

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI OLARAK POLİS TELEVİZYONU:
BİR MODEL ÖNERİSİ**

MASTER TEZİ

Hazırlayan

Ekrem Ersen EMEKSİZ

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Şükrü KÜNÜÇEN

ANKARA - 2008

ONAY

Ekrem Ersen EMEKSİZ tarafından hazırlanan "Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Polis Televizyonu : Bir Model Önerisi " adlı tez çalışması 01/07/2008 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Radyo Televizyon Ve Sinema Ana Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Üyeler

Danışman

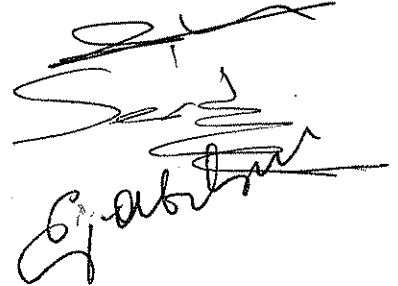
Yrd.Doç. A. Şükrü KÜNÜÇEN

Üye

Doç.Dr. Serdar ÖZTÜRK

Üye

Yrd.Doç.Dr. Gökhan ATILGAN



ÖNSÖZ

En hızlı değişim ve gelişimin iletişim teknolojilerinde yaşandığı günümüz dünyasında insan, içinde bulunduğu ortamı her yönüyle bu iletişim teknolojileri tarafından üretilen kitle iletişim araçlarının içeriklerinden öğrenmekte ve sürekli olarak takip etmektedir. Kitle iletişim araçları hem dünyada olan biten olayları gösteren bir araç konumunda hem de sosyal ve kültürel değerleri oluşturan, insanların düşüncelerini ve tutumlarını şekillendirebilen, günlük hayatın içerisinde, kamusal alanın önemli bir parçası konumundadır. Kitle iletişim araçları içerisinde en etkili durumda olan ise görsel özelliği ve ulaştığı kitlenin büyüklüğü gibi sebeplerle baskın özelliği bulunan, çağın iletişim mucizesi olan televizyondur. Televizyon, gerek kamu yayıncısı olarak devletin, gerekse özel kişi ve kuruluşların yönetim ve idaresinde kullanılarak, anayasada çerçevesi çizilmiş bir kamu hizmetinin aracı konumundadır. Ülkemizdeki yayıncılıkla ilgili yasa hükümlerine göre yayıncılık bir haktır ve bu hakkı kullanmanın mutlak şartı kamu yararının gözetilmesidir. İlgili kurum veya kuruluş tarafından gerçekleştirilen yayıncılık faaliyetinin en önemli amaçlarından birisi kamuya hizmet etmektir. Ancak bazı kurum veya kuruluşlar televizyon yayını gerçekleştirirken bu hakkı, bir kamu hizmetinden çok ekonomik veya siyasi güç elde etmek için kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda televizyon yayıncılığı kamuya hizmet etme genel amacı altında bazen bir ideolojinin benimsetilmesine yönelik bazen bir ürün veya hizmetin pazarlanmasına yönelik bazen de bir kurum veya kuruluşun halkla ilişkilerine yönelik olarak kullanılabilmektedir.

Yapmış olduğumuz bu çalışmada; Türkiye’ de güvenlik hizmeti veren bir kamu kurumunun henüz yasal bir düzenleme bulunmamasına rağmen, ülke çapında televizyon yayını gerçekleştirmesinin nasıl mümkün olabileceği sorgulanmıştır. Ayrıca, bir kamu kurumu olarak Emniyet Genel Müdürlüğü (EGM) açısından halkla ilişkilerin önemi ortaya konmaya çalışılacaktır. Araştırmamızda, halkla ilişkileri son derece önemli olan, verilen hizmetin mahiyeti gereği medyanın fazlasıyla dikkatini çeken, dolayısıyla insanların

da ilgi odağı haline bir kamu kurumu olan EGM bünyesinde “Polis Televizyonu” kurmanın mümkün olduğunu, hatta bunun toplumsal açıdan fayda getireceğini ve kurumun kendi bünyesi içinde böyle bir televizyon kurmak için gerekli imkânlarının bulunduğunu ortaya koymaya çalıştık ve bir halkla ilişkiler uygulaması olarak Polis Televizyonu’nu EGM bünyesinde kurmaya yönelik bir model önerisi oluşturmayı amaçladık. Araştırmanın konusu daha önce ele alınmamış bir konu olduğundan veri toplarken ve amaç doğrultusunda bu verileri yorumlarken oldukça dikkatli davrandık, yargı cümlelerinden mümkün olduğunca kaçınıp, mevcut durumu ortaya koyan objektif açıklamalara, bilimsel gerçeklere bu doğrultuda önerilere yer verdik. Çalışma bir model önerisi niteliğinde olduğundan, söz konusu polis televizyonu modelini oluşturmak için RTÜK’ e gidilerek, bu konuyu gerçekleştirmenin nasıl mümkün olabileceği konusunda uzman yardımına başvurulmuş, alınan öneri ve tavsiyeler çalışmamıza ışık tutmuştur. Bunun yanı sıra, teknik ve ekonomik olarak Polis Televizyonu modeli oluşturulurken de Ideapro isimli ses ve görüntü sistemleri üzerine çalışan özel bir şirketin bilgi ve tecrübelerine başvurulmuş ve TRT Genel Müdürlüğü’nde çalışan deneyimli uzmanlardan uygulamaya yönelik güncel bilgiler elde edilmiş ve çalışmamıza ilave edilmiştir.

Artık modern ve demokratik toplumlarda iletişimin önemi tartışılmaz boyuttadır, kamu kurumlarının halka açılması fikri ise, devlet tarafından vatandaşa sunulan hizmetlerde, bir iyi niyet, bir samimiyet göstergesi olarak huzur ve barış içinde, karşılıklı güvenin hakim olduğu bir devlet-vatandaş iletişimine doğru atılan büyük bir adım niteliğindedir. Devlet ile vatandaşın iletişimini düzenleyecek ve konuda mevcut veya olası sorunların çözümüne yönelik projeler üretmek, öneriler geliştirmek, tabi ki öncelikle bilim adamlarının, akademisyenlerin görevidir. Ben de genç bir akademisyen adayı olarak bu alanda gördüğüm bir sorunun çözümüne yönelik araştırma yaparak, bilimsel anlamda geçerliliği olan bir öneri ortaya koymaya çalıştım. Umarım ortaya koyduğum bu çalışma diğer araştırmacılara yeni ufuklar açar ve daha parlak, uygulanabilir fikirler olarak bilim dünyasına katkı sağlar.

Ayrıca çalışmamın hazırlanmasında katkısı olan, İçişleri Eski Bakanı Sn Rüştü Kazım Yücelen'e, RTÜK'den İzin ve Tahsisler Daire Başkanı Sn. Yılmaz Kesmeci'ye, TRT'den Genel Müdür Yardımcısı Sn. Alaettin Korkmaz'a ve Sn Cem Şeker'e, Ideapro'dan Kutsal Ünver'e, Üniversitemiz İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Doç.Dr. Serdar Öztürk'e, Prof.Dr. İrfan Erdoğan'a, Prof.Dr. Sacide Vural'a , tez danışmanım Yrd.Doç. Şükrü Künüçen'e, değerli dostum Aydoğan Topçuoğlu'na, değerli mesai arkadaşım Arif Öztürk'e, değerli Emniyet Müdürümüz Sn Reha Çakır'a ve aileme sonsuz teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

Ankara 2008

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	13
I.EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ	13
I.A.BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ	15
I.B.RADYO TELEVİZYON VE FOTO FİLM ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ	19
I.C.EGM'DE DİĞER HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ	21
I.C.1.Kurum Dışı Tanıtım Faaliyetleri	21
I.C.2.Emniyet Genel Müdürlüğü'nde Kurum İçi Halkla İlişkiler Faaliyetleri.....	22
I.C.3.Kurumun Halka Yönelik Halkla İlişkiler Faaliyetleri	22
İKİNCİ BÖLÜM	23
II. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELLERİ.....	23
II.A.DÜNYADA TELEVİZYON YAYINCILIĞI	23
II.B.DÜNYADA TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELLERİ.....	24
II.B.1.Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli (Kamusal Yayıncılık Modeli).....	27
II.B.2.Ticari (Tecimsel) Yayıncılık Modeli	29
II.B.3.Yayıncılık Modellerine Yeni Bir Bakış: Yeni Bir Model Önerisi	31
II.C.Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı.....	34
II.D.Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Modelleri	36

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM42

III.POLİS TELEVİZYONU İÇİN BİR MODEL ÖNERİSİ42

III.A.EGM'DE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI OLARAK POLİS TELEVİZYONU42

III.A.1.Polis Televizyonu'nun Kuruluş Gerekçesi42

III.A.2.Polis Televizyonu'nun Önemi.....47

III.A.3.Polis Televizyonu'nun Yayın Politikası ve Yayın İlkeleri .50

III.A.4.Polis Televizyonu Yayınları.....53

III.A.5.Polis Televizyonu'nda Yayınlanacak Programlar
Önerileri54

III.A.5.a.Haber Programı:54

III.A.5.b.Güvenlik Hizmetleri ile İlgili Programlar:55

III.A.5.c.Belgesel Türündeki Programlar:56

III.A.5.d.Açık Oturum-Panel-Sohbet Programları:56

III.A.5.e.Eğlence Programları:.....57

III.A.5.f.Kuşak Programları:.....57

III.B.HUKUKİ AÇIDAN POLİS TELEVİZYONU58

III.B.1.Ülkemizde Televizyon Yayıncılığının Hukuki Durumu.....58

III.B.2.Polis Televizyonu'nun Hukuki Boyutu62

III.B.3.Polis Televizyonu'nun Hukuki Dayanağı.....64

III.C.TEKNİK VE EKONOMİK AÇIDAN POLİS TELEVİZYONU66

III.C.1.Polis Televizyonu İçin Gerekli Teknik Altyapı66

III.C.1.a.TV Yayıncılığında Kullanılan Dijital Yayın
Formatları67

III.C.1.b.Polis Televizyonu'nun Teknik Altyapısını
Oluşturan Cihaz ve Malzemeler:.....68

III.C.2.Polis Televizyonu'nun Ekonomik Boyutu75

III.C.2.a.Polis Televizyonu'nun İşletim Giderleri :76

III.C.2.b.Polis Televizyonu'nun Kurulum Maliyeti	79
III.C.2.c.Polis Televizyonu'nun Gelir Politikası:.....	80
III.D.YÖNETİM VE PERSONEL AÇISINDAN POLİS	
TELEVİZYONU.....	82
III.D.1.Polis Televizyonu'nun Yönetim ve Organizasyonu	82
III.D.2.Polis Televizyonu'nun Yönetim Yapısı.....	85
III.D.3.Polis Televizyonu'nun Personel Boyutu.....	92
III.D.3.a.Polis Televizyonu'nun Ana Ünitelerinde	
Görev Yapacak Olan Personel;	94
III.D.3.b.Polis Televizyonu'nun Destek Ünitelerinde	
Görev Alacak Personel;	98
III.D.3.c.Polis Televizyonu'nda Görev Yapacak Personel	
Sayısı;.....	99
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	101
KAYNAKÇA	106
EKLER.....	114
ÖZET	123
ABSTRACT	124

GİRİŞ

Türkiye’de bir kamu kurumunun personeli olarak çalışmak hem kolay hem de zor bir durumdur. Özellikle de yönetici kadrosu içerisinde bulunuyorsanız terazinin zor olan kısmının daha ağır basacağını söyleyebiliriz, çünkü yönetici çalıştığı kurumdaki belli bir hukuki mevzuat ve geleneklerle dolu olan ilişkiler düzeni içerisinde alt kadrodaki personelle, daha üst kadrolarda bulunan yöneticilerin arasındaki iletişimi ve ilişkileri düzenleyen kilit bir konumdadır. Bu konum mesleki bilgi ve becerinin ötesinde belli bir hassasiyet, fedakarlık ve özveri gerektirir. Tabi burada kurumun vatandaşa yönelik hizmetlerindeki tutum ve davranışların belirlenmesi, ilişki yönünün ve biçiminin tayin edilmesi konularıda yine kurumda çalışan yöneticinin denetim ve kontrolündedir. Bu çıkarımı, Polis Akademisi’nde dört yıllık lisans eğitimimi tamamladıktan sonra yönetici kadrosuyla göreve başladığım ve yedi yılı aşkın bir süredir kamu hizmetimi sürdürdüğüm Emniyet Genel Müdürlüğü’ndeki (EGM) gözlem ve deneyimlerim sonucu elde ettim. Mesleğimin daha ilk yıllarında dikkatimi çeken çok önemli bir nokta ise şuydu; kurumun hem kendi personelinin kendi iç ilişkileri hem de güvenlik hizmeti verilen insanlara yönelik ilişkiler belli bir kalıpta, oldukça mesafeli, temkinli, şüpheli, soğuk bir görünüm arz ediyordu. Polislik mesleğinin doğasında şüphelilik vardır, bunun yanı sıra bu meslek bir disiplin ve bir hiyerarşi mesleğidir. Bu durum hemen hemen dünyanın bütün polis teşkilatlarında geçerlidir. Ancak benim ifade etmeye çalıştığım konu mesleki disiplin anlayışının ötesinde, modern ve demokratik bir devletin yönetim mekanizması içerisinde yer alan EGM’nin çevresiyle ve kendi iç unsurlarıyla iletişim kurma çabasının (insan ilişkileri anlamında) yeterli olmadığı yönünde bir iddiadır. Bu durumun ise kurumun çalışma ortamındaki iç huzuruna, halkla ve ilişki içinde bulunulan tüm sosyal çevreye olumsuz etkileri söz konusu olmaktadır. Çevremden edindiğim izlenimler neticesinde gerek görsel ve yazılı medya kuruluşlarının Türkiye polisi ile yaptığı haberlerin içerikleri ve sunuş biçimleri, gerek çevremizdeki insanların hayatlarında bir defa da olsa mutlaka muhatap oldukları polislerle olan

münasebetleri sonucu edindikleri tecrübelerden öğrendiklerim, gerekse kendi meslektaşlarımla yaşadıkları tecrübeler, onlardan edindiğim gözlem ve bilgiler, bende EGM mensubu olarak polisin iletişimle ilgili sorunu olduğu izlenimini uyandırdı. Daha doğru bir ifade ile günümüz güncel sorunlarından birisi olan bu durum EGM'nin bir halkla ilişkiler sorunu yaşadığı anlamına gelmekteydi. İşte benim bilim dünyası ile tanışmama, bu soruna yönelik bir çözüm geliştirebilme isteği sebep olmuştur. Bu istek ve heyecanla Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalına tezli yüksek lisans müracaatında bulundum ve kabul edilmemle birlikte de bilim dünyasındaki serüvenim başlamış oldu. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinde iki yıl süren eğitim-öğretim hayatım süresince iletişim bilimi ile ilgili pek çok konu ve kavramla ilgili bilgi sahibi olma fırsatı yakaladım bu süre zarfında da EGM'nin halkla ilişkiler sorunu olduğu varsayımından hareket ederek bu sorunun çözümü için bir televizyon modeli oluşturmanın nasıl mümkün olacağını sorguladım. Bunun için öncelikle İletişim Fakültesinde ki öğretim üyelerinin değerli fikirlerini alarak "Polis Televizyonu" fikrinin bilimsel bir çalışmaya konu olup olamayacağını öğrenmeye çalıştım, onların uygun bir bilimsel yöntemle iyi bir çalışma olabileceğini söylemeleri üzerine, "Halkla İlişkiler Uygulaması Polis Televizyonu: Bir Model Önerisi" isimli araştırma konusunu yüksek lisans çalışması olarak hazırlamaya karar verdim.

Yapmış olduğum araştırmada EGM'nin halkla ilişkiler sorunu olduğunu bir varsayım olarak ele aldım. Araştırma sorusu ise EGM'nin halkla ilişkiler sorununun çözümü için Polis Televizyonu yeterli bir araç mıdır? sorusudur. Bu doğrultuda bu tez çalışması, EGM'nin halkla ilişkiler probleminin çözümüne yönelik Polis Televizyonu kurmanın önemi ve bu televizyonun nasıl hayata geçirileceğine ilişkin bir model önerisi ortaya koyma sorunsalı çerçevesinde örgütlenecektir.

Araştırmamızın iki temel amacı vardır. Birincisi halkla ilişkilerin bir kamu kurumu olan EGM açısından önemini ortaya koymaktır. İkinci amacımız ise bir halkla ilişkiler aracı olarak Polis Televizyonu'nun neden kurulması gerektiğini ve hukuki, ekonomik, teknik, yönetim ve personel

boyutları bakımından nasıl kurulacağını ortaya koyacak bir model önerisi oluşturmaktır.

Çalışmamızın üç bölümden oluşan birinci bölümünde EGM'nin Halkla İlişkiler Faaliyetleri konusu üzerinde durulmuştur. Bu bölüm içerisinde kurumun halkla ilişkiler faaliyetleri tanıtılmış, bu alanda Polis Televizyonu'nun nasıl bir boşluğu dolduracağı ortaya konarak EGM'nin halkla ilişkiler politikasını ortaya koyan bilgilere yer verilmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde dünyada ve Türkiye'de televizyon yayıncılığı modelleri adı altında televizyon yayıncılığının dünyada ve Türkiye'de nasıl bir sistem içerisinde gerçekleştirildiğini, hangi unsurların yayıncılığın gelişimini ve biçimini yönlendirdiğini ortaya koyan kuramsal bilgilere yer verilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde, Polis Televizyonu'nun neden kurulması gerektiğini ve Polis Televizyonu'nun kurulmasının nasıl bir öneme ve işleve sahip olacağını, ne tür bir yayıncılık anlayışının benimseneceğini, Polis Televizyonu'nun yayın politikasını ve yayın ilkelerini belirlemeye çalıştık ayrıca Polis Televizyonu'nun halkla ilişkiler uygulaması olarak işlev görmesini sağlayacak program önerileri sunmaya çalıştık. Tezimizde ulaşmak istediğimiz diğer amacımız olan, Polis Televizyonu'nun nasıl hayata geçirileceğini ortaya koyan, televizyon modeli önerisini de bu bölüm içerisinde oluşturmaya çalıştık. Burada, araştırmamızda ulaştığımız bilgileri tezimizin amacı doğrultusunda açımlayarak Polis Televizyonu'nu hukuki, teknik ve ekonomik, yönetim ve personel boyutları açısından inceledik.

Tezimizin kapsamı EGM bünyesinde halkla ilişkiler faaliyeti olarak tasarladığımız Polis Televizyonu modelinin hukuki anlamda nasıl kurulacağı, teknik ve ekonomik olarak nelere ihtiyaç duyulduğu, yönetiminin nasıl yapılacağı ve nasıl bir personelin ne şekilde çalıştırılabileceği ile ilgili bilgileri ve önerileri içermektedir. Tezin sınırlılığı, EGM açısından halkla ilişkilerin önemini ortaya koymak ve Polis Televizyonu'nu bir halkla ilişkiler aracı olarak tasarlamaktır.

Yapmış olduğumuz araştırma, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan araştırma metotlarından birisi olan değerlendirme araştırması yöntemi uygulanarak yapılmaya çalışılmıştır. Değerlendirme araştırması; bir program ya da politikanın ne kadar iyi işlediğini, ya da amaçlarına ve hedeflerine ulaşip ulaşmadığını belirlemeye çalışmakta kullanılan uygulamalı bir araştırma yöntemidir(Neuman, 2007:44). Bu yöntem özellikle büyük bürokratik kurumlarda(örn: şirketler, okullar, hastaneler, hükümet, kar amacı gütmeyen büyük kuruluşlar) bir programın, bir şeyi yapmanın yeni bir yolunun, bir pazarlama kampanyasının, bir politikanın ve benzerlerinin etkin olup olmadığını, başka bir ifade ile “işe yarar mı?” diye öğrenmek için yaygın olarak kullanılır(Neuman, 2007:40). Bu yöntem daha çok deneysel araştırmalarda uygulanan bir bilimsel yöntem olsa dahi, niteliksel bir çalışma olan tez çalışmamız için de uygun bir yöntem olarak kullanılmıştır. Çünkü araştırmamızda Polis Televizyonu’nun EGM’nin halkla ilişkiler sorununun çözümünde ne kadar işe yarayacağı, bu işlev için yeterli bir araç olup olamayacağı sorgulandığından, bu yönüyle çalışmamız bir değerlendirme araştırması niteliği taşımaktadır.

Değerlendirme araştırmasında pek çok araştırma tekniği uygulanabilmektedir. Ancak biz bu tez çalışmasında verileri elde etmek, bir televizyon modeli önermek ve bunun işe yararlığını ortaya koyarak değerlendirmek için öncelikle literatür taraması tekniğini kullanarak çalışmamız için gerekli kuramsal bilgileri elde etmeye çalıştık. Çalışmamız için kullandığımız bir başka veri elde etme tekniği ise sözlü görüşme tekniğidir. Özellikle Polis Televizyonu modelini oluştururken konunun uzmanları ile sözlü görüşmeler yapılmış ve bu kişilerden elde edilen bilgiler değerlendirilerek, çalışmamız oluşturulmaya çalışılmıştır.

Yapmış olduğumuz bu tez çalışmasında, kuramsal çerçevenin oluşturulması için halkla ilişkiler, kitle iletişimi, medya ve televizyon konularıyla ilgili pek çok okuma yapılmış ve bu okumalar sonucu elde edilen bilgiler araştırmamızın bilimsel gerçekliğine önemli katkılar sağlamıştır. Bu konular ile ilgili özet bilgileri giriş bölümü içerisinde ortaya konarak

araştırmamızın bölümlerine başlamayı, odak noktamız olan Polis Televizyonu modeli önerisini net ortaya koyabilmek açısından daha uygun olacağı kanaatine vardık.

Günümüz toplumunun her kesimiyle yönetimin ve özel sektörün karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirmesi zorunluluk haline gelmiştir. Yirminci yüzyılda yönetilenlerin geçen çağlarla kıyaslanmayacak ölçüde geniş ve kapsamlı bir biçimde ülke sorunları ile ilgilenmeleri, daha önemlisi, demokratik gelişmeler sonucu halkın örgütlenip yönetimleri etkilemeye başlamaları halkla ilişkilerin hem önemini arttırmış hem de çalışmalara yön vermiştir(Kazancı, 1997:30).

Kamu kuruluşları halk yararına çalışmak, halka hizmet etmek amacı ile faaliyet göstermektedirler. Demokratik ülkelerde yetkili organların seçilmesi ile halkın görevi bitmemektedir. Kararların alınmasında, bunların uygulanması ve denetlenmesi aşamalarında halka bir kısım görevler düşmektedir. Halkın bu çeşitli aşamalarda yardımını desteğini sağlamak iyi bir yönetim için gereklidir. Yönetimin veya söz konusu kamu hizmetini başarısı da halkın bu yardım ve katkısını sağlayabildiği oranda artmaktadır. Bu yönden yapılan kamu hizmetini başarılı kılmak için, her alanda kamu kuruluşlarını halkla yakın işbirliği içinde olmaları gerekmektedir. Yani halkla ilişkiler disiplini benimsenerek bu disiplinin gerektirdiği yenilikler kurumun faaliyet programı içerisine dahil edilmelidir.

Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği, halkla ilişkileri, özel veya kamu kesimlerinde faaliyet gösteren bir kuruluş veya kurumun, ilişkide bulundukları kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek üzere sürekli olarak yapmış oldukları bir yönetme görevi olarak tanımlamıştır.

Halkla ilişkiler aslında insan ilişkileri (relations humanies) dediğimiz ilişkiler içine girmektedir. Halkın idare ile olan ilişkilerinin bütün yönlerini kapsamına almaktadır, ziyaretler, haberleşme ve halka bilgi verme gibi çalışmalar da halkla ilişkiler faaliyetidir(Tortop,2006:1). Halkla ilişkiler belli

politika ve uygulamalarla halkla anlayış birliği oluşturup hedef kitlenin güvenini elde etme amacını taşır.

Halkla ilişkiler alanında en önemli amaç, halkla veya kamuyla düzenli bir ilişki sistemi geliştirerek işletme, kurum, organizasyon ya da en genel anlamda yönetimin toplum tarafından benimsenmesini sağlamaktır. Bunun yanı sıra, toplumun organizasyona karşı olumsuz tutum veya davranış sergilemesini önleyici tedbirler almaktır. Daha net bir ifade ile halkla ilişkilerin amacı, kurum ve kuruluşların ilgili çevreleriyle olumlu ilişkiler kurmasını sağlamak, etkin ve verimli bir iletişim ortamı yaratmaktır(Türkoğlu,2005:53-54).

Halkla ilişkiler iletişimi kolaylaştırmak için vardır. Halkla ilişkiler, kurum, kuruluş ve onun hedef kitleleri arasında resmi bir kanal ve bilgi kaynağı oluşturma amacıyla yapılır. Bu çerçevede halkla ilişkiler faaliyetleri sayesinde kuruluşun politikaları, süreçleri ve hareketleri ile ilgili kararların kalitesini arttırmak, etkinliğini sağlamak mümkün olacak ve iletişim kolaylaşacaktır.

Halkla İlişkiler bir iletişim olayıdır. Dolayısıyla bir mesaj alışverişi söz konusudur. Mesaj alışverişinde, mesajın hedef kitleye gönderilmesini sağlayan kurum, kuruluş ya da onun adına halkla ilişkiler kurumu ya da örgütü kurumun mesajının hedef kitleye gidebilmesi için ve sevindirici bir feedback getirebilmesi için o mesajın içeriğinin iyi olması gerekir. Bir kurumun halkla ilişkiler mesajları yalnızca kurumun gereklerini değil, ilgili medyanın, sosyal çevrenin ve hizmet götürülen insan profilinin inceliklerini ve beklentilerini de dikkate almalıdır. Kitlelerin dikkatini çekmeyen, çekiciliği olmayan sırf halkla ilişkiler yapılsın diye yayınlanan mesajların hiçbir ağırlığı yoktur(Çöklü, 2004:71). Halkla ilişkiler çalışması etkinliği ölçülmeli ve değerlendirilmelidir. Halkla ilişkiler uygulayıcısının seçtiği iletişim araçlarının hedef kitlelerinin kullandıkları ile örtüşmesi gereklidir. Yani hedef kitle ile ortak bir iletişim ortamı yaratılmalıdır.

Halkla ilişkiler mesajlarının konusu sosyal sorumluluk kapsamına alınabilecek olan konulardan olur ise daha geniş bir hedef kitle üzerinde olan konulardan olur ise daha geniş bir hedef kitle üzerinde etkili olacaktır(Çevre,

toplum, yardım, sağlık gibi konularda girişim ve yürütülen projeler) (Çöklü, a.g.e:72).

Halkla ilişkiler dediğimiz disiplinin “algılama ve algılanma” amaçlı bir disiplin olduğunun altını çizmek gerekir. Burada halkla ilişkiler uygulayıcısına düzen görev, hedef kitlenin algılama düzeyinin çıkarabilecek en üst noktaya ulaştırmaktadır.

Hedef kitle ile yapılan bilgi alışverişinde hedefin bilgi düzeyini de yükseltmeyi başarmaktadır. Bilgisi açık ve anlaşılır olmadığı bir durumda halkla ilişkiler uygulamasından söz edilemez. Burada hedef kitlelerin beklentisinin bilinmesi zorunludur (Çöklü, a.g.e:105).

Halkla ilişkilerde temel hedef, ulaşmak istediğiniz “birey” dir. Öykünüzü anlatmak istediğiniz tepkisine gereksinim duyduğunuz “birey” dir. Halkla ilişkiler mesleği hep bu bireyle uğraşır. Onu tanımak, özelliklerini bilmek ister. Nerde çalışır?, hobileri nedir?, gelir düzeyi, sosyal statüsü, çevre ilişkilerindeki etkinliği, okuduğu gazeteler, dergiler, izlediği televizyon programları, tatili nerde geçirdiği, eğitim durumu her şey önemlidir. Anlatılacak öykülerle bireyler arasındaki iletişim kesişim noktalarının yakalanması için bu verilere gereksinim vardır.

Hedef kitleyi doğru belirlemenin iletişim araçlarının doğru seçilmesine katkısı olacaktır. Okuma, yazma oranının düşük olduğu bir topluma yönelik halkla ilişkiler programında, yazılı araçlardan çok görsel iletişimi benimsenmesi daha doğru olacaktır.

Günümüzde devlet faaliyetlerinin karmaşıklaşması kamu hizmetlerinde çeşitliliğin artmasına yol açmıştır. Bu da halkla ilişkilerin büyük bir önem kazanmasına sebep olmuştur. Bugün kitle iletişim araçlarının toplumun her kesimine ulaşabilmesi halkla ilişkiler faaliyetlerinin yapılmasını daha da kolaylaştırmıştır. Kitle iletişim araçları aynı zamanda ülkedeki devlet toplum ilişkisinin biçimini belirleyen en etkin halkla ilişkiler aracıdır. Yönetim bu araçları ne kadar iyi kullanır veya desteklerse yürüttüğü hizmetlerde o kadar başarılı olacaktır. Demokratik devler anlayışı içerisinde kamu kurumları

vatandaşı tanımak, vatandaş da kendisine hizmet sunan kurumları tanımak zorundadır. Bu etkileşim halkla ilişkiler faaliyeti ile sağlanabilir. Kamu kurumları verdikleri hizmet ve yönetim üslupları ile halk üzerinde olumlu bir imaja sahip olmalıdır. Bunun için etkili ve verimli çalışma hizmetlerin tanımı ve iki yönlü sağlanması gerekmektedir. Ayrıca gerek kurumdan gerekse halktan olan kişilerin karşılıklı ilişkileri belli bir saygı, duyarlılık ve sorumluluk içinde gerçekleştirmelidir(Vatan, 2005:39). Kamu kurumlarında halkla ilişkilerin başarısı, hedefleri ve yürütülecek stratejiyi belirleyecek olan ilgili yönetimin kararlarına bağlıdır. Başarılı bir halkla ilişkiler aynı zamanda başarılı bir kamu yönetimi demektir. Kamu kuruluşları tarafından yürütülen halka ilişkiler etkinliklerinin hepsinin aynı amaca hizmet etmediğini hedeflenen amaca göre farklı türlerde halkla ilişkiler stratejileri planlanabileceğini söyleyebiliriz. Bazıları karşılıklı anlayış birliğini sağlamaya yönelik bazıları propaganda, ikna, tutum değişimi bazıları ise sadece bilgilendirmeye yönelik yapılabilir.(Karaman, 2006:97-98-99)

Halkla ilişkilerde başarıyı yakalamak için uygulanan yöntemlerden birisi, kitle iletişim araçlarının iyi planlanarak etkili bir şekilde kullanılmasıdır (Yatkın,2003:22).

Kitle iletişim araçları, kitle iletişimi olgusunu gerçekleştiren teknolojik araçlardır.Bu araçlar büyük sermaye gerektirir ve kullanılması uzmanlık ister.K.İ.A denilince öncelikle basın (gazete, dergi, kitap), radyo, televizyon ve sinema yoluyla iletişimin gerçekleştirildiği araçlar akla gelir. Kitle iletişiminin en çok bilinen ürünleri okuduğumuz kitap, gazete, mecmua, dergi , seyrettiğimiz film, dinlediğimiz müzik ve izlediğimiz televizyon programı olabilir (Erdoğan, Alemdar :17).

Kitle iletişimleri toplumsal etkinliklerin önemli bir kısmını oluşturur. Gazete ve televizyon gibi kitle iletişim araçları bizim yaşantımız ve kamuoyu üzerinde de büyük bir etkide bulunmaktadır.Bunun nedeni bunların yalnızca bizim tutumlarımızı belirli biçimlerde etkilenmesi değil, pek çok toplumsal etkinliğin bağlı olduğu “bilgiye erişim araçları”da olmasıdır (Giddens, 2000:388). Kitle iletişim araçları her türlü iletişime olanak sağlamak üzere kurulmuş olan

sosyal yapıları ve bu yapılar için gerekli araçları ifade eder. Kitle iletişim araçları, kültürel, ekonomik, eğitim, siyasi, eğlence, haber, gündem gibi birçok kamusal görevi yerine getirerek toplumda bir güç unsuru olmuştur. Çağımızda kitle iletişim araçları yönetsel mekanizma içerisinde önemli bir denge unsuru olarak yer almaktadır. En az yasama, yürütme, yargı gibi halkı doğrudan ilgilendiren ve kamuoyu oluşturabilen bir güç unsuru niteliğindedir.

