talar. *AB üyeliğinin avantajlarını elbette ki gerektiği gibi kullanıyorlar. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? Herhangi bir görüş belirtilmemiştir. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu birincil problem olarak durmaktadır. *Sınırötesi Yayıncılık kurallarının uygulanması Kıbrıs Sorunu’nun çözümüne bağlıdır. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekir. Ülkenin koşullarına göre yasal düzenlemeler yapılmalıdır. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluğun doldurulması özellikle kişilik haklarına yönelen saldırıları geriletir. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu vardır ancak bu yapıyla bu sorunun aşılması güç gözüküyor. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması şarttır, çünkü çalışanların iş güvenliği, editoryal özgürlük gibi medya sektöründe sorun olan durumlar ancak böyle aşılır. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medya da kirlilik yaratmaktadır. *Bütçe dengesizliği aşılmazsa ekonomik güçlülükten ve özgür medyadan bahsetmek güç. *Doğru Türkçe kullanımı önemlidir. Dilin doğru kullanılması gerekir. *Medya Etik Kurulu’nun yaptırımı yok. Ama şimdiye dek aldıkları kararların çoğunun etik ihlali olduğunu düşünüyorum.
--	--	--

EK-3B: KKTC MEDYASI DURUM TESBİTİ İÇİN ODAK GRUP RAPORLARI

S.NO	PAYDAŞ	GÖRÜŞME TUTANAĞI
1	Gazeteciler Birliği Genişletilmiş Grup	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özkaynak yetersizliği ve Devlet yardımından yararlanmamak sorun. *Reklam girdilerinin azlığı ve reklam pastasının küçüklüğü gazetelerin basın hayatını sürdürebilmeleri açısından güçlük oluşturuyor. *Gelirlerin arttırılamaması istihdam ve yatırımı güçleştiriyor. *Özerk bir yönetim tesis edilmemiş. *Özellikle özel sektörde sendikalleşmenin olmayışı iş güvenliğini olumsuz etkiliyor. *Patronaj yapısı kurumsallaşmanın önündeki en önemli engellerden biri., *Çalışanların özlük hakları sağlanmıyor. *Kurumsal karar mekanizmaları doğru kurgulanmamış. *Gazetelerin baskı maliyetleri çok yüksek. *Gazetelerde çalışanlar arasında dahi kayıt dışı iş gücüne rastlamak mümkün bu bir sorun. *Güney Kıbrıs basın emekçilerinin hakları anlamından daha iyi. *Ulusal basın, KKTC’de satılan gazeteler ve yayınları izlenen TV. Programları bazında Türkiye Medya’sı ile rekabet edemeyecek durumda. *Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu, kurumsallaşmanın zorlaşma nedenlerinden biri. 2. KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editorial özgürlük kısıtlı. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi’nin etkisizliği Medya Sektörü’nü olumsuz etkiliyor. *Gazetelerin içinde bulunduğu finansal güçsüzlük yayın yapmaya devam etme önünde bir engel. *Özgün haber yapımı az, daha çok TAK gibi ajanslardan ücret ödenmeden alınan haberlerden kopyalayarak gazete hazırlanıyor. *Siyasi otoritenin Medya organlarına müdahalesi bir sorun. *Reklam pastasının sınırlılığı özerk olmayı güçleştiriyor. *Sınır ötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmaması reklam pastasından alınan payı azaltıyor. Ülke koşullarından dolayı ulusal marka ve kurumların reklam verme hacmi çok düşük. *TAK haberlerine ücret ödememek, bir çok kişinin gazete çıkarmaya karar vermesinin nedeni ve bu durum sektörü olumsuz etkiliyor. *Türkiye kökenli gazetelerin kontrolsüz satışı ulusal gazete satışlarını azaltıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Sendikal örgütlenme yetersizliği fikir özgürlüğü önünde bir engel. *Basın birlikleri yeterince etkin değil. *Basın yasasındaki boşluklar olumsuzluk yaratıyor. *Yasa ile düzenlemelerdeki eksiklik siyasi müdahaleye açık oluşun nedeni ve kurumsallaşma önünde engel. *Gazetelerin sahiplik yapısı, o medya kurumunun nasıl hareket edeceğini belirliyor.

