**SİYASET KAVRAMI VE SİYASET BİLİMİ**

Arapça kökenli siyaset sözcüğü ile Yunan kökenli politika sözcüğü eşanlamlıdır. Antik Yunan’da kent devletlerine polis deniyordu. Polis sözcüğünden gelen politika sözcüğü devlete ait işler anlamını taşımaktadır. Siyaset sözcüğü günümüzde “ülke, devlet, insan yönetimi” biçiminde tanımlanabilir. Bazılarına göre konu sadece “devlet” ile sınırlı tutulurken diğerleri daha geniş bir kavram olan “iktidar” olgusunu merkeze almaktadır.

Toplumsal yaşamda devlet, yönetimin kurumsallaşması aşamasında ortaya çıkmıştır ve büyük bir organizasyondur. Oysa siyaset olgusu, toplumlar daha devlet kurma aşamasına gelmeden önce de vardı. İktidar olgusu otorite ile birlikte var olur. İktidar kavramı, karar alma ve onu uygulama, uygulatma gücünü de içerir.

**SİYASAL İLETİŞİM**

Siyasal iletişim siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere ya da ülkelere kabul ettirmek üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları olarak da tanımlanabilir (Aziz, 2011:3).

Siyasal iletişimin üç temel unsurundan söz etmek mümkündür (Aziz, 2011:7-8):

**1. Siyasal aktörler/örgütler:** Siyasal aktörler, siyasal iletişimde bulunan kurum, kuruluş, örgüt, grup, kurumsallaşmış kimliği bulunan kişiler; liderler, önderler, başkanlar ve yöneticilerdir.

**2. Alıcı hedef kitle:** Siyasal iletişim sürecinde kaynağın gönderdiği iletilere hedef olan, gönderilen iletileri alması ve etkilenmesi beklenen alıcılardır. Bunlar okuyucu, izleyici, halk, vatandaş, kamuoyu gibi çeşitli şekillerde tanımlanabilir.

**3. Medya/kitle iletişim araçları:** Siyasal iletişim sürecinde iletilerin siyasal aktörlerden alıcı hedef kitleye iletilmesini sağlayan kitle iletişim kanallarının tümüdür. Medya veya kitle iletişim araçları olarak genelde kastedilen gazete, dergi, radyo ve televizyondur. Kitle iletişimini sağlayan araçları daha geniş kapsamlı olarak ele almak istersek bu araçlara telefon, telgraf, bilgisayar, sosyal medya, afiş, broşür, kitap mektup vb. araçları da eklemek gerekir.

**SİYASET VE İLETİŞİM İLİŞKİSİ**

Siyasal süreç ve iletişim süreci arasındaki ilişki siyaset bilimcilerin üzerinde önemle durduğu bir konudur. Siyasal sistemler geçmişte olduğu gibi günümüzde de kitle iletişim araçlarının sahip olduğu gücü ve işlevleri sürekli göz önünde bulundurmuşlardır. Kitle iletişiminin işleyişini düzenleme ve bu yolla kitle iletişim araçlarının hangi kurallara bağlı olarak çalışacağını belirleyerek onları denetim altında tutmak, siyasal sistemlerin olağan uygulamaları arasında sayılabilir.

Günümüzde siyasal iletişimi iletişim özgürlüğü bakımından kabaca iki ana model içinde değerlendirmek mümkündür (Tokgöz, 2010.529):

**1. Güdümlü İletişim Modeli:** Siyasal sistem, kendi iktidarına hizmet edecek mesajların kitle iletişim araçlarından duyurulmasını ve bu yolla halkın desteğini sağlayarak rejimin güçlenmesini hedefler. Siyasal iktidar, iletişimi yukarıdan yönetmekte, denetim altında tutmakta, yaptığı uygulamanın kamu yararının bir gereği olarak yapıldığını savunmaktadır.

**2. Serbest İletişim Modeli:** Siyasal sistem, toplumun daha özgür ve mutlu olmasına hizmet edecek mesajların kitle iletişim araçlarından serbestçe duyurulmasını ve toplumu ilerletecek tartışma ortamının sağlanarak kamuoyunun serbestçe oluşmasını hedefler.