Kitle iletişim aracı olarak televizyon, şüphesiz 20.y.y. en önemli buluşlarından birisidir. İnsanları büyülemekte, hayranlık uyandırmakta ve mutlak suretle ilgi çekmektedir. Günümüzde en geniş kitlelere ulaşabilme özelliğine sahip olan televizyonun, izleyici üzerinde güçlü bir etkisi vardır.

Televizyon insan kültürünü yapısal bir değişime uğratarak, kendi gerçekliğini oluşturmuş ve muazzam bir gösteri sahnesi yaratmıştır. O sahnede gösterilen dünya, günümüzde de insanların ilgi odağı olabilme başarısını sürdürmektedir(Serim, 2007: 25).

Televizyonun toplum üzerindeki etkilerine ilişkin türlü düşünceler ortaya atılmaktadır. Bunlar arasında en belirgin olanı televizyonun tartışma yarattığı kaygı ile ilgi uyandırdığı kanısıdır. Televizyonun etkileri ve gücü üzerindeki tartışma, televizyonun toplumdan uzaklaştırma etkileriyle sınırlandırılmalıdır. Televizyonun tüm gücünden yararlanılamadığı kanısı yaygındır.

Bir ülkede kitle iletişim aracı olarak televizyonun kullanılması ile etkileri, gelişme aşaması ne olursa olsun toplumsal, ekonomik ve siyasal gerçekler ışığında bir takım düzenlemeler ve bu doğrultuda değişiklikler yapılmalıdır. Biraz daha açıklamak gerekirse yayın kuruluşları toplumsal düzenler içinde kurulur, gelişir, siyasasını biçimler ve programlarını yayınlar. Kişiler bu programları izler, toplumsal düzenlerinin oluşturduğu eğilimleri temelinde de tepki gösterirler. İster televizyonla iletilen şiddet ve saldırganlık içeriğiyle, bilginin önemsizleştirilmesiyle, basmakalıp tiplerin ve biçimlerin sunuşuyla ilgilenelim, ister televizyonun ulusal kalkınmaya, toplumsal bilinç ve uluslar arası anlayışı geliştirmesiyle ilgilenelim, bilinen gerçek şudur ki aracın

işleyişini geniş toplumsal, siyasal, kültürel ve ekonomik içerikleriyle incelememiz gerekir (Halloran, çev. Usluata, 1973:8).

Televizyonun topluma olan etkilerini geniş anlamda değerlendirmek gerekir. Genel anlamda TV bir topluma sunulduğunda, bireylerin en beğendikleri bir boş zaman oyalayıcısı olur. Kişilerin boş zaman eylemlerini düzenler. Bu durumdan ilk etkilenecek olan, insanların örgütlenmemiş, düzensiz eylemleridir. Çünkü televizyon izlemeye ayrılan zaman öteki eylemlere ayrılan zamandan alınacaktır. Radyo dinlemek, sinemaya gitmek, televizyonun gelişile eski popülaritesini kaybetmiştir.

Televizyonun değerler, tutumlar, toplumsal davranışlar, bir ölçüde de bilgi ve haber üzerinde etki oluşturan, duygu ve düşünceler yarattığı bilinmektedir.

Televizyon bir toplumsallaştırma aracıdır. Özellikle bir aile içerisinde yetişen bir çocuğu ele alacak olursak; çocuk hayat ile ilgili bilgi, görgü ve tecrübeleri ilk olarak ailesinden daha sonra da çevresinden edinecektir. Kitle iletişim araçları da çevrenin tanımlanması ve anlamlandırılmasında önemli bir pay sahibidir. Bu doğrultuda televizyon kişinin gelişim sürecine ya da tutumlarla değerlerin biçimlendirilmesine sağlayacağı katkıların göz ardı edilmemesi gerekir. Televizyonda görülenler günlük ilişkilerde uygulanabilir. Bu nedenle televizyonun etki ölçüsü tam olarak bilinmese de etkilediği bir gerçektir (Halloran, çev. Usluata, 1973:10).

Donald Edwards televizyon yayıncılığının siyasası hakkında şöyle demektedir; *“Yayın ulusu yansıtacaksa tartışma konularının tümünü kapsamına almalıdır, Kimimize tatsız, sıkıcı da gelse, başkalarının görüşlerini öğrenmek zorundayız Kamu her yandan gerçekleri öğrenmek ister.Araştırma olanakları bizim elimizdedir, kamu için bu olanakları kullanmamız gerekir. Konuşmalarımızda, görüşmelerimizde, sorunlarımızda bu görevimizi unutmamalıyız.Yanlışıları da ortaya koymayı da yine bizden kamu ister”.*

Batı ülkelerinde televizyon kurumlarından, haber programlarında nesnellik, yorum programlarında da yansızlık siyasasını izlemeleri istenir. Bir yerde kurumlar bunu yapmak zorundadır. Karşı güçler arasında denge sağlamak onların görevidir. Yansızlık sıkıcı ve kısıtlayıcı bir siyasa gibi görünebilir. Ancak bunun toplumsal bir değere dönüştürebileceğini unutmamak gerekir (Swallow, çev. Usluata, 1973:9).

Bugün dünyanın en köklü yayın kuruluşlarından biri olan İngiliz BBC televizyonu “bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek” olarak yayın misyonunu belirlediğini ve bunu 1938 den bu yana sürdürdüğünü ifade etmekte yarar vardır. Bu doğrultuda genel bir bakış açısı ile televizyonun öncelikli işlevi, bir bilgi verme aracı olarak sosyal yaşamın içinde konumlanmaktadır. Toplumun her kesiminden bireylere, dünyada neler olup bittiği ile ilgili bilgi aktarımı bu araçla sağlanır, burada televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre en büyük avantajı bize hareketli resimler sunabilmesidir, böylece gelişmeleri sanki kendi hayatımızın birer parçalarıymış gibi izleme olanağına kavuşuruz. Ancak önemli olan izleyiciyi bir bilgi karmaşası içine sürüklemek değil olayları sebep sonuç ilişkisi çerçevesinde ele alarak katılımcı olarak değerlendirilmesi gereken izleyicilerin objektif çıkarımlarda bulunmalarına yardımcı olunmalıdır. Demokratik hayatın topluma yerleşmesinde televizyonun bilgilendirme işlevi öncü bir konumdadır. Groombridge bu konuyu şöyle ifade etmiştir; *“Demokrasi mekanizmasının işleyebilmesi için halkın çok iyi bilgilendirilmesi mutlak gerekli bir koşuldur”* (Groombridge, 1994, s.81-84-94-100), (Avrupa çapında televizyon (izleme raporu), 2005, s.29)

Televizyonun görsel gücü sayesinde çok sayıda kişinin ilgisini çekmesi, onu diğer kitle iletişim araçları içerisinde önemli bir yere taşımaktadır. Bununla birlikte televizyon yerel, ulusal, uluslararası arenada yaşanan olayların algılanmasında ve anlamlandırılmasında çok etkili bir işleve sahiptir. Televizyonun insanların bilişsel dünyalarını yönlendirmedeki vazgeçilmez katkısı, onu demokratik toplumlarda kamusal alanın vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Kitle iletişim araçları arasında en çok alıcıya ulaşan televizyondur. Televizyon izleyicileri, toplumsal sınıf farklılıkları

gözetilmeksizin kendine özgü bir nitelik taşımaktadır. Televizyon ekranından her izlenice genellikle farklı toplumsal kesimlerden ve farklı yaşlardan seyirciler tarafından izlenmektedir.

Televizyon, haber vermek, eğitim, eğlendirme, mal ve hizmetlerin tanıtımı, inandırma ve harekete geçirme gibi özelliklerinden dolayı çok güçlü bir kitle iletişim aracı olmakta ve etkili bir halkla ilişkiler metodu olarak kullanılmaktadır (Yatkin, 2003:91-92).

Bütün bu bilgilerin ışığında televizyonun etkili bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak kullanılabileceği ve bunun bir kamu kurumunun çatısı altında oluşturularak, hizmet verilen hedef kitle ile kurum arasında etkin bir iletişim köprüsü işlevi görebileceğini öne sürebiliriz.

BİRİNCİ BÖLÜM

I. EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

Bir kamu kurumu olarak EGM ve bu kurumun mensubu olarak bildiğimiz polisi halktan ayrı olarak düşünmek olanaksızdır. Verilen kamu hizmeti halkın huzuru ve güvenliği içindir. Yani polisin varlık sebebi halktır diyebiliriz. Bu doğrultuda halkla ilişkilerin temel amacı, kurum ve kuruluşların etkileşimde bulundukları kamularıyla olumlu ilişkiler kurmasını sağlamak, etkin ve verimli bir iletişim ortamı yaratmak (Vatan, 2005:52) olduğundan polisin temel amacıyla halkla ilişkilerin yapılma amacı örtüşmektedir. Başarılı bir emniyet örgütü, etkili bir halkla ilişkiler programı geliştirip bunu uygulayarak halkla bütünleşme, halkın desteğini ve sempatisini kazanma amacına ulaşabilir. Polisin halka ilişkilere yönelik çalışmalarının temel amaçlarından biriside, kurumun varoluş sebebinin, politika ve ilkelerinin, çalışmalarının çevreye anlatılması ve benimsetilmesidir. Bu amaçla yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri sonucunda, daha huzurlu, refah içinde ve toplumsal işbirliği ve barış rüzgârlarının estiği medeni topluma ulaşma yolunda önemli bir adım atılmış olacaktır.

Polisin halkla ilişkilere yönelik çalışmaları, belli bir plan ve kontrollü olarak uygulanan bir program dahilinde yapıldığında toplumsal, sosyal, ekonomik yönden pek çok kazanım elde edileceği kuvvetle muhtemeldir.. Bu kazanımlar polis-halk ilişkilerinin önemini vurgulamaktadır. Öncelikle etkili bir halkla ilişkiler çalışması yürüten polis örgütü, çevresiyle kurduğu olumlu ilişkiler sayesinde, asıl görevi olan güvenlik hizmetini daha rahat koşullarda verebilecektir. Yani toplumda daha güvenli bir ortamın oluşmasına katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra bir kamu kurumu olan EGM, halkla fikir ve eylem birliği içinde olursa, bu durum devlet toplum işbirliğinin oluşmasına imkan sağlayacaktır. Bunun yanı sıra demokratik bir toplumda yaşamını sürdüren sosyal bir bireyin en önemli ihtiyaçlarından biri güvenlik ihtiyacıdır.

Bu hizmeti devlet adına veren EGM halkla ilişkilerini etkili yürüttüğü ölçüde işini çok daha kolay ve daha güçlü bir şekilde yapacaktır. Sonuç olarak birey çevresinde çok daha rahat, özgür, sahip olduğu haklarla huzurlu bir hayat sürdürebilecektir. Polis-halk ilişkilerinin önemini ortaya koyan diğer bir konuda, geliştirilen ilişkiler sayesinde insan haklarına ilişkin olumsuz herhangi bir uygulamanın vuku bulmayacağıdır. Halkla ilişkiler beraberinde iyi niyet, karşılıklı sevgi ve saygı ortamının kurulmasına da olanak sağlayacaktır.

EGM'yi ilgilendiren ilk halkla ilişkiler çalışması, 1937-1938 yıllarında Celal Bayar hükümetinin programında yer almıştır. Bu programda “ polis ve amirlerinin halkla olan münasebetleri ve halka karşı vazife ve hizmetleri için hususi kurslar tertip edileceği...” şeklinde bir planlama yapılmıştır.

1962 yılında, kamu yönetimindeki reform çalışmaları sonucunda hazırlanan Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (Mehtap Projesi) kapsamında “devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında, halkla yakın temas sağlanması ” zorunlu hale getirilmiştir. Bu gelişmenin ardından EGM'nin de bağlı bulunduğu İçişleri Bakanlığı 1991'de yayınlanan “ Kamu Yönetimi Araştırma Projesi” (KAYA) genel raporunda, “kamu kurumlarında halkla ilişkilere yönelik faaliyetlerin uzman personel eliyle yürütülmesi” önerisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda EGM'de, kamuoyu ile polis arasında iletişim kurmak, kurumun çalışmalarını halka tanıtmak ve halkın isteklerini öğrenerek bu yönde düzenlemeler yapmak amacıyla halkla ilişkiler çalışmalarına başlanmıştır(Vatan, 2005:77).

Günümüzde EGM bünyesinde halkla ilişkilere yönelik faaliyetleri planlamak, uygulamak ve yürütmek üzere bazı birimler kurulmuştur. Bu birimlere ve yapılan çalışmaların neler olduğuna bir göz atalım.

I.A. BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ

EGM bünyesinde, ilk olarak Emniyet Genel Müdürü Ünal ERKAN'ın onayıyla, 3.sınıf Emniyet Müdürü Nurdan CANCA' nın teklifi ile 1989 yılında kurulmuştur.

Bu proje ilk olarak Basın-Protokol ve Halkla ilişkiler Şube Müdürlüğü adıyla hayata geçirilmiştir. Bugünkü şeklini ise 22.01.2004 tarihinde almıştır. Yapılan değişiklikler ve yeni kanuni düzenlemeleriyle Basın ve Halkla ilişkiler Şube Müdürlüğü adıyla faaliyet göstermektedir. EGM'nin yazılı ve sözlü basın kuruluşları ve halkla ilişkilere ait işlemlerinin etkin, verimli, seri ve doğru şekilde yürütülmesini sağlamak üzere kurulmuştur. 3201 sayılı Emniyet Teşkilatı Kanunun 16.maddesine dayanılarak hazırlanan 22.01.2004 tarihli EGM Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü kuruluş, görev ve çalışma yönetmeliği yasal dayanağı oluşturur.

Şubenin ilgili kuruluş yönetmeliğinde yer alan görevleri şunlardır;

1. Basın ve diğer kitle haberleşme araçlarında yayınlanan yazı ve haberleri devamlı şekilde izlemek, incelemek ve değerlendirmek, Genel Müdürlük ve Genel Müdürün şahsını ilgilendiren hususları makama sunmak.
2. Makama sunulan yazı ve haberleri verilecek talimat doğrultusunda Genel Müdür adına, teşkilatın ilgili birimlerine tevdi ederek sonuçlarını takip etmek.
3. Bizzat Genel Müdür tarafından tensip edilip yapılacak basın toplantılarıyla ilgili çalışmaları yapmak ve Genel Müdürlüğün açıklama tekzip ve bildirileriyle yapılan hizmet ve çalışmalar hakkında basın ve yayın organlarına iletilecek bültenleri hazırlamak.

4. Önemli toplantı açılış ve törenler sırasında fotoğraf ve kamera ile tespit edilen görüntüleri basın yayın organlarına dağıtmak.
5. Genel Müdürlüğe, yazılı ve sözlü basın kuruluşları tarafından yöneltilen soruların cevaplarını hazırlamak.
6. Bakanlığa, Genel Müdürlükle ilgili yöneltilen soruların cevaplarını hazırlamak, Bakan'a sunmak üzere Genel Müdüre takdim etmek.
7. Polis-Halk ilişkilerini olumlu yönde geliştirecek öneri ve faaliyetlerde bulunmak.
8. Vatandaşa verilen hizmetlerle ilgili kamuoyu araştırması yapmak veya yaptırmak, bu araştırmanın sonuçları ve yapılan hizmetleri tanıtıcı broşür veya ilan hazırlamak.
9. Özel ve tüzel kişiler tarafından bizzat Genel Müdür'e gönderilen mektup, şikâyet dilekçesi ve sözlü müracaatları ilgili birimlere iletmek, takip etmek sonucu Genel Müdüre sunmak ve cevaplamak.
10. Vatandaşların Emniyet Teşkilatı ile ilgili konularda yapacakları müracaatlardaki bilgi taleplerinde kendilerine yardımcı olmak.
11. Hizmete ilişkin verilen diğer hizmetleri yerine getirmek.

Bu şube toplam 22 personel ile hizmet vermektedir. Şube müdürlüğü bünyesinde dört adet büro amirliği barındırır.

Bunlar;

1. İdari Büro Amirliği
2. Bilgi İşlem Büro Amirliği
3. Basın Büro Amirliği
4. Halkla İlişkiler Büro Amirliği

Şube Müdürlüğü eliyle yürütülen çalışmalar;

Şubenin bu kısmının en önemli faaliyeti her cuma günü saat 10.00'da EGM basın sözcüsü tarafından yapılan basın toplantısını hazırlamaktır.

1. İlk toplantı 21.09.2001 tarihinde yapılmış, 5 yılı aşkın süredir bu toplantılar gerçekleştirilmektedir.
2. Bu basın toplantısının mahiyeti, Türkiye genelinde meydana gelen olayların EGM'ye ilişkin olanlarını halka duyurmak üzere, yapılan soruşturmanın gizliliğini ihlal etmeyecek şekilde, olaylarla ilgili bilgileri kamuoyu ile paylaşma niteliğini taşır. Ayrıca bilgi verme kısmı bitince (soru-cevap) bölümüne geçilir.
3. Basın bürosu, ilgili birimlerden dokümanları toplar, neler yapıp yapılmadığı ile ilgili basın sözcüsü vasıtasıyla bilgileri halka arz eder.

Basın bürosunun bir diğer faaliyeti de, Ajanspress'in yan kuruluşu olan İnterpress isimli ajansa, EGM'nin ayırdığı ödenekle haber takip işi yaptırılmaktadır.

Haftanın 7 günü Türkiye'de ve Dünya'da EGM ve Polislik mesleği ile ilgili haberleri, bunun yanı sıra Türkiye ve dünyanın gündeminde olan çok önemli olayları bu ajans basın bürosu adına takip ederek, bu haberleri CD ye aktarır, her sabah saat 08.00'de EGM'ye ulaştırıyor. Basın bürosunda bu haberleri Polnet(EGM kurum içi internet erişim ağı) vasıtasıyla en geç saat 09.00'da 81 vilayetteki Emniyet Müdürlüklerinin toplam 21000 adet kullanıcısına ulaştırıyor.

Böylelikle küçük illerdeki basın bürosu teşkilatı sadece yerel basını takip ediyor. genel basın merkezden takip ediliyor. Bu iş için İnterpress'e aylık 2000 YTL ücret veriliyor. Ayrıca EGM'nin Basın ve Halkla İlişkiler şubesi Anadolu Ajansına da üye olduğunu görüyoruz.

Şubenin diğer kurumlarla ilişkisi ve ortak yürütülen çalışmalar;

Kuruluş yönetmeliğinde de yer aldığı gibi, şubenin teşkilatın tanıtımı ve halkla ilişkilerin güçlendirilmesi yönünde de etkin bir işlevi vardır.

- a) Bu çalışma ile ilgili olarak Milli Güvenlik Kurulu'nun kararı gereği, kamu kurumlarını tanıtıcı programlar hazırlaması için TRT'ye ödenek tahsis edilmiştir.
- b) TRT her sene başında ilgili kurumlara resmi yazı ile bilgi vermektedir. EGM de bu kurumlardan biridir. Hatta bu proje ile ilgili en son 21.09.2005 tarihinde TRT ile EGM arasında bir protokol imzalanmış EGM'nin lojistik desteği ile hazırlanan belgesel niteliğindeki TV programı TRT GAP'ta yayınlanmıştır. Ancak geçen sene TRT'nin bu teklifi geri çevrilmiştir.

EGM ile TRT Arasındaki Protokole Dayanılarak Yapılan TV programları:

1. BOY AYNASI(yıl 2002) 9 bölüm, stüdyo canlı yayın. Çarşamba günleri TRT GAP saat 13.00/14.00
2. SUÇ DOSYASI(yıl 2003) 9 bölüm. Pazar günleri TRT GAP saat 19.00/20.00 drama/film. Yaşanmış olayları canlandırma/Polisin aydınlatma şekli
3. KANUN ADINA(yıl 2004) 12 bölüm. Pazar günleri TRT2, tanıtıcı belgesel
4. YILDIZLAR(yıl 2001) 7 bölüm. Pazar günleri ATV 15.00/16.00, tanıtıcı program
5. TRT GAP(yıl 2005) 3 bölüm belgesel Tadoc için 1 dakikalık 4 adet animasyon
6. TRT'ye yaptırılan bu programlarda, Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü ile ilgili birimlerle koordineyi sağlar, bahse konu programın içeriğine, ne yapılacağına karar veriliyor. TRT'nin

talebine ilişkin, EGM’de proje varsa ortak toplantı yapıp değerlendiriliyor ve karar veriliyor.

Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü EGM ile medya arasında, halkın en doğru bilgiye birinci elden ulaşması yönüyle bir köprü konumundadır ve mutlak bir ihtiyacı karşılamaktadır. Genel müdüre doğrudan bağlı olması, kurumun iletişime ne kadar önem verdiğinin kanıtıdır.

Mevcut imkânlarıyla en iyi şekilde hizmet vermektedir. Daha çok mesleki uzmanlaşma, teknik kapasite arttırımı ve kurumsal kimliğin belirginleşmesiyle bu şubenin polis-medya-halk ilişkilerinde, daha etkin ve aktif bir rol alması kaçınılmazdır.

I.B. RADYO TELEVİZYON VE FOTO FİLM ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ

EGM Haberleşme Daire Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren bu şube, polis teşkilatının halkla ilişkiler çalışmalarında adeta lokomotif işlev gören Polis Radyosunun çatısı altında bulunduran bir hizmet birimidir.

Radyo ve Televizyon ve Foto Film Şube Müdürlüğü, 1952 yılında kurulmuş olan Radyo-TV Şube müdürlüğü ile 1969 kuruluş tarihli Foto Film Şube Müdürlüğünün, 2001 yılında birleştirilmesi ile oluşmuştur. Bu şubenin Foto film kısmı; EGM’nin artan eğitim ve tanıtım ihtiyaçları sonucu 1996 yılından itibaren hem kurum çalışanlarına hem de halka yönelik eğitici, bilgilendirici, belgesel spot, tanıtım filmlerinin yapım ve dağıtım görevini yerine getirmektedir. Foto Film Şubesi, önerdiğimiz Polis Televizyonu projemizin yayın içeriklerinin oluşturacağı, pek çok arşiv malzemesine, teknik donanım ve materyale, bunu yanında yetişmiş teknik personeli bünyesinde bulundurmaktadır. Bu şube halkla ilişkilere yönelik, özellikle televizyonlarda emniyet teşkilatı ile ilgili gösterilen tanıtım film ve fragmanlarının hazırlandığı veya gerekli dokümanların elde edildiği yer olarak hizmet vermektedir.

Radyo-Televizyon Şube Müdürlüğü ise, 1952’den bu yana Türkiye genelinde yayın yapan Polis Radyosunu bünyesinde bulundurur.

1948 yılında Bakanlar kurulunun aldığı karara dayanarak ilk kez 1952 yılında yayına başlayan Polis Radyosu ilk yıllarında sınırlı imkanları ile sadece iki saatlik bir yayın gerçekleştirebilmiştir. Ancak polis-halk ilişkileri açısından çok faydalı olması halkın yoğun istek ve talebi üzerine yayın gücü ve saatleri arttırılmıştır.

1973 yılında FM bandından ilk yayın yapan radyo istasyonu olan Ankara Polis Radyosu kurulmuş ve batı müziği ağırlıklı yayınlar yapmaya başlamıştır.

1984 yılında Anayasanın 133. maddesinde yapılan değişiklik ve 3984 sayı ile yürürlüğe giren RTKYHK ile birlikte Polis Radyosu hukuki durumunda belirsizlik meydana gelmiştir. Bu kanuna göre devlet eliyle yayın yapma hakkı sadece TRT'ye verilmiştir. Yapılan girişimler sonucunda 2002 yılında 3984 sayılı kanunda yapılan değişiklik doğrultusunda polis ve meteoroloji teşkilatlarına kamu yayıncısı olarak yayın yapma serbestisi getirilmiştir. Bu şekilde Polis Radyosunun frekansların ücretsiz olarak tahsis edileceği kanunda açıkça ifade edilmiştir. Su anda Polis Radyosu yayınları Turksat 1C uydusundan yayın gerçekleştiren TRT2 kanalının alt ses taşıyıcıları üzerinden yurt çapında analog uydu alıcıları vasıtasıyla dinlenebilmektedir. Halen dijital frekanslar üzerinden yayın çalışmaları devam etmektedir (<http://www.polisradyosu.net/rdtvffkur.htm>).

Polis radyosunun kendi internet sitesinde yer alan yayın amacı şu şekildedir;

“Anayasa ve cumhuriyet ilkeleri doğrultusunda yayın yapmak suretiyle suç ve suçluluğu önlemek, can ve mal güvenliğinin korunmasını sağlamak, trafik kaza ve ihlallerinin azaltılmasına yardımcı olmak, polis hizmetlerini halka daha iyi duyurmak ve polis-halk ilişkilerinin en üst düzeye getirilmesine yardımcı olmak, ülke ve toplum sağlığına, eğitimine katkıda bulunmaktır” (<http://www.polisradyosu.net/rdyp.htm>).

Bir kamu kurumu olarak EGM’de halkla ilişkilerden söz ediliyorsa, bunun öncelikle anlamı kurumun kendisini hedef kitesine anlatması,

tanıtması olarak anlaşılmaktadır. Kuşkusuz bunun etkili yolu da medya araçlarını kullanmaktır.

Yarım asırı geçgin süredir bir işitsel medya organı olarak hizmet veren Polis Radyosu, EGM'nin halkla ilişkilerdeki başarısı adına önemli işlerin yapılmasına araç olmuştur. Ancak gelişen teknoloji ve toplumsal hayatın çeşitliliği halkla ilişkilerde daha etkili ve daha yaygın araçların kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Bu amaçla Radyo-TV ve Foto Film şubesinin adında yer aldığı gibi televizyon EGM tarafından kullanılmaktadır. Sağlam bir teknik altyapı ve zengin bir içerikle donatılmış bir televizyon kanalı EGM'nin halkla ilişkiler çalışmalarını en üst noktaya taşıyacak ve kurum ile toplum arasında çok önemli bir iletişim aracı konumunda olacaktır.

I.C. EGM'DE DİĞER HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

I.C.1. Kurum Dışı Tanıtım Faaliyetleri

- a) Görsel-işitsel medya aracılığı ile yapılan programlar. (EGM danışmanlığında hazırlanan belgesel tanıtıcı programlar, polisiye diziler)
- b) Yazılı basın yoluyla tanıtım; gazete, dergi ve mecmualarda, polisle ilgili yapılan haberler, yazılan yazı ve makaleler kişisel yorum ve önerileri içerir. kurumun tanıtılması, kurumsal imajın oluşturulması açısından son derece önem taşımaktadır.
- c) Kitaplar
- d) Afişler ve karikatürler
- e) El ilanları
- f) İnternet siteleri (web sayfaları)
- g) Konferans, seminer, toplantı ve sempozyumlarla tanıtım
- h) Fuarlarda ve sergilerde tanıtım

- i) Törenler, açılışlar ve yıldönümü kutlamaları
- j) Bazı sosyal etkinlikler (polis koşusu, kermes)

I.C.2. Emniyet Genel Müdürlüğünde Kurum İçi Halkla İlişkiler Faaliyetleri

- a) Genelgeler, duyurular, belgeler ve raporlar
- b) Kurum içi sureli ve suresiz yazılı yayınlar (dergi, gazete)
- c) Broşür ve kitapçıklar (polis sandığı tanıtım broşürü)
- d) Afişler, posterler
- e) Dilek ve şikâyet kutuları
- f) Kurum içi radyo ve kapalı devre televizyon sistemi (Polis Akademisi Televizyonu)
- g) Polnet (İnternet ağı)
- h) Avea kurumsal abonelik (EGM polis hattı)
- i) Kurum içi toplantı ve seminerler

I.C.3. Kurumun Halka Yönelik Halkla İlişkiler Faaliyetleri

- a) Kamuoyu araştırmaları ve anketler
- b) Vatandaşların yazılı müracaatları ve dilekçeler
- c) Danışma ve doğrudan iletişim hizmetleri (155 polis imdat)
- d) EGM ve İl Emniyet Müdürlüklerinin web siteleri, Danışma ofisleri
- e) Ziyaretleri (şehit ailelerine, huzurevlerine, çocuk esirgeme kurumlarına)
- f) Medya izleme
- g) Yüz yüze ilişkiler

İKİNCİ BÖLÜM

II. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELLERİ

II.A. DÜNYADA TELEVİZYON YAYINCILIĞI

20. Yüzyılın başlarında pek çok evin önemli bir eşyası haline gelen radyo bilim adamlarının yeni buluşları için önemli bir ilham kaynağı olmuştur. Nipkow ‘un diskinin geliştirilmesi sonucu ilk kez Rus asıllı ABD’li bilim adamı Vladimir Zvorykin televizyonun mucidi olarak insanlığın karşısına çıkmıştır. Bilinen ilk televizyon yayını İngiliz yayın kuruluşu BBC ’ nin desteği ile 2 Kasım 1936 ‘da Londra ‘da gerçekleştiğini belirtmiştik. Televizyon o dönemde insanlara imkansız gelen mucizeyi gerçekleştiriyordu. Görüntü ve sesin kusursuz birleşimi, etkileyici bir bütünlük içerisinde insanların evlerine kadar ulaşıyordu(Serim ,2007:15).

Londra’daki yayından üç yıl sonra New York’ta Dünya fuarının açılışının canlı olarak yayınlanmasıyla ABD de televizyon yayınına başlamış oldu. Aynı yıl Sovyetler Birliği yayıncılığa başlamıştı. O dönemde hızla yayılan bu yeni teknoloji, diğer devletlerce de alınıp halkın beğenisine sunuluyordu. 1938’de Almanya ve Fransa ‘da TV yayınlarını başlattılar. Ancak 1939 ile 1945 yılları arasında süren 2.Dünya Savaşı televizyon alanındaki çalışmaların ve yayıncılığın durmasına sebep oldu. Fakat savaşın sona ermesi ile birlikte dünyada televizyonculuk hızlı bir gelişim sürecine girmiştir(Serim,2007:18).

Sinema teknolojisinin bir benzeri olarak gerçekleştirilen televizyon yayınlarına siyah beyaz görüntülerle başlanmıştı. Tıpkı sinemada olduğu gibi televizyonculukta da gelişen teknoloji renkli televizyonun icat edilmesine olanak sağladı. Ancak renkli televizyon yayıncılığı stüdyodaki çekim cihazlarında, vericilere ve evlerdeki televizyonlara kadar her şeyin değişmesini zorunlu kıldı. Bu yeni iletişim teknolojinin yayılması belli bir zamanda mümkün olmuştur(10–15 yıl arası).

İlk renkli televizyon yayını ABD’de 1951 yılında başlatıldı. Sovyetler Birliği’nde 1967’de renkli yayına geçildi. Renkli televizyon yayıncılığı ülkelerin teknoloji kapasitelerine göre farklılık gösteriyordu. ABD ve Japonya da sadece bu ülkelerde üretilen televizyonlara yayın yapabilen NTSC sistemi kullanılıyordu. İngiltere ve Batı Avrupa ülkelerinde PAL sistemi, Fransa ve SSCB’de SECAM sistemi ile yayıncılık gerçekleştiriliyordu(Serim ,2007:24,25).

Televizyon şüphesiz 20.y.yılın en önemli iletişim mucizesidir. Günümüzde internet, DVD, VCD gibi yeni iletişim araçlarının kullanılmaya başlaması dahi televizyonun popülerliğini etkilememiştir. Televizyon demokratik ülkelerde kamusal alanın vazgeçilmez bir parçası, kamuoyu oluşturma aracı, popüler kültürünün materyali olma gibi özelliklere sahiptir. Bunun yanı sıra bireyin toplumsallaşma sürecinin önemli mimarlarından birisidir. O izleyiciye aktardığı görüntülerle gerçeğin algılanması ve biçimlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Faydası kadar zararlarının da tartışıldığı bu iletişim ortamında, televizyonun oluşturduğu bu muazzam gösteri dünyasının gücü herkes tarafından kabul edilmektedir. Gerek hukuki düzenlemeler gerekse etik yayıncılık prensiplerinin ortaya konulmasıyla bu güç kontrol altına alınmak istenmekte ve insanlığa daha faydalı bir hale getirilmeye çalışılmaktadır (Open society institute, 2005 izleme raporu), (Serim, 2005:.43,45).

II.B. DÜNYADA TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELLERİ

Televizyon yayıncılığının bir kitle iletişim aracı aktivitesi olduğunu düşünürsek, öncelikle kitle iletişim araçları ile ilgili kabul gören kuramların neler olduğunu bilmemizde fayda vardır. Böylelikle yayıncılığın hangi temel düşünceler üzerinde gerçekleştiğini daha açık bir şekilde kavramış olacağız.