		*Sosyal medya diğer medya enstrümanlarına oranla daha özgürdür denebilir. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Patronaj yapısı özgür medya ve çalışanı noktasında gerçek bir sorun. Kartelleşme önüne geçilmediğinden giderek daha da büyüyecektir. AB ve Güney Kıbrıs’ta daha kurumsallaşmış yapılar ve mevzuatla tanımlanmış bir Medya sektörü görüyoruz. Burası Türkiye ile benzerlikler gösteriyor. *Tarafsız yayın politikası oluşturmak güçlü bir ekonomik yapı ile olasıdır. *Sendikalleşme olmadığından dolayı iş güvenliğinden bahsetmek güç. *Patronaj yapılanması AB’deki örneklerden farklı. *Medya patronları Türkiye’deki örneklerle benzerlik içeriyor. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Gazetelerde özgün haber yapılma kapasitesi düşük. *Gazetecilerin editoryal özgürlükleri kısıtlı. *Kurumsallaşma sıkıntısı var. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Görsel Medya alanında Güney Kıbrıs’la Kuzey arasındaki en önemli sıkıntı Spekturum paylaşımında. *Güney Kıbrıs Medya’sı fikir özgürlüğü ve demokratik katılım konusunda daha önde. *Medya sektöründeki sahiplik sorunu kurallara bağlanmıştır. * Güney’de çalışanların özlük hakları Kuzey’e göre daha iyi bir noktadadır. *Medya sektöründe çalışanların tümü sendikalıdır. *Reklam kazancı Medya kurumlarının ayakta kalmasını sağlayacak düzeydedir. *Güney Kıbrıs AB üyesi olmanın avantajlarını kullanmaktadır. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Nitelikli programların eksikliği en önemli sorundur. 8. Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu’nun çözümsüzlüğü önemli bir etkidir. *Sınırötesi yayıncılık protokolünün uygulanmayışı reklam alma önündeki en büyük engeldir. *KKTC’ye yayın yapan Türkiye televizyonlarında yayınlanan reklamlardan pay almak için anlaşma imzalanmalıdır. *Mevzuatın işlerliği için gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır. *İnternet gazeteciliğine yönelik yasa çıkartılmalıdır. *Kamu medya kurumlarının özerk yapısı güçlendirilmelidir. *Özel medya kuruluşlarının kurumsallaşmasına çalışılmalıdır. *Özel medya patronlarının kişisel ticari çıkarları doğrultusunda davranmalarının önüne geçilmelidir. *Bütçe dengesizliklerinin ortadan kalkması için reklam pastasından daha fazla pay alınmalıdır.
--	--	--

		*Gerek yazılı, gerekse görsel Medya organlarında doğru Türkçe kullanımına dikkat edilmelidir. *Medya Etik kurumunun yaptırımı olmalıdır. *Medya etik dersinin Orta Öğretim müfredatına girişi farkındalığın yükselmesi için önemli bir adımdır. *YYK'nın sektör ihtiyaçlarını giderek biçimde yapılanması sağlanmalıdır. *YYK, sektörün ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde yapılandırılması, hem kurumun işlerliğini artırır, hem de görsel medya organlarının görevlerini sağlıklı biçimde sürdürmelerini kolaylaştırır. *YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilebilir. *Medya sektöründe kontrolün yapılması beklenen bir devlet mekanizmasının geliştirilmesi gerekmektedir. *Medya'da keartel oluşması yasa ile engellenmelidir. *Telif hakları sorunu çözülmalıdır. *Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılıkları güçlü politikalar üretilmesini engellemektedir.
2	BASIN-SEN	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özel sektörde sendikal örgütlenmenin sağlanamaması iş güvenliğini olumsuz etkiliyor. *Sahiplik yapısı kurumsallaşma önündeki en güçlü engellerden bir tanesi. *Çalışanların özlük hakları konusunda Dünya standartların çok gerisinde bir durum söz konusu. *Kurumsal karar mekanizmalarının doğru kurgulanmayışı sektörün gelişmesini olumsuz etkiliyor. *Medya sektöründeki kayıtsız işgücü kurumsallaşma önünde en önemli sorunlardan bir diğeri durumunda. *Güney Kıbrıs'taki basın emekçileri sendikası hak ve özgürlükler bağlamında KKTC'den çok daha iyi bir noktada. *Türkiye basının KKTC'de yaygın şekilde takip edilişi ulusal basının gelişmesi önüne set koymakta. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşması önündeki engeller arasında ilk sırada. 2.KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editöryal özgürlük kısıtlı. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi'nin işlevsel olmayışı sektörü olumsuz etkiliyor. *Siyasi erkin medyaya müdahalesi kurumsallaşma,edioryal özgürlük gibi konulardaki en önemli nedenler arasında. *Reklam pastasının sınırlılığı basın kurumlarının özerklik sağlamasını zorlaştırıyor. *Sınırlı yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı reklam gelirlerini olumsuz etkiliyor,yatırım ve istihdam sorununun çözülmemesi önündeki engellerden bir tanesi. *TAK haberlerini ücretsiz olarak kullanmak, kolay gazete sahibi olmanın önünü açıyor.Bu durumda mevcut gazetelerin piyasadaki satış paylarının düşmesine neden oluyor.