**MEDYA DÜZENLEMESİ VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI**

Her şeyden önce bir ülkenin medya sistemi, içinde bulunduğu siyasal kültürün ayrılmaz bir parçasıdır. Bundan dolayı her ülkenin medya sektörüne ilişkin düzenlemeleri kendine özgü bazı özellikler taşır.

Medya düzenlemesi, yasalar aracılığıyla medya kuruluşlarının mülk sahipliğinin, frekans tahsisinin ve yayın içeriklerinin biçimlendirilmesidir. Medya düzenlemesinin nedenleri şöyle özetlenebilir (Cangöz, 2009: 176):

1. **Ülkenin ekonomik, politik ve toplumsal yaşamında eşit rekabet koşullarını korumak**
2. **Belirli sınıf, çıkar grubu, sermaye, siyasi parti gibi herhangi bir kişi, grup ya da örgütlenmeye  ayrıcalık tanımamak**
3. **Milli servet olarak kabul gören frekans dağılımında; eş deyişle, yayın kanallarının dağıtımında adaleti sağlamak**
4. **Eğitim, sağlık, güvenlik gibi alanlarda medyanın da yardımıyla kamu yararını gözetmek ve geliştirmek**
5. **Yayıncılık alanında süreklilik ve tutarlılık sağlamak**
6. **Yayınlarda halka korku ve panik yaşatacak ve şiddeti özendirecek, ırkçı ve milliyetçi söylemleri  güçlendirecek içerikleri denetlemek.**

Çoğulcu demokrasilerde medya düzenlemesinin iki temel amacı vardır:

1. **Yayıncılık alanında girişimciler bakımından fırsat eşitliğini sağlayarak çok sesli bir medya ortamı ortaya çıkarmak.**
2. **Halkın haber ve bilgi alma özgürlüğü önündeki engelleri kaldırmak.**

Genel olarak bakıldığında siyasal aktörler arasında, medya üzerinde en fazla denetim kurmaya çalışan aktörlerin iktidar partileri oldukları görülür.

Siyasal iktidarlar tarafından medya düzenlemesiyle veya yayıncılık politikalarıyla ilgili olarak tarih boyunca askeri, ekonomik, siyasal ve ideolojik gerekçelerle bir takım düzenlemeler yapılmıştır. Yayıncılık politikalarının konuları şunlar olmuştur (Mutlu, 2001:10):

1. **Yayın kurumlarının yapısı ve örgütlenmesi**
2. **Finansman**
3. **Teknoloji**
4. **İçerik**
5. **İzleyici kitle**

Her ülkede yayıncılık politikalarıyla ilgili olarak çeşitli düzenlemeler söz konusudur. Yayıncılık politikalarıyla ilgili olarak uluslararası örgütler ve uluslararası anlaşmalar yoluyla da çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır.

Bir ülkede uygulanan yayıncılık politikasına ilişkin olarak en önemli karar alıcı kurum kuşkusuz siyasal iktidardır. Yayın politikalarıyla ilgili düzenlemelerde yayın kurumlarının sahipliği önemli bir yer tutar. Bir kişi ya da şirketin ülkedeki yayın kuruluşlarında hangi oranda mülkiyet sahibi olabileceği, yabancıların medya sektörüne girişine izin verilip verilmeyeceği bu düzenlemelerle belirlenir. Medya sektöründe dijital yayıncılık, kablolu yayıncılık, uydu yayıncılığı vb. sistemlere geçişe ilişkin kararlar da teknolojik ve uluslararası gelişmeler göz önünde bulundurularak yine siyasal iktidar tarafından verilir.

Medya aracılığıyla yayınlanacak içeriklerin hangi kuralları gözeterek oluşturulacağı ve bu içerikleri hangi izleyici gruplarının izleyebileceği yine ülkede uygulanan yayın politikalarıyla yakından ilgilidir. Örneğin, şiddet içeren programlarda, söz konusu programın hangi yaş grupları tarafından izlenebileceğine ilişkin uyarıcı ifadelerin veya işaretlerin program öncesi yayınlanması zorunluluğu getirilebilir. Çocukların izlemesi sakıncalı görülen bazı tür filmlerin veya programların da gece belirli bir saatten sonra yayınlanması sağlanabilir.