Kitle iletişim araçları(medya) uzun bir süredir sosyla bilimlerin gözde çalışma alanlarından birisni oluşturmaktadır. Günümüzde medya içerikleri ve medya üzerine çok zengin bir literatür buluşmuştur. Bu literatüre bakıldığında tüm çeşitliliklerine karşın kuramsal çerçevenin iki ana eksen ya da temel

yaklaşım üzerine kurulu olduğu görülmektedir(Kaya, 1999:24). Bunlardan ilki ana akım yaklaşımında denilen liberal-çoğulcu yaklaşımdır. İkincisi ise egemonya ve çatışmayı temel alarak ana akımın ön görülerinin maddi pratikleri içerisinde eleştirisine dayanan alternatif yaklaşımdır.

Liberal çoğulcu yaklaşıma göre medya toplumun aynasıdır yani medya toplumdaki olay ve oluşumları toplumun bireylerine yansıtır. Dış dünyanın olay ve oluşumları ile ilgili bilgileri rasyonel davranma özelliğine sahip bireylere ileterek genel çıkarım oluşmasına çalışır.

Kitle iletişim araçlarının toplumda dayanışmayı bütünleşmeyi sağladığı dirlik ve düzeni koruduğu gelişe ve değişimin istikrar içerisinde gerçekleşmesine hizmet ettiği savunulur(Kaya,1999:25). Ancak bütün bunların bir ön koşulu olduğu öne sürülür. Bu koşul düşünceyi ifade etme özgürlüğüdür. Düşüncenin serbestçe oluşumu kadar aktarımının da serbestçe olması ve bunun bir temel hak ve özgürlük olarak güvence altına alınması gerekir(Kaya,1999:25). bu yaklaşımın ön görülen iki ögesi daha vardır.

Birincisi birbirinden farklı ve bağımsız çok sayıda medya kuruluşunun toplumda faaliyette bulunacağı varsayımında bulunmasıdır. Bu öge çok sayıda medya kuruluşunun aynı zamanda yayın politikaları açısından(içerik üretimi) mülkiyeti elinde bulunduranlara ve devlete göre de özerkliklerinin bulunduğu kabul edilir. Bu nedenle her bir kuruluşun özgürce ve değişik içerikle üretim yaptığı öne sürülür. İkinci öge ise hedef kitle olan izleyicinin rasyonel tercih yapmalarını sağlayacak medya içeriklerinin sunumu için medya kuruluşu ile bir etkileşim içinde olduğunun varsayılmasıdır.

Medya üzerine yapılan tartışmaların en hassas noktası olan etki konusunda, liberal-çoğulcu yaklaşımın değerlendirmesi bu iki öncü öge çerçevesince oluşturulur. Bu bakış açısına göre medya çok önemli bir güç aracı olmasına rağmen demokratik çoğulcu bir toplumdaki etkileri çok farklı alanlarda ve farklı biçimlerde ortaya çıkar. Çoğulcu toplumun dengeleri farklılık arz eder etki konusu ise genel çıkarın yönünü işaret eder. Bu nedenle

medya toplumun menfaati için varolduğundan dördüncü güç olarak kabul edilir(Kaya,1999:25).

Medyanın temel ideolojisini oluşturan kuramlardan diğeri yani liberal çoğulcu yaklaşımın karşısında olan alternatif yaklaşımdır. Marksizmin sınıflı toplum çözümlemesinden hareket eder. Egemen sınıfın başlıca düşünce üretim araçlarına da sahip olacağı kabul edildiğinde medyanın mülkiyet ve denetiminin de hakim sınıflar tarafından kontrol edileceği mantığına ulaşılabilir. Bu yaklaşıma göre medya egen sınıfın çıkarları doğrultusunda rutin ve standart bir içerik üretimi yapar. Bu üretimi gerçekleştiren medya kuruluşlarının, mülkiyeti elinde tutanlardan özerk etkinlikte bulunamayacağı varsayılır. Bu ürünleri tüketenlerin ise(izleyiciler) kendileri örgütlü olmadıkları takdirde, bu üretime bağımlı edilgen bir izleyici kitle oluşturacakları söylenir. Sonuç olarak Raşit Kaya Medya Toplum Siyaset isimli makalesinde alternatif yaklaşımın öne sürdüğü ile ilgili bu yaklaşımın medyaya ideolojik yeniden üretimin başlıca aracı olarak baktığını, yani medya yayınlarının toplumun örgütlü olmayan kesiminde düzeni pekiştirici bir etki yaptığını söylemektedir(Kaya,1999:26).

Elde ettiğimiz bilgiler doğrultusunda televizyon yayıncılığının dünyada genel olarak iki model etrafında söyleyebiliriz. Bunlardan birincisi kamu hizmeti yayıncılığı modeli diğeri ise ticari(tecimsel) yayıncılık modelidir.

Günümüzdeki karmaşık ilişkiler düzeninde dördüncü güç olarak konumlandırılan medya ve bunun önemli bir aracı olan televizyon yayıncılığının mülkiyet ve devletle olan ilişkileri her zaman tartışma yaratmıştır. Demokratik koşulları üst seviyede yaşayan pek çok gelişmiş ülkede, mülkiyetin yayın içeriklerini etkilemesini engelleyecek önlemler, düzenlemeler yapılmıştır. Ancak yayın kuruluşu hayatta kalmak için kar sağlamak zorundadır. Günümüzde şu anda daha yaygın ve güçlü bir durumda olan ticari yayıncılık işte bu temel üzerine kuruludur.”Kar yapmak”.

Liberal-çoğulcu yaklaşımın özel mülkiyetin mümkün olduğunca yaygınlaşmasını ön gören düşüncesi ticari yayıncılığın kuramsal tabanı

niteliğindedir. Buna karşılık yayıncılığa karşı devletin ve toplumun taşıdığı endişe ve kaygı durumu söz konusu olduğundan yayıncılığın kamusal bir faaliyet ve genel çıkar yönüne gerçekleşmesi yani toplumsal faydanın, kar elde etme amacından daha önemli bir amaç olduğu öngörüsünde kamu hizmeti yayıncılığının temelini oluşturmaktadır.

II.B.1. Kamu Hizmeti Yayıncılığı Modeli(Kamusal Yayıncılık Modeli)

Dünyada televizyon yayıncılığına ilk başlanan yer Avrupa kıtası içerisinde yer alan Londra'dır. Bundan sonra da yayıncılığı öncelikli yönlendiren de Avrupa olmuştur. Tarihsel süreç içerisinde Avrupa'da yayıncılığın tek bir model şeklinde örgütlendiğini görmekteyiz. Ortak değerler ve ilkeler etrafında şekillenen ve geniş kabul gören bu model kamu hizmeti yayıncılık modeli olarak tanımlanmaktadır(Çaplı,1995:32).

Radyo ve televizyon yayınlarına hep kamusal bir hizmet olarak bakılmış ve bu yaklaşım sonucunda "Kamusal yayıncılık" anlayışı gelişmiştir. Bu kavramın tanımını bağımsız her durumu kapsayacak biçimde yapmak olanaklı görünmemektedir. Ancak içerdiği öğeleri sıralayabiliriz(Alemdar,Kaya,1993:9).

- a) Kamu hizmeti niteliğindeki radyo ve televizyon yayıncılığı kuruluş mevzuatı uyarınca izleyicilere haber verme, onları eğitme ve eğlendirme temel işlevlerini yerine getirmek zorundadır. Bu nedenle radyo ve televizyonlarda yer alacak program tipi dağılımının bu işlevlerin yerine getirilmesini sağlayacak biçimde dengeli olması gerekmektedir. Çoğunlukla tek bir yayın kuruluşundan bu işlevlerin tümünün yerine getirilmesi istenir.

- b) Yayın kuruluşu kamusal bir kuruluştur, ancak gelir kaynakları siyasal iktidardan ve ticari odaklardan büyük ölçüde bağımsızlaştırılmıştır.
- c) Yayınlardan, yararlanmak isteyen herkese ayırım yapmaksızın, tek ve herkes için eşit bir kullanma harcı alınarak yayın hizmeti sunulur.
- d) Siyasal bakımdan yayınların içeriği tarafsız ve farklı siyasal görüşlere dengeli bir biçimde yer verilerek belirlenmelidir.

Ulusal bağlamda çok zengin bir düzenleme çeşitliliği gösteren bu modelin değişik uygulamalarında, ülkelerin tarihsel deneyimleriyle siyasal ya da politika kültürünün kendine has yapılarının yansımaları söz konusudur yani bu Avrupa kıtasında ortak bir yayıncılık modeli olarak benimsenmiş kamu hizmeti yayıncılığının ülkelere göre farklı uygulama biçimlerine sahip olduğu anlamına gelmektedir.

1990'lı yıllara gelene kadar titizlikle uygulanan ve günümüzde iletişim dünyasındaki gelişmeler sebebiyle uygulanmasının zor bir hal aldığı kamusal yayıncılık modeli, liberal demokratik sistem içerisinde yer alan Almanya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Fransa, Hollanda, İngiltere, İsveç, İsviçre, İtalya gibi batı Avrupa ülkelerinde, Kanada'da ve Japonya'da geçerli bir yayıncılık modeli olmuştur(Alemdar,Kaya,1993:9-10).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemlerde Avrupa'da yayıncılık sistemlerinin tekel ya da oligopoli(anlaşmalı birkaç kurumun sektöre hakim olması) şeklinde başladığını görmek mümkündür. Savaş sonrası düzenlemeler, 1970'li yılların sonlarına kadar daha çok siyasi iktidarların yayıncılıkta partizan uygulamaları çerçevesindeki tartışmalarla geçmiştir.

İkinci Dünya Savaşı esnasında Avrupa'daki ününe ün katan İngiliz yayıncılık kurumu BBC'nin(British Broadcasting Corporation) kamu hizmeti yayıncılık modeli, savaşın bitiminden sonra Avrupa'daki devletlerin büyük bir çoğunluğu tarafından yeniden düzenlenen yayıncılık sistemlerine esin kaynağı olmuştur. Savaştan sonraki yıllarda Avrupa'da yayıncılık sistemlerinin özel girişimcilerden arındırılması çalışmaları başlamıştır.

Aralarında bazı farklılıklar bulunmasına karşılık hemen hemen bütün Avrupa ülkeleri kamu hizmeti yayıncılık modelinin hükümlülük ve görevlerini BBC'yi örnek alarak yeni kurdukları sistemlere ait yasal düzenlemelerde açıkça belirtmişlerdir(Çaplı,1995:34).

1970'li yıllarda birlikte yerleşmiş olan kitle iletişim sistemini zorlayan teknolojik gelişmeler ve yenilikler birbiri ardına ortaya çıkmaya başlamıştır. 80'li yıllarda bu gelişmeler hızla devam etmiş ve birçok ülkede uygulanan kamu hizmeti yayıncılığı uygulanabilirliğini gittikçe kaybetmiş, kitle iletişim sistemi köklü bir değişimle karşı karşıya kalmıştır(Alemdar,Kaya,1993:10)

II.B.2. Ticari (Tecimsel) Yayıncılık Modeli

1990'lı yıllarda tüm dünyada iletişim ortamı köklü bir değişiklik sürecine girmiştir. Değişen ortam Avrupa ülkelerindeki yayıncılık sistemini tamamen etkilemiştir. Bu değişim rüzgarı Amerika'daki büyük ticari kuruluşların, devletin yayın tekeline karşı oluşturdıkları, kuralları kaldırma politikasını yayıncılık sektöründe etkin hale getirmeleriyle başlamıştır. Burada amaç kuralsız yayıncılık değil, serbest piyasa koşullarında rekabetin yaşandığı ve daha kaliteli bir yayıncılık için izleyici odaklı bir sistemin oturtulması anlayışıydı. Ancak baskın amaç aykta kalamk için daha fazla kar elde etmek olduğundan bu durum kamu hizmeti yayıncılarının da köklü bir değişime zorlamaktaydı.

Bu dönemin en göze çarpan değişikliği daha önce radyo televizyon yayınlarının devlet tekelinde yürütüldüğü pek çok ülkede bu duruma son verilmiştir. Yayıncılık ticari kuruluşların kontrolü altına girmiştir. Bunun gerçekleşmesideki en önemli etken iletişim teknolojileri alanında yeni bir sıçramanın yaşanması olmuştur(Alemdar,Kaya,1999:10).

1980'li yıllarda ABD'de başlayan deregölasyon(kuralların kaldırılması) hareketleri artık Avrupa'yi ve tüm dünyayı etkisi altına almıştır(Çaplı,1995:10).

Bu yeni dönemde, o güne kadar yaygın bir biçimde benimsenen kamu hizmeti yayıncılık anlayışı sorgulanmaya ve eleştirilmeye başlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemlerde en parlak zamanlarını yaşayan kamu hizmeti yayıncısı kurumlar dört ana başlık altında toplanan sorunlardan dolayı durumları tartışılır hale gelmiştir. Bunlar sosyal, teknolojik, siyasi ve mali konularda ortaya çıkan sorunlardır. Sonuç olarak yeri sarsılmaz gibi görünen kamu hizmeti yayıncısı kurumlar ve bu kurumları oluşturan temel ilkeler derinden etkilenmeye başlamış ve böylece bir kriz ortamı doğmuştur. Kriz durumunu oluşturan sebepleri sıralayacak olursak birincisi yayın kurumlarının yaşadığı finansal sıkıntılar, ikinci neden kamu yayın kurumları ile hükümetler arasında çıkan yayınlarda tarafsızlık ve özerklik konularıyla ilgili anlaşmazlıklar, üçüncü neden iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin, kamu hizmeti yayıncılarının kısıtlı frekanslardan yaptıkları yayınların, toplumun her kesimine yönelik ihtiyaçları karşılamaması ve yeni teknolojinin izleyici isteğine göre yayın yapabilme imkanı sunması, kamu hizmeti yayıncılarının yeterliliğini tartışılır duruma getirmiştir, son olarak kablolu televizyon ve uydu yayıncılığının başlanması, izleyici alışkanlıklarının değişmesi, özel yayıncıların izleyicilere yeni seçenekler sunması olarak sıralanabilir(Çaplı,1995:35-40).

Bütün bu gelişmeler sonucunda batı Avrupa'da uzun bir süre yayıncılık alanında kamu tekeli'nin yararına inanıldıktan sonra yavaş yavaş yarışmacı, rekabetçi, yerinden yönetime dayalı ve bireysel girişime daha fazla olanak tanıyan yeni bir modele doğru yönelme eğilimleri ortaya çıkmıştır. Bunun doğal sonucu olarak pek çok ülkede kamu yayın tekelleri kaldırılarak, yayıncılık özel girişimlere açılmış ve dünyada ticari yayıncılık modeli yaygın bir yayıncılık anlayışı olarak kabul görmüştür(Çaplı,1995:41).

Ticari yayıncılığın temel ilkesi kar elde etmektir. Bu yüzden izleyici sayısının azlığı çokluğu ticari yayın kuruluşları için önemli bir kaygıdır. Bu amaçla ilgi çekici program yayınlama arayışı içindedirler. Reklam en büyük gelir kaynağıdır. Bütün bu özelliklerine rağmen gelişmiş batılı ülkelerde bu tür yayıncılık kuralızsızlık anlamına hiçbir zaman gelmez. Bunun en iyi örneğini

ASTS(Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi) oluşturur. Burada önemle vurgulanan bir kamu otoritesinin ticari anlayışla yapacağı yayını kamusal yayınlara karıştırmamak gerektiğidir. Ticari yayıncılık modelinde önemli olan yayının amacıdır. Amaç ticaret ise, kar elde etmek ise yayıncı ister kamu ister özel teşebbüs olsun yapılan yayıncılık ticari sisteme göre yapılmaktadır(Alemdar,Kaya,1993:63).

II.B.3. Yayıncılık Modellerine Yeni Bir Bakış: Yeni Bir Model Önerisi

James Curran, “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme” isimli makalesinde, ticari yayıncılık ve kamu hizmeti yayıncılığı sistemlerinin işlevliliğini eleştirmekte ve bunların yerine daha kapsamlı ancak benzer tabanlı iki yeni model önerisine dikkat çekmektedir.

Curran, kurallardan arındırılmış ticari sistem için genele seslenen kanallarda temsil edilen görüşlerin ve toplumsal çıkarların alanının daraltıldığını, kamusal olaylarla ilgili programlara daha az yer vererek toplumsal hedefin, izleyici sayısını arttırmaya yönelik olacağını belirterek bir anlamda bunun topluma zarar verebileceğini ifade etmektedir.

Diğer taraftan kamu yayıncılığı kavramının da gerçeğe pek uymadığını söylemekle birlikte bunun sebebinin ise hükümetlerin kamu hizmeti yayın kurumlarının bağımsızlığını zayıflatması ve bu kanallarda gerçekleştirilen kamusal tartışmaları sınırlandırması olduğu belirtilmektedir. Curran mevcut yayıncılık modellerinin sorunlarını ortadan kaldıran iki model geliştirildiğini öne sürmektedir.

Birincisi değişik temsilci grupların yayıncılığın yönetim yapısı içerisinde bir araya geldikleri korporatist modeldir. Diğer de tarafsız “devlet memurları” çalıştıran depolitize bir sistem olarak kurulan tarafsız kamu hizmeti modelidir. Yazar her iki modelinde tutarlı olduğunu belirtmektedir(Curran,çev:S.İrvan,1997:182).

Bu modeller işleyen bir model olarak her hangi bir ülkede olmasa dahi, özelliklerinin değişik Avrupa ülkelerindeki yayıncılık uygulamalarından alındığı görülmektedir. Örneğin Alman yayın sistemi korporatist modelin uygulandığı bir yayıncılık sistemine sahiptir. Almanya'da resmi denetimin önlenmesi amacıyla, başarıyla bu model yürütülmektedir. Burada hükümet ancak güçlü siyasal müttefiklerle birlikte parlamentoda girişeceği uzun süreli mücadeleler sonucu yayıncılar üzerinde etkili olabilmektedir.

İngiliz sistemide kendisiyle özdeşleşen kamu hizmeti modelini, hükümetle eleştirel bir ilişki içerisinde sürdürmeyi başarmıştır(Curran,çev: S.İrvan,1997:180).

Curran'ın önerisi yeni bir yayıncılık modeli olarak kamu hizmeti televizyonudur. Bu model farklı bir çoğulcu yayın yapılanması içerisinde ideal bir model olarak öne sürülmektedir.

Model farklı ilkeler çerçevesinde örgütlenmiş medya kurumlarıyla kuşatılan bir çekirdek sektöre sahiptir. Çekirdek sektördeki genele seslenen televizyon kanalları tüm izleyici kitlesine ulaşır ve toplumun genelini ilgilendiren tartışmalarda ortak bir forum görevi görür.

Bu sektör farklı toplumsal sınıflara ve gruplara, toplumun geleceği hakkındaki aynı kamusal diyalogun parçası olma fırsatını verir. Böylece katılımcıların birbirleriyle etkileşebilecekleri ve karşılıklı bir tartışmaya girebilecekleri bir alan oluşturur.

Çekirdek medyanın çevresindeki diğer sektörler daha farklılaşmış izleyicilere ulaşan medyadan oluşmaktadır. Rekabet eden görüşler arasında etkin bir çoğulculuk üretecek biçimde düzenlenmiştir. Sektörlerden birisi özel girişim kurumlarından oluşmaktadır, diğer sektör en üst düzeyde mesleki ve yaratıcı özgürlüğü sağlayan profesyonel sektördür. Bir diğeri ise örgütlenmiş çıkar gruplarıyla bağlantılı bir medya olan kamusal sektördür. Dördüncü yardımcı sektör ise değişikliğe uğramış bir pazar sisteminde yeniliği besleyen toplumsal pazar sektörüdür.

Bu yayıncılık modelindeki çeşitlilik çekirdek sistem olan kamu hizmeti televizyonculuğunu beslemek ve güçlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Kamu hizmeti televizyonu, televizyonlara geniş toplumsal erişimi sağlamak ve izleyicilerin farklı görüşleri ve bakış açılarını öğrenebilmeleri için en iyi projeleri öneren bir sistem oluşturma anlamını taşır. Ayrıca televizyon kanallarının haberlere ve güncel olaylarla ilgili programlara öncelik verecekleri ve kültürel açıdan daha geniş toplumsal hedefleri gerçekleştirebilecekleri bir çerçeve oluşturur. Bu çekirdek sistemdir. Çekirdek sistemi destekleyen diğer medya sektörlerinin içeriklerindeki çeşitlilik, çoğulculuğu gerçekleştiren bir denge ve denetim sistemini yerleştirir. Bunun yanı sıra bu sistem sivil toplumun demokratik kurumlarının güçlenmesini sağlar(Curran,çev: S.İrvan,1997:181).

Curran, incelediğimiz makalesinde, şuan dünyada kabul görmüş iki yayıncılık modeli olan ticari yayıncılık ve kamusal yayıncılık modellerinin uygulamadaki eksikliklerini ve toplumsal faydaya yönelik işlevselliklerini kaybetmeye başladıklarını ileri sürerek yeni bir yayıncılık modeli önermektedir. Ancak bu modelin uygulanacak ulusun yayıncılık kültürüne göre değişiklik gösterebileceğininide ifade etmektedir. Yazar bu sistemin demokratik bir medya sistemi için bir reçete olduğunu ileri sürerek, medya sisteminin insanları güçlendirmesi ve kendi çıkarlarının nerede yattığını bulmalarını olanaklı kılması gerektiğini söylemektedir.

Yazar, demokratik medya sisteminin, hükümetin ve iktidar odaklarının denetim altında tutulabilmesini sağlaması, zayıfların ve örgütlenmemiş gurupların korunması için bir kaynak görevi görmesi gerektiğini ifade etmekte ve sistemin tahakküme dayalı yapay uygulamalardan çok farklılıkları kabul eden açık tartışmalara dayalı, gerçek toplumsal anlaşma ve uzlaşmalar için gerekli koşulları yaratması gerektiğinden bahsetmektedir(Curran,çev:S.İrvan,1997:190).

Curran'ın yeni yayıncılık modeli önerisini, tez çalışmamızda öne sürdüğümüz Polis Televizyonu modeline uyarladığımız taktirde, Polis

Televizyonu'nun Türkiye'deki yayıncılık kültürü içerisinde bir çekirdek medya kuruluşu olmaya aday bir işlev göreceğini söyleyebiliriz.

Kamu hizmeti televizyonu, tarafsız, çoğulcu ve geniş erişim olanağı sağlayan bir yapıdadır. Türkiye 'de şu anki mevcut yayıncılık sistemi içerisinde ticari yayın kuruluşlarının sektörde egemen bir konumda olduklarını görmekteyiz. Oysa ki dünyadaki yeni yayıncılık düzeni kamu yararı lehine bir dönüşüm göstermektedir. Polis Televizyonu'nun, Türkiye de bu dönüşümü hızlandıran bir kamu hizmeti televizyonu olabileceğini düşünmekteyiz. İnsanlar, kafa karıştıran ve izleyiciyi sömüren, aynı medya içerikeriyle aynı kısır döngüye mahkum edip dünya gerçeklerinden uzaklaştıran bir yayıncılık anlayışının değil, bireyin çevresini algılamasına ve anlamlandırmasına, fikirlerini serbest ama doğru bir biçimde yönlendirmesine destek olacak bir yayıncılık anlayışının beklentisi içindedirler. En azından televizyon yayıncılığının Türkiye örneğinde Polis Televizyonu, EGM bünyesinde oluşturularak, kamunun yararına ve kamu hizmeti odaklı yayınlarıyla, Curran'ın da ifade ettiği gibi demokratik sistemin insanlarını daha güçlü hale getirebilecektir.

II.C. TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Türkiye'nin televizyonla tanışması, dünyadaki televizyon deneyimlerinin yaklaşık 30 yıl sonrasında gerçekleşmiştir.

Türkiye'de ilk televizyon yayını 9 Temmuz 1952 ' de İstanbul Teknik Üniversitesi stüdyolarında yapıldı. Haftanın belirli günlerinde yalnızca İstanbul' da yapılan bu yayınlar eğitim amaçlı bir içerik taşımaktaydı. Bu yayınların kurucusu İ.T.Ü. Elektrik Fakültesi Dekanı Prof. Mustafa Santur olmuştur. Dünyadaki ilk televizyon yayıncılığı tarihi 1936 olarak kabul edilirse, 1952 de ilk deneme yayını gerçekleştirilen İTÜ TV, 16 sene gibi çok da uzun olmayan bir sürede, bu teknolojiye sahip olmuştur. Türkiye'nin bu

konuda laboratuvar niteliğinde de olsa televizyon yayını başlatmış olması Türk iletişim tarihinde önemli bir olay olarak kabul edilmelidir.

Türkiye de ulusal düzeyde ilk televizyon yayını, bir devlet kurumu olan ve 1963 yılında çıkarılan bir kanunla, 1965 yılında kurulmuş olan TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) tarafından yapılmıştır. Bu kanun 359 sayılı Radyo ve Televizyon Kanunudur. TRT'nin kurulmasını ön gören bu yasadaki yayınlarla ilgili olarak belirtilen amaç, işlev ve politikalar ile ilgili tüm düzenlemeler herhangi bir ayırım gözetilmeksizin hem radyo hem de televizyon için geçerli olan hususlardı (Aziz, 1999:15,16).

Bu kanun ise 1961 anayasasının 121.maddesine dayandırılmaktaydı. Maddenin birinci fıkrası ise TRT'ye özerk bir statü kazandırmakta ve bu da bağımsız ve dış baskılardan uzak bir yayıncılık anlamına gelmekte ve TRT yi güçlü bir kurum haline getirmekte idi.

TRT' nin ilk televizyon yayını siyah beyaz olarak 30 Ocak 1968 tarihinde saat 19:30 da Ankara ve civarına yapıldı. 1968 den 1990' a kadar devlet tekeliindeki yayıncılık, tek kanal olarak yapıldı ve Türk insanın sosyalleşme sürecine önemli katkılar sağladı. Özellikle izleyici ve dinleyicinin bilinçlenmesini sağlayan, ülkenin ekonomik, toplumsal sorunlarının çözümlerine yönelik gerçekçi programlar yapan TRT, siyasette pek çok noktada karşı karşıya gelmiş ve bununda bedelini yapılan hukuki ve idari düzenlemelerle ödemiştir (Coşkunserçe, 2003:50).

TRT' nin bugünkü yapısı 1982 anayasasının 133.maddesine dayandırılmaktadır. Bu maddeye göre TRT "özerk ve tarafsız" bir kamu tüzel kişiliğidir (Serim, 2007:46), Kurum 1938 tarihli 2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon kanunu ile yönetilmektedir. 1994 'te çıkarılan 3984 sayılı RTKYHK bazı maddelerinde TRT ile ilgili maddeler olmasına karşılık teşkilat yapısı ve yayın içeriği konusunda 2954 sayılı kanun halen geçerlidir.

1990 yılından itibaren magicbox tv ile özel televizyonculuk Türk yayın hayatında başlamıştır. Devam eden süre içerisinde pek çok ticari kuruluş yeni

tv kanalları ile medya dünyasına katılmıştır. Artık Türk insanı seçimin, pek çok izleyebileceği bir televizyon yayıncılığı ortamında özgürce yapabiliyordu.

Artık küreselleşen dünyada televizyon yayıncılığı büyük medya imparatorluklarının sahipliğinde devam etmekte ve ülkemizde de bunun örnekleri görülmektedir. Daha modern ve daha spesifik kanunlarla düzenlenen yayıncılık özerk kurumlarca denetlenmekte ve yönlendirilmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, dünyanın modern ülkelerinde de karlılığı bulunan televizyon yayınlarını denetleme ve yönlendirme amaçlı kurulan önemli bir kamu kuruluşudur.

Ülkemizde televizyon yayıncılığı günümüzde de uydu teknolojilerinin ve yerel televizyonların da kurulması ile her geçen gün gelişmekte ve hayatımızda gittikçe daha fazla yer kaplamaktadır.

II.D. TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI MODELLERİ

Türkiye’de, dünyadaki gelişmelere paralel olarak sırasıyla önce kamu hizmeti yayıncılığının ve günümüzde hakim model olarak yayıncılıkta lider konumda olan ticari yayın kuruluşlarının egemenliğinde yapılan tecimsel yayıncılık modellerinin etkisinde kalınarak bir yayıncılık kültürü oluşturulmuştur. Kamu yayıncısı olarak TRT kurumu, büyük sermayeli ticari yayın kuruluşlarına ve Türkiye’de faaliyet gösteren dev medya tekellerine karşı kamu hizmeti yayıncılığını ayakta tutmak için mücadele vermektedir. Yayıncılığı denetleyici ve düzenleyici bir kamu kurumu olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu(RTÜK) Türkiye’deki tüm yayıncı kurum ve kuruluşlar için kamu hizmeti yayıncılığını bir model olarak ortaya koymuştur. Bu model ilgili yasalar tarafından da tanımlanarak, uygulanması zorunlu hale getirilmiştir.

Literatürdeki tanımları incelediğimizde Türkiye’de yayıncılık modeli olarak benimsenen, kamu yayıncılığı anlayışının farklı tanımlarının yapıldığını görmekteyiz.

Prof. Dr. Bülent Çaplı'ya göre kamu yayıncılığı devletin tekelinde olan yayıncılıktır. Ayrıca Çaplı kamu yayıncılığı ile kamu hizmeti yayıncılığının farklı kavramlar olduğuna dikkat çekerek, TRT'nin kaynak konusunda devlete bağlı olması sebebiyle kamu yayıncısı olduğunu belirtmektedir. İngiliz BBC televizyonunun ise kamu hizmeti yayıncılığına örnek gösterilebileceğini ifade

etmektedir(<http://ilef.ankara.edu.tr/gorunum/yazi.phb?yad=2886>).

Doç.Dr. Ümit Atabek "Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılık Sektörünün Düzenlenmesi" isimli makalesinde, kamu yayıncılığının toplumdaki sosyo-ekonomik gelişmelere ve değişimlere paralel olarak kamunun yararına yapılan yayın olduğunu ifade ederken bu kavramın Türkiye örneğinde bir farklılık oluştuğunu belirtmektedir. TRT, kuruluşundan günümüze kadarki tarihsel süreç içerisinde, siyasal iktidarların kontrolü ve etkisi altında özerklik kavramının zıttı görünümünde bir yapıya bürünmüştür. Atabek' e göre özerklikten uzaklaştıkça "kamu" yayıncılığının giderek "devlet" yayıncılığına dönüşmesi söz konusudur.

Kamu yayıncılığı kavramı ile ilgili olarak sahip olunan genel kanı, "yayıncılığın devlet eliyle yapılması" şeklindedir. Bu kavrama yakın bir kavram olarak kullanılan kamu hizmeti yayıncılığı kavramı ise yayıncılık yapan bütün kurum ve kuruluşların benimsemesi ve uygulaması gereken bir takım etik, sosyal, toplumsal ve kültürel değerlerin gözetilmesi, yerine göre uygulanması zaruri nitelikte olan ilkeler ve kurallar çerçevesinde sorumlu yayıncılık anlayışı şeklinde tanımlanabilir.

Türkiye'de 20–21 Şubat 2003 tarihinde düzenlenen iletişim şurasında bu konuya şu şekilde değinilmiştir; "Kamu yayıncılığı konusunda çok sayıda tanım bulunmakla birlikte kamu malı olan frekansları ve kanalları kullandıkları için tüm radyo ve televizyon kuruluşlarının kamusal hizmet niteliği taşıdığı veya taşıması gerektiği" vurgulanmıştır. TRT'nin diğer yayın kuruluşlarından

farklı olarak frekanslar dışında, kamusal kaynakları kullanan, anayasal bir kamu kuruluşu olarak toplumun bütününe yönelik sorumluluk ve yükümlülükleri olduğu ifade edilmiştir(Medya ve Polis Paneli, 2003:21)

FIJ (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu) Ocak 2005 deki birleşiminde Avrupalı siyasetçi, kamu yetkilileri ve sivil toplum temsilcilerine çağrı yaparak Avrupa’da kamu yayıncılığının korunması için bir manifesto oluşturulmasını istemiştir.

Manifestoya göre;

- a) Herkesin değişik, yüksek kalitede haber içeren, tarafsız, siyasi veya ticari baskıdan uzak şekilde hazırlanmış program izleme hakkı bulunmaktadır.
- b) Çoğulcu, kaliteli, toplumun her bir kesimini temsil eden görüşleri isleyen habere ihtiyaç vardır.
- c) Kamu alanında sahipliğin tevsik edilmesi şeffaf ve sorumlu şekilde idare edilmesi gereği ve ticari ve siyasi denetimden uzak bir özgürlüğü garanti eden yayıncılık anlayışı benimsenmelidir.
- d) Siyasi manipulasyondan etkilenmeyen bağımsız bir finansman sağlamanın gereğine işaret edilmiştir
(<http://www.bianet.org/bianet/kategori/medya/57095/fij-kamu-yayinciligi-tum-dunyada-korunmali>).

Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı 1993 yılının ikinci yarısında, Avrupa Yayın Birliğinin (AYB-EBU European Broadcasting Union) Brüksel’de yaptığı toplantıda Avrupa’da bir yayıncılık turu olarak yerleşti. Kamu hizmeti yayıncılığında, yayıncının hiçbir ayırım gözetmeden toplumun tüm katmanlarının gereksinimini karşılaması gerekiyor. EBU kamu hizmeti yayıncısını “özerk bünyesiyle, yasal resmi düzenlemelerle devlet tarafından tanımlanmış, genel ya da özel meşru yapılar” olarak tanımlamaktadır.

Türkiye’de yayıncılığı düzenleyen 3984 sayılı yasada “yayıncılık bir kamu hizmetidir” hükmü yer almaktadır, yayıncılığı gerçekleştiren ister devlet kurumu ister özel(ticari) bir kuruluş olsun verilen hizmetin bir kamu hizmeti olduğu unutulmamalıdır.

Buradan anlaşılması gereken kamuya hizmet ettiğinin farkında olan bir yayıncılık anlayışının oluşturulması gerektirir.

Kamu hizmeti yayıncılığının temel ilkeleri;

1. Demokratik hukuk devleti ilkeleri doğrultusunda tarafsız ve siyasetler üstü bir yayıncılık yapmak
2. Halkın eğitim, kültür, spor, sanat ile ilgili bilgilendirme ve haber gereksinimlerini karşılamak
3. Ulusal birliği ve bütünlüğü koruyup geliştirmek
4. Temel hak ve özgürlüklerden yurttaşların yararlanabilmeleri için halkın bilinçlendirilmesini sağlamak
5. Laik bir devlet düzenini savunmak
6. Sosyal devlet anlayışını benimsemek
7. Kamu hizmeti yayıncısına devletin mali olanaklar tanınması

Avrupa Birliğine üyelik yolunda her alanda hızlı bir gelişim ve değişimin yaşandığı Türkiye’de özellikle iletişim, daha özelde yayıncılık alanında reforma gidilmesiyle, toplumsal açıdan pek çok kazanım elde edileceğini öne sürebiliriz.

Kamu hizmeti yayıncılığı artık tüm dünyada insanların ihtiyaç duyduğu, toplumsal gelişimin, kolektif bilincin oluşturulması için gereksinim duyulan bir kavram haline gelmiştir. Dolayısıyla Türkiye’nin de bu anlayış doğrultusunda

gerekli hukuki ve siyasi düzenlemeler yapması, pek çok olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla yayıncılığın nasıl yapılması gerektiği 3984 sayılı radyo ve televizyon kanunun ikinci bölümünün dördüncü maddesinde şöyle ifade edilmiştir;

1. Toplumun milli ve manevi değerlerine saygılı olunmalı
2. Yayıncılık, genel ahlak, toplum huzuru ve aile yapısına uygun olarak yapılmalı
3. İfade özgürlüğüne, iletişim ve yayında çoğulculuk esasına yer verilmeli
4. İnsanların ırk, cinsiyet, sosyal sınıf veya dini inançları dolayısıyla hiçbir şekilde kınanmaması ilkesine göre yayın yapılmalı
5. Toplumu şiddet, terör ve etnik ayrımcılığa sevk eden ve toplumda nefret duyguları oluşturacak yayınlara yer verilmemeli
6. Yayınlarda adalet ve tarafsızlığa, yasalara saygılı olma esasına özen gösterilmeli
7. Kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliği taşıyan yayınlara yer verilmemeli
8. Özel amaç ve çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açıcı yayın yapılmamalı
9. Haber ve olayların çabuk ve doğru bir şekilde sunulması
10. Çocukların ve gençlerin fiziksel, zihinsel, ruhsal ve ahlaki gelişimini olumsuz yönde etkileyebilecek yayın yapılmaması
11. Aksi yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimsenin suçlu olarak ilan edilemeyeceği ilkesine bağlı olunmalı
12. Kişi ya da kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olunması
13. Haberlere, spor programlarına ve reklamlara ayrılmış zamanlar hariç olmak üzere yayıncıların, yayın zamanlarının en az yarısının yerli

yapımlara ayrılmasını sağlamak, bu oranı seyircilerin taleplerini göz önüne alarak ve yayıncının haber verme, eğitim, kültür konularında ve eğlendirme sorumluluklarını dikkate alarak, yayın türleri ve sureleriyle asgari niteliklerini de öngörmek suretiyle aşamalı bir biçimde gerçekleştirmeleri

14. Demokratik kurallar çerçevesinde kamunun siyaset, eğitim ve kültürel alanlardaki beklentilerine cevap verecek şekilde demokratik gruplar ve siyasi partiler arasında fırsat eşitliğinin sağlanması esasına uygun olmak suretiyle yapılır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

III. POLİS TELEVİZYONU İÇİN BİR MODEL ÖNERİSİ

III.A. EGM'DE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASI OLARAK POLİS TELEVİZYONU

III.A.1. Polis Televizyonun Kuruluş Gerekçesi

Kazancı'nın dediği gibi artık çağdaş dünya düzeninin korunması ve yaşatılması için yönetilen üzerindeki baskı ve zorlama dönemi sona ermiştir. Devlet ile vatandaş ilişkisi belirli evrensel hukuk kuralları çerçevesinde yürütülmektedir. Devlet vatandaşla ilişkisini çağın yeniliklerine göre geliştirmek durumundadır. Bunu yaparken de ideolojik araçları kullanır. İdeolojik araçlar dediğimiz otorite ve yaptırım sistemlerini kullanan en önemli güç devlettir.

Kazancı'ya göre ideolojik araçlar şunlardır;

- a) Aile sistemi
- b) İlk ve orta öğretim kurumları
- c) Hukuk sistemi
- d) Siyasal sistem
- e) Sendikalar
- f) Kültürel sistemler
- g) Din araçları
- h) Kitle iletişim araçları

Kitle iletişim araçları bu ideolojik araçların en önemlilerindendir. Kitle iletişim araçları halkla ilişkilerde olduğu gibi ideoloji veya belli bir inanç, düşünce aşılamanın önemli bir aracı olarak devletler tarafından yaygın bir biçimde kullanılmaktadır(Kazancı, 1997:24-25).

Modern yaşamın bir parçası haline gelen kitle iletişim sistemleri insanların, haklarını bilmelerini ve bu hakları etkili bir biçimde kullanmalarını olanaklı kılacak enformasyon, öğüt ve analize erişmelerini sağlamaktadır(Golding, Murdock,çev.S.İrvan,1997:60).

Halkla ilişkiler topluma belli bir yaşam biçimini benimsetme amacıyla uygulanmaktadır. Aslında kitle iletişim araçları halkla ilişkilerin en etkin aracı konumundadır.

EGM tarafından verilen güvenlik hizmeti toplumla pek çok alanda karşılıklı iletişim ve etkileşimi gerekli kılmaktadır. Hatta araştırmamızda ifade ettiğimiz polisin profesyonel yurttaş konumunda olması durumu, polisin örnek bir vatandaş olarak bir rol model alınması fikri onun toplumla ne kadar iç içe olması gerektiğinin bir göstergesidir.

Toplumla bir fikir bir anlayış birliği içinde olmayı sağlamanın en iyi yolu güçlü bir halkla ilişkiler çalışması uygulamaktan geçer. EGM halkla ilişkilerin gücünün farkına çok önceden varmış ve bu alanda Türkiye’de ki diğer kamu kurumlarına örnek olacak nitelikte çalışmalar yaptığını görüyoruz. Bunun en önemli örneği 1952 yılında kurulan ve halen ülke çapında yaygın olarak beğeniyle dinlenen Polis Radyosudur.

Polis Radyosu emniyet hizmetleri ile ilgili vatandaşların bilgilendirilmesinde, kurumun tanıtılmasında, halkla ilişkilerin güçlendirilmesinde çok büyük pay sahibi olmuştur.

Bugün EGM’nin mensuplarının ülke çapındaki imajına baktığımız takdirde bu meslek grubuna karşı, ön yargılı düşüncelerin ve olumsuz izlenimlerin olduğunu görüyoruz. Bu konuyla ilgili yapılan pek çok araştırmanın sonuçları bizi bu sonuca ulaştırmaktadır. Bu durumun oluşmasındaki önemli sebeplerden birisi kurumun yaygın ve sistemli uzman

kişiler eliyle yürütülen bir halkla ilişkiler stratejisinin olmamasıdır diyebiliriz. Bunun yanı sıra medya içeriklerinin ve bunları sunuş biçiminin etkisi de yadsınamaz bir boyuttadır. Medya modern ve demokratik bir devlet yapısının egemen olduğu bir toplumda halk adına sivil denetim gerçekleştirir ve dördüncü güç konumundadır. Bu yönüyle medya kamuoyunu oluşturma ve yönlendirme anlamında çok önemli bir role sahiptir. Görsel gücü sayesinde en etkili medya aracının televizyon olduğunu söyleyebiliriz. Televizyonun, doğru ve amacına uygun kullanıldığı takdirde toplumun bilgilendirilmesine, bilinçlendirilmesine ve sosyalleşmesine sağlayacağı katkılardan çalışmamızın giriş bölümü içerisinde söz etmiştik. Bu doğrultuda şunu söyleyebiliriz; televizyon bir toplumda kullanılabilecek olan etkili bir halkla ilişkiler aracıdır. Televizyonun içeriği yayıncıyla hedef kitleler arasındaki ilişkinin biçimini belirler. Bir kamu kurumu olarak EGM'nin etkin bir halkla ilişkiler aracı olarak televizyonu kullanması, önemli bir ihtiyacı karşılayacaktır.

EGM bünyesinde kurulmasını önerdiğimiz polis televizyonu öncelikle halkla ilişkilerin etkinliği ve başarısı üzerine verilen hizmetteki başarının artmasına sebep olacağından kurum açısından mutlak bir ihtiyacı karşılayacaktır. Modern devletin vatandaşı, en önemli ihtiyaçlarından birisi olan güvenlik ihtiyacını karşılayan bir kamu kurumunu, en yakından birinci ağızdan ve daha doğru bilgilerle donatılmış mesajlar olarak tanıyabilecektir. Bütün kamu kurumlarının halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaçları vardır. Bir kamu kurumu olarak EGM'nin verilen hizmetin özelliği gereği halkla ilişkilere daha fazla ihtiyacı vardır. Çünkü kurumla, emniyet hizmetlerine ilişkin bir durumda ilişki kuracak olan vatandaş genellikle mağdur, zor bir durumla karşılaşmış, bir hak veya hukuku kullanma durumuna gelmiş olduğundan kurumun vatandaşla olan ilişki biçimi son derece önem taşımaktadır. Bu ilişkiyi, düzenleyici ve geliştirici bir halkla ilişkiler çalışması olarak hayata geçirilecek olan Polis Televizyonu ve yayın içerikleriyle polis-halk iletişiminin daha iyi noktaya geleceğini düşünmekteyiz. Halkla ilişkilerini sağlam bir zemine oturtabilen EGM, hizmet götürdüğü kitleyle karşılaştığı her ortamda güven duyulan, vatandaşının yanında olduğunu hissettiren, şeffaf yönetim

anlayışı ve halk tarafından bilinen kural ve uygulamalarıyla devletin saygın bir kurumu olacak bunun yanı sıra kendisini bilen, tanıyan ve yardım eden bir kitle ile bir anlayış birliği içinde kamu hizmetini yürütecektir. Polis Televizyonu sayesinde kurum hem kendi mensuplarına hem de hizmet götürdüğü halka kendisini iyi bir şekilde tanıtabilecektir. Kamu hizmeti yayıncılığı ilkesini benimsemiş Polis Televizyonu EGM'nin en etkin halkla ilişkiler aracı olarak kamunun menfaatine ve yararına yönelik etkili bir yayıncılık faaliyeti gerçekleştireceği düşünülmektedir.

Polis Televizyonu halk açısından da gereklidir. Çünkü günümüzün modern ve demokratik devletinde vatandaş hak ve özgürlüklerinin kapsam ve sınırları ile ilgili daha çok bilgi sahibi olmak istemektedir. Vatandaşa hizmetle yükümlü kamu kurum ve kuruluşlarının faaliyet biçimleri, halkın bu kurumlardan nasıl yararlanacağı toplumu oluşturan bireyler tarafından bilinmek istenmektedir. Özellikle çağdaş batı devletlerinde, kamusal hizmetler halkın kolay ve zahmetsizce, zaman kaybetmeden ulaşacağı şekilde sunulmaktadır. Bu faaliyetler yapılırken de teknolojinin olanaklarından en üst noktada yararlanılmaktadır. Ülkemizde de son yıllarda kamu hizmetlerinde otomasyon sistemine hızlı bir geçiş söz konusudur. Buna örnek olarak e-devlet uygulamasını verebiliriz. Bu uygulama sayesinde pek çok kamu kurumu hizmetlerini internet aracılığıyla halka ulaştırmakta ve bilgisayar üzerinden bu hizmetleri yürütmektedir.

EGM teknolojik gelişmeleri yakından takip eden bir kurum olduğunu verdiği pek çok hizmeti internet ve web siteleri üzerinden halka ulaştırdığını görmekteyiz. Bu faaliyetlerde halkla ilişkilerin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Polis Televizyonu hayata geçirildiği takdirde vatandaş, kendisine yönelik güvenlik hizmetini, toplum huzur ve asayişini sağlamaya yönelik çalışmaları bir görsel işitsel medya aracı gözüyle izleme olanağına sahip olacaktır.

2003 yılında RTÜK ve EGM tarafından düzenlenen “medya ve polis” panelinde(Bknz:Ek-2) Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinden bir grup araştırmacının EGM ile ilgili yaptığı araştırmanın sonucunda elde edilen

bulgular iddialarımızı destekler niteliktedir. Yapılan araştırma deneysel bir çalışma olup anket tekniğinden faydalanılmıştır. Yapılan anket çalışmasında örneklem olarak alınan gurubun bireylerini EGM tarafından her Cuma günü saat 10:00'da yapılan basın toplantılarının nasıl algılandığına ilişkin bir soru sorulmuş ve araştırmaya katılanların %80 lik bir bölümü EGM'nün medyaya ve topluma bilgi vermesi gerektiği cevabını vermiştir. (RTÜK-EGM ortak paneli, 2003:57) Buradan anlaşılacağı gibi toplumda EGM hizmetleri ile ilgili bilgi alma yönünde ağır basan bir talep söz konusudur. Bir kamu kurumu topluma bir mesaj veya bir bilgi ulaştırmak istiyorsa şüphesiz bunun en tesirli ve en kestirme yolu kitle iletişim araçlarıdır. EGM polis radyosuyla uzun bir süredir bu hizmeti yerine getirmektedir. Ancak artık daha geniş kitlelere üstelik görselliğin gücünü kullanarak ulaşma ve halkla bir anlayış birliği oluşturacak yeni bir medya organı ile yani Polis Televizyonu ile iletişim dünyasına katılmanın zamanı gelmiştir hatta geç kalındığı bile söylenebilir. Bu çalışmada elimizden geldiğince Polis Televizyonu'nun niçin kurulması gerektiğini ve nasıl kurulacağını ortaya koymaya çalışıyoruz. Ayrıca medya ve polis panelinde açıklanan bir başka araştırmanın dikkat çeken bir sonucu ise bireylerde eğitim seviyesi yükseldikçe EGM'den bilgi almak isteyenlerin arttığı şeklindedir. İlköğretim seviyesindeki insanlarda bilgi isteyen oranı %70 iken orta öğretimde %76 'ya üniversite mezunlarında %81'e, lisans üstü eğitim yapanlarda ise bu oranın %86'ya çıktığını görüyoruz. Ancak burada önemli olan nokta eğitim seviyesi düşük olan insanlarda dahi bilgi almak isteme oranının %70 olması oldukça yüksek bir oran olarak karşımıza çıkmaktadır. (RTÜK-EGM ortak paneli, 2003:57)

Bu sonuçtan da anlaşıldığı gibi EGM daha yaygın ve etkili bir kitle iletişim aracı olarak televizyonu halkın güvenlik hizmetleri ile ilgili bilgi sahibi olma ihtiyacını karşılamak üzere kullanılmalıdır. Bilindiği gibi kamu kurumları veya özel kuruluşların büyük bir çoğunluğunda topluma ulaşma isteği, çalışmalarını topluma anlatabilme ve toplumdan yeteri kadar destek bulabilme amacı vardır. İşte bu amaç için halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanılır. EGM' de halkla bütünleşme amacına ulaşma yolunda bir halkla

ilişkiler uygulaması olarak Polis Televizyonunu hayata geçirmeli ve bir kamu kurumu sıfatıyla devlet vatandaş iletişimini demokratik ve modern bir toplum yaşamı içinde ideal bir noktaya ulaştırmalıdır.

“Medya ve Polis” panelinde Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Nurettin Güz tarafından yapılan sunumda, araştırma ile ilgili ortaya çıkan bir sonuç yaptığımız çalışmayı sağlam zemine oturtan bir niteliktedir. Araştırmada polis radyosuyla ilgili olarak deneklerin %40'ının radyoyu dinlediği bilgisine ulaşıyor ve katılımcılar müzik ağırlıklı yayınlarından dolayı bu radyoyu dinlediklerini ifade ediyorlar. Daha fazla, daha farklı hangi bilgiler verilebilir sorusuna ise müzik yayınının yanında güncel bilgilerin verilmesinin istendiği yönünde cevaplar alınıyor. Burada asıl önemli olan deneklere polis televizyonu kurulmalı mı şeklinde sorulan bir soruya verilen cevaplardır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Polis Televizyonunun kurulmasının faydalı olacağını ifade etmiştir(RTÜK ve EGM ortak paneli, 2003:58).

III.A.2. Polis Televizyonunun Önemi

Bugün çağın iletişim mucizesi olan televizyonun, 163 yıldır Türk halkına güvenlik hizmeti veren EGM bünyesinde, kamu hizmetine yönelik çok yönlü ve etkili kullanımı ile polis-halk ilişkilerini olduğundan çok daha ileri noktalara taşıyacağını söyleyebiliriz. Kamu yayıncılığı ve ticari yayıncılık şeklinde farklı yönetim biçimlerine ve yayın amaçlarına sahip olan yayıncılık kültürü modern ve demokratik toplumların önemli bir sorunu haline gelmiştir. Televizyonun görsel gücü ve etki alanı baz alındığında toplumsal hayatın önemli yapı taşlarından biri olduğunu söylemek zor olmayacaktır. Bu yönüyle televizyon bir kamuoyu oluşturma ve toplumsallaştırma aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla televizyonda neyin nasıl yayınlandığı önem arz etmektedir. Dünyada bu konuyla ilgili otoritelerce ulaşılan yaygın görüş televizyonun asıl işlevinin haber vermek, bilgilendirmek ve eğlendirmek üzerine yaygınlaşması gerektiğini vurgulama yönündedir. Yani yayıncılık

halkın yararına olmalıdır. Mutlak suretle kamu yararı gözetilmelidir. Televizyonun siyasi, ekonomik ve sosyal alanlarda kamuoyunu oluşturma özelliği vardır. Maalesef günümüzde medya araçları arasında televizyon böyle bir güce sahip olmak pahasına kamu yararını göz ardı edebilmektedir. Genelde eğlence ağırlıklı çabuk ve kolay tüketilen yayın içerikleri üretilmektedir. Bunun sonucunda ise televizyon kapitalizmin bir numaralı reklâm iletme aracı haline gelmekte dev medya imparatorlukları haline gelen televizyon yayın tekellerine karşı devletin aldığı önlemler yetersiz kalmaktadır. Ancak mevcut bu durumdan duyulan toplumsal endişe ve rahatsızlık bir takım önlemlerin alınmasına yol açmıştır. Kamu yayın kuruluşlarının ve bazı duyarlı özel yayın kuruluşlarının aldıkları kararlar, uyguladıkları tedbirlerle olumlu bir takım dönüşümlerin yaşandığını ve yaşanacağını söyleyebiliriz. Örnek olarak Avrupa'da yapılan en son düzenlemeler sonucu yürürlüğe konan ASTS'ye göre (Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi) kamu hizmeti yayıncılığı yayın kuruluşlarının ana ilkesi durumuna getirilmiştir.

Bütün bu tespitler doğrultusunda kamu hizmeti yayıncılığının mutlak ilke haline geldiği günümüz çağdaş, çoğulcu ve demokratik iletişim düzeni içinde Türkiye hem kamu kurumları hem de özel kuruluşlara yönelik teorik ve pratikte uygulanacak yeniliklere ve düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır.

Devletin temel organlarını tanımlayan ve bunların işleyişini düzenleyen anayasamızın değiştirilmesinin gündemde olduğu şu dönemde pek çok kamu kurum ve kuruluşu da birçok yenilik ve değişime gebedir.

EGM bireyin canını, malını, ırzını koruyan toplumun huzur ve güvenliğini sağlayan bir kurum olarak tanımlanmaktadır. Böylesine önemli bir görevi yerine getirmekle yükümlü bir kurum pek tabi dünyadaki teknolojik ve sosyolojik değişimlere paralel olarak kendisini değiştirmeli ve geliştirmelidir. Sıkça duyduğumuz bir kavramda bilgi toplumu kavramıdır. Yani toplumun bilgi ile donatılmış, bilgiye erişim araçlarının yaygın ve kolay elde edilebilir olması yönüyle bilgili bir toplumun var olduğu anlamına gelen yeni bir kavramla karşı karşıyayız. Küreselleşen dünya bilgi toplumunun eseridir.

Ortak kültür, ortak Pazar, ortak dil, ortak bilginin kullanıldığı bir dünyada yaşıyoruz. Dünyanın en zengin insanı olarak bildiğimiz Bill Gates bilgi teknolojileri üreterek ve bunları satarak bu noktaya ulaşmıştır. Bu örnek aslında bilgi toplumu içinde yaşadığımızın en gözle görülür ispatıdır. Artık modern dünyada insanlar olan biteni fazlasıyla bilmektedir, birey hakkını, hukukunu, devletin kendisine karşı ne ölçüde sorumlu olduğunu, nerede durup nerede yürümesi gerektiğini, ne kadar çalışıp ne kadar dinlenmesi gerektiğini, sigaranın sağlığa zararlı olduğunu, bilginin çok değerli olduğunu insanlar bilmektedir. Bu doğrultuda devlette bunların hepsini bilerek kendisini yenilemeli ve daima bireyin ve toplumun bir adım önünde olmalıdır. Kitle iletişim araçları adeta dünyayı küçültüp yanı başımıza kadar getiren bir özelliğe sahiptirler. Bunların en etkililerinden olan televizyonda kontrol altına alınıp amacına uygun kullanıldığında toplum üzerinde ne denli güçlü bir etkiye sahip olacağı tartışmasız ortadadır.

O halde modern ve demokratik Türkiye Cumhuriyetinin köklü kurumlarından olan EGM, halka yönelik hizmetinde azami fayda bekliorsa halkla ilişkiler faaliyetinin önemini kavramalı ve bu alanda etkili bir yöntemi bir an önce hayata geçirmelidir. Yapmış olduğumuz araştırmalara dayanarak, EGM'nin halkla ilişkiler sorununun çözümü ve çevresiyle iletişimindeki başarısı için, etkili bir halkla ilişkiler aracı olarak kamu hizmeti yayıncılığını benimsemiş Polis Televizyonu'nun hayata geçirilmesi gerektiğini öne sürebiliriz.

Yaptığımız bu araştırma halkla ilişkileri; karşılıklı iletişimin hizmet kalitesini arttırması ve karşılıklı samimiyet ile güven ortamının oluşturulması amacına hizmet eden bir bilim dalı olarak kendisine rehber edinmiştir. Ayrıca araştırmamızda kitle iletişim aracı olarak televizyonun gücü ve toplum üzerindeki etkisinin yani sıra halkla ilişkilere yönelik kullanımıyla EGM tarafından hayata geçirilecek olan polis televizyonundan elde edilecek faydalar modern toplumun kendisine hatta onu oluşturan bireylerin her birine bir armağan niteliğinde olacağını düşünmekteyiz.

III.A.3. Polis Televizyonunun Yayın Politikası ve Yayın İlkeleri

Çalışmamızın başlığında da vurguladığımız gibi polis televizyonu, bir kamu kurumu olarak EGM ile halk arasındaki iletişimi düzeltici ve düzenleyici bir amaca hizmet edecek şekilde programlanmış bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak tasarlanmıştır. Polis Televizyonunun yayın politikası bu amaç doğrultusunda belirlenmelidir. Emniyet hizmetleri ülke vatandaşlarının güvenliğini sağlama amacına yönelik bir takım hizmetleri kapsamaktadır. EGM mensubu olarak polis bu hizmetleri yasaların kendisine tanıdığı bir takım hakları devlet adına kullanarak yerine getirmektedir. Yapılan bu görevde kamu menfaati gözetilir, kamu yararı düşünülür adına da kamu hizmeti denir. İşte Polis Televizyonu'nun birincil ve temel yayın politikası da yapılan yayınlarda mutlak suretle kamu yararının gözetileceği, yayınların bir kamu hizmeti niteliği taşıyacağıdır. Polis Televizyonu'nun yayın politikası, polis radyosunun yayın politikalarını da benimseyerek ve radyonun misyonunu daha ileri noktalara taşıyacak şekilde oluşturulmalıdır.

Polis radyosunun yayın ilkelerini tezimizin birinci bölümü içerisinde belirtmiştik. Bunlara ek olarak Polis Televizyonu EGM'nin görsel-işitsel bir medya organı olarak öncelikle halkı güvenlik hizmetleri ve uygulamaları ile ilgili konularda doğru bilgilendirmeyi ilke edinecektir.

Polis Televizyonu yayın politikasını aşağıdaki amaçlar doğrultusunda belirlemelidir;

- a) Profesyonel olarak oluşturulmuş konusunda uzman ekip ve son teknoloji ürünü teknik donanım desteği ile bir haber merkezi oluşturmak, halkı doğru, tarafsız, hızlı bir habercilik anlayışı ile bilgilendirmek.
- b) EGM'nin verdiği güvenlik hizmetini vatandaşlara tanıtmak, insanları, hak ve özgürlükleri konusunda bilgilendirmek ve uyarmak. Türkiye'de ki genel asayiş, trafik, yol, durumlarından sürekli olarak belirli periyotlarda bilgiler aktarmak, vatandaşları suç ve

suçluyla mücadeleye karşı işbirliğine sevk etmek, toplumsal huzurun ve güven ortamının sağlanması için bireylere ve kurumlara kolektif sorumluluk bilincini aşılama.

- c) EGM'nin kurumsal yapısını ve kurum içi ilişkilerini kendi mensuplarına tanıtmak ve öğretmek. Meslek içi yardımlaşma ve dayanışma duygularını geliştirmek, meslektaşlık bilincini hatırlatmak.
- d) EGM'nin insan kaynağını oluşturan ülkemiz vatandaşlarına polislik mesleğinin özelliklerini, mesleğin olanaklarını ve çalışma koşullarını göstermek ve polislik mesleğine karşı sempati uyandırmak.
- e) EGM'nin diğer kamu kurumları ile olan ilişkilerini düzenlemek ve yönlendirmek. Toplumsal ve sosyal sorunların çözümü için, kamu kurumları arasında işbirliğini ve koordinasyonu sağlamak.
- f) Ülkemiz ceza-adalet sistemi içerisinde EGM'nin rolünü ve işlevlerini, yetki ve sorumluluklarını hem vatandaşlara hem de kurumun mensuplarına öğretmek ve hatırlatmak.
- g) EGM ile diğer medya kurum ve kuruluşları arasındaki iletişimi sağlamak, medya organları ile medya dilinde konuşmak.
- h) Dünyadaki diğer polis örgütlerini tanıtmak, bu örgütlerin halkla ilişkilerini, devlet içerisindeki yerini suç ve suçlu ile mücadele yöntemlerini anlatmak.
- i) Televizyonu doğal kullanım amaçlarından birisi olan eğlendirme işlevini yerine getirecek şekilde kullanmak, örnek olarak, izleyiciye yönelik film, dizi film ve müzik yayınları yapmak.
- j) Güncel sorunların ve dünya olaylarının rahatlıkla tartışılabileceği bilim adamlarının, fikir ve kanaat önderlerinin, meslek uzmanlarının, sanatçıların, işçilerin, bürokratların, politikacıların, öğrencilerin kısacası toplumun her kesiminden katılan bireylerin

düşüncelerini özgürce ortaya koyabileceği, taze fikirlerin üretilebileceği, demokratik kamuoyu platformlarının oluşmasını sağlamak.

İfade ettiğimiz on maddede yer alan yayın politikaları aynı zamanda önerdiğimiz Polis Televizyonu modelinin yayın içeriklerini belirleyecektir. Yayın içeriklerine ve program önerilerine değinmeden önce yayınların ana hattını, kapsamını, çerçevesini belirlememizde yarar görünmektedir.

Polis Televizyonunun Yayın İlkeleri;

- a) Polis televizyonu; halkın, haber alma, bilgi sahibi olma, eğlenme ve güvenlik hizmetleriyle ilgili sürekli olarak bilgilendirilme işlevlerini yerine getiren yayınlarıyla, bir halkla ilişkiler aracı olarak tasarlanmış, EGM bünyesinde kamu hizmeti yayıncılığına yönelik yayın gerçekleştiren bir kamu yayın kurumudur.
- b) Anayasanın ve yasaların, Avrupa'da ve uluslararası platformda kabul edilen, global ve evrensel anlamda geçerliliği olan anlaşmaların ve sözleşmelerin, televizyon yayıncılığını ilgilendiren hükümlerine mutlak suretle riayet edilecek ve bağlı kalınacaktır.
- c) Kamu hizmeti yayıncılığı teoride ve pratikte benimsenerek, yayınlarda mutlak suretle kamu yararı gözetilecektir.
- d) EGM kamu yayıncısı sıfatıyla gerçekleştirdiği televizyon yayınlarında, devletin aleyhine olabilecek veya devleti maddi-manevi zarara uğratabilecek herhangi bir yayın içeriğini hiçbir suretle yayınlanmayacaktır.

- e) Hazırlanan televizyon programları için gerekli olan bütçe, sponsorluk ve reklam gelirlerinden karşılanabilecek, bu konu ile ilgili mevcut veya yeni yasal düzenlemelere riayet edilecektir.

III.A.4. Polis Televizyonu Yayınları

Polis Televizyonu'nda nasıl bir yayıncılık yapılacaktır? Ne tür programlara yer verilecek? Hangi hedef kitleye yönelik programlar oluşturulacaktır?

Yukarıdaki soruların cevabı, polis televizyonu için önerdiğimiz model önerisinde, teknik altyapının, yönetimin ve personel yapısının oluşumunu etkileyecek hatta temel belirleyicisi olacaktır.

Bu durumda yaptığımız araştırmalardan elde ettiğimiz bilgiler ışığında, EGM bünyesinde kurulacak olan televizyonun, bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılması için öncelikle halkla ilişkiler arasında kurduğu iletişim köprüsünü, doğruluk, güvenilirlik, doğallık(abartıdan uzak, yalınlık) bilimsellik ve çağdaşlık temelleri üzerine oturtmalıdır.

EGM mensubu olarak polis, halkın içinden gelmekte ve yine halkla iç içe görev yapmaktadır. Televizyon bu birlikteliğin en iyi yansıtıcısı olarak kullanılmalıdır. Televizyon güçlü bir kamuoyu oluşturma aracı olarak, polisin halkla ilişkilerine yönelik kullanılacak ise, yayınların içeriği daha doğru ifade etmek gerekirse yayınların ana teması yukarıda saydığımız prensipler çerçevesinde oluşturulmalıdır.

Bu durumda Polis Televizyonu öncelikli olarak ulaşabildiği kadar çok insana ulaşmayı hedeflemelidir. Ulaşılması istenen hedef kitle, ülkenin iç güvenliğinden sorumlu EGM hizmetlerinin muhatabı olan tüm ülke vatandaşlarıdır. Yani polis televizyonu yayınlarının hedef kitlesi halktır.

Günümüz televizyon yayıncılığında baskın amaç daha fazla izleyiciye hitap etmek, daha fazla izlenmek izleyicinin dikkatini çekebilmektir. İzleyici dediğimiz heterojen yapıdaki kitle ise, farklı yaş, cinsiyet, kültür, sosyo-

ekonomik statü, meslek grubu, alışkanlık ve zevklere sahiptir. Bu durumda hedef kitlesi halk olan Polis Televizyonu yayınlarında halkın her kesimini temsil edebilecek yayın içeriklerinin üretilmesine özellikle dikkat edilmelidir.