	3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Sendikal örgütlenme kamu kuruluşları dışında yetersiz. *Basın birliklerinin mevcut hali sektörde etkili olmaktan uzak. *Basın yasasındaki boşluklar sıkıntılı durumların doğmasının nedenleri arasında. *Siyasi müdahaleye açık yapı,kurumsallaşmayı engelliyor ve medya kuruluşlarını zayıflatıyor. *Sahiplik yapısı, iş güvenliğinden yoksun çalışma koşullarının dayatılması fikir özgürlüğü karşısındaki önemli engellerden bir tanesi. *Medya sektöründeki olumsuzluklara karşın sosyal medya çok daha özgür bir alan sunuyor. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Medya sektörü ve çalışanlarının içinde bulunulan koşullarda özgür davranabilmesi mümkün değil. *Tarafsız yayın politikalarının belirlenmesi mevcut yasalarla güvence altına alınmıyor.Etkiyi açık bir yapılanma söz konusu. *İş güvenliği sağlama noktasında sendikalaşmanın zayıf oluşu nedeniyle güçlük söz konusu. *AB medya sektöründeki yapılanmadan uzak bir sahiplik yapısı var. *Medya sektöründeki patronaj yapısının Türkiye'deki örneklerle örtüştüğü söylenebilir. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Habercilikte özgün haber konusunda sıkıntı yaşanmakta.Daha fazla kopyalanan haberlerin paylaşımı görülmekte ve bu durum TAK haberleri ücretsiz alınmaya devam ettikçe bitmesi mümkün görünmemekte. *Editorial özgürlükten bahsetmek güç. *Kurumsallaşma konusunda sorunlar sürmekte. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Güney Kıbrıs fikir özgürlüğü ve demokratik katılım açısından daha ileride. *Sahiplik yapısı Güney Kıbrıs'ta belli kurallar çerçevesinde şekillenmiş, yasa ile belirlenmiş. *Çalışanların özlük hakları konusunda mukayesesiz bir konumda. Güney Kıbrıs'ta sendikası çalışan medya mensubu yok. *Sendikalaşma konusu bir sorun olmaktan çıkmış, iş yaşamının doğal bir parçası olarak kabul görmekte. *AB üyeliği her alanda olduğu gibi medya sektöründe de kendini göstermekte, iş güvenliği,editorial özgürlük,demokratik katılım gibi bir çok konu çözüme ulaşmış. 7. Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Bu bölümdeki sorular yanıtsız bırakılmıştır. 8. Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller
--	--

		nelerdir? *Kamu medya kurumları özerk bir yapılanmaya sahip değildir. Hükümet erkinin kontrolü ve etkisi altındadır. *Özel medya kurumlarının özerkleşmesi sahiplik yapısının kurallar çerçevesine yerleştirilmesiyle mümkün kılınabilir. *Özel medya patronlarının siyasiler ile ticari çıkar ilişkileri çerçevesinde kurdukları ilişki çok sesli medya, demokratik yayın ve editoryal özgürlük alanlarında gelişimi engellemektedir. *YYK bugünkü yapılanmasıyla sektör ihtiyaçlarını karşılamaktan uzaktır. *YYK sektörün ihtiyaçları doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır. *Medya sektörünü kontrol edecek bir devlet mekanizmasının demokratik biçimde yapılandırılması gerekmektedir. *Medya kartelinin oluşması yasa ile engellenmelidir. *Telif haklarının ödenmeyişi gerçek bir sorun, emek hırsızlığıdır. *Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılıkları medya sektörünün yaşadığı sorunlarının üzerine gidilmesini güçleştirmektedir.
3	Yayın Yüksek Kurulu (Genişletilmiş grup)	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Reklam girdilerinin azlığı sektördeki kurumların ayakta kalışını zorlaştırıyor. *Reklam pastasının küçüklüğü, gelirlerin arttırılma güçlüğü yatırım ve istihdamı olumsuz yönde etkiliyor. *Medya kurumlarında özerklik sağlanmamış durumda. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel teşkil ediyor. *Niteliksiz işgücü çalıştırmak kaliteli yayın yapmayı olanaksızlaştırıyor. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz yönde etkiliyor. 2. KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Frekans tahsis sorunu kaliteli yayın aktarımını olumsuz etkiliyor. *Reklam pastasının sınırlılığı Medya sektöründeki kurumların ekonomik gücünü azaltıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşluklar olumsuzlukların nedenlerinden bir tanesi durumunda. *Sahiplik yapısı demokratik katılım ve fikir özgürlüğünü engelleyen nedenlerden biri durumunda. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Medya sektörünün sahiplik yapısı özgür davranabilmeyi güçleştiriyor. *Tarafsız yayın politikaları oluşmuş değil. *İş güvenliğinin sağlanmamış oluşu gazetecilerin hareket alanını kısıtlıyor. *KKTC'deki durum AB'deki medya mevzuatıyla benzerlikler içermiyor. *Medya sektöründeki sahiplik yapısının Türkiye'deki örneklerle benzeştiğini söyleyebiliriz. *Sahiplik yapısı Güney Kıbrıs ile benzerlikler taşıyor.