Medya düzenlemesinin temel ilkeleri şöyle sıralanabilir (Cangöz, 2009: 196):

1. **Fırsat eşitliği**
2. **Hakkaniyet**
3. **Bireylerin medyayı eşit kullanma hakkının sağlanması**
4. **Hakkın kötüye kullanılmasının engellenmesi**

Yayıncılık alanını düzenlemek ve denetlemek için ülkeden ülkeye değişen farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemlerin arasında, medya düzenlemesi amacıyla kurulmuş özel kurumların yanı sıra yürütme, yargı ve yasamanın birlikte bu işlevi yerine getirdiği uygulamalar da vardır (Çaplı, 2002: 48). Türkiye’de yayıncılık alanını denetleme yetkisi Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’na (RTÜK) aittir.

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) Türkiye Cumhuriyeti’nin kamu yayıncılığı yapmakla görevli tek kuruluşudur. 1 Mayıs 1964 günü çıkan TRT yasasıyla kurulmuştur. İlk özel televizyon kanalı ve özel radyo kanalının 1990’ların başında yayına başlamasına kadar Türkiye’de radyo-televizyon yayıncılığı yapan tek kurum TRT’dir.

Kamu hizmeti yayıncılığında olması gereken özellikler şöyle sıralanabilir (Gencel Bek, 2003: 34):

1. **Erişimde evrensellik**
2. **Finansmanın kamusal olarak yapılması**
3. **Tüm toplumsal kesimlere, farklı zevk ve ilgilere hitap edilmesi**
4. **Kamusal alana hizmet**
5. **Kamunun eğitimine öncelik verilmesi**
6. **Herhangi bir iktidar ya da çıkar grubuna yakın olunmaması**
7. **İçeriğin kamuya karşı sorumluluk çerçevesinde düzenlenmesi**
8. **Rekabetin reyting için değil kaliteli program için olması**
9. **Kurumsal işleyişte demokrasi**

**10.İzleyici ile ilişki kurulması**

Bu yayıncılık, Avrupa’da pek çok ülkede 1980’li yıllara kadar yayıncılık alanının tek hakimi olarak faaliyet göstermiştir. Siyasal iktidarlar, kamu hizmeti yayıncılığıyla kültürel ve siyasal bütünlüğün sağlanmasını arzu ediyorlardı.

1980’li yıllarla birlikte bir taraftan iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, diğer taraftan ekonomik gelişmelerle birlikte rekabetin ve verimliliğin ön plana çıkması, kamusal yayıncılığın yeniden gözden geçirilmesini zorunlu kıldı. Bu değişim dalgası kamu yayıncılarının da bir parçası oldukları yeni bir yayıncılık ortamının oluşmasına neden oldu. Yayıncılığın 1980 sonrasından bugüne uzanan evrimini belirleyen gelişmeler şöyle sıralanabilir (Mutlu, 2001: 29):

1. **Yayın dağıtım sistemleri üzerinde teknolojik değişmenin etkisi**
2. **Sosyalist blokun çöküşüyle devlet yayıncılığı modelinde çözülme ortaya çıkmış ve dünyanın çeşitli kesimlerinde demokratikleşmeye yönelik gelişmeler yaşanmıştır.**
3. **Daha önce kamu hizmeti yayıncılığı tekeline sahip ülkelerde ticari televizyonun ortaya çıkmasıyla birlikte karma yayıncılık rejimleri uygulanmaya başlanmıştır.**
4. **Kamu çıkarının ve ulusal kültürün korumacılığını üstlenen devletin yayıncılıktaki rolü tartışılır hale gelmiştir.**
5. **İletişim ve medya sektöründe mülkiyet giderek daha az sayıda şirketin eline geçmektedir ve çapraz medya sahipliği yaygınlaşmaktadır.**

Bu gelişmeler yayıncılığın ekonomik bir faaliyet alanı olmaktan çok eğitim ve sağlık gibi toplumsal ve kültürel yanı ağır basan bir faaliyet alanı olduğu yönündeki görüşlere büyük darbe vurmuştur.