Polis Televizyonunun yayın içerikleri, farklı kültürel alışkanlıklara ve yaşam biçimine sahip pek çok insanın bir arada yaşadığı Türkiye’de, insanlara hem özelde hem genelde hitap edecek çeşitlilik ve zenginlikte olmalıdır. Yayınların tarafsızlık, çoğulculuk ve gerçekçilik esasına dayalı olması Polis Televizyonu’nu izlenir kılacak başlıca unsurlar olacağı düşünülmektedir.

Ortaya koyacağımız model önerisi belirttiğimiz doğrultuda olacaktır. Tezimizde Polis Televizyonu’nu hukuki, ekonomik ve teknik, personel ve yönetim boyutları ile ele alacağız. Tabiatıyla hukuki boyut daha genel geçer çerçevede ele alınacaktır, ancak özellikle teknik altyapı oluşturulurken nasıl bir yayıncılık gerçekleştirilecek ise o doğrultuda bir proje hayata geçirilmesi önerilecektir.

Bizim burada belirttiğimiz konu, Polis Televizyonu, çoğulcu, temsili ve kaliteli programlarla ve bu programlara uygun teknik altyapı ve yönetim organizasyonu yapısıyla hitap edeceği en geniş kitleye yönelik yayın yapabilecek şekilde dizayn edilmelidir. Bu konu aynı zamanda bu çalışmanın amacı ile paralel bir anlam ifade etmektedir.

III.A.5. Polis Televizyonu’nda Yayınlanacak Programlar Önerileri

III.A.5.a.Haber Programı:

Halkla ilişkilerin temel fonksiyonu kurumun veya kuruluşun hedef kitlesi ile yakınlaşması, birbirini tanıması, birbirilerine kapılarını açmasıdır. EGM, Polis Televizyonu ile kendisini halka daha fazla açacaktır. Bu doğrultuda

öncelikle halkın isteğine göre programlar hazırlanmalıdır. Araştırmamızın kuramsal kısmında da belirttiğimiz gibi insanların televizyon izlemelerindeki en önemli gerekçelerden birisi haber alma, bilgi edinme ihtiyacıdır. Polis Televizyonunda, aktif ve dinamik bir haber organizasyonu oluşturularak, yayın yapılan hedef kitleye dünyada, ülkemizde olan biten güncel olayların en doğru ve hızlı bir şekilde aktarılması önemli bir misyon haline getirilmelidir. Güçlü bir haber organizasyonu için profesyonel bir haber ekibi (muhabir, kameraman, spiker, grafiker v.s) hızlı bilgi akışı (AA, Reuters, AP gibi haber ajanslarına üyelik ve buralardan gelen hızlı haber akışı) teknik destek, bağımsız yönetim mekanizmasının oluşturulması gerekir. Polis Televizyonu yayınlarının izlenebilmesi için aktif bir haber organizasyonunun meydana getirilmesi elzem görünmektedir. Haber programlarının Polis Televizyonu yayınları için lokomotif bir işlev göreceği düşünülmektedir. Burada EGM'nin yurt çapında örgütlenmiş, merkez ve taşra yapıları arasında aktif bir iletişim bulunması habercilik işini oldukça kolaylaştıracaktır. Bu durum EGM'ye, yurt genelinde etkin bir haber ağı oluşturmak için önemli bir avantaj sağlayacaktır.

III.A.5.b.Güvenlik Hizmetleri ile İlgili Programlar:

EGM 81 ilde teşkilatlanmış olarak ülke çapında güvenlik hizmeti vermektedir. Yurt çapında teşkilatlanmış bir kamu kurumunun ulusal televizyon yayıncılığı yapması bir bakıma avantajdır. Polis Televizyonunun 81 ilde ki Emniyet Müdürlüklerinde, güvenlik hizmetleri ile çok hızlı ve en doğru şekilde bilgi sahibi olabileceği anlamına gelir. Özellikle asayiş ile ilgili olaylarda, vatandaşların ikaz edilmesi ve bilgilendirilmesi bunun yanı sıra trafik ile ilgili ve şehir içi ve şehirler arası yollarla ilgili bilgiler periyodik olarak Polis Televizyonu'nda yayınlanabilecek ve halka yönelik yapılan hizmetler medya aracılığıyla insanlara anında ulaştırılabilecektir. Bu yayın içerikleri polisin halkla ilişkileri açısından son derece önemlidir. Bu programlar

yerinden naklen yapılabileceği gibi, merkez stüdyolarından veya taşradan yapılacak telefon bağlantıları ile de gerçekleştirilebilir.

III.A.5.c.Belgesel Türündeki Programlar:

Bir kamu kurumu olarak EGM, özellikle Türk Dil Kurumu ve Türk Tarih Kurumu ile ortak bir niyet birliği içerisinde, milli birlik ve bütünlüğü arttırıcı, kültürel çeşitliliği ve dil ve tarih şuurunu geliştirici, öğretici ve tanıtıcı program içeriklerine Polis Televizyonu yayınlarında yer verilebilir. Halkla ilişkiler aynı zamanda halkın eğitim ve öğretimine katkı sağlanmasını da gerektirmektedir.Bu konularla ilgili olarak uzman kişilerin desteği ve yönetiminde belgesel türünde programlar hazırlanabilir. Belgesellerin, izleyici tarafından çok daha büyük bir ilgi ve alaka ile takip edileceğini söyleyebiliriz.

III.A.5.d.Açık Oturum-Panel-Sohbet Programları:

Polis Televizyonunda, kamuya hizmet eden yayıncılık misyonu kapsamında, toplumun her kesimine yönelik, her kesimden insanın katılımıyla düzenlenen programlara yer verilmelidir. Bu anlayışla EGM, hazırlanan programlar ile farklı düşünce ve statüdeki insanları birleştirerek demokratik hayatın oluşumuna katkı sağlayacak iletişim girişimlerini medya dünyasına kazandırmış olacaktır. Bu programlar aracılığıyla EGM kendini ifade edebilecek halkla bir araya gelecek, rasyonellik, bilimsellik, hukukilik ve çağdaşlık doğrultusunda fikirler harmanlanarak, halk ve devlet, demokratik platformlarda daha iyinin, daha doğrunun cevaplarını arayacak, yanlışların ve eksikliklerin düzeltilmesine olanak sağlamış olacaktır. Üstelik bir medya organı aracılığıyla tüm kamunun önünde alenen tüm meşruiyeti ve samimiyetiyle, halka hizmet eden kurumla, halk bir araya gelecek medenice ülke ve dünya olayları tartışılacaktır.

III.A.5.e.Eğlence Programları:

Polis Televizyonu, vatandaşın boş zaman geçirme ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yayınlara da yer vermelidir ve özellikle halkla ilişkilerde sempati uyandırma ve beğenilme açısından önem taşımaktadır. Bugün polis radyosu, insanlara ulaştırdığı bilgilendirici emniyet hizmetleri ile ilgili yayınların yanı sıra, özellikle müzik yayınlarının etkisiyle insanların hafızasında yer edinmiş ve beğenisini kazanmıştır. Bir görsel medya aracı olarak televizyon, eğlendirme işlevini daha geniş çerçevede yerine getirilebilecektir (örn ;Anamur muz festivali, Ereğli çilek festivali). Televizyonda yöresel festivalleri yayınlayarak farklı kültürel faaliyetlerin ve rituellerin yurt çapında yayınlanarak bilinmesine olanak sağlanabilecektir. Ayrıca izleyicilerin beğeniyle seyredebileceği sinema ve dizi filmler gösterilebilir. Bunun yanı sıra sürekli olarak haftada bir kez veya bir yayın dönemi içerisinde paket programlar oluşturulacak biçimde müzik, eğlence, talk show formatında programlar hazırlanabilir.

III.A.5.f.Kuşak Programları:

EGM verdiği güvenlik hizmetlerinin yanında aynı zamanda toplumun her kesiminden insanın bir dert ortağı, bir sırdaşı, bir psikoloğu ve avukatı konumundadır desek yanlış olmayacaktır. Çünkü toplumun büyük bir çoğunluğunun aile fertleri içerisinde uzak veya yakın akrabalık veya arkadaşlık ilişkisinin bulunduğu polisler vardır ve kötü bir durumla karşılaşıldığında mutlaka onun da fikri alınır, polis daha çok hayatın normal olmayan tarafında yer alır. Polisin, zorluklarla mücadele ve istenmeyen, olumsuz toplumsal olaylarla başa çıkma yöntemlerini bilmeleri açısından önemli tecrübeleri vardır. Bu durum televizyon programları olarak tasarlanabilir. Örneğin sabah kuşağında kadınlara yönelik şiddet polis gözüyle değerlendirilebilir, öneriler, tavsiyeler verilir, örnek olaylar dinlenir, doğru çıkış yolları gösterilebilir. Hafta sonu günlerinin gündüz vakitlerinde

çocuklara ve gençlere yönelik kötü ve zararlı alışkanlıklarla mücadele yöntemleri gerçek olaylar üzerinden örnekler verilerek veya çizgi filmler aracılığıyla anlatılabilir.Yine hafta içi akşam yayını kuşağında yaşlılara, hırsızlık, dolandırıcılık, yankesicilik gibi suçların mağduru olamamaları için tavsiyeler ve önerilere bulunulabilir.

Bu program içeriklerinin hepsi aslında polisin görev alanına giren olayların sebepleri ve sonuçlarıdır.Ancak bu olaylara maruz kalanlar, ne yapmaları veya ne yapmamaları gerektiğini karakollarda öğrenmektedir. Polis Televizyonu insanları, bilinçlendirici ve bilgilendirici bu yayın içerikleri pek çok suçun oluşmasını önleyebilecek ve toplumsal huzuru sağlayarak halkla iç içe olma, karşılıklı güven, saygı ve sevgi ortamının tesis edilmesine olanak sağlanabilecektir.

III.B. HUKUKİ AÇIDAN POLİS TELEVİZYONU

III.B.1. Ülkemizde Televizyon Yayıncılığının Hukuki Durumu

Öncelikle yayın hakkının anayasa tarafından güvence altına alınmış bir hak niteliğinde olduğunu belirtmemiz gerekir. Artık dünyadaki yaygın görüş çağcıl çoğulcu demokratik toplumlarda basın ve haberleşme özgürlüğünün kolektif bir özgürlük, sosyal bir hak olduğunu kabul eden görüştür. Bu düşünce biçimine anayasamızda da yer verilmiştir. Anayasamızın 22. maddesinde “Herkes haberleşme hürriyetine sahiptir” denmektedir. 26. maddenin 1. fıkrasında “Herkes, düşünce ve kanaatleri söz, yazı, resim veya başka yollarla tek basına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir” hükmü ile yayıncılığın bir hak olduğu açıkça ifade edilmektedir. 26. maddenin diğer fıkralarında yayıncılık hususundaki genel çerçeve , bazı kısıtlamalar ve usullere işaret edilmektedir.Aynı doğrultuda 28. Maddenin 3.

Fıkrasında da “Devlet basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirler alır” ibaresi yer almaktadır(İçel, Ünver, 2005:54).

1961 Anayasasının 121. maddesine dayanılarak çıkarılan 1963 tarihli 359 sayılı TRT kanunu , Türkiye’de televizyon yayıncılığı ile ilgili yapılan ilk hukuki düzenlemedir. Bu kanunda TRT’ye tarafsızlık ve bağımsızlık hükümleri içeren pek çok hak sağlandı, yani TRT özerk bir yapıya kavuşturuldu. Ancak 1971’de bu kanunda yapılan değişiklikler ile TRT’nin özerkliği kaldırıldı.

1983’te 2954 sayılı TRT kanunun çıkarılmasıyla yayıncılık yeniden devletçe bir düzenlemeye tabi tutuldu. 1993 yılında Anayasanın 133. maddesinde yapılan değişiklikle şu ibare yer alıyordu; “Radyo ve Televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.” Bu değişiklikle birlikte TRT yeniden özerk yapısına kavuştu.

Ayrıca 1993 tarihinde yapılan anayasa değişikliği ile sadece devlet eliyle yapılabilen yayıncılık özel kişi ve kuruluşlarında işletimine açıldı. Böylelikle Devlet elindeki yayın tekeli kırılmış oldu. Aynı zamanda bu kanunla modern ve demokratik ülkelerde televizyon yayınlarının düzenlenmesini ve denetlenmesini sağlayan kurumların karşılığı niteliğinde bir kurum olarak “Radyo ve Televizyon Üst Kurulu”(RTÜK) kuruldu. RTÜK üst bir denetim organı olarak tanımlandı ancak anayasadaki yerini 2005 yılında alabildi. Benzer mahiyetteki görevi Amerika’da FCC(Federal Communication Commission), İngiltere’de OFCOM, İtalya’da Garantörler Kurulu, Fransa’da CSA(Görsel-İşitsel Yüksek Konsey) yürütmektedir. Üst kurulların kuruluş sebebi radyo ve televizyon yayınlarını düzenlemek, denetlemek ve yönlendirmektir.

Bu hukuki düzenlemenin ardından 1994’te 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun yürürlüğe kondu. Bu

kanunla radyo ve televizyon yayınları yeniden düzenlenmiş ve RTÜK' un kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

Esasen Türkiye'deki yayıncılık, 1980'li yıllarda dünyadaki yayıncılıkta devlet tekelinin yıkılmasıyla, radyo-televizyon yayınlarında çoğulcu uygulamaların batıda yüzünü göstermesinden fazlasıyla etkilenmiştir.

Dünyadaki süreci gözden geçirdiğimizde yayıncılıkta devlet tekelinin kaldırılması, yayınlarda çoğulculuk ve deregülasyon akımları ülkelerin yayıncılıkta yeni düzenlemeler yapmalarını zorunlu hale getirmiştir. 1993 yılında imzalanan Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi(ASTS) ülkelerin bu alandaki sorumluluklarını yeniden gözden geçirmesine sebep olmuştur. Türkiye bu değişim sürecini yakından takip eden bir ülke olarak 1993 yılında Anayasanın 133. maddesinde yaptığı değişiklikle yayıncılıkta devlet tekelinin kaldırılması, özel radyo-televizyon yayıncılığına ve çoğulcu sisteme geçiş konularında çok önemli bir adım atmıştır.

Günümüzdeki duruma baktığımızda ülkemizde radyo ve televizyon yayıncılığını belirleyen ve düzenleyen temel kaynak 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'dur(İçel, Ünver, 2005:391)

Bu kanun hem özel hem de kamusal tüm radyo-TV kuruluş ve yayınları hakkında uygulanmaktadır.

Anayasamızın 26. maddesinde radyo ve televizyon yayıncılığının izin sistemine tabi olmak kaydıyla herkese mahsus olduğu açıklanmıştır. Bu doğrultuda 3984 sayılı kanun hemen bütün dünyada uygulandığı gibi televizyon yayınlarında "izin ve lisans" rejimini getirmiştir. (İçel, Ünver, 2005:392)

İzin ve lisans sistemi gereğince Türkiye’de ulusal, bölgesel ve yerel çapta televizyon ve radyo yayınlarında esas olan frekans bantlarının tahsis çalışmaları 2813 sayılı telsiz kanunca telekomünikasyon kurumu tarafından yapılmaktadır. Yayıncılık faaliyetleri ile ilgili planlamalar RTÜK, TRT, Türk Telekom A.Ş. Genel Müdürlüğü ve ilgili kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği neticesinde hazırlanır Haberleşme Yüksek Kurulunun onayına sunulur. 3984 sayılı kanunun 31. maddesinin 2. fıkrasına göre de “her türlü teknolojiyle ve her tür iletişim ortamında yapılacak yayın hizmetlerinin usul ve hesapları haberleşme yüksek kurulunun belirleyeceği strateji çerçevesinde üst kurulca tespit edilip Haberleşme Yüksek Kurulunun onayına sunulur. Bu yayın ve hizmetlerin mevzuata uygunluğu üst kurulca denetlenir.” Hükmü bu husustaki uygulamayı açıklamaktadır.

Görüldüğü gibi ülkemizde radyo-tv yayıncılığına ilişkin geniş ve ayrıntılı hukuki düzenlemelere yer verilmiştir. Tüm dünyada olduğu gibi bu düzenlemelerin ülkemizde yapılmasının temel nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- a) Yayınlarda kamu yararı gözetilmeli ve bu durum teminat altına alınmalıdır.
- b) Kanal sayısı çok fazla ve frekanslar yetersiz olduğundan, yayınların karışmaması için düzenleme yapılması zorunluluk haline gelmiştir.
- c) Radyo-TV yayınlarına karşı toplumsal endişe ve korku olması.
- d) Yayınlarda bütünlüğün sağlanması.

V.B.2. Polis Televizyonunun Hukuki Boyutu

Anayasamızın 3. kısmında Cumhuriyetin temel organlarının neler olduğu ve bunların işleyiş ve esasları yer almaktadır. Bu kısmın 2. bölümünde yürütmenin kurumları, işleyişi ve eylemleri açıklanmıştır. Bu bölümde yer alan 133. madde 1993 yılında yapılan değişiklikle yeniden yorumlanmıştır. Maddeye göre “radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.” denilmektedir. O halde maddeye göre yayıncılığın kanuni bir takım şartları yerine getirmesi koşulu ile herkesin yerine getirebileceği bir kamu hizmeti olduğu anlaşılmaktadır. En azından maddenin içeriğini bu yönüyle yorumlamak yanlış olmayacaktır.

Her ne kadar 133. maddenin son fıkrasında devletçe kamu tüzel kişiliği bünyesiyle tek radyo ve televizyon kurumu olarak TRT işaret edilmiş olsa dahi başka bir kamu kurumu veya kuruluşunun devlet eliyle yayın ve yayıncılık yapma hakkına sahip olamayacağı hususunda bir ibare yer almamaktadır. Dolayısıyla EGM bünyesinde kurulmasını önerdiğimiz Polis Televizyonunun oluşturulmasında ve yayın yapmasında anayasal bir engel olmadığını söyleyebiliriz.

Ülkemizde radyo- televizyon yayıncılığının usul ve esaslarını düzenleyen 3984 sayılı kanunun 29. maddesinde radyo ve televizyon yayını izni verilmeyen kurum ve kuruluşlar belirtilmiştir. Bunlar; Siyasi partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler ile bunlar tarafından kurulan veya bunların ortak oldukları şirketler, iş ortakları, birlikler ile üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama, finans kurum ve kuruluşlarına radyo ve televizyon yayını izni verilmez. Bu kuruluşların radyo ve televizyon yayın izni almış şirketlere ortak olamayacağı da aynı kanun hükmünde yer almaktadır. Bu durumda İçişleri Bakanlığına bağlı bir

kamu kurumu olarak hizmet veren EGM'nin televizyon yayını yapamayacağı yönünde bir hüküm bulunmadığı gibi Polis Televizyonu'nun kurulamayacağı şeklinde yorumlanabilecek bir ibare yer almamaktadır. Ayrıca 3984 sayılı kanunun 24.maddesinde EGM'nin ülke genelinde verdiği güvenlik hizmetinin özel niteliği gereği yayıncılıkta bir takım imtiyazlara sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu madde radyo yayıncılığına dair olsa da şu şekildedir; *“Türkiye Radyo Televizyon Kurumuna ait radyo ve televizyonlar ile meteoroloji radyosu, Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan polis radyosuna ulusal, bölgesel ve yerel radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekanslar ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilmektedir.”*

Yayıncılıkta sınırlı sayıda olan ve kamuya ait olarak kabul edilen frekanslar kullanılır. Herkesin ortak kullanımına açık frekanslar aracılığıyla radyo ve televizyon yayını yapan kuruluşların mutlak suretle kamu yararını gözetiyor olmaları gerekir. EGM çeşitli yasalardan aldığı yetkilerle donatılmış uzman personeli ile 7 gün 24 saat 365 gün aralıksız çalışarak aktif bir güvenlik hizmeti vermektedir. Böylesine etkin bir rol ile toplumsal bir yaşantının içinde olan bir kurumun çağın bir takım olanaklarını kullanmak suretiyle halk ile olan karşılıklı iletişimi ve ilişkilerini güçlendirmesi gerekmektedir. 1952'den bu yana yayın hayatında olan polis radyosu polis-halk ilişkilerinin iyileştirilmesi anlamında oynadığı önemli rol, toplumun her kesimince bilinmektedir.

Polis Radyosu kitle iletişim aracı olmanın etkililik ve yaygınlık gibi önemli avantajları sayesinde EGM'nin önemli bir halkla ilişkiler aracı olmuştur. Ayrıca kamu hizmeti yayıncılığının gereklerini ülkemizde en iyi şekilde yerine getiren bir kitle iletişim aracı olarak diğer yayın kuruluşları içinde bir örnek teşkil etmiştir. Polis-halk ilişkilerine yönelik faydanın gözle görülür bir biçimde düzeldiği, vatandaşın kendisine yönelik güvenlik hizmeti

ile ilgili bilgileri de bir yayın kuruluğu vasıtasıyla daha çabuk ve yaygın olarak alabildiği görülmüştür. 2003 yılında düzenlenen RTÜK-EGM ortak paneli için yaptırılan araştırma sonuçlarına göre, polis radyosu yayınları polis-halk ilişkilerinin iyileştirilmesi açısından başarılı bulunmuştur.

III.B.3. Polis Televizyonunun Hukuki Dayanağı

Türkiye’de radyo ve televizyon rejiminin ana kaynağı 3984 sayılı kanundur (İçel, nver, 2005:391).

Kanunun 1.maddesinde radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesine RTÜK’ un görev yetki ve sorumluluklarına ilişkin açıklamalar yer almaktadır. 2. maddede ise “...ne isim altında olursa olsun...” yurt içine ve dışına yapılan radyo ve televizyon yayınlarını kapsamına aldığından bahisle hem özel hem de kamusal tüm radyo-televizyon kuruluş ve yayınları hakkında uygulanacağı ifade edilmiştir.

3984 sayılı kanun anayasanın 133. maddesinde yapılan değişiklik doğrultusunda radyo televizyon yayınları bakımından çoğulcu bir sisteme gecildigini hükme bağlamıştır. Bu yeni sistem ile devlet tekeli kalkmış ve özel ile kamu kuruluşlarının bir arada düzenlendiği çoğulcu bir anlayış yayıncılıkta benimsenmiştir. Ancak anayasamızın 133. maddesinin 2. fıkrasında kamu tüzel kişiliği olarak devletçe kurulan tek yayın kurulusunun TRT olduğu vurgulanmıştır.

Bu durumda kurulması nerilen Polis Televizyonu modelinin hayata geçirilmesi için anayasanın 133. maddesinde değişiklik yapmak gereklidir. Zaten 3984 sayılı kanunun 24. maddesinin 3. fıkrasında polis radyosuna, EGM tarafından verilen kamu hizmetinin önemi ve özelliği gereği RTÜK

tarafından tahsis edilen kanal ve frekansların ücretsiz olduğu hükmüne yer verilmiştir. Yani ülkemizdeki radyo-TV rejimi EGM bünyesinde yayın yapan polis radyosu yayınlarının öneminin farkında olup bunu teşvik edici, destekleyici hükümleri içerir niteliktedir.

Hukuk kuralları toplumsal ilişkileri, sosyal hayatı, hak ve özgürlükleri düzenlemek, daha yaşanılır, huzurlu, güvenli bir ortamı tesis etmek amacıyla devletin yetkin otoritesi tarafından konulamaktadır. Günümüz modern toplumlarında da güvenliğe verilen önem ortadadır. Modern toplumsal hayatın rutin işleyişı güçlü eğitimli, bilgili, halkla ilişkileri güçlü saygın bir polis örgütünün ve çalışanlarının teminatı altında devam etmektedir. Modern toplum olma yolunda önemli projeleri hızla hayatına geçiren Türkiye’de güvenlik hizmetinin halkla ilişkileri güçlendirme, etkili kurum imajı oluşturma amacı vardır. Vizyonu, içeriğı ve ilkeleri ile yapılan TV yayıncılığı aracılığıyla halkta sempati ve beğeni uyandırma gibi amaçlarını hayata geçirecek olan Polis Televizyonunun hukuki anlamda kurulması için siyasi iradeye mutlak suretle ihtiyaç vardır.

Polis Televizyonu’nun oluşturulması için zaten yayıncılıkta imtiyaz sahibi olan EGM televizyon yayıncılığına ilişkin 3984 sayılı yasa kapsamında yeni bir düzenleme yapılması gerekecektir. Bu düzenlemenin devlete halka ve daha özelde kurumun halkla ilişkilerine olacak faydalarını bu çalışmanın farklı bölümlerinde ortaya koymaya çalıştık. Ancak belirtmemiz gerekir ki yürürlükteki radyo televizyon rejimimizde izin ve lisans sistemi uygulanmaktadır. Anayasanın 133. maddesinde radyo ve televizyon istasyonlarının kurulmasının ve işletilmesinin kanunla düzenlenecek koşullar çerçevesinde serbest olduğu belirtilmiştir. Yine anayasanın 26. maddesi radyo televizyon yayınlarının izin sistemine bağlanabileceğini belirtmek suretiyle yayıncılığın yönünü çizmiştir.

Bu doğrultuda 3984 sayılı kanunun 16. maddesinde “2813 sayılı telsiz kanununun diğer hükümleri saklı kalmak kaydıyla, kamusal ve özel tüm radyo ve televizyon kuruluşlarına kanal ve frekans bandı tahsis ile yayın izni ve lisans vermek, bu tahsis ve izni iptal etmek yetkisi münhasıran üst kurula aittir.”denilmek suretiyle izin ve lisans sisteminin RTÜK tarafından uygulandığı kanunda ifade edilmiştir. Bu durumda gerekli yasal düzenlemenin devamında polis televizyonunun yayın yapabilmesi için RTÜK’ün izni ve frekans tahsis gerekecektir.

Özerk bir kamu tüzel kişiliği olan RTÜK radyo ve televizyon yayıncılığının toplum üzerindeki önemli etkilerinin devletçe bilinmesi ve bu etkinin kontrol edilmesi amacıyla kurulan anayasal bir kurumdur. EGM tarafından yapılacak olan televizyon yayınlarında kamu menfaatinin en üst derecede önemseneceği tartışılmaz bir gerçektir. Her hangi bir ticari veya siyasi çıkar gütmekten etkili bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak planlanmış ve başarılı bir yönetim anlayışıyla yönetilen Polis Televizyonu’nun kamuya sağlayacağı yarara bir kamu kurumu olarak RTÜK çok iyi anlayacak ve bu çalışmanın önemini kavrayarak bu projenin gerçekleşmesine katkı sağlayacaktır(İçel, Unver, 2005:392-393).

III.C. TEKNİK VE EKONOMİK AÇIDAN POLİS TELEVİZYONU

III.C.1. Polis Televizyonu İçin Gerekli Teknik Altyapı

Günümüzün hızla değişen iletişim araçları teknolojisinde lokomotif bir rol oynayan yayıncılık sektörü, piyasanın bu alandaki ihtiyacını karşılamak üzere kurulmuş çok sayıda dev şirketin kontrolü altındadır. Bu şirketler radyo ve televizyon yayıncılığı alanında kullanılan kameradan ışık sistemlerine tüm ses ve görüntü sistemlerinden dijital kayıt ve montaj sistemlerine kadar geniş

bir çerçevede üretim yapmaktadır. Araştırmamızın bu bölümünde öncelikle ortaya koyacağımız polis televizyonu modelinin piyasada kullanılan yayın formatlarından hangisini kullanarak bir yayın sistemi kuracağını tespit etmekle başlayacağız. Artık dünyada analog yayıncılık ve frekanslar aracılığıyla ile alınan TV yayınları yerini dijital yayın formatlarına uygun düzenek ve ekipmanlara bırakmıştır. Bu doğrultuda HD (High Definition) adı verilen yüksek çözünürlüklü TV yayıncılık sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu yeni yayın biçimiyle hem elde edilen görüntü çok daha net hem de karmaşık bir yapıya sahip yayın sistemleri ve malzemeleri çok daha kullanışlı, pratik ve ekonomik bir yapıya kavuşturulmuştur. Yayıncılık sektöründe kullanılan tüm teknik araç ve gereçler artık HD teknolojisini tanımlayacak şekilde üretilmektedir. Bu sebeple Polis Televizyonu'nun teknik altyapısı da en son üretilen sistem olarak kullanılan HD teknolojisini destekleyecek nitelikte kurulmalıdır. Bu başlık altında vereceğimiz bilgiler İdeapro isimli özel bir firmanın uzman çalışanlarından, sözlü görüşme tekniği uygulanarak elde edilmiştir.

III.C.1.a. TV Yayıncılığında Kullanılan Dijital Yayın Formatları

- i. HDV yayın formatı (Başlangıç formatı olarak bilinen asgari standartta HD sistemini tanıyan genelde yerel ve bölgesel yayın kuruluşlarının kullanımı için önerilen bir sistemdir).
- ii. XDCAM yayın formatı (Profesyonel ve kaliteli yayıncılıkta kullanılır, ulusal yayın kuruluşlarının teknik ihtiyaçları genelde bu sistem tarafından desteklenir).
- iii. P2 yayın formatı (ulusal yayın kuruluşları tarafından kullanılan profesyonel yayıncılığa uygun bir sistemdir).
- iv. HDCAM yayın formatı (Daha profesyonel bir sistemdir, genellikle prodüksiyon ve özel yayın şirketleri tarafından daha kaliteli bir görüntü elde etmek amacıyla kullanılır).

Yayıncılıkta kullanılacak olan sistem kullanım amacı, yapılacak programlar, yayın içeriğine göre çok geniş bir seçim alanına ve çeşitliliğe sahiptir.Sektördeki büyük firmaların oluşturduğu rekabet ortamında son teknolojiye uygun kaliteli, kullanışlı cihaz ve malzemeleri uygun fiyatlarla temin etmenin mümkün olacağını söyleyebiliriz.

Yaptığımız araştırmalar ışığında Polis Televizyonu için başlangıç formatı olarak üretilen HDV yayın formatını önerebiliriz. Bu sistem, hem araç ve gereçlerin kullanımının pratik olması ,çok fazla teknik personele ihtiyaç duyulmaması ve maliyetinin daha az olması gibi özellikleri sebebiyle kullanıma uygun olarak nitelendirilebilir.Ancak bir halkla ilişkiler uygulaması olarak düşündüğümüz televizyon projemizin başarısı göz önüne alındığında, EGM tarafından verilen hizmetin ulusal olduğu düşünüldüğünde yayıncılığın ulusal çapta yapılması gerektiğinden, XDCAM veya P2 formatında bir yayıncılık sistemiyle teknik altyapıyı oluşturmanın daha isabetli bir secim olacağını söyleyebiliriz.