		5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşmanın olmayışı habercilik esaslarının uygulanmasında sorun oluşturuyor. 6.GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Güney Kıbrıs "Kıbrıs Cumhuriyeti" adıyla tanındığı için spektrum kullanımında daha şanslı durumda. *Teknik donanım konusunda KKTC'deki olanaklardan daha fazlasına sahipler. *Kaliteli yayın üretme potansiyelleri ve ekonomik güçleri var. *AB ülkesi olmanın avantajlarını bu alanda da kullanıyorlar. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Nitelikli program eksikliği ulusal kanalların izlenme oranının düşük olmasının nedenlerinden biri. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün sürdürülebilirliği konusunda bir sorun oluşturmakta. *Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin geçerli olmayışı özellikle reklam gelirlerini olumsuz etkiliyor. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi sürdürülebilirlik konusunda önemli bir eşik. *İnternet gazeteciliği konusundaki yasal boşluk giderilmeli. *Kamu medyasının özerklik sorunu çözülmeli. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması sektörün doğru gelişmesi için gerekli. *Medya organlarında doğru Türkçe'nin kullanılması önemli. *Medya Etik Kurulu'nun yapılanması etik değil. *Medya Etik dersinin müfredata girişi olumlu bir etki yapacaktır. *YYK sektörün ihtiyaçları doğrultusunda profesyonel kadrolarla yeniden yapılandırılmalı. *YYK ve BTHK tek çatı altında birleştirilmesin, ABD'deki bu yapı Kıbrıs'a uygun olmaz. *YYK tam ve yarı zamanlı olmak üzere profesyonel çalışanların olduğu bir kurum olmalı. *YYK'nın geliri artırılmalı. *Medya sektörünü kontrol edecek bir devlet mekanizmasının olmayışı sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.
4	Sami Özuslu- United Medya Grubu	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Reklam girdilerinin azlığı olumsuzluk yaratıyor. *Kurumlardaözerklik sağlanmamış oluşu yayın politikasını olumsuz etkiliyor. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel teşkil etmekte. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor.

	2.KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editoryal özgürlük kurumsallaşma ve sahiplik yapısına bağlı olarak kısıtlı. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı önemli bir ekonomik kayıp yaratıyor. *TAK haberlerine ücret ödemeden sahip olabilme şansının oluşu sektörde sürekli yeni gazetelerin kurulmasını kolaylaştırıyor. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı özellikle KKTC pazarında satılan Türkiye menşeli ürün reklamlarının ulusal basına verilmesini engelliyor ve ulusal gazete okunmasını ve dolayısıyla etkisini azaltıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşlukların oluşu, fikir özgürlüğü ve demokratik katılım noktasında sıkıntı yaratıyor. *Sahiplik yapısı bir engel olmaya bu alanda da devam ediyor. *Sosyal medya diğer medya enstrümanlarına oranla daha özgür. 4.Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Özgür davranabilme sorununu gündeme getiriyor. *İş güvenliği için bir engel teşkil ediyor. *AB’ye benzerlik taşımıyor. *Türkiye’ye ile benzerlikler var. Kartelleşme yoluna gidiyor ve bu çok tehlikeli. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşma en önemli sorunlardan biri olarak gerçekliğini koruyor. 6.GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Sahiplik yapısı kurallara bağlanmış durumda ve bu editoryal özgürlük anlamında rahatlatıcı. *Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanıyor oluşureklam kazancının sürekliliğini sağlıyor. *AB üyeliğinin avantajlarını kullanma şansları var. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Herhangi bir görüş belirtilmedi. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözümsüzlüğü sürdürülebilirlik önündeki engellerden bir tanesi. *Sınırötesi Yayıncılık sözleşmesinin hayata geçmemiş oluşu ekonomik engeller arasındaki önemini koruyor. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk olumsuzluk yaratıyor. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorununun giderilmesi gerekiyor. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması gerek medya çalışanlarının koşullarını düzenleyecek gerekse de etik yayıncılık yapılmasını kolaylaştıracaktır.
--	---

		*Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi editoryal özgürlük ve halkın doğru bilgilendirilmesi noktasında tehlike yaratmaktadır. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını yeterince karşılayamamaktadır. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır. *YYK profesyonel çalışanların olduğu bir kurum olmalı ki işlerliği etkili olsun. *Medya karteli oluşması yasa ile önlenmeli. *Telif hakkı sorununun çözülmesi gerekiyor.
5	Hüseyin Yaylalı-TAK Eski Müdürü	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özerklik sağlanmamıştır. Bu durum mali ve idari sorunların çözülmesini güçleştirmektedir. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel durumdadır. *Çalışanların özlük hakları güvence altına alınmalıdır. *• Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasını olumsuz etkiliyor 2. KKTC'de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *• Editoryal özgürlük kısıtlı *• Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil *• Siyasilerin medyaya müdahalesi *• Sınırdışı yayıncılık ilkelerinin uygulanmaması *• TAK haberlerine ücret ödememek 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *• Sendikal örgütlenme yetersiz *• Birlikler yeterince etkili değil *• Yasal boşluklar *• Siyasi müdahale *• Sahiplik yapısı bir engel *• Sosyal medya daha özgür 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney'le fark var mı? *Özgür davranabilme sorunu *İş güvenliği *AB'ye benzemiyor *Türkiye'ye ile benzerlikler var 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *• Kurumsallaşma 6. GKRY'nin KKTC'ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *• Fikir özgürlüğü ve demokratik katılım *• Sahiplik yapısı *• Çalışan özlük hakları