III.C.1.b. Polis Televizyonu'nun Teknik Altyapısını Oluşturan Cihaz ve Malzemeler:

i. Stüdyo ve Reji Ekipmanları :

Bir televizyon istasyonunun beyni, kaliteli ve uygun cihazlarla donatılmış iyi tasarlanmış bir reji masasıdır. Reji masasında,yayın mikseri,video yayın masası, stüdyo kameralarının bağlı olduğu bilgisayar monitörleri, video seçici, prompter ad verilen kameradan yazı okuma sistemi ve kontrol bilgisayarı, kamera kontrol ünitesi, logo jeneratörü, waveform ve vektorskop monitör(kameranin kontrastlık ayarını koşullara uygun ve otomatik olarak ayarlayan cihazlardır) adı

verilen cihazlar sinyal dağıtım cihazı, ses ve ışık mikserleri, yayın takip, kayıt ve arşiv kayıtlarının bulunduğu bilgisayar destekli monitörler yer almaktadır. Bu kısımda kullanılan cihazların seçiminde mümkün olduğunca titiz davranılmalıdır. Her ne kadar piyasada rejî ünitesinde kullanılacak cihazlar pek çok çeşidiyle ve fiyat aralığıyla arz edilmiş olsa da kaliteli sorunsuz ve devamlı bir yayıncılık için cihazların temininde belli bir standartın altına düşülmemeli ve fedakarlıktan kaçınılmamalıdır.

ii. Stüdyo Kameraları ve Stüdyo Cihazları :

Yayıncılıkta kullanılan kamera, kullanılan yere göre farklılık göstermektedir. HD yayın formatına uygun pek çok kamera çeşidi stüdyo çekimlerinde kullanılabilir. Ancak son teknoloji ürünü rejî odasından kontrol edilebilen , üzerinde yayın mikserine giden bağlantı girişlerinin bulunduğu kameraların kullanılması hem personel tasarrufu hem de kaliteli yayıncılık için daha uygun olacaktır. Bunun yanı sıra stüdyonun fiziki ortamını oluşturan dekor malzemeleri , stüdyo içinde kullanılan teknik araç ve gereçler özenle ve dikkatle seçilerek mutlaka ilgili mühendisler ve teknisyenlerin desteğiyle monte edilmelidir.

iii. Ses Altyapısı ve Video Dağıtım Sistemleri :

Audio mikser, bu bölümün en önemli cihazıdır, rejî masasının üzerinde bulunan cihazlardan birisidir. Video dağıtım cihazı ve birlikte kullanılan bilgisayarlı monitör destek sistemi, stereo ses geciktirici, balanslı ses dağıtıcısı, senkron sinyali üretici, kulaklıklar, stüdyo içerisinde bulunan tüm mikrofonlar (telsiz mikrofon-yaka mikrofonu-tüfek mikrofon-off tube mikrofon), video ses matriks, stüdyo hoparlör

sistemi bu altyapı içerisinde yer almaktadır. Özetle mikser grubu, mikrofon grubu, aktif hoparlörler, bazı teknik ekipmanlar ses altyapısı için mutlaka gereklidir. Ses altyapısını oluşturan cihazlar hem stüdyoda hem de rejide kullanılır. Ayrıca audio sistemin dışında değerlendirilen ancak stüdyoda ve rejide bulunan görevlilerin konuşmalarını sağlayan intercom sistemi de olmazsa olmaz ihtiyaçlardan birisidir. Reji, yönetmen, kameraman ve spikerler aralarında konuşmalar yaparak programları yürütürler, bu sebeple intercom sistemi mutlaka bulunmalıdır.

iv. Stüdyo Işık Sistemleri :

Görsel sanatların varoluş sebebi olan ışık, televizyon yayıncılığında da en önemli öğelerindendir. Stüdyo içindeki ışık düzenlemesi ayrı bir iş kolu olarak kendine has sistemde, bu konuda uzman kişiler tarafından yapılmalıdır. Gerekli malzemelere değinecek olursak; stüdyonun ışık düzeneği için hazırlanmış dekoru öncelikli olarak düşünülmelidir, rejide bulunan ışık masası, soğuk ve sıcak ışık kaynakları (stüdyonun fiziki yapısına göre seçilmelidir), efekt ışıkları, askı aparatları, ampul ve renk filtreleri, ışık askı sistemleri ve enerji grupları, en aşağıda temin edilmesi gereken malzemelerdir. Önceden stüdyolarda sıcak ışık kaynakları kullanılıyordu, bu da stüdyonun çok fazla ısınmasına buna bağlı olarak da stüdyo çalışanlarının, spikerin veya konukların terlemesine sebebiyet veriyordu. Bir stüdyoda sıcak ışık kullanılacaksa tavan yüksekliği ve ışık-nesne mesafesi dikkate alınmalı buna göre kurulum yapılmalıdır. Günümüzde artık soğuk ışık kaynakları kullanılmaktadır, bu sistem hem daha ekonomik hem de daha kullanışlıdır. Özellikle tavan yüksekliği 3-4 metreyi geçmeyen stüdyolarda soğuk ışık kullanılır.

Işık sisteminde en az iki çeşit aydınlatma tipi kullanılır;

- (1) Stüdyo Aydınlatma: Stüdyonun içini, çekim yapılan mekanı, dekoru aydınlatmak amacıyla kullanılır, bunlar özel yapım, sessiz çalışan, rejideki ışık masasına bağlı soğuk ışık kaynaklarıdır.
- (2) Yönlendirilmiş Işıklar: Kameranın önündeki belli bir bölgeyi, kişi veya kişileri aydınlatmak için kullanılır.

Yaptığımız araştırmalar neticesinde artık yayıncılık sektöründe, teknolojinin son ürünü olan LED ışık uygulamasına hızla bir geçiş söz konusudur. Piyasada “tükenmeyen sonsuz ışık kaynağı” olarak bilinen bu mucize ürünün kullanılmasına pek çok sektörde başlanmıştır ve gelecekte de pek çok alanda kullanılacağını öngörmek hiç de zor görünmemektedir. Diğer aydınlatma kaynaklarına göre çok daha uzun ömürlü, netlik, parlaklık, görsellik açısından daha ideal olması bu ürünü tercih edilir duruma getirmiştir. Bu ışık tipi özellikle dekor aydınlatmaları için son derece kullanışlı ve idealdir, ancak genel aydınlatma için yetersiz kalabilir. Genel aydınlatma için soğuk ve sıcak ışık kaynakları kullanılmalıdır.

v. Bilgisayar Tabanlı Sistemler(Yayın Otomasyon Sistemleri):

Hızla değişen kitle iletişim teknolojilerinin TV yayın sistemleri ile ilgili olanları, özellikle son beş yıl içinde önemli yeniliklerle, yeni donanımlarıyla piyasaya sunulmuştur.Bu bölümde kullanılan cihaz ve malzemelerin neler olduğuna göz atalım;

- (1) Logo Jeneratörü ve Karakter Jeneratörü/ SDI çıkışlı
- (2) Playout Sistemi/SDI çıkışlı:Video oynatan sistem demektir. Bu sistemler depolama ünitelerinde kayıtlı bulunan belirli formatlardaki video dosyalarını peş peşe dizerek yayına verirler
- (3) Ingest Playout kayıt sistemi: Bu sistem içinde yer alan ingester cihazı bilgisayar ortamında hazırlanan görüntüleri playout'a aktarır.Playout cihazına görüntü atan ürünler bu sistem içerisinde yer almaktadır. Ayrıca yayın programının yapılarak belli bir sıraya göre dizildiği playlist cihazı da sistemin bir parçasıdır.
- (4) Yayın Serveri, Arşiv Kayıt Sistemi ve bunları içinde bulunduran arşiv yazılımı.
- (5) RTÜK Kayıt Sistemi
- (6) Gigabit Ethernet Altyapısı: Cihazların birbiri ile bağlantılı olmasını sağlayan networking ortamı

vi. Video Kurgu(Editing),Montaj Sistemleri:

Bu bölüm, herhangi bir görüntünün video kurgu yöntemleri kullanılarak yeniden hazırlandığı yani bilinen adıyla montaj işleminin gerçekleştirildiği bölümdür. Burada kullanılması gereken cihazlar şunlardır;

- (1) Gerçek Zamanlı Video Montaj Sistemi(Workstation ile birlikte)
- (2) HDV Recorder
- (3) Stüdyo Monitör

(4) Aktif Hoparlör Sistem

Montaj odası, rejiden ayrı bir odada kurulmalıdır, ancak montaj odasında yapılan veya yapılacak olan çalışma, reji odasındaki görüntü mutlaka bağlantılı olmalıdır. Bu bağlantıyı sağlayan cihaz Gigabit Ethernet Switch adındaki cihazdır. En az iki ya da üç adet montaj seti Polis Televizyonu için gerekli olacaktır. Montaj sistemini gruplara ayıracak olursak; recorder (aktarıcı), monitör grupları ve bilgisayar ünitesinden oluşan cihazların kurulumuyla oluşan bir bölümdür.

vii. Aktüel Çekim Üniteleri ve Aksesuarları:

Stüdyo dışı çekimlerin yapıldığı kameralar ve kameralara bağlı aksesuarlardan oluşan bir sistemdir. El kameralarından, omuz kameralarına kadar piyasada pek çok farklı markanın beş; ten fazla çeşidi amaca uygun olarak seçilerek kullanılabilir.

viii. Montaj Malzemeleri:

Bir televizyon kanalının teknik altyapısını oluştururken en çok önem verilmesi gereken kısım, cihazların sisteme ve birbirine monte edilmesi sırasında kullanılan malzemelerin seçimidir. Montaj malzemeleri alınırken hiçbir fedakarlıktan kaçınılmamalıdır. Malzemeler kaliteli ve birinci sınıf olmalıdır.

Montajda kullanılan malzemeler;

- (1) Kablo ve Kablo Numaratorü: Her biri sadece yayıncılık işi için yapılmış özel kablolardır, ayrıca hangi kabloun nereye takılacağını sistematize etmek açısından kablo numaratoru de büyük bir öneme sahiptir. Küçük bir yerel televizyon kanalında yaklaşık üç km kablo kullanılmaktadır, bu doğrultuda ne kadar kablo kullanılması gerektiği ile ilgili fikir sahibi olunabilir. Bu kablolar; video bağlantı kablosu, ses bağlantı kabloları, video kablosu, ses montaj kablosu, mikrofon kablosu, ses multicore kablosu, network kablosu gibi çeşitleri vardır ve mutlaka en kalitelisi seçilmelidir.
- (2) Konnektör: Kablolar arasındaki bağlantıyı sağlayan küçük ama önemli malzemelerdendir. Erkek, dişi ve çivi konnektor olmak üzere üç çeşidi de kullanılmaktadır.
- (3) Cihazların Oturacağı Mobilya ve Dolap Aksanı: Stüdyodaki malzemelerin konulduğu ve muhafaza edildiği belli ölçülerde (uzunluk, genişlik, yükseklik) olması gereken özel yapım malzemelerdir.

ix. Canlı Yayın Aracı ve Ekipmanları:

Bir stüdyoda bulunması gereken bütün cihaz ve malzemelerin özel yapım bir aracın içine yerleştirilmesi sonucu oluşturulan sistemdir. Yayın up link cihazından çanak anten vericiye, video kurgu sisteminden rejı kontrol ünitesine kadar ,yayınla ilgili tüm ekipmanı bünyesinde bulunduran bu aracın ulusal düzeyde yayın yapan bir TV kanalında bulunması gerekir.

x. Topraklama:

Televizyon istasyonunun teknik altyapısı oluşturulurken yapılması gereken en önemli işlemlerden birisi de topraklamadır. Belli standartlar gözetilerek yapılan topraklama, TV stüdyosunun kurulumu yapılmadan önce mutlaka yapılması gereken bir işlemdir. Stüdyo içerisindeki statik elektriğin boşaltılmasını sağlayan bu sistem sayesinde yayın esnasındaki ses kirliliği, mikrofon uğultusu ortadan kalkar, cihazların birbirinden etkilenmeden sağlıklı çalışabilmesi için topraklama mutlaka yapılmalıdır.

xi. Kesintisiz Güç Kaynakları ve Jeneratörler:

Elektrik şebekesinde meydana gelen problemlere karşı cihazları korumak ve yayının devamlılığını sağlamak için kesintisiz güç kaynakları ve jeneratörler teknik altyapının vazgeçilmez unsurları durumundadır.

III.C.2. Polis Televizyonu'nun Ekonomik Boyutu

Günümüz medya dünya dünyasında, yayıncılık faaliyeti yürüten kurum veya kuruluşlar çok büyük denebilecek bütçelerle bu işi yürütmektedirler. Özellikle televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde gerek kurulum bütçesi gerekse periyodik olarak karşılanan sabit işletim giderleri yönüyle yüksek maliyetli bir medya aracı durumundadır.

Piyasada iletişim teknolojilerini yönlendiren ve elinde bulunduran uluslararası pek çok firma birbirleri ile acımasız bir rekabet içerisinde üretim yapmaktadırlar. Kapitalist Pazar koşullarında en hızlı değişim ve gelişimin yaşandığı sektör iletişim sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla iletişim teknolojilerinin ürünleri çeşitli marka, model ve fiyat aralığında, kullanım amacına göre bulunabilmektedir, yani hangi iletişim kolunda nasıl bir

yayıncılık yapılacak ise o amaca hizmet edecek teknik malzeme ve donanımı çok sayıda seçenek arasından temin etmek mümkün görünmektedir. Bu durumda yayıncı kurumun bu alan için ayıracağı bütçe, gelir ve giderleriyle belirleyeceği maliyet ve kazanç stratejisi önem arz etmektedir.

Önerdiğimiz televizyon modelinde ekonomik boyutu üç kategoriye ayırarak ortaya koyacağız;

III.C.2.a.Polis Televizyonunun İşletim Giderleri :

Burada karşımıza çıkan en önemli sorun, yayınların ne şekilde yapılacağıdır, bu durum şu anlama gelir, bir frekansın, kablo hattının veya uydu üzerinden hat kiralamanın farklı maddi bedelleri vardır. Bunlar yıllık veya aylık ödenen kira bedeli karşılığında yayın kuruluşuna tahsis edilir.

Mevcut iletişim teknolojisinde yayıncılık dört ayrı yöntemle yapılmaktadır,

Bunlar;

- i. Yer yayıncılığı
- ii. Kablo yayıncılığı
- iii. Kablosuz kablo TV yayıncılığı
- iv. Uydu yayıncılığı

Günümüzde yaygın olarak yer yayıncılığı sistemi kullanılmaktadır, buna analog yayıncılıkta denir, ancak çağımızda dijital teknolojinin iletişim alanına girmesi ile yayın merkezlerinin noktadan noktaya, bölgesel, ulusal yayın ağı oluşturmada kullandıkları dağıtım sistemleri, uydu yada karasal link bağlantıları, dijital iletim standartlarında gerçekleştirilmektedir. (Durmaz,1999:4)

Biz Polis Televizyonu için dijital uydu yayıncılığını öneriyoruz, bunun gerekçeleri ise şunlardır;

- i. Daha kaliteli görüntü ve ses elde edilir.
- ii. Yayınlar çok daha geniş bir kitleye yönelik yapılabilir.
- iii. Dijital görüntüde neredeyse sınırsız sayıda kopyalama ve farklı iletim ağlarına aktarma, görüntü ve ses kaybı olmadan ve kalite düşmesi olmadan yapılmaktadır.
- iv. Dijital yayıncılıkta, görüntü ve seste olan tekrarlar, gereksiz bilgiler kaldırılarak yapılan sıkıştırma sonucu, verilerin daha dar bir bantta iletilmesi mümkün olabilmektedir. bu durum uydu bant tahsis ücretini etkiler.
- v. Dijital yayıncılık, internet gibi çağımızın yaygın iletişim ağına da ileti ulaştırması mümkündür. EGM'nin yurt içindeki tüm teşkilatlarıyla iletişimini sağlayan pol-net internet ağı, gelecekte bu amaca yönelik kullanılabilir.
- vi. Dijital yayıncılık, sahip olduğu teknolojinin doğal bir özelliği olarak etkileşimliliği ve karşılıklı veri iletimini olanaklı hale getirmektedir. Halkla ilişkiler faaliyeti olarak düşündüğümüz televizyon için bu özellik son derece önemlidir. Hedef kitlenin seçim ve tercihlerine göre yayın politikası belirlemek mümkün olabilecektir.
- vii. Dijital yayıncılıkta izleyicilere yönelik ek bilgiler trafik, hava ve yol durumu, borsa ve spor bilgileri, teletext verileri veya altyazı şeklinde izleyicinin talebine bağlı olarak gönderilebilecektir. (Durmaz, 1999:5)

Bu gerekçeleri çoğaltmak mümkündür ancak Polis Televizyonu yapılacak olan yayınların içeriği gereği ve en önemlisi bir halkla ilişkiler aracı

konumunda olması sebebiyle, ulaşabileceği en geniş izleyici kitlesine, modern bir teknoloji kullanarak sorunsuzca ulaşmalıdır. EGM'nin televizyon yayınları ile en geniş hedef kitleye ulaşmasının, günümüzdeki koşullar içerisinde en etkin yöntemlerinden birisi dijital uydu yayıncılığını kullanmasıdır. En azından bu yöntem diğer yayıncılık alanlarına göre EGM açısından daha uygulanabilir görünmektedir.

Öte yandan diğer yayıncılık sistemlerini de incelediğimizi ifade edebiliriz, bunlar kablo yayıncılığı ve yer yayıncılığıdır. Yaptığımız araştırmalara göre bunları uygulamanın uydu yayıncılığına göre daha zor olacağını söyleyebiliriz. Mesela kablo yayıncılığında alt yapının yetersiz olması sebebiyle sistemde yeni bir kanal için yer bulunmaması sorunu kablo yayıncılığının günümüz koşullarında mümkün olamayacağını göstermektedir. Bunun yanı sıra yer yayıncılığı için ülkenin muhtelif bölgelerine yayın dağıtım istasyonları(vericiler) kurmak gerekecek bu da hem oldukça yüklü bir maliyeti hem de ek personel istihdamını beraberinde getirecektir. Dolayısıyla tezimizde Polis Televizyonu için, dijital uydu yayıncılığına yönelik bir sistem kurulmasının daha isabetli ve doğru bir seçim olacağını düşünüyor, yaptığımız araştırmalara dayanarak bu sistemi öneriyoruz.

Televizyonun işletim giderleri meselesi ifade ettiğimiz gibi yapılacak olan yayın biçimine göre belirlenmektedir, Polis Televizyonu için dijital uydu yayıncılığı sistemini önerdiğimizize göre şimdi bunun EGM'ye nasıl bir maliyet çıkaracağını ortaya koyabiliriz.

Uydu yayını için öncelikle televizyon yayın merkezinin bulunduğu binadan uyduya direk yayın çıkışı sağlayacak olan up-link teçhizatının binaya kurulması gerekmektedir.Up-link cihazının maliyeti ise uydu üzerinde transponder adı verilen yansıtıcı bandın ne kadarlık kısmının kiralandığı ile ilintilidir.

III.C.2.b. Polis Televizyonunun Kurulum Maliyeti

Tezimizin bu bölümünde yer alan teknik olarak Polis Televizyonu kısmında, televizyon yayını gerçekleştirmek için hangi malzemelerin, ekip ve ekipmanın temin edilmesi gerektiğini ortaya koymaya çalıştık, bu doğrultuda genel hatları ile belirlemeye çalıştığımız bu donanımın fiyatı bize kurulum maliyetini verecektir. Burada ilave olarak yayınları uyduya ulaştırma işlevini gören up-link teçhizatını kurulum maliyeti içerisine dahil edebiliriz. Yine burada önemle vurgulamalıyız ki; bir televizyon kanalının teknik altyapısı, oluşturulacak olan yayın politikası, yapılacak yayınlar ve üretilen program içeriklerini aktarmaya uygun şekilde dizayn edilmelidir, yaptığımız araştırmalar bunun bu şekilde olması gerektiğini göstermektedir. Burada bizim önerdiğimiz Polis Televizyonu modelinin bir halkla ilişkiler aracı olacağı, halkla bütünleşmeye, tanınmaya tanınmaya yönelik, eğitici-öğretici, eğlendirici, bilgilendirici yayın içerikleriyle izleyicisine ulaşacağı öngörülerek modern standartlarda bir yapı oluşturma kaygısıyla belirttiğimiz teknik altyapı standardı oluşturulmuştur. Ayrıca teknik altyapının oluşturulması pek çok ayrıntılı işlemin değerlendirilmesi, karar verilmesi ve uygulanması aşamalarından meydana gelmektedir, yani ayrı bir mühendislik ve uzmanlık konusudur. Teknik üniteler için seçilebilecek cihazlar farklı özellik ve fiyatlarla oldukça fazla sayıda bulunabilmektedirler, oluşturulmak istenen sistem aslında nasıl bir yayın yapmak istendiği ile doğrudan ilgilidir. Bu noktada yapılacak olan seçimler, amaca yönelik olmalı, dikkatli ve özenli davranılarak uzman denetiminde ve kontrolünde yapılmalıdır. Tezimizde önerdiğimiz model için, uzmanlığından yararlandığımız ideapro isimli firmaya Polis Televizyonu'nda nasıl bir yayıncılık anlayışının olacağını ne tür programların yapılacağını anlattık ve bahse konu şirkette mühendis olarak çalışan Kutsal Ünver'den edindiğimiz sözlü bilgileri yazılı belge ve dokümanları tezimizde yer alacak şekilde değerlendirmeye tabi tutarak bir teknik altyapı önerisi oluşturmaya çalıştık.

Çalışmamızın önceki kısımlarında da belirttiğimiz gibi yayıncılık teknolojileri alanında piyasada oldukça fazla sayıda ürün arzı söz konusudur, dolayısıyla televizyonun mevcut bütçesi ve yayın türüne göre teknik altyapı hazırlamak daha makul olacaktır.

III.C.2.c.Polis Televizyonunun Gelir Politikası:

Polis televizyonunun ekonomik boyutunu ele alırken, geride kalan bölümlerde hep gider kalemlerini izah etmeye çalıştık ancak su gerçek unutulmamalıdır ki EGM bir kamu kurumu olup kendisine ayrılan sınırlı bütçe ile tüm ülke genelinde güvenlik hizmeti vermeye yönelik bir takım tasarruflar kullanmaktadır. Diğer taraftan bir medya faaliyeti olarak televizyon işletmeciliği önceki iki maddede belirttiğimiz gibi oldukça masraflı ve pahalı bir iş koludur. Bu durumda EGM'nin kendi imkanlarıyla oluşturacağı televizyonun masraflarını karşılayacak bir gelir kaynağı bulmak elzem görünmektedir. Bunun için sihirli bir formül bulmaya gerek yok, günümüz iletişim dünyasının en yakın işbirliği içerisinde olduğu sektör reklamcılık sektörüdür. Özellikle dev ticari kuruluşlar ürün ve hizmetlerinin tanıtımını kapsayan reklam mesajlarının televizyonda yer alması için adeta yarış halindedirler. O halde Polis Televizyonu'nun ana gelir kaynağı reklam gelirleri olabilir.

Burada vurgulamamız gereken bir başka nokta ise oluşturduğumuz Polis Televizyonu, tarihi cumhuriyetten daha öncelere dayanan, yetki ve sorumluluklarını kanunlardan alan köklü gelenek ve yönetim anlayışına sahip bir devlet kurumu olan EGM'nin işletim ve denetiminde kurulacaktır, bu sebeple hangi koşullarda hangi şartlarda reklam alınacağı ve hangi reklamların yayınlanamayacağına ilişkin kural ve kaideler önceden tespit edilmeli ve bu doğrultuda bir reklam politikası belirlenmelidir. Polis Televizyonu için reklamların varlığı hayati önem taşımaktadır, çünkü polis televizyonu her ne kadar kendisini idare edebilecek bir bütçe ile finanse

edilse dahi, yayınların devamlılığı, kalite standartının hep yüksek tutulması gibi sebeplerden ötürü reklam gelirlerinin yadsınamaz bir etkisi söz konusu olacaktır. Ayrıca bilindiği gibi medya sektöründe yer alan bütün yayıncı kuruluşlar, bilgi çağında hızla gelişen iletişim teknolojilerine ayak uydurmak, finansmanlarını mümkün olduğunca kendi öz kaynakları içinden elde ederek her gecen gün zorlasan piyasa koşulları içerisinde ayakta kalabilmelidirler, bu ortamda yayın gerçekleştiren polis televizyonu öncelikli olarak olabildiğince fazla sayıda izleyiciye ulaşmalıdır. Daha sonra bu kitleyi etkilemeli, yayın içerikleri ile tutum ve davranışlar üzerinde etkili olmalıdır, belli bir güven ve sempati ortamı yaratıp, talep edilen, tercih edilen bir iletişim kanalı oluşturmalıdır.

Bütün bunların sonucunda ise EGM'nin bir kitle iletişim aracı olarak varlığını sürdürmeli, diğer medya kuruluşlarına karşı rekabet edebilecek izleyici desteğine ve maddi güce sahip olmalıdır. Polis Televizyonu için maddi güçten kasıt yıllık işletim giderlerini ve yeni teknolojilere ayak uydurmasını sağlayacak araç ve gereçlerin alımını ve programların yapımını finanse edebilecek ekonomik olanaklara sahip olması anlamındadır. Polis Televizyonu'nun bahsettiğimiz ölçüde bir güce sahip olabilmesi için, EGM'nin yayıncılık işi ile başa baş durumda bir gelişim ve oluşum gösteren reklamcılık sektörüne kapılarını açması gerekmektedir. Bunun için belirgin bir reklam politikası ve uzman bir kadrodan başka hiçbir şeye ihtiyaç yoktur.

Polis Televizyonu yayınlarının bir diğer finans kaynağı, daha doğru bir ifade ile program giderlerini karşılanmasını sağlayacak sistem sponsorluk sistemidir. Sponsorluk sisteminde üretilen programın yayın giderlerinin bir kuruluş tarafından karşılanması bunun karşılığında ise Polis Televizyonu'nda ilgili firmanın, kurum veya kuruluşun reklamının yer alması söz konusu olacaktır. Bu uygulama aynı zamanda, bir halkla ilişkiler uygulaması olarak tasarladığımız Polis Televizyonu modelinin halkla ilişkileri açısından da önemli bir uygulamadır. Kurumun amacı halkla bütünleşmek, kamunun güven ve saygısını kazanarak, daha etkin görev yapmak, halkla bir anlayış birliği

oluşturmaktır, buna paralel olarak Polis Televizyonu'nun da kuruluş sebebi kurumun amacı ile örtüşmektedir ve bu amacı destekleyici yayınlar yapılmalıdır. Yapılacak olan yayınları destekleyecek olan kuruluşlar genelde halkın, özelde ise halkın bir parçası olan vatandaşın sahibi olduğu bir kuruluştur. Sponsorluk sistemi ile Polis Televizyonu yayınları finans desteği ile daha kolay yapılacak, buna ilaveten sponsorlukla polis-halk bütünleşmesine örnek bir adım hayata geçirilmiş olacaktır.

III.D. YÖNETİM VE PERSONEL AÇISINDAN POLİS TELEVİZYONU

III.D.1. Polis Televizyonunun Yönetim ve Organizasyonu

Bir kamu kurumu olarak EGM İçişleri Bakanlığına bağlı bir hizmet birimi olarak ülkemizin yönetim sistemi içerisinde yer almaktadır. İçişleri Bakanlığının başında da bakan adını taşıyan siyasal bir yönetici bulunur. Bakan kamu gücünü kullanarak emniyet hizmetleri alanında yürütme kararları alan en yüksek yöneticidir. (Sencer, 1986: 185) Bu durumda EGM'nin toplumla olan ilişkisi bir anlamda hükümet temsilcisi olarak görev yapan İçişleri Bakanının sorumluluğundadır. İçişleri Bakanı, EGM bünyesinde tasarladığımız Polis Televizyonu yayınlarının sorumluluğunu taşıyor olacaktır. Burada sorumluluktan kasıt, halkla ilişkiler faaliyeti olarak televizyon yayıncılığından elde edilen fayda, modern ve demokratik toplum hayatına sağlanan girdiler öncelikle devletin ve vatandaşın kazanımı olacağından doğal olarak hükümet siyasal iktidar sıfatıyla bu faydanın sağlanmasındaki başlıca etken olacaktır yani yönetmen konumunda olacaktır. Baş aktör ise EGM'dir.

EGM kendi teşkilat yapısı içerisinde kamu hizmetine yönelik bir televizyon kanalını sağlıklı bir şekilde yürütebilmek için öncelikle bürokratik yoğunluğu en aza indigeme amacında olmalıdır. Şu anda Polis Radyosu

EGM'ye bağılı Haberleşme Daire Başkanlığının yapısı içerisinde bir şube müdürlüğü bünyesinde faaliyetini sürdürmektedir. Bu durumda yapılan yayınlarla ilgili bir tasarruf veya bir uygulama hayata geçirileceğinde, o eylemin EGM'deki son karar merci olan Genel Müdüre ulaşması belli bir bürokratik sıranın takip edilmesi zorunluluğundan belli bir zaman alacaktır ve bu yöntem takip edilirken de bir takım engeller ile karşılaşılacaktır. Hatta yaptığımız araştırmalar, polis radyosunda bu çeşit zorlukların sıklıkla ortaya çıktığının göstermektedir. Bizim önerdiğimiz yönetim modeline göre Polis Televizyonu, tıpkı Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü gibi EGM'ye doğrudan bağılı bir idari yapı içerisinde oluşturulmalıdır. Bunun en önemli gerekçesi ise bir medya organı olarak tüm ulusa yayın yapacak olan Polis Televizyonu çoğulcu ve temsili yayın anlayışı ile kamuya hizmet vereceğinden bunun ötesinde kendisine yönelik güvenlik hizmetini tanımak, sosyal ve kültürel alanda gelişmek ve bilinçli bir vatandaş olmak isteyen izleyicilere yönelik etkin bir halkla ilişkiler aracı olarak önemli bir amaca hizmet edeceğinden ağır işleyen bürokrasinin ertelemelerinden ve monotonluğundan etkilenmemelidir. Bu doğrultuda Polis Televizyonu kendi iç yönetim mekanizması oluşturulurken idari ve mali anlamda özerk bir yapıya kavuşturulmalıdır. Medya faaliyeti çabukluk, kararlılık, cesaret, uzmanlık ve bağımsızlık gibi olguların bir arada bulunduğu bir yönetim anlayışı içinde daha etkin ve güçlü olarak yapılabilecektir. Bu doğrultuda Polis Televizyonu mümkün olduğunca bağımsız bir yapı içerisinde güçlü ve profesyonel bir yönetim organizasyonu oluşturulmak sureti ile hayata geçirilmelidir.

Yaptığımız araştırmalar neticesinde elde ettiğimiz veriler bize kitle iletişim aracı yönetiminde özerklik kavramının son derece önemli olduğu sonucunu vermektedir. Özerklik kavramının gerekliliğini ortaya koyabilmek için bilinen iki örneği verebiliriz. Birincisi BBC yayın kuruluşunun kurulduğu günden bu yana, pek çok siyasi ve ekonomik baskılara maruz kalmasına rağmen özerk bünyesini bozmamış olması onu şu an kamu hizmeti yayıncılığı konusunda dünyanın en başarılı yayın kuruluşu yapmaktadır,

diğer örnek ise ülkemizde bir kamu yayıncısı olarak hizmet yürüten TRT'nin durumudur. TRT 1961 anayasasında özerk olarak tanımlanan yapısıyla başlattığı televizyon yayınlarını, bir takım siyasi müdahalelere maruz kalmış ve TRT'ye yönelik bazı müeyyideler uygulanmış TRT özerk yapısını kaybetmiştir. Bu kaybın doğurduğu olumsuz sonuçlar günümüzdeki TRT'nin yapısı içerisinde de kendisini göstermektedir. Bu örneklerden anlaşılacağı gibi başarılı bir yayın faaliyeti gerçekleştirilmek isteniyorsa önce başarılı bir yönetim organizasyonu oluşturulmalıdır ve bunun içinde en önemli etken bağımsız bir yönetim mekanizmasıdır.

Peki nasıl bir yönetim sistemi oluşturulmalıdır? Öncelikle Polis Televizyonu EGM'nin en üst amiri konumunda olan Emniyet Genel Müdürüne idari anlamda doğrudan bağlı olmalıdır. Genel müdür bir müdahale değil bir onay, bir danışma merci olmalıdır. Polis televizyonu'nun bir şube müdürlüğü statüsü ile örgütlenmesi çok daha doğru bir adım olacaktır. Ancak burada önemli olan nokta Polis Televizyonu'nun iç örgütlenmesinin veya yönetsel yapılanmanın nasıl gerçekleştirileceğidir. Yönetim sistemli, planlı ve organize bir şekilde oluşturulmalıdır. Bizim önerimizde yönetim boyutunun ana eksenini profesyonellik ve yalın bir örgüt yapısı üzerine kurulması gereken bir sistemdir. Bunun yanı sıra amacımız planlı ve programlı bir yönetim sisteminin sağlıklı işleyen iletişim kanalları vasıtasıyla uzman kişiler eliyle oluşturulmasını sağlamaktır. Ayrıca etkili bir denetim stratejisi oluşturarak yönlendirici, teşvik edici, yapılan ve yapılacak olan işleri kontrol edici bir mekanizma oluşturulması sağlanmalıdır. (Güler, 1991:207)

Denetleme çok önemlidir çünkü yayıncılık işlevleri içerisinde neyin, nasıl ve hangi ölçüde uygulanabildiğinin araştırılması, saptanması ve denetlenmesi gerekir. Örgütün amaç doğrultusunda hareket edip etmediği veya amaca ulaşmış ulaşmadığı ancak etkili bir denetleme ile belli olabilir(Güler, 1991:208).

III.D.2. Polis Televizyonunun Yönetim Yapısı

Polis Televizyonu'nun bir halkla ilişkiler aracı olarak tasarlanacağını çalışmamızın hemen bütün bölümlerinde ifade ederek, bütün organizasyonun bu doğrultuda oluşturulması gerektiğini vurgulamaya çalıştık. Televizyonun kurumsal yapısı, yapılacak olan yayıncılık faaliyetini teşvik edecek nitelikte olmalıdır, Polis Televizyonu'nun bir kamu kurumu olan EGM bünyesinde oluşturulacak olması onun, bütün işleyişiyle bir bürokrasi ve hukuk duvarının gölgesinde kalacağı anlamına gelmemelidir.

EGM kurulacak olan televizyon ve yapılacak yayınlar ile halkın yanında olduğunu, halkla iç içe olduğunu, halkla ilişkilerini geliştirme amacıyla olduğunu ispat etmek durumundadır. Tezimizde ortaya koyduğumuz gibi televizyon yayıncılığı gerek kurulumu gerekse işletmesi ile yüksek maliyetli iletişim faaliyetidir. Ancak bundan elde edilecek fayda karşılığı maddi olarak ölçülemeyecek kadar büyük olacaktır. Modern ve demokratik bir toplum olmanın gereği olarak bir devlet kurumu varlık sebebi olan halka hizmet misyonunu, bir medya aracı üzerinden sürdürecektir. Bunu yaparken de kolay, hızlı işleyen ve profesyonel bir yönetim yapısının oluşturulması elzemdir.

Kurumsal yapıyı belirlerken öncelikle, bir televizyonu oluşturan yönetsel yapı içerisinde temel birimlerin ve destek birimlerin olması gerektiğini bilerek, buna uygun bir sistem oluşturulması gerektiğini söyleyebiliriz, bir televizyonun kurumsal yapısına örnek olarak TRT kurumunu gösterecek olursak;

Kurumun başında bulunan genel müdüre bağlı olarak, yayın ve program, idari, teknik, mali olmak üzere dört adet genel müdür yardımcısı görev yapmaktadır. Bu genel müdür yardımcılıklarına bağlı olarak da daire başkanlıkları yer almaktadır. Bu daire başkanlıkları, ana hizmet birimleri, yardımcı hizmet birimleri, danışma ve destek birimleri ana başlıkları altında sınıflandırılmıştır.

Ana Hizmet Birimleri:

1. Haber Dairesi Başkanlığı
2. Televizyon Dairesi Başkanlığı
3. Radyo Dairesi Başkanlığı
4. Müzik Dairesi Başkanlığı
5. Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı
6. Yayın Planlama ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı
7. Stüdyolar Dairesi Başkanlığı
8. Vericiler Dairesi Başkanlığı
9. Yayın Arşivleri Daire Başkanlığı

Yardımcı Hizmet Birimleri:

1. Genel Sekreterlik
2. Savunma Sekreterliği
3. Personel Daire Başkanlığı
4. Eğitim Dairesi Başkanlığı
5. Sosyal İşler ve İç Hizmetler Dairesi Başkanlığı
6. Hasılat Dairesi Başkanlığı
7. Reklam Dairesi Başkanlığı
8. Muhasebe ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı
9. Alim İkmal Dairesi Başkanlığı
10. Yapı İşleri Dairesi Başkanlığı
11. Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı

12.Araştırma ve İmalat Dairesi Başkanlığı

13.Teknik Planlama ve Koordinasyon Dairesi Başkanlığı

Danışma ve Denetim Birimleri:

1. Hukuk Müşavirliği
2. APK Daire Başkanlığı
3. Teftiş Kurulu Başkanlığı
4. Yayın Denetleme Kurulu Başkanlığı

Burada bir kamu yayıncısı olarak TRT'nin yönetim yapısını ortaya koyduk, ancak bir televizyonun yayın politikası ve yayın amaçlarına göre teknik ve yönetim yapısının oluşturulması gerektiğini yinelememiz gerekir. Vural'ın ifade ettiği gibi her ülkenin yayın kurumu kendi ülkesinin sosyal, siyasal ve ekonomik yapılarının izdüşümünde yer almaktadır. Bunun yanı sıra yayın kurumları, ürettikleri hizmet ve hizmetin özellikleri açısından da diğer örgütlerden ayrılırlar dolayısıyla yönetim yapılarında da farklılık söz konusudur(Vural,1986:29). Örgütler belli amaç yada amaçları gerçekleştirmek için kururlar, TRT ülkemizde kamuya yayıncılık hizmeti vermektedir ve sadece bu alanda en iyi verebilmek için mücadele vermektedir. EGM ülkemizde vatandaşa yönelik güvenlik vermektedir, önerdiğimiz Polis Televizyonu modeli ile verdiği hizmetteki başarıyı arttıracaklarını, halkla ilişkilerini daha üst bir seviye getireceğini, planlı ve ilkeli yayıncılık anlayışıyla halkın beğenisini ve sempatisini kazanacağını ve yayıncılık yoluyla etkin modern bir kamu hizmeti gerçekleştireceğini düşünüyoruz. Bu doğrultuda güçlü bir yönetim yapısının sağlıklı olarak işletilmesinin ne kadar önemli olduğunu belirtmeliyiz.

Polis Televizyonu yönetimi için aşağıda oluşturduğumuz şema etkili ve amaca uygun bir yayıncılık için önerilmiştir;

Emniyet Genel Müdürü

Televizyon Şube Müdürlüğü

Şube Müdürü

1- Yayın ve Programlardan sorumlu Şube Müdür Yardımcısı

a- Haber Büro Amirliği

- Büro amiri
- Haber şefi
- Kurgucular
- Kameraman
- Muhabir
- Grafiker
- Halkla İlişkiler Uzmanı

b-Program Üretim Büro Amirliği(Prodüksiyon)

- Büro Amiri
- Yapımcı(Prodüktör)
- Yapımcı yardımcıları
- Araştırmacı
- Muhabir ve yardımcıları
- Sunucu
- Halkla ilişkiler Uzmanı

c-Yayın Büro Amirliği

- Büro Amiri
- Yayın şefi
- Yönetmen
- Yönetmen yardımcısı
- Teknik Yönetmen
- Işıkçı
- Sesçi
- Resim seçici
- Film gösterme elemanı
- Kameramanlar ve yardımcıları
- Spikerler
- Yayın otomasyon operatörü
- KJ operatörü
- Elektroteknik ve elektromekanik elemanları
- Dekor elemanları
- Aksesuar elemanları
- Makyajcı
- Kostümcü
- Kurgucu
- Resim kayıt elemanı
- Seslendirme yönetmeni, efektor
- Tonmayster
- Grafist,ressam.
- Yayın devamlılık uzmanı

-Uplink teknisyeni
 -Naklen yayın aracı ve dış yayınlar ile ilgili tüm ekip ve ekipman

2- İdari Mali İşler ve Teknik Yapıdan Sorumlu Şube Müdür Yardımcısı.

a-Stüdyolar Büro Amirliği

- Büro Amiri
- Teknik yönetmenler
- Stüdyo yönetmeni ve yardımcıları
- Stüdyo mühendisleri
- Stüdyo elektrikçileri ve teknisyenleri
- Sahne kurma ekibi
- Kameramanlar ve ekibi
- Stüdyo ışık ekibi ve ekipmanı
- Stüdyo ses ekibi ve ekipmanı
- Naklen Yayın aracı ve teknik personeli

b-İdari Mali ve Teknik Büro Amirliği

- Büro amiri
- Reklam sorumlusu ve ekibi
- Personel masası
- Malzeme alım sorumlusu
- Planlama ve organizasyon sorumlusu

- Araştırma ve geliştirme sorumlusu
- Teknoloji ve proje üretim sorumlusu
- Finans sorumlusu
- Bilgi-işlem sorumlusu
- Halkla ilişkiler Uzmanı

Oluşturmaya çalıştığımız bu modelde kısmen bu işin personel boyutuna da değinmiş olduk, ancak Polis Televizyonu'nun personel politikası ile ilgili araştırmalarımız neticesinde elde ettiğimiz bulguları ve bunlarla ilgili görüşlerimizi içeren bilgileri bir sonraki başlık altında sunacağız. Polis Televizyonu'nun bu yönetim-organizasyon yapısını EGM'nin mevcut teşkilat yapısı ile uyumlu bir yapılanma içerisinde tasarladık, ayrıca iş ve görev dağılımını da yapılacak olan yayın türlerine ve yayın amaçlarına uyacak şekilde uzman kadro, profesyonel ve son teknoloji ürünü ekipman desteğiyle planlamaya çalıştık.

Tezimiz açısından önemli bir nokta olan Polis Televizyonu'nun yönetim yapısı, önerdiğimiz bu model doğrultusunda oluşturulduğu takdirde, kanımızca daha etkili bir yayıncılık hizmeti verecektir, çünkü, bu yapılanma içerisinde bir kamu kurumu olan EGM bünyesindeki Polis Televizyonu doğrudan kurumun en üst amirine bağlı olabilecektir. Bu durum özellikle bürokratik engelleri aşmak açısından son derece önemlidir. Diğer taraftan bir televizyonun temel birimleri olan yapım ve yayın üniteleri mümkün olduğunca sade ve işlevsel olarak tasarlanmıştır.

Televizyon şube müdürlüğü, öncelikle EGM'nin halkla ilişkiler aracı ve kurumun hizmetleri ile ilgili halka bilgi verme aracı olan televizyonu teoride ve pratikte hayata geçirecek olan kurumsal çatıyı oluşturacaktır. Buradaki önemli hususlardan birisi televizyonculuğun özel uzmanlık gerektiren bir alan

olması ve bu işi gerçekleştiren yayıncının, kurumsal hedefi, yayın amacı doğrultusunda belirlenen yayın politikasını hayata geçirecek olan emniyet personeli ile yayınların izleyiciye ulaşmasını sağlayacak olan teknik personelin bir arada rahatlıkla çalışabileceği, uyumlu ve verimli bir çalışma ortamının oluşturulması amacı güdüldüğüdür. Büro amirleri mutlaka iletişim alanında uzman kişiler olmalıdır. böylelikle hizmetin yapılışı kolaylaşacağı gibi aynı zamanda daha uyumlu ve ahenkli bir iş ortamının sağlanması mümkün olabilecektir.

III.D.3. Polis Televizyonunun Personel Boyutu

Her örgütün kendisine has bir personel özelliği olduğu gibi televizyon yayıncılığında da gerek üretilen hizmetin biçimi ve içeriği gerekse kullanılan araç ve gereçlerin niteliği sebebi ile uzmanlaşmış bir personel istihdamı söz konusudur. Yayıncılık ancak profesyonel ve teknik bir ekibin sevk ve idaresinde gerçekleştirilebilir. EGM'nin yayıncılık konusunda polis radyosu gibi ciddi bir deneyimi vardır. Polis radyosunun personel politikası şu şekildedir; radyo yayıncılığının gerçekleşmesi için gerekli personelin(mühendis, tekniker, teknisyen, spiker), hangi alanlarda çalıştırılacağı ve kaç kişiye ihtiyaç olduğu Radyo-Tv ve Foto Film Şube Müdürlüğüne tespit edildikten sonra ilgili personel ihtiyaç listesi Haberleşme Daire Başkanlığına verilir. Daire Başkanlığı ise EGM Personel Daire Başkanlığına bu talebi resmi yazı ile iletir, Personel Daire Başkanlığı, kamu personeli seçme sınavını yapan ÖSYM'ne bildirir. Sonuç olarak; KPSS sınavı sonucunda, polis radyosundaki ilgili görevi tercih eden kişiler, sözleşmeli veya kadrolu personel statüsü ile radyoda çalışmak üzere ise alınırlar. Bu usul sivil personelin temin edilmesi için uygulanır. İhtiyaç olan personelin EGM içerisinde görev yapan polisler içerisinde bulunması da söz konusu olabilmektedir. Bununla ilgili duyurular EGM'nin internet sitesi aracılığıyla, radyo anonslarıyla veya kurum içi resmi yazışmalar aracılığıyla yapılabilmektedir. EGM bünyesindeki polis radyosunun personel alma politikası bu şekildedir. Televizyon ise daha karmaşık bir yapıya sahiptir, bu

alandaki gerekli olan personelin mutlaka kendi işinde uzman profesyonel kişiler arasından seçilmesi gerekir, radyonun personel alma politikası pek tabii televizyon içinde uygulanabilir niteliktedir. Ancak burada ilave etmemiz gereken nokta şudur, televizyonculuk işi yayınlarda devamlılık ve hizmette istikrar gerektiren bir iştir, bu sebeple personelin sürekli çalışması ve yapılan işin sürekli aktif tutulması gerekmektedir, polis televizyonunun hem işletim giderini karşılaması hem de hızla gelişen medya sektöründeki yeniliklere ayak uydurabilmesi için ekonomik desteğe ihtiyacı vardır. Bu destek en iyi reklam gelirlerinden elde edilir. Burada ifade etmeye çalıştığımız ise reklam hizmetinden elde edilen gelir ile döner sermaye fonu oluşturulması gerektiğidir. Bu fonun bir kısmı da personele ödenmelidir, böylelikle piyasada çok yüksek ücretlerle çalıştırılan televizyon personeli ile sözleşmeli veya kadrolu memur statüsü ile polis televizyonunda çalıştırılacak olan personelin maaşları dengelenmiş olacaktır. Bu sayede ise, hem eşit işe eşit ücret prensibi yerine getirilmiş olacak hem personele yaptığı zor hizmetin karşılığı verilmiş olacak hem de personel kaybı söz konusu olmayacaktır.

Peki Polis Televizyonu'nda hangi vasıftaki personel, hangi işi yapmak üzere, kaç kişi çalışacaktır?

Televizyon yayıncılığı ortak bir çalışmanın ürünü olarak gerçekleştirilebilir. Bu çalışmaya ise yayın personeli, üretim (prodüksiyon) personeli ve teknik hizmet personeli katılır. Polis Televizyonu, bir meslek örgütü olan EGM'nin yönetiminde bir televizyonu olacaktır. O halde Polis Televizyonu'nun temel insan kaynağını polisler oluşturmalıdır. Ancak burada hangi nitelikte, hangi donanımdaki polisin görevlendirileceği önem kazanmaktadır. Yayınların gerçekleşmesi için gereken teknik veya mekanik yapılardan, bunun yani sıra program üretimi ve yayın içeriklerinin oluşturulması için profesyonel kişilere ve yaklaşıma gereksinim duyulduğunu önceki bölümlerde izah etmeye çalışmıştık, Polis Televizyonu personel

politikasını belirlerken tabiatıyla kendi iç dinamiklerinden azami derecede faydalanma yoluna gitmelidir. Yetersiz kalınan noktalarda ise mutlaka yayıncılık mesleğinin mutfağında veya vitrininde yer alan kişilerden destek alarak profesyonel bir yayıncılık faaliyeti gerçekleştirme amacıyla olmalıdır.

Televizyon yayıncılığı için gerekli personeli üç kısma ayırmıştık, önerdiğimiz Polis Televizyonu modeli için ise dört kısım söz konusu olacaktır. Yayın, üretim, teknik personelin yanı sıra EGM mensubu olarak polislerin oluşturacağı yönetici kısmıdır. Bunu bir önceki yönetim ve organizasyon başlığı altında arz etmeye çalışmıştık. Hatırlanacağı üzere her kısmın başında büro amiri seviyesinde, iletişim konusunda uzman polis amirlerinin görev yapmasının daha uygun olacağını türlü gerekçelere dayandırarak ifade etmiştik. Bu doğrultuda Polis Televizyonu'nun personel politikasını, asgari bir sayı belirterek, personel ünvanı ve hangi personelin ne iş yapacağı şeklinde belirleme yaparak tasnif edebiliriz.

III.D.3.a. Polis Televizyonunun Ana Ünitelerinde Görev Yapacak Olan Personel;

- i. Yayın Personeli : Üretilen programların yayına verildiği ana kumanda odasında(reji) ve programın üretildiği stüdyoda(Plato) veya dış mekanda çalışan personel anlamına gelir.Bunlar;

(1) Yönetmen: Bir yayının içeriğinden, teknik olarak düzenlenip yayına verilmesine kadar her aşamasından sorumludur. İşbölümünü ve koordinasyonu sağlar.(3)

(2) Teknik Yönetmen: Yayın için gerekli olan teknik altyapı, araç ve gereçlerin gerekli koşullarda ve uygun biçimde çalıştırılıp, yönlendirilmesinden sorumludur, Teknik her türlü araç ve gereci

kullanan personelin sevk ve idaresi teknik yönetmenin elindedir.(3)

(3) Görüntü Yönetmeni: Yayına verilmek üzere elde edilmiş görüntünün, sanatsal ve teknik dizaynından sorumludur. Televizyon bir görüntü oluşturma sanatıdır, Görüntü yönetmeni de bu bağlamda bir sanatçıdır. Görüntüyü düzenler yayına hazır hale getirir.(3)

(4) Resim Seçici: Rejide bulunan bu personel ekranda yer alacak olan görüntüyü seçen kişidir. Yayıncılık günümüzde kurgusal olarak yapılır, yani belli görüntüler belli bir anlam oluşturacak şekilde sıraya dizilir, sıra ile yayına verilir, resim secici yönetmenin belirlediği görüntünün yayına verilmesinden sorumludur. (2)

(5) VTR Operatörü(Yayın Otomasyon Operatörü): Yayın esnasında bilgisayar destekli, mekanik veya elektronik pek çok cihaz kullanılmaktadır. VTR operatörü bu cihazların koordinasyonu ve yayın esnasındaki uyumluluğunun sağlanmasından sorumludur.(2)

(6) Ana Kumanda Operatörü: Rejide bulunan bilgisayar destekli yayın ünitelerinin kullanılmasından sorumlu kişilerdir.Ana kumanda operatörü yayını takip eder ve hangi görüntünün hangi şekilde yayına verileceğini, yönetmenin kontrol ve yönlendirmesiyle gerçekleştirir.(4)

(7) Işıklı: Yapılan programın özelliğine göre ışık sisteminin düzenlenmesi, ayarların yapılması, kişilerin, genel olarak veya özel olarak stüdyonun, dekorun aydınlatılması işlerinden sorumludur.Bir ekip işidir, uzmanlık gerektirir. Genellikle platoda görev yaparlar.(3)

(8) Sesçi: Üretilen programların bütün ses organizasyonunu düzenleyen uzman personeldir. Rejide görev yapar. Stüdyo içi

seslendirme, çalışanlar arası haberleşme, yayına verilecek olan ses, bu seslerin tonları ve şiddetlerini ayarlar.(3)

- (9) Kamera Kontrol Teknisyeni: Rejide bulunur. Kameraların elektronik ve optik ayarlarını yaparlar.(2)
- (10) Kameramanlar: Günümüz iletişim teknolojilerinin geldiği noktada artık insansız, rejiden kontrol edilebilen stüdyo kameraları kullanılmaktadır. Polis televizyonunun teknik altyapısının bu teknolojiye göre oluşturulması çok daha doğru olacaktır. Kameraman ihtiyacı ise şu şekilde karşılanabilir, haber için(6), stüdyo için(3), programlar için(3), naklen yayın için (2) kameraman olmak üzere toplamda (14) kameraman yeterli olacaktır.
- (11) KJ Operatörü: Yayın esnasında spikerin okuyacağı bilgileri kameranın altında yer alan cam zemin üzerine yansıtmaya yarayan aracı kullanan kişidir.(2)
- (12) Grafiker: Yayına verilmek üzere hazırlanan görüntünün biçimsel ve sanatsal düzenlemesini yapar veya görüntü yönetmeninin istediği doğrultuda görüntüye eklemeler veya çıkarmalar yapar.(2)
- (13) Yayın Operatörü: Yayının sağlıklı olarak yapılmasından, sorumludur.Yayın esnasındaki koordinasyonu sağlar.Yayının kesilmesi veya her hangi bir değişikliğin olması yayın operatörünün talimatı ile gerçekleşir.Bir anlamda yayın disiplinin sağlanmasından ve devamlılıktan sorumludur.(3)
- (14) Spikerler: Hazırlanan yayın içeriğini, stüdyo içinde veya dışında kameranın önünde izleyiciye aktaran bay veya bayan konuşması,diksiyonu ve fiziki görünümü düzgün kişilerdir.(4)
- (15) Elektroteknik Teknisyeni: Stüdyoda kullanılan elektronik cihazların birbirlerine olan bağlantılarını denetler ve kontrol eder. (2)

- (16) Elektromekanik Teknisyeni: Cihazların ölçümlerini, doğru çalışıp çalışmadıklarını kontrol ederek bakımlarını yapar.(2)
- (17) Up-link Teknisyeni: İzleyiciye ulaştırılacak olan televizyon yayınları rejiden up-link teçhizatına verilerek buradan uyduya çıkılarak yayınlar dağıtılır, Up-link tertibatını ancak o konu ile ilgili yetişmiş uzman teknik personel kullanabilir. Bu kişi hem stüdyoda hem de naklen yayın aracında bu işten sorumludur. (3)
- (18) Altyazı Promter: Altyazı teknisyeni adından da anlaşılacağı üzere görüntünün altına veya ekranın programa göre uygun bir bölümüne altyazı geçmek suretiyle bilgi desteği sağlar. Bu iş için (1) kişi yeterlidir. Ayrıca promter cihazı da yine ekrandaki görüntüye logo veya animasyon desteği sağlar bunun içinde (2) kişinin bulunması gerekir.
- (19) Bilgisayar Elemanı: Dijital yayın teknolojilerinde bilgisayar herseydir. Bu sebeple rejideki ana kontrol ünitesinde sistemi yürütecek ve yayınların bilgisayar ortamında devamlılığını sağlayacak uzmanlara ihtiyaç vardır.(3)

Bu bölüm adeta Polis Televizyonunun kalbi konumundadır, burada görev yapacak personel yayıncılık konusunda bilgili ve tecrübeli olmak zorundadır. Bu bölüme personel alınırken, piyasada bu işle uğraşan konusunda uzman yetişmiş sivil eleman tercih edilebileceği gibi, EGM bünyesinde çalışan bu alanda eğitilmiş, tecrübeli veya yakın alanlarda aktif olarak görev yapan personel arasından da seçim yapılabilecektir.

ii. Yapım(Prodüksiyon) Personeli: Programları oluşturan personeli ihtiva eder. Ayrıca kurgu personeli de bu birim içerisinde yer alır.

- (1) Kurgucular(Video-bant-montaj): Stüdyoya giren görüntülerin, yapılan çekimlerde elde edilen ham görüntünün belli bir işleme tabi tutularak görsel mesaj haline getirilmesi işlevini yürüten personeldir. Bu kişiler reji odası haricinde ayrı bir odada çalışırlar. Kurgu odasına gelen görüntü bilgisayar veya teyp yoluyla kesilerek, veya efekt, ses veya farklı görüntülerle birleştirilerek bu işleme montaj da denir ve görüntü yayına hazır hale getirilirler.(6)
- (2) Grafikçi: Kurguya giren malzemelerin görsel tasarımını yapan personeldir. Bir anlamda görüntünün gerçekliği ile görsel estetiği buluşturan, görüntüyü izlenir kılan unsurları bilgisayar ortamında buluşturan uzman kişilerdir.(4)
- (3) Prodüktörler ve Asistanlar: Program üreticileridir, bir programın içeriğinin hazırlanmasından, çekimine, kurgu ve montajlanmasından, yayın aşamasına kadar pek çok noktada aktif olarak yer alırlar.Prodüktör (5), Asistan(5) yeterli olacaktır.
- (4) Yapımcılar: Program metninin yazılması, programın organizasyonu, programın içeriği ve bütçesi, programın çekileceği mekanların belirlenmesi, yer alacak konukların belirlenip davet edilmesi program yapımcılığının sorumluluğundadır. Yapılacak olan program türlerine göre yapımcı sayısı belirlenebilir. Ancak Polis Televizyonu için önerdiğimiz program önerilerini baz alırsak en az (6) yapımcı başlangıç için öngörülebilir bir sayıdır.

III.D.3.b. Polis Televizyonu'nun Destek Ünitelerinde Görev Alacak Personel;

Görüldüğü gibi televizyonculuk işinde, gerekli olacak teknik araç ve gereçlerin özelliği ile bu araçları kullanacak olan kişilerin mutlaka belli bir uzmanlığı olmalıdır. Televizyon işletmeciliği mutlak suretle bir mühendislik ve

iletişim uzmanlığı gerektirir. Bütün bunların yanı sıra bir halkla ilişkiler uygulaması olarak tasarladığımız Polis Televizyonu'nda, halkla ilişkiler uzmanlarının yayın akışına etkin ve aktif katılımı sağlanmalıdır. Yukarıda yayınların gerçekleşmesi, devamlılığın sağlanması ve program üretilmesi için gerekli olan personelin nasıl olması gerektiğini izah etmeye çalıştık, Bir de bu hizmetleri yürümesi için varlığına mutlaka ihtiyaç duyulan destek hizmetleri personeli vardır,

Bunlar; personelin özlük haklarına ilişkin bilgi, belge ve evrakları düzenleyen büro çalışanları, bu bürolar; personel büro, tahakkuk büro, muhasebe, alim-ikmal büro, ayniyat-lojistik büro, diğer memurlar ile müstahdem, sürücü, dağıtıcı v.b çalışanlardır.(25)

III.D.3.c. Polis Televizyonu'nda Görev Yapacak Personel Sayısı;

Araştırmalarımız sonucunda ortaya çıkardığımız personel modeli önerimiz, ifade ettiğimiz gibi hem yönetim hem de teknik personel anlamında alanında profesyonelleşmiş bir personel istihdamını zorunlu kılmaktadır. Bunun yanı sıra yayıncılık faaliyetiyle yapılan iş ve üretilen hizmet program sayısınca çeşitlilik gösterir. Bu sebeple de yayıncılık işinde üretilen medya içeriği ayrı beceriler gerektiren ve sanatsal öze sahip olan mesleklerdir. Bu nedenle yayın kurumu için gerekli eleman seçimi, kurumun kendine özgü koşulları açısından önem arz etmektedir.(Vural,1985:43-44). Bizim polis televizyonu için önerdiğimiz personel sayısı yönetici kadrosu, EGM mensubu olarak amir kadrosunda(iletişim alanında uzman olması öncelikli tercih edilmeli) 15 kişi, teknik personel ve yayın ekibi için yaklaşık 100 kişi, halkla ilişkiler organizasyonunda çalışmak üzere 5 kişi,bilgi islem ve yazılım uzmanı olarak 2 kişi ve destek ünitesi içinde yaklaşık 25 personel olmak üzere toplam 147 kişi yurt genelinde yayın yapacak olan Polis Televizyonu'nu yürütmek için yeterli bir sayı gibi gözükmetedir. Bu sayı yaptığımız araştırmalar neticesinde aşağı yukarı esneyebilecek bir sayıdır. Bu esnekliğin

sebebi çalıştırılacak olan personelin sayısı ve özellikleri yayınlanacak programların niteliğine göre değişim gösterebilmektedir. Biz burada önerdiğimiz Polis Televizyonu modeli için tahmini bir personel sayısı tespit etmiş bulunuyoruz.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya’da, insana yönelik hizmet anlayışı gittikçe hassas ve profesyonel bir yapılanmaya bürünmektedir. Bu söylediğimizden kasıt, artık bir devletin vatandaşı olan veya bir özel kuruluşun müşterisi olan veya televizyonda yayınlanan bir programın izleyicisi olan insan, geçmişte hiç olmadığı kadar önemlidir. Toplumsal yaşam devam ederken, devletlerin ve ticari kuruluşların kurmaya çalıştıkları sistem, bireyi kendi etkinlikleri yönünde olumlu tutum geliştirmeye, desteğini elde etmeye, ilgisini çekmeye yönelik bir takım cabalar göstererek belli bir kamuoyu oluşturma ve toplumsal anlamda kabul görme amacına yönelik bir sistemdir.

Biz bu çalışmada esasen bir kamu kurumunun kendi kamuları ile olan iletişimini daha iyi noktalara getirebilmesi için kurum açısından halkla ilişkilerin önemini vurgulamaya çalıştık ve halkla ilişkiler uygulaması olarak yayın yapacak bir televizyon modeli oluşturup oluşturamayacağımızı tartıştık.

EGM bu ülkenin demokratik ve hukuki yapısı içerisinde, gerek sayısı üç yüz bini aşan uzman personeli ile gerekse 24 saat kesintisiz güvenlik hizmeti vermesi yönüyle yeri doldurulamaz bir öneme sahiptir. Bir kamu kurumu bu kadar önemli konuma sahipken, vatandaşlar nazarında veya medyanın gözünde, imaj sorunu yaşıyorsa ve kendini yeterince ifade edemeden kaynaklanan bir takım iletişim sorunları sebebiyle olumsuzluklara maruz kalıyorsa bu sorunu çözme konusu tabi ki devlete dolayısıyla EGM’ye düşmektedir. Ülkemizin geçmişten bu yana gelen demokrasi ve yönetim geleneği çerçevesinde, İçişleri Bakanlığı’na bağlı bir kamu kurumu olan EGM, önerilen televizyon modelini hayata geçirmek için, siyasi iradeye, hukuki bir düzenlemeye ihtiyaç duyacaktır. Ancak bu konu ile ilgili fikir veya proje üretmek birinci derecede EGM’nin sorumluluğundadır.

Bu çalışmada, öngörümüze göre hayata geçirilecek olan Polis Televizyonu'nun günümüz koşulları çerçevesinde kurulursa nasıl kurulacağını gösteren bir öneri sunulmuştur. İşte biz bu araştırmada, EGM mensubu olarak polisin, kendisini hem kendi meslektaşlarına hem de hizmet verdiği hedef kitlesine yeterince anlatamadığı varsayımından hareketle, kurumun halkla ilişkilere oldukça ciddi boyutta önem vererek, bu zamana kadar bu alanda gerçekleştirdiği çalışmaların üzerine bir yenisini eklemesi gerektiği sonucuna ulaştık. Bu yenilik "Polis Televizyonu" dur.

Araştırmamızda; Polis Televizyonu ile kurumun hem etkin bir halkla ilişkiler aracına, hem de iletişim içinde olduğu tüm çevreye sesini duyurabilecek, yüzünü gösterebilecek, kendisini tanıtabilecek bir medya aracına sahip olacağı sonucuna ulaştık.

Sosyal bilimlerde özellikle halkla ilişkiler ve televizyon konuları ile ilgili pek çok çalışma yapıldığını ve bu alanlarda oldukça zengin bir literatürün oluştuğunu görüyoruz. Dolayısıyla çalışmamızın kuramsal çerçevesini oluşturmak için yeterince kaynaktan yararlanıldığı düşünülmektedir. Tezimizin birinci, ikinci ve üçüncü bölümünün içeriği çalışmamızın kuramsal tabanını meydana getirmiştir. Dördüncü bölüm EGM'nin halkla ilişkiler çalışmalarını ve teşkilat yapısını anlatmaktadır. Beşinci bölüm ise oluşturacağımız televizyon modeli ile EGM'nin halkla ilişkiler politikasını kaynaştıracak şekilde dizayn edilmiştir. Böylelikle beşinci bölümde ortaya koyduğumuz Polis Televizyonu modelimizin alt yapısı, literatürde yer alan güncel kaynaklardan ve bilimsel çalışmalardan elde edilen bilgilerin, konunun özüne uygun bir biçimde değerlendirilmesiyle oluşturulmuştur. Ancak EGM çatısı altında kurulmasını önerdiğimiz Polis Televizyonu modelinin hayata geçirilmesi için bir takım bürokratik prosedürlerin aşılması ve bazı hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada EGM'nin mutlaka etkili bir halkla ilişkiler çalışmasına ihtiyaç duyduğunu, bunun da güçlü bir

kitle iletişim aracı olan televizyonu kullanarak gerçekleştirebileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır..

Çalışmamızın amacı doğrultusunda elde ettiğimiz bulgular şu şekildedir;

1. Halkla İlişkiler bir örgütün tüm kamularıyla olan ilişkilerini düzenleyen, karşılıklı anlayış, işbirliği ve yardımlaşma ortamının oluşmasını mümkün kılan modern bir disiplindir.
2. Çağımızda insanların, birbirleriyle ve çevreyle olan iletişimlerinin sağlanmasında baskın rol kitle iletişim araçlarına aittir.
3. Kitle iletişim aracı olarak televizyon, yayıncı kurum veya kuruluşlarca etkin işlevleri on planda tutularak (doğru bilginin görüntü ile desteklenmesi, öğretici yayınların tekrarı, kamuya hizmet etme bilincinde yapılan sorumlu yayıncılık anlayışı) kullanıldığı takdirde toplum üzerinde tutum ve davranışı değiştirici, yönlendirici güçlü bir etkiye sahiptir.
4. EGM, daha başarılı hizmet verebilmek için halkın desteğine ve işbirliğine ihtiyaç duymaktadır.
5. EGM, etkin bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak, kitle iletişim araçları içerisinde, insanlar üzerindeki etkisi yönüyle baskın özelliği bulunan televizyonu kullandığı takdirde topluma daha fazla nüfuz edebilecek, insanların beklentileri doğrultusunda çalışmalarını düzenleyebilecek ve toplumla birlik-bütünlük içinde, demokratik toplum bilincinin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Ülkemizde kamu kurumları, toplumsal ve teknolojik değişimlere ayak uydurmak amacıyla her geçen gün yeni bir uygulamayı hayata geçirmekte ve hızla yenilenmektedir. Çalışmamızda EGM'nin teşkilat yapısı içerisinde

Haberleşme Daire Başkanlığı bünyesinde, hizmet yürüten Radyo-TV ve Foto Film şube müdürlüğü yer almaktadır. Bu şubede uzman personeli, fiziki koşulları, teknik araç ve gereç potansiyeli ile sadece verici istasyonu eksik olan televizyon olanağını hayata geçirecek şartlar oluştuğunda, Polis Televizyonu'nun hayata geçirilmesi için nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini gösterecek ve uygulama örneği olabilecek bir model önerisi oluşturulmuştur.