		* • Sendikalaşma • AB üyeliğinin avantajlarını kullanma 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Herhangi bir görüş belirtilmemiştir. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu’nun çözümsüzlüğü sektördeki bir çok sorunun kaynağı olma durumunda. *Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışının olumsuz etkileri ekonomik anlamda kendini gösteriyor. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor. Ancak demokratik ve katılımcılığı engelleyecek biçimde düzenlemelerden bahsetmiyorum. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu çözülmeli. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması editoryal özgürlük ve toplumun doğru bilgilenmesi açısından önemli. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi olumsuzlukları artırıyor. *Medya Etik dersinin orta öğretimde müfredata girişi olumlu etki yapacağı kuşkusuz. *YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamaması denetleme konusunda sıkıntı yaratıyor. *YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalı. *YYK profesyonel çalışanların olduğu bir kurum olmalı. *Medya karteli oluşması yasa ile önlenmeli, aksi halde büyük bir tehlike ile karşı karşıyayız demektir. *Telif hakkı sorununun kesinlikle çözülmesi lazım. *Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılığı sendikal güçlülüğü olumsuz etkiliyor.
6	Yrd. Doç. Dr. İbrahim Özejder-Akademisyen	1.Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Özerklik sağlanmaması özellikle idari sorunların çözümsüzlüğünü artırıyor. *Mevcut yapısıyla sahiplik durumu kurumsallaşmaya engel teşkil ediyor. *Çalışanların özlük haklarının sağlanmayışı çalışma barışı önünde bir engel. *Kıbrıs Sorunu’nun çözülmemiş oluşu sektörde yaşanan tüm sorunların nedeni olduğu gibi kurumsallaşmasını da olumsuz etkiliyor. 2.KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editoryal özgürlük kısıtlı oluşu 4. Kuvvet etkisini zayıflatmaktadır. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevselleşmesi gerekir. *Siyasilerin medyaya müdahalesi mevcut boşluklardan kaynaklanmaktadır. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı özellikle ekonomik yönden zayıflık yaratmaktadır. *TAK haberlerine ücret ödememek ise gelişi güzel biçimde gazete çıkarılmasının önünü açmaktadır.

	3.Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşlukların doldurulmasından ziyade Zen ve Kadıhdavalarınınhızla çözülmesi, İngiliz Hukuk sistemindeki gibi işler hale getirilmesi gereklidir. *Siyasi müdahale editoryal özgürlüğü engellerken halkın bilgi edinme hakkının yanlış yönlendirilmesini beraberinde getirmektedir. *Medya kurumlarındakisahiplik yapısı bağımsız basın için bir engeldir. *Sosyal medya henüz daha özgür bir mecradır. 4.Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Özgür davranabilme sorunu yaşanmaktadır. *İş güvenliği devlet kurumları dışında yoktur. *AB’ye hiç bir şekilde benzemiyor. *Türkiye’ye ile benzerlikler vardır diyebiliriz. 5.Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşma başlı başına bir sorun olmaya devam etmektedir. 6.GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Sahiplik yapısı çözülmüş Medya kartellerinin oluşmasının önüne geçilmiştir. *Çalışan özlük hakları konusunda bir sıkıntı yaşanmamaktadır. *AB üyeliğinin avantajlarını kullanmaktadırlar. 7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Herhangi bir görüş belirtilmemiştir. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu’nun devamı özellikle Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı noktasında sektörü olumsuz etkilemektedir. *Sınırötesi Yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı reklam gelirlerinin elde edilmesinde sıkıntı yaratmaktadır. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekir ancak demokratik ve katılımcı medya işlevini yitirmemelidir. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu çözülmelidir. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması çalışan barışı ve editoryal özgürlük ile halkın doğru bilgilendirilmesi açısından önemlidir. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisi medyayı olumsuz etkilemektedir. *Medya Etik dersinin orta öğretimde müfredata girişi gelecekte olumlu etki yapacaktır. *YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamadığını söyleyebiliriz. *YYK’nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır. *YYK profesyonel çalışanların olduğu bir kurum olmalıdır. *Medya karteli oluşması yasa ile önlenmelidir.
--	---

		*Telif hakkı sorununun çözülmesi gerekmektedir. *Basın örgütleri yöneticileri arasındaki siyasi görüş farklılığı sektörü zayıflatmaktadır.
7	Ali Baturay-Kıbrıs Medya Grubu	1. Medya sektörünün mali ve idari sorunları nelerdir? *Reklam girdileri azlığı ekonomik zayıflık yaratıyor. *Özerklik sağlanmamış oluşu sorun. *Sahiplik yapısı kurumsallaşmaya engel teşkil ediyor. *Çalışanların özlük haklarının sağlanmayışı sektörde çalışmanın güvenilirliğini olumsuz etkiliyor. *Kıbrıs Sorunu'nun çözülmemiş oluşu sektörün kurumsallaşmasının olumsuz etkilerinden biri. 2. KKTC’de basın ne kadar 4. Kuvvet görevini yapıyor? *Editorial özgürlük kısıtlılığı hareket alanını sınırlandırıyor. *Kıbrıs Türk Basın Konseyi işlevsel değil ve bu bir boşluk yaratıyor. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanmayışı reklam girdilerini olumsuz etkiliyor. *TAK haberlerine ücret ödememek gazete sahibi olmayı kolaylaştırıyor. Bu sektör için olumsuzluk örneği teşkil edecek oluşumlarının önünü açıyor. *Türkiye gazetelerinin kontrolsüz satışı etkiyi azaltıyor. Özellikle KKTC’de satılan ürünlerin reklamları o gazetelerde yayınlandığı için ulusal basın reklam alamıyor. 3. Demokratik katılım ve fikir özgürlüğü noktasında basın çalışanları ve sektörün durumu nasıl? *Yasal boşluklar sektörün işleyişi sırasında sorun yaşanmasına neden oluyor. *Sahiplik yapısı bir engel demokratik katılım ve fikir özgürlüğü açısından sıkıntı yaratıyor. *Sosyal medya diğer medya entrümanlarına oranla daha özgür durumda. 4. Medya sektörünün sahiplik yapısı gazetecilerin hareket alanını belirliyor mu? Türkiye, AB ve Güney’le fark var mı? *Özgür davranabilme sorununu gündeme getiriyor. *İş güvenliği olmayışı editorial özgürlük önünde bir engel. *Medya yapılanması AB’ye benzemiyor. *Türkiye’ye ile benzerlikler olduğunu söylemek yanlış olmaz. 5. Habercilikte yaşanan sorunlar neler? *Kurumsallaşma olmayışı tarafsız haber alma özgürlüğünü engelliyor. 6. GKRY’nin KKTC’ye göre Medya sektöründeki avantajları nelerdir? *Sahiplik yapısı kurallara bağlanmış ve sektör çalışanlarını ya da sektörün genel işleyişini tehdit etmekten uzak. *Sınırötesi yayıncılık ilkelerinin uygulanıyor oluşu reklam kazancı konusunda bir zafiyet yaratmıyor. *AB üyeliğinin avantajlarını kullanma şansına sahipler.

	7.Vatandaş beklentilerinin karşılanması sırasındaki güçlükler nelerdir? *Herhangi bir görüş belirtilmemiştir. 8.Sektör sorunlarının çözümü ve sürdürülebilirliği önündeki engeller nelerdir? *Kıbrıs Sorunu çözümsüzlüğünün devamı sektörün aşılması zor engellerle karşılaşmasının nedeni durumunda. *Sınırötesi Yayıncılık koşullarının uygulanması sektörü ekonomik anlamda rahatlatacaktır. *Yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir. *İnternet Gazeteciliğine yönelik hukuksal boşluk giderilmelidir. *Kamu medya kurumlarının özerklik sorunu çözülmelidir. *Özel medya kurumlarının kurumsallaşması sağlanmalıdır. *Özel medya patronlarının ticari işlerinin yarattığı çıkar ilişkisinin önüne geçebilmek için kurallar çerçevesi çizilmelidir. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılayamadığı görülmektedir. *YYK'nın sektörün ihtiyaçlarını karşılaması doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır. *YYK RTÜK'te olduğu gibi profesyonel çalışanların olduğu bir kurum haline dönüştürülmelidir. *Medya karteli oluşması yasa ile önlenmelidir. *Telif hakkı sorununun çözülmesi gereklidir.
--	--

EK 4: (ETİK ALANINDA OLUMLU ÖRNEK OLARAK) UNESCO TARAFINDAN HAZIRLANAN TASLAKLAR

BİRİNCİ TASLAK

Haber tüketenlerin -okurlar, dinleyenler ve televizyon izleyenler- ile reklamcılarının ya da kendisi ile ticari ilişkiye girenlerin korunması için bütün kitle iletişim araçları ile ilgili olarak,

1. Kitle iletişim araçlarının her zaman doğru ve namus çerçevesi içinde hizmet etmeleri ve aynı zamanda açıkça kaynak gösterme zorunluluklarını göz önünde bulundurarak,
2. Aktarılan olaylar konusunda okur, dinleyen ve televizyon seyredenler üstünde hiçbir kuşkuya yer vermeyecek biçimde yayın ve cereyan eden olaylar konusunda kişisel görüşün açıkça ifade edilmesi, haber tüketenin güvenilirlik derecesini ölçmede tek karar sahibi olması için.
3. Okurun, dinleyenlerin ve televizyon seyredenlerin kasıtlı haberler ya da hatalar için yanıt verme ve düzeltme hakkına sahip olduğunu ve yorum haberlerde -maddi hatalar dışında- durum hemen hemen aynı olmamakla beraber fikir ayrılıkları halinde bunların tartışılabilceği oturumlara fırsat verme olanağı göz önünde bulundurularak,
4. Gazetelerde veya radyo-televizyon haber ve aktüalitelerinde hiçbir haberin, olayın ve düşüncenin ticari bir yön taşımaması ve bunların hiçbir yazı işleri yetkilisi tarafından haber, olay ya da düşünce olarak kabul ettirilmemesi göz önünde bulundurularak,
5. Gazete haber ve reklamların okuyucu tarafından açıkça ayırt edilmesi göz önünde bulundurularak, genel olarak haber reklam şeklinde olan yazıların tamamen kaldırılması gerekir. Aynı ilkeler radyo ve televizyon için de geçerlidir. Hiçbir haber ticari çıkarlara yarar sağlamamalıdır. Eğer bir program mali yardım görmüş ise yardımı yapan kuruluşun adı, yorum yapılmaksızın program duyurusunda yazılabilir.