Bu yönüyle çalışmanın öncelikle EGM daha sonra da herhangi bir kamu kurumu bünyesinde Televizyon kurma amacıyla olan tüm araştırmacılara ışık tutacak nitelikte bir çalışma olduğu düşünülmektedir.

Tezimizde ulaştığımız sonuçlar doğrultusunda yapacağımız öneriler şunlardır;

1. EGM, devlet adına ve kanunlardan aldığı yetki ile kamu hizmeti veren bir kurum olarak, tıpkı diğer kamu kurumları gibi halkla ilişkiler çalışmalarına önem vermeli ve bu konuya yönelik, uzman kişilerin yönetiminde, uzun ve kısa vadeli stratejiler üreterek profesyonel bir yaklaşım tarzı belirlemelidir.
2. EGM verdiği hizmetin özelliği gereği çağın gerek teknolojik gerekse sosyolojik yeniliklerine ve toplumun değişen dinamiklerine karşı kendisini, hem kurumsal anlamda hem de kurum personeli bazında yenilemeli, toplumun nabzını çok iyi tutmalıdır.
3. EGM hizmet götördüğü hedef kitesine karşı kendisini iyi ifade etmeli ve samimi,dürüst, objektif bir iletişim ortamı kurmalıdır. Karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirmeli, halkın sempatisini kazanmalı, kısacası halkla işbirliği yaparak bir bütün oluşturmalıdır.

Bunun en etkili yolu, bir kitle iletişim aracı olan televizyonu bu amaçlar doğrultusunda kullanmaktan geçmektedir.

4. Görsel gücü, ikna ve tutum oluşturmadaki etkisi ve ulaştığı kitlenin büyüklüğü gibi sebeplerle televizyon, etkili bir kitle iletişim aracıdır. EGM kurumsal misyonu gereği bu gücü mutlak suretle kullanmalıdır. Kendi olanaklarıyla kuracağı Polis Televizyonu ile çağdaş, kamu hizmeti yayıncılığını benimsemiş bir yayıncılık anlayışı ile polis ve halk arasında modern bir iletişim köprüsü kurulmuş olacaktır.
5. EGM sahip olduğu imkânlarla ulusal bir televizyon kanalını bünyesinde oluşturabilecek güce sahip koklu bir kamu kurumudur. Bu kurumun halkla ilişkilere ne kadar ihtiyaç duyduğu da tezimizde öne sürdüğümüz gerekçelerle de açıklanmaya çalışılmıştır. EGM polis radyosuyla 1952'den bu yana medya dünyası içerisinde halkı ile beraberdir. Polis radyosu yayınlarının kurumun halkla ilişkilerine sağladığı katkılar ve polisin imajını iyileştirmedeki başarısı bu kadar açık ortadayken (Bknz:Ek-1), bu başarıyı daha etkili bir yayın organı ile daha iyi noktalara getirmenin mümkün olabileceğini çalışmamızda ifade etmeye çalıştık. Her ne kadar Polis Televizyonu'nun kurulmasına mevcut yasalarda yer alan hükümler engel teşkil etse dahi, yasaların toplum ihtiyacına göre şekillendiği ve yetkin otorite tarafından değiştirilebildiği gerçeğini unutmamak gerekir. Tezimizde ulaştığımız sonuç doğrultusunda Polis Televizyonu kurulduğu takdirde, EGM halkla ilişkilerini çok daha etkili bir şekilde yürütebileceği bir yayın organına sahip olacaktır. Bu şekilde elde edilecek toplumsal fayda, bir kamu kurumu olarak başta EGM'nin ve tüm vatandaşların kazanımı olacaktır.

KAYNAKÇA

ALEMDAR, Korkmaz; **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**, İstanbul, Afa yayıncılık, 1999.

ALEMDAR, Korkmaz, KAYA, Raşit; **Radyo-Televizyonda Yeni Düzen(Dünya Deneyi ve Türkiye'deki Arayışlar)**, Ankara, TOBB yayınları, 1993.

ATABEK, Nejdet, DAĞTAŞ, Erdal; **Kamuoyu ve İletişim**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı yayın no: 139, 1998.

AZİZ, Aysel; **Türkiye'de Televizyon Yayınlarının 30 Yılı**, İstanbul, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, 1999.

BERKES, Niyazi; **Türkiye'de Çağdaşlaşma**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005.

BOURDIEU, Pierre; **Televizyon Üzerine**, çev. Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997.

BROWN, J.A.C; **Beyin Yıkama**, çev. Behzat Tanç, İstanbul, Boğaziçi Yayınları, 2000.

CANKAYA, Özden; **Dünden Bugüne Radyo-TV(Türkiye’de Radyo Televizyonun Gelişim Sureci)**, İstanbul, Beta basım yayım dağıtım, 1997.

ÇETİN, Cem : **Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon ve Kamu Hizmeti**, İstanbul Ün.v.Sos.Bil.Enst., Yüksek lisans Tezi, İstanbul, 1994.

CHOMSKY, Noam; **Medya Gerçeği**, çev. Abdullah Yılmaz- Osman Akinhay, İstanbul, Everest Yayınları, 2002.

ÇİFTÇİ, Ahmet; **Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Çoğulcu Sisteme Geçişin Hukuki Yönü**, Ankara, 1993.

COŞKUN, Bilal; **Poliste Eğitim ve Halkla İlişkiler**, A.İ.T.İ.A. İdari Bilimler Enstitüsü Master Tezi, Ankara, 1981.

COŞKUNSERÇE, Sevgi; **Kavga ve Kavramlarıyla RTÜK**, Ankara, Ocak Yayınları, 2003.

ÇAPLI, Bülent; **Televizyon ve Siyasal Sistem**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 2001.

ÇÖKLÜ, Y. Ece; **Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi**, İstanbul, Set Systems Yayıncılık, 2004.

DURMAZ, Ahmet; **Dijital Televizyonun Temelleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.

DURGUN, Şenol : **Halkla İlişkilerde İletişimin Önemi ve Kitle İletişim Araçlarının Rolü**, Gazi Üniv.Sos.Bil.Enst., Yüksek lisans Tezi, Ankara, 1991.

DUVERGER, Maurice; **Sosyal Bilimlere Giriş**, çev. Unsal Oskay, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990.

ERGUT, Ferdan; **Modern Devlet ve Polis (Osmanlıdan Günümüze Toplumsal Denetimin Diyalektiği)**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004.

GIDDENS, Antony; **Sosyoloji**, Hazırlayan. Hüseyin Özel-Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000.

GÖKÜŞ, Mehmet : **Kamu Kurumlarında Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi**, Selçuk Üniv.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans Tezi, Konya, 1993.

GROOMBRIDGE, Brian; **Televizyon ve İnsanlar (Demokratik Katılım Açısından Medya)**, çev. İbrahim Şener, İstanbul, Der Yayınları, 1994.

GÜLER, Ahmet : **Türkiye' de Polisin Kurumsal İmajı Üzerine Bir Değerlendirme**, Kırıkkale Üniv.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans tezi, Kırıkkale, 2001.

GÜLER, A. Deniz; **Eğitim İletişimi Kurumu Olarak Çocuk Televizyonu: Bir Model Önerisi**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1991.

HALLORAN, MASSON, BROWN, McQUAIL; **Televizyonun Etkileri**, çev. Aysel Usluata, İstanbul, İstanbul Reklam Yayınları, 1973.

İÇEL, Kayıhan, ÜNVER, Yener; **Kitle Haberleşme Hukuku**, İstanbul, Beta Basım A.Ş, 2005.

İRVAN, Süleyman; **Medya Kültür Siyaset**, Ankara, Bilim Sanat Yayınları(ARK), 1997.

İŞLER-KELOĞLU, Esra; **Halkla İlişkiler Mitler ve Gerçekler**, Ankara, G.Ü İletişim Fakültesi Basımevi, 2007.

KADIBEŞGİL, Salim; **Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?**, Ankara, Kapital Medya A.Ş, 2001.

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem; **Yeni İnsan ve İnsanlar**, İstanbul, Evrim Yayınevi, 1999.

KAPLAN, Yusuf; **Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon**, İstanbul, Ağaç yayıncılık, 1992.

KARAMAN, Özlem; **Türkiye’de Devlet-Vatandaş İletişiminde Kamu Kurumlarınca Yürütülen Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Rolü**, Ege Üniv.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2006.

KAZANCI, Metin; **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**, Ankara, Turhan Kitabevi Yayınları, 1997.

MILLS, C. Wright; **İktidar Seçkinleri**, çev. Unsal Oskay, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1977.

NEUMAN, W. Lawrence; **Toplumsal Araştırma Yöntemleri**, çev. Sedef Özge, İstanbul, Yayın odası yayınları, 2007.

OKAY, Aydemir, OKAY, Ayla; **Halkla İlişkiler ve Medya**, İstanbul, Kapital Medya A.S, 2002

OKUMUŞ, Atilla: **İşletmeler İçin Halkla İlişkiler Eğitime Bir model Önerisi**, Marmara Ün.v.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans tezi, İstanbul, 1994.

OKUTAN, Fahriye: **Polis-Halk İlişkileri**, Hacettepe Ün.v.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1992.

OPEN SOCIETY INSTITUTE; **Avrupa Çapında Televizyon: Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık (2005 İzleme Raporu)**, EUMAP Türkiye Koordinatörü İstanbul Politikalar Merkezi, İstanbul, Mas Matbaacılık, 2005.

ÖZTANER, Ergun; **Polis ve Halk İlişkileri**, Marmara Ün.v.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans tezi, İstanbul, 1990.

POSTMAN, Neil; **Televizyon: Öldüren Eğlence(Gösteri Çağında Kamusal Söylem)**, çev. Osman Akinhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004.

RTÜK-EGM Ortak Paneli(29 Nisan 2003); **Medya ve Polis**, Ankara, RTÜK basımı, 2003.

SARTORI, Giovanni; **Görmenin İktidarı**, çev. Gül Batus-Bahar Ulukan, İstanbul, Karakutu Yayınları, 2006.

SCHILLER, Herbert; **Zihin Yönlendirenler**, çev. Cevdet Cerit, İstanbul, Pınar Yayınları, 1993.

SERİM, Ömer; **Türk Televizyon Tarihi (1952-2006)**, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 2007.

SENCER, Muzaffer; **Türkiye'nin Yönetim Yapısı**, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1986.

SÖNMEZ, Nevzat. **Polis Meslek İçi Sınavlarına Hazırlık**, Ankara, Agon Bilgi Akademisi, 2006.

SWALLOW, NORMAN; **Televizyonun Gerçek Gücü**, çev. Ayseli Usluata, İstanbul, İstanbul Reklam Yayınları, 1973.

TAŞLI, Muharrem: **Kamus Kuruluşlarında Halkla İlişkiler**, İst.Ünv.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1993.

TEKİNALP, Şermin; **Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon**, İstanbul, Der yayınları, 2003.

TORTOP, Nuri; **Halkla İlişkilere Giriş**, Ankara, Yargı Yayınevi, 2006.

TÜRKÖĞLU, Cevdet: **Yeni Yönetim Yaklaşımları ve Halkla İlişkiler Polis Teşkilatında Halkla İlişkiler Uygulamalarından Örnekler**, Selçuk Üniv.Sos.Bil.Enst., Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2005.

VAROL, Asaf; **Dünden Bugüne Fırat Televizyonu(İlk Yerel Üniversite Televizyonu)**, Elazığ, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı, 2003.

VATAN, Özgür: **Türkiyede ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Polis-Halk İletişimi (Temel Esas ve Yöntemler)**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir,2006.

VURAL, Sacide; **Radyo-Televizyon Kurumlarında Yönetim ve Türkiye'deki Uygulama**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1986.

YATKIN, Ahmet; **Halkla İlişkiler ve İletişimi**, Ankara, Nobel Yayıncılık Dağıtım,2003.

YAZMAN, Mete: **Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler Tekniği Olarak Basın-Yayınla İlişkiler T.S.K. Yönelik Bir İnceleme**, Ege Üniv. Sos.Bil.Enst,Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2004.

YENGİN, Hülya; **Ekranın Büyüsü(Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar)**, İstanbul, Der Yayınevi, 1994.

İnternet Kaynakları

www.egm.gov.tr

www.trt.net

www.rtuk.gov.tr

www.dpt.gov.tr

www.polisradyosu.net

www.sucveceza.com/makale-385.html.

[http://www.forumbeta.com/cagdas-isletmelerde-yeni-bir-guc-t45420.html?s=4ae8396e72c7f5a212d25943be1601d9&t=45420\)](http://www.forumbeta.com/cagdas-isletmelerde-yeni-bir-guc-t45420.html?s=4ae8396e72c7f5a212d25943be1601d9&t=45420)

(<http://www.bianet.org/bianet/kategori/medya/57095/fij-kamu-yayinciligi-tum-dunyada-korunmali>).

<http://ilef.ankara.edu.tr/gorunum/yazi.php?yad=2886>.

Doç. Dr. Umit Atabek, <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/rtuk.html>.

<http://www.maltepe.edu.tr/akademik/fakulteler/iletisim/iletisim-program/2008/secmeli-icerik.doc>.

<http://www.arifkivrak.org/makaleler/PolisveHalk/KenanBASSEDiRPOLiSALTKuLTuRu.doc>.

EKLER
EK- 1
EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ MEDYA ARAŞTIRMASI
RAPORU

Emniyet Genel Müdürlüğü adına Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı tarafından yapılan ve genelde Emniyet Genel Müdürlüğü'nün medyadaki konumu, özelde ise Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından düzenlenen haftalık basını bilgilendirme toplantısının kamuoyu ve medyada nasıl karşılandığını tespiti yönelik araştırma, 1-6 Mart 2003 tarihleri arasında Ankara'da yapıldı.

Araştırmanın evreni olarak Ankara seçildi ve burada yaşayanların araştırmada temsil edilmesine çalışıldı. Türkiye'nin farklı bölgelerinden insanların yaşadığı bir şehir olması sebebiyle Ankara'nın aynı zamanda Türkiye genelini yansıtabilecek bir özelliğinin olabileceği varsayıldı; bu çerçevede Türkiye'nin farklı bölgelerinden insanların gelip-gittiği ve Türkiye'yi en iyi yansıtabilecek merkez olarak düşünüldüğü için AŞTİ' den de önemli oranda örneklem alındı.

Araştırmada farklı yaş, eğitim ve mesleklerden insanlarla görüşülmeye çalışıldı; araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine bakıldığında örneklem isabetli seçildiği görülmektedir. Araştırmada ayrıca emniyet mensupları da örneklem içerisinde temsil ettirilerek onların görüşleri de alındı.

Araştırmada tesadüfi örneklem yöntemi kullanıldı.

Alandan derlenen veriler daha sonra bilgi-işlem ortamına aktarıldı ve SPSS programında veriler işlenerek ilişikteki tablolar alındı. Tabloların kısa yorumlanması ile aşağıdaki sonuçlar elde edildi:

A. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINI KULLANMA

1. Araştırmaya katılanların büyük bölümü (% 62'si) televizyonu haber kaynağı olarak izlemektedir;
2. Araştırmaya katılanların % 50'ye yakın bölümü televizyonu günde 3-7 saat izlerken, % 60'tan fazlası günde en az bir gazete okumaktadır.
3. İnternet kullanımı azdır. Araştırmaya katılanların % 50'den fazlası internet kullanmamaktadır.
4. Vatandaşlar arasında kitle iletişim araçlarını dikkatli izleme, dinleme ve okuma oranı oldukça yüksektir. Araştırmaya katılanların % 90'dan fazlası kitle iletişim araçlarını izleme, dinleme ve okumada dikkatli olduğunu söylemiştir.

B. EMNİYET TEŞKİLATININ HİZMETLERİ

1. Vatandaşlar (%58'i), kitle iletişim araçlarının emniyet teşkilatı ile ilgili haberleri yeterince vermediğini düşünmektedir.
2. Emniyet teşkilatının yapmış olduğu hizmetlerle ilgili olarak kamuoyunu haberdar etmesi gerektiğine ilişkin güçlü (% 79) bir istek vardır. Bu anlamda Emniyet Genel Müdürlüğü'nün yapmış olduğu haftalık basın toplantılarının yerinde ve gerekli olduğu görülmektedir.
3. Genel Müdürlük hizmetleri ile ilgili olarak vatandaşa bilgi vermek istediğinde bunu en iyi biçimde kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, gazete) ile yapmalıdır (% 70).

C. EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ SÖZCÜLÜĞÜNÜN BASIN TOPLANTILARI

1. TRT' nin Emniyet Genel Müdürlüğü'nün düzenlemiş olduğu haftalık basın toplantısını canlı ve ayrıntılı olarak vermesini vatandaşlar (% 58) istemektedir.
2. Vatandaşlar Emniyet Genel Müdürlüğü ile ilgili haberlere büyük oranda (% 65) kitle iletişim araçlarından ulaşmaktadır. Ancak kendi çevresinden

ulaşanların da (% 20) sayısı az değildir.

3. Emniyet Genel Müdürlüğü Sözcülüğünün düzenlemiş olduğu haftalık basın toplantısını araştırmaya katılanların % 32'si izlemektedir. İlk bakışta bu az bir oran gibi görünüyorsa da insanların yayınlanan programları ve özellikle haber programlarına karşı ilgi düzeyi dikkate alındığında bu rakamın oldukça iyi olduğunu söylemek mümkündür.
4. Toplantının izlenmeme sebebi olarak toplantı ile ilgili tanıtımın yapılmaması ve yayın saatlerinin uygun olmayışı gösterilmektedir.
5. Toplantıyı izleyenlerin büyük bölümü (% 80'i) basın toplantısında verilen bilgilerin polis-halk yakınlaşmasına katkı sağladığına inandığını söylemektedir.
6. Toplantıyı izleyenlerin büyük bölümü (% 80'i) toplantıda güncel ile ilgili ayrıntılı bilgi verildiğini belirtmektedirler.
7. Toplantıyı izleyenlerin büyük bölümü (% 80'i) toplantıda kurum tanıtımı yapıldığını söylemektedirler.
8. Toplantıyı izleyenlerin büyük bölümü (% 82'si) TRT'nin bu toplantıları yayınlamak gibi bir görevi olduğunu düşünmektedirler. Toplantıyı izleyenlerin yarıya yakını (% 50'si) toplantıda yeterli bilgi verildiğini düşünürken, yine aynı orana yakını (% 50'si) yeterli bilgi verilmediğini düşünmektedirler.
9. Toplantıyı izleyenlerin çoğunluğu (% 70'i) toplantıda verilen bilgilerin yeterli düzeyde olduğu kanaatini taşımaktadır.
- 11..Toplantıyı izleyenlerin çoğunluğu (% 90'ı) toplantının medyada gerektiği gibi yer almadığını düşünmektedirler.
12. Toplantıyı izleyenlerin çoğunluğu (% 85'i) toplantının Emniyet Müdürlüğünün şeffaflaşmasına yardımcı olduğunu belirtmektedirler.
13. Toplantıyı izleyenlerin çoğunluğu (% 87'si) toplantının emniyete desteği artırdığını düşünmektedirler.
14. Toplantıyı izleyenler % 8 oranında basın toplantısında güvenlik ile ilgili bilgilerin verilmesi gerektiğini % 5 oranında suç ve cezaları ile ilgili bilgi

verilmesi gerektiğini, % 3 oranında faili meçhul cinayetleri ile ilgili bilgi verilmesi gerektiğini, % 4 oranında emniyet ile ilgili çıkan yeni yasalar ile ilgili bilgiler verilmesi gerektiğini % 4 oranında halkın desteğinin kazanılması yönünde bilgiler verilmesi gerektiğini, % 2 oranında rüşvet gibi konularda daha açıklayıcı bilgi verilmesi gerektiğini, % 5 oranında emniyet teşkilatının özlük haklarının korunması yönünde bilgi verilmesi gerektiğini, % 3 oranında basında çıkan yanlış haberler ile ilgili bilgilerin verilmesi gerektiğini düşünmektedirler.

15. Toplantıda verilmesi gereken bilgilerle ilgili olarak da bir önceki (14.) maddedeki konular ön plana çıkmaktadır.

D. EMNİYET TEŞKİLATININ İNTERNET SAYFASI

1. Araştırmaya katılanlar bir bölümü (% 14.8'i) Emniyet Genel Müdürlüğü'nün internet sayfasını incelemektedir.
2. İnternet sayfasını inceleyenlerin önemli bir bölümü (% 60'ı) internet sayfasının yeterli olmadığını belirtmektedir.
3. İnternet sayfasını inceleyenlerin önemli bir bölümü (% 30 oranında) internet sayfasının bilgilendirici olması gerektiğini düşünmektedir.

E. POLİS RADYOSU

1. Katılımcıların önemli bir bölümü (% 39.8'i) polis radyosunu dinlemektedir.
2. Araştırmaya katılanların önemli bir bölümü polis radyosunda güncel bilgilere ağırlık verilmesi gerektiğini düşünmektedir.

F. HAFTALIK BASIN TOPLANTISI İLE İLGİLİ ÖNERİLER:

1. Araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğu (% 79,1) toplantının televizyonda akşam saatlerindeki haber kuşaklarında yayınlanması gerektiğini düşünmektedirler.

2. Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu (% 92,8) programın tanıtımının mutlaka yapılması gerektiği yönünde fikir belirtmişlerdir.
3. Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu (% 89,6) basın mensuplarının sorularına içtenlikle ve açıklayıcı cevaplar verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.
4. Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu (% 85,8'i) gerekirse izleyicilerin mail yoluyla da soru sorabilmesine imkan verilmesi gerektiğini düşünmektedirler.
5. Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu (% 91,1) emniyet teşkilatının kişiler arası iletişim konusunda eğitilmesi gerektiğini düşünmektedirler.
6. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (% 44,1) haftalık düzenlenen basın toplantılarında emniyetin yeterli tanıtımının yapılmadığını belirtmişlerdir.
7. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (% 87,8) basın toplantısı ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin polise vatandaşın verdiği desteği artıracaklarını düşünmektedirler.
8. Araştırmaya katılanların' çoğunluğu (% 86,2) polisin yapmış olduğu sosyal organizasyonlara halkın katılımının sağlanması gerektiğini düşünmektedirler.
9. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (% 63,5) emniyet müdürlüğünün faaliyetlerini yansıtan bir polis televizyonunun kurulması gerektiğini düşünmektedirler.

H. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM KÜMESİ

1. Araştırmaya katılanların % 11,4'ü Ankara'ya köyden, % 6,7'si kasabadan, % 20,7'si ilçeden, % 30,5'i ilden, % 28,7'si büyükşehirden gelmişlerdir.
2. Araştırmaya katılanların % 56,7'si erkek, % 38,8'i kadındır.
3. Araştırmaya katılanların % 31,9'u 18-25 yaş arasında, % 36,2'sinin 26-35 yaş arasında, % 22,4'ünün 36-45 yaş arasında, % 7,1'inin 46-60 yaş arasında, % 1,6'sının 61 yaş üstünde olduğu görülmektedir. Çoğunluğun (%68,1) 18-35

yaş arasında olduğu gözlemlenmektedir.

4. Araştırmaya katılanların % 36,2'si memur, % 23'ü öğrenci, % 8,7'si ev hanımı, % 6,7'si esnaf, % 7,5'i serbest meslek sahibi, % 5,1'i işçi, % 0,8'i sanayici, % 2,2'si işsizdir. Katılanların çoğunluğunun memur olduğu görülmektedir.

5. Araştırmaya katılanların % 53, 3'ü üniversiteli, % 26,4'ü lise mezunu, % 10,8'i ortaokul mezunu, % 2,6'sı ilkokul mezunu, % 4,5'i lisansüstü eğitilmiş, % 0,4'ü okuryazardır. Katılanların çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

6. Araştırmaya katılanların % 6,3'ü 150 YTL'den az, % 19,3'ü 151-300 YTL arası, % 19,5'i 301-500 YTL arası, % 24,4'ü 501-800 YTL arası, % 19,1'i 801-1.500 YTL arası, % 4,1'i 1.500-3000 YTL arası kazanmaktadır.

EK- 2

EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
HABERLEŞME DAİRESİ BAŞKANLIĞI
KURULUŞ, GÖREV VE ÇALIŞMA YÖNETMELİĞİ

Yönetim Kurulu ve Görevleri

Madde 44- Yönetim Kurulu; Genel Müdürün başkanlığında, ilgili Genel Müdür Yardımcısı, Haberleşme Dairesi Başkanı ve Başkan Yardımcıları, Radyo-TV ve Foto-Film Şube Müdürü ve Genel Müdürün uygun göreceği diğer üyelerden oluşur.

Bu kurul;

- a) Mevcut kanunlar çerçevesinde yayın ilke ve esaslarını belirlemek,
- b) Yıllık program tasarılarını karara bağlamak,
- c) Radyo-TV ve foto-film hizmetleri ile ilgili Danışma Kurulunun taleplerini değerlendirmek ve karara bağlamak,
- d) Müzik denetim ilkelerini belirlemek,
- e) Diğer kamu kurum ve kuruluşları ile Teşkilat birimlerinden yapılan radyo-TV program tekliflerini değerlendirip karara bağlamak,
- f) Yayınların yurt çapında yaygınlaştırılmasına yönelik kararları almak ile görevli olup, yılda en az bir defa toplanır.

RADYO VE TELEVİZYONLARIN KURULUŞ VE YAYINLARI HAKKINDA KANUN

Kanun Numarası : 3984

Program Desteklenmesi

Madde 23 – Bir program veya dizi tamamen veya kısmen mali destek görmüşse, bu husus programın başında ve/veya sonunda uygun ibarelerle belirtilir.

Destekleyen taraflar, programın içeriğine ve yayınlanış biçimine, yayıncının sorumluluğunu ve bağımsızlığını etkileyecek hiçbir müdahalede bulunamazlar.

Desteklenen programlarda, destek verene veya üçüncü bir kişiye ait mal ve hizmetlere atıfta bulunulması ve bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilmeyecektir.

Programlar yirmiilinci maddede yasaklanmış olan mal ve hizmetlerin üretimi veya satışıyla iştigal eden özel veya tüzelkişilerce desteklenemez.

Haber ve güncel programlarda mali desteğe izin verilemez.

Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik Tanımlar

Madde 4- Bu Yönetmeliğin uygulanmasında geçen deyimlerden;

Program Desteklemesi (Sponsorluk); Yayına konu olan programların veya bu programlarda kullanılan görsel ve işitsel eserlerin üretimi dışında faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişilerin, kendi adını, markasını, logosunu veya faaliyetlerini tanıtmak amacıyla bir programın finansmanına doğrudan veya dolaylı olarak, ayni, nakdi veya sair suretlerle destek olmalarını,

Program Desteklemesi

Madde 20- Yayın Kuruluşları, program, konulu film veya diziler için gerçek veya tüzel kişilerden tamamen veya kısmen mali destek alabilir.

Yayınlanan herhangi bir programa tamamen veya kısmen mali destek sağlandığı takdirde, destek verenlerin kimliği programın başında ve/veya sonunda görsel ve/veya işitsel unsurlarla, televizyonda yazıyla, radyoda ise sözle toplam en fazla 10 saniye, reklam kuşakları ile program tanıtımı kesintilerinin sonunda toplam en fazla 5 saniye süre ile belirtilebilir. Desteklenen programların tanıtımlarında destekleyen gerçek ve tüzel kişilere atıfta bulunulamaz ve destekleyen firma ismi program adının bir parçası olarak kullanılamaz. (Değişik : 15 Şubat 2005 gün ve 25728 sayılı Resmi Gazete Madde 3)

Haber programları, kamuoyunun gündeminde bulunan konuları işleyen ve haber verme, ilgililerin görüşlerini alma, tartışmaya açma, yorum ve analiz içeren siyasi, ekonomik, sosyal ve mali konularla ilgili açık oturum, haber, magazin ve benzeri aktüalitesi olan güncel programlar ile dini yayınlar, mali desteğe konu olamazlar. Ancak hava durumu, hava tahmin raporları, spor ve karayollarında durum gibi bölümler, belirtilen programlardan ayrı olarak verilmeleri şartıyla ve destek verene veya üçüncü kişilere ait ürün ve hizmetlere yer verilmeksizin, program desteklemesinden yararlanabilirler.

Kanunun 24ncü maddesi ile ücretsiz olarak kanal ve frekans tahsis edilen Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü, Emniyet Genel Müdürlüğü ve radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakülteleri bünyesinde yayın yapan radyo ve/veya televizyonlarda yukarıda ilkeler çerçevesinde program desteklemesinden yararlanabilirler.

Siyasi partilerle, siyasi partilerin organlarında görev alanlar ve seçimle iş başına gelenler programları destekleyemezler. Reklamı yasaklanan ürün ve hizmetleri üretenlerle, bunların satışı ile iştigal edenler, program desteklemesinde bulunamazlar.

ÖZET

EMEKSİZ, Ekrem Ersen. Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Polis Televizyonu: Bir Model Önerisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008.

Yapmış olduğumuz bu tez çalışmasında, Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde kurumun halkla ilişkilerine yönelik bir faaliyet olarak Polis Televizyonu'nun kurulabileceğini ortaya koymak ve Polis Televizyonu'nu hayat geçirmeye yönelik bir model önerisi oluşturmaya çalışılmıştır. Çalışmada amaç doğrultusunda değerlendirme araştırması yöntemiyle kuramsal çerçeve oluşturulmuş, ve kitle iletişim aracı olarak televizyonun bir kamu kurumunun halkla ilişkilerine yönelik olarak nasıl kullanılabileceği araştırılmıştır.

Çalışmanın kapsamı, bir halkla ilişkiler uygulaması olarak Polis Televizyonu modelinin hukuki, teknik ve ekonomik, yönetim ve personel boyutunu açısından nasıl oluşturulabileceğini ortaya koyacak şekilde belirlenmiştir. Ayrıca çalışmanın kapsamı çerçevesinde önerdiğimiz Polis Televizyonu modelini oluşturmak için sözlü görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Tezimizde yaptığımız araştırmalar neticesinde EGM'nin yönetim ve idaresinde bir televizyonun kurulması gerektiği, bunun özellikle kurumun halkla ilişkilerinde başarıya ulaşması açısından gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda gerekli yasal zemin oluşturulup, uzman kişilerin sorumluluğunda, son teknoloji ürünü araç ve gereçlerin kullanımıyla ve kurumsal anlamda profesyonel bir yönetim yaklaşımıyla tüm ülkeye yayın yapan bir Polis Televizyonu'nun EGM'nin kendi imkanlarıyla kurulabileceği, yapılan bu tez çalışması aracılığıyla ortaya konulmuştur.

Anahtar Sözcükler:

- 1- Halkla İlişkiler
- 2- Kitle İletişim Araçları
- 3- Televizyon Yayıncılığı
- 4- Emniyet Genel Müdürlüğü
- 5- Polis Televizyonu

ABSTRACT

EMEKSİZ, Ekrem Ersen. Police Television as a Public Relations Application: A Model Proposal, Master Thesis, Ankara, 2008.

Purpose of this study is to show the possibility of establishing a police television operating as a public relation tool under the EGM and presenting a model proposal within this purpose. In the study, a theoretical frame is formed by using the method of literature-based analysis and it is researched how to use a mass communication device “television” as a public relation device.

The extend of the study determined by the legal, technical, economical, administrative, and personnel dimension of Police Television model. Oral interview technique is also used to create the Police Television model. As a result of researches of the study it is concluded that establishing a Police Television is a must and it is necessary to reach the desired success in public relations. In this framework, this thesis shows that after necessary legal arrangements, with experts on the field and latest technology, EGM can create a Police TV that will broadcast nationally.

Key Words:

- 1- Public Relations
- 2- Mass Media
- 3- Television Broadcasting
- 4- General Directorate Security (Emniyet Genel Müdürlüğü)
- 5- Police Television