İKİNCİ TASLAK

Çalışmakta olan gazeteciler (basın veya televizyon) ya da bir haberin ya da yorumun yayınlanmasında emeği geçen yazı işleri, spiker, teknisyen v.b. kişilerle ilgili olarak,

1. Doğruyu, dürüstlüğü, tarafsızlığı, nesnelliği her zaman korumanın önemini kabul ederek,
2. Bazı önemli olayları sessizce geçiştirmeyi reddetmek, özellikle böyle bir sessizlik haberi çarpıtıyorsa ya da belirtilen görüş okuru kasıtlı olarak hataya sürüklüyorsa,
3. Tehlikeli durumlarda haber kaynağının saklı tutulması ilkesine saygı gösterilmesi. Bunu yaparken söz konusu gizliliği böyle bir kaynağın olmayışı, emin veya yetersiz oluşu gerçeğini istismar etmekten kaçınmak. Bu tür kaynakların doğruluğunun bu taslağın birinci maddesine uygunluğunu belirleme görevi gazeteciye aittir.
4. Kişisel önyargıları, çıkarları, özellikle ticari açıdan sessizlikle geçiştirerek ya da ses tonlarında oynayarak haberin ya da programın güncelliğinde kullanmayı kabul

- etmemek.
5. Haberlerin tanıtımını etkileyebilecek her türlü bağış ve rüşveti reddetmek.
 6. Haber almada adil ve dürüstlük ilkelerine uymak.
 7. Mülakat esnasında gazetecinin kimliğini ve görüşmenin gelecekte yayımlanacağını bildirmek.
 8. Bir ülke yurttaşı olan gazetecinin kime sadık kalacağını bilmesi gerekir. Buna göre de maddi veya ideolojik olgulardan ötürü gazeteci sıfatından yararlanarak ülkesinin otoritesini baltalayamaz.
 9. Meslektaşlarının çalışmalarına dolaylı veya dolaysız olarak zarar verecek hareketlerden kaçınmak. Telif hakkının olmadığı yerde taklit suç değildir.
 10. Etnik, dinsel azınlığı ya da herhangi bir kişiyi küçültücü, zarar verecek anlamda teşhir etmekten kaçınmak. Dini, etnik veya ırkçı gerilmeleri artırıcı ve yaratıcı herhangi bir haberi yazmak, mikrofondan okumaktan kaçınılmalıdır. Adaletle başı derde girebilecek akrabası olan kişilerin adını olaya karıştırmaktan kaçınmak gerekir.

ÜÇÜNCÜ TASLAK

Yazılanın ya da yayınlananın sorumluluğunu yasal olarak üstlenen yazı işleri müdürleri veya radyo-televizyon program müdürleri ve diğerleri ile ilgili olarak,

1. Sorumluluğu altında olanların doğru haber yazıp yayınlamalarını ve bu haberlerde tahrif edici öğeler kullanmamalarını izlemek. Temelsiz, aslı olmayan ya da kuşkulu bir kaynaktan gelen haberleri eğer zaman gerekli araştırmaların yapılmasına izin vermiyorsa, yayınlanmalarını engellemek.
2. Kişinin suçluluğu kanıtlanana dek suçsuz olduğu varsayımından giderek, her kişinin dürüstlük şanına saygı göstermek. Kişilerin özel yaşamlarına saygılı olmak.
3. Hataları olayların doğruluğu meydana çıktığı zaman anında düzeltmek ve yanıt vermek.
4. Olayları ve bunları yazanların düşüncesi arasındaki ayrılıkları her zaman açık seçik olarak belirlemek ve bunu haberi yazana bildirmek. Aktüalite ve düşünce ile reklam arasındaki mesafeyi korumak.
5. Tartışmalı konularda karşıt tarafın düşüncesine yer vermek.
6. Yazı işleri ekibinin yüz kızartıcı ve aşağılayıcı işler kabul etmemesine dikkat etmek, çalışma arkadaşlarını bu tür işlere karışmamaları için teşvik etmek.
7. Suç işleyenlerin adlarını suçu ve kötülüğü yüceltici yazılar ve anılarını yazmaları için “açık çek” diye adlandırılan yöntemlerle teşvik etmekten kaçınmak.
8. Yazı işleri ekibinin özgürce konulmuş olan ambargolara uymalarını ve onların sırlarını açmaları için maruz kalacakları baskılara boyun eğmemeleri için gerekeni yapmak.
9. İş sözleşmesi gereğince çıkraklık ve yetiştirme şartlarını yerine getirmek. Kitle iletişim

araçları sanayi genelinde ya da bu sanayinin şu ya da bu dalındaki çalışma şartlarını, politikalarını, toplu çalışma yöntemlerini belirleyecek ortak sözleşmelerin personel ile ortaya konulması ilkesini kabul etmek.

DÖRDÜNCÜ TASLAK

Gazete sahipleri, sermayedarları, hissedarları ve kitle iletişimi ile ilgili hükümlerle ilgili olarak:

1. Kitle iletişim araçlarına sahip olmanın ticari çıkar dışında bazı vicdani yükümlülükleri olduğunu kabul ederek, hükümetin basını denetim altında bulundurduğu durumlarda çift yönlü bir haber akımını sağlamak gerekir. Denetimin tek amacı varolan durumu korumak ve muhalefeti susturmak değildir.
2. Haber tekeli elinde bulunduran bir basın ya da radyo kuruluşunun yükümlülükleri o derece artmaktadır. Çeşitli haber kaynakları bulunmayan bir yerde kamuoyunun başka bir seçeneği yoktur. Tarafsızlığı korumak, yanlışlığı düzeltmek ve toplumun bütün farklılıklarını dile getirmek için duyulan endişe çok daha büyüktür. Bunlar her zaman takdir edilmelidir ve herkesin dikkati onların üstündedir.
3. Gazetelerin, haber ajanslarının ve radyo-televizyonun hükümet denetiminde olduğu durumlarda, hükümet bu kitle iletişim organlarına yapıcı ve eşit olarak eleştirme olanağı sağlamalıdır. Bu durumlarda hükümet çalışmaları ile ilgili bütün olumlu veya olumsuz haberlerin yayınlanmasını serbest bırakmak, bu yönde sansür uygulamamak ve kamuoyundan gerçekleri saklamamak zorundadır.
4. Her hükümet devlet otoritesini zedelemeyecek ve bulunduğu ülkenin geleneklerine uygun hareket edecek olan yabancı muhabir statüsüne saygı göstereceğinden, haber kaynakları hiçbir kısıtlama getirilmeden bütün akredite muhabirlere açık olacaktır ve aynı zamanda bunlar için hiçbir kısıtlama getirilmeyecektir. Olağanüstü şartlar dışında verdikleri haberler kısıtlanmayacak ve sansür edilemeyecektir. Bu muhabirlerin ülkelerinde görev yaptıkları ülke aleyhine çıkan imzasız yazılar ve bu muhabirin imzasını taşımayan haberler için söz konusu muhabirlere baskı ve misilleme yapılamaz. Gazeteler, radyo ve televizyon kurumları her zaman diğer ülkelerden gelebilecek, yayınladıkları haberler ve programlarla ilgili bütün şikâyetlere açık olmalı ve hatalar anında düzeltilmelidir.
5. Basın-yayın ve öteki iletişim araçlarının ithal etme lisansını elinde bulunduran hükümetler, kitle iletişim araçlarının topluma karşı olan görevlerini yerine getirebilmeleri için gerekli dövizli sağlamalı, bundan bir çıkar beklememelidirler. Bu durumda olumlu yorum yapılmasını istemeyerek eleştirinin doğru olduğu zaman eleştiriye susturmayacak, karşı siyasal partiler lehine yapılan yardımları yereyecek, aleyhlerine yayın yapan gazete ve radyoların muhabirlerinin basın kartı ya da öteki ilgili mesleki çıkarlardan yararlanmalarını engellemeyeceklerdir.
6. Eğer serbest pazar ekonomisi içinde bir basın veya radyo-televizyon kuruluşunun kazancını göz önünde bulundurmamak gerekirse de eğer hizmetin bütünlüğüne ve kamu

- hizmeti olarak basının ticari olmayan amacına aykırı düşerse, haksız kazanç arayışı suç teşkil eder.
7. İletişim araçlarının sınırlı bir mülkiyet düzeni içinde olması istenmeyen bir durumdur ve tekel ya da holding olmak üzere resmi veya ticari tekelleşme ne pahasına olursa olsun engellenmelidir.
 8. Herkes tarafından tanınan katillerin kötülüğü ve istismarı savunan türdeki anılarını veya yazılarını “açık çek” karşılığı yayınlamalarını engellemek gerekir.
 9. Orduda itaatsizliği teşvik etmek basına düşmez.
 10. Büyük toplumların azınlıklarının gereksinimlerini göz önünde bulundurmak ve hiçbir şekilde bunlara dini ya da diğer baskılar uygulanmasını teşvik etmemek ve aynı zamanda din, ırk ve sınıf farkı gözetmeksizin iş ve gelişme fırsatını herkese tanımak esastır.