

NEOLİBERAL POLİTİKALAR ÇERÇEVİSİNDE TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ TARİHSEL SÜRECİNİN İNCELENMESİ

Çağla KAYA İLHAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye
cakaya@gelisim.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-4674-1851>

<i>Atf</i>	Kaya İlhan, Ç. (2022). Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türkiye’de Televizyon Yayınıncılığının Tarihsel Sürecinin İncelenmesi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 6 (1), 21-30
------------	---

ÖZ

Toplumsal, siyasal ve ekonomik nedenlere bağlı olarak televizyon yayıncılığı ile diğer ülkelere göre daha geç tanışılan Türkiye’de, TRT kurumu 1990’lı yılların başına kadar televizyon yayıncılığında tekelliğini sürdürmüştür. 1990’lı yıllara gelindiğinde ise neoliberal politikalara dönüşmesiyle birlikte toplum da siyasal olarak özel televizyon yayınlarına hazır duruma gelmiş ve Türkiye’de çok sesli televizyon yayıncılığı dönemi başlamıştır. Ancak 1980’li yıllarla birlikte hızla yaygınlık gösteren neoliberal politikalar, televizyon yayıncılığında da ekonomik tabanlı dönüşümlere neden olmuştur. TRT ile toplumda eğitim ve haberleşme odaklı bir yayıncılık politikası izlenen televizyon yayıncılığı, özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlayıp yaygınlaşmasıyla birlikte reyting kaygıları içinde “eğlence” odaklı bir yayıncılık anlayışına dönüşmesinin yanı sıra, yıllar içerisinde holdingleşme ve çapraz medya sahipliğinin yaygın olduğu bir yayıncılık sistemi hayata geçmiştir. Bu çalışmada, neoliberal politikaların bir sonucu olarak televizyon yayıncılığında ortaya çıkan holdingleşme ve çapraz medya sahipliğini incelemek üzere 1990-2000 ve 2000-2020 yılları arasında televizyon yayıncılığının mülkiyet yapısına yönelik içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Medya Çalışmaları, Televizyon Yayınıncılığı, Neoliberal Politikalar, Televizyon Yayınıncılığı Tarihi*

EXAMINATION OF THE HISTORICAL PROCESS OF TELEVISION BROADCAST IN TURKEY WITHIN THE FRAMEWORK OF NEOLIBERAL POLICIES

ABSTRACT

Due to the Social, political and economic reasons, television broadcasting has been introduced later in Turkey compared to other countries. On the other hand, until the early 1990s, it has maintained its monopoly in the institution of TRT television broadcasting. With the 1990s, by the return of neo-liberal policies have come ready to broadcast television and very special voice began television broadcasting era in Turkey. However, the neoliberal politics, which became widespread rapidly in the 1980s, also caused economic transformations in television broadcasting. In this study, in order to examine the conglomeration and cross-media ownership in television broadcasting as a result of neoliberal policies, the content analysis method for the ownership structure of television broadcasting between the years 1990-2000 and between 2000-2020 is examined.

Keywords: *Media Studies, Television Broadcasting, Neoliberal Policies History of Television Broadcasting*

GİRİŞ

Şüphesiz ki, iletişim teknolojilerindeki her gelişme, bir öncekinden daha çok kitleye ulaşmakta ve bir önceki kitle iletişim aracından daha etkili olmaktadır. Radyodan önceki dönemde yazılı basını düşünecek olursak, hedef kitlesi okumayı bilen insanlar olmak zorunda olmuştur, ancak radyonun icadından ve yaygınlaşmasından sonra ise bilgi daha çok kitlelere ulaşmıştır. Televizyon ise bizlere olayları görsel olarak izleme fırsatı vermiş olmasından dolayı çok daha etkili bir kitle iletişim aracı olarak hayatımıza girmiştir.

Bu nedenle televizyon, tarihi boyunca siyasal olarak da bir propaganda aracı ya da devlet ve toplum arasındaki bir çeşit iletişim köprüsü olarak da hayatımızda etkili bir rol oynamıştır. Örneğin 1960 yılındaki ABD başkanlık seçimleri düşünüldüğünde, Kennedy ve Nixon'un ilk kez 1960 seçim kampanyasında "tartışma" programı ile karşı karşıya gelmeleri büyük yankı uyandırmıştır (Cankaya,2015:81). Bu durum televizyonun siyasete yeni bir boyut kazandırdığının en somut örneğidir. Öte yandan, televizyonun toplumlar üzerindeki etkisinin siyaseti profesyonelleştirdiği, bu sayede "imaj oluşturmanın" siyaset için tartışmasız bir öneme sahip olduğu da bilinmektedir (Cankaya, 2015:81).

Türkiye'de ise televizyon yayınları, diğer ülkelere göre oldukça geç bir zamanda başlamıştır (Tanrıöver, 2012: 11). Bu gecikme, çeşitli toplumsal, siyasal ve ekonomik nedenlere bağlanmaktadır. Tanrıöver bu nedenlerin arasında, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan 1950 sonrası çok partili döneme geçiş sürecinde toplumun temel alt yapı ihtiyaçlarının ön planda tutulması, kamu yatırımlarının ise lüks olarak görülmesi nedeniyle ekonomik olarak televizyon alanına yönelimin engellendiğini ve 1950'li yılların sonunda yaşanan siyasi krizleri ve askeri müdahale dönemini göstermektedir (Tanrıöver, 2012:12). Televizyonun Türkiye'de diğer ülkelere oranla evlere oldukça geç girmesine rağmen, toplumun çok kısa bir sürede benimsediğini ve gündelik hayatın en önemli öğelerinden biri haline gelen bir kitle iletişim aracı olduğu bilinmektedir. Tanrıöver'e göre, "Türkiye'de bir "medya kültürün" egemenliğinden söz etmek mümkündür ve bu kültürün dayandığı medya, nüfusun çok önemli bir bölümü açısından yalnızca "televizyon"a indirgenmiş durumdadır." (Tanrıöver, 2012: 12).

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte akıllı telefonların, internetin ve sosyal medyanın hayatımıza girmiş olmasına rağmen televizyon halen toplumda vazgeçilemez bir öneme sahiptir. Gürsoy Ulusoy, Ş. ve Gürsoy Atar'ın 2020 yılında yayınlanmış olan "Reflection of Social Media Addiction on Family Communication Processes" isimli çalışmalarında derinlemesine mülakat tekniği kullandıkları ve görüşme sağladıkları katılımcılardan bazılarının zamanlarının büyük bir çoğunluğu, sosyal medya ve televizyon ile ilgilenerek geçirdiklerini belirtmektedir (Gürsoy Ulusoy, Ş. Gürsoy Atar, Ö. (2020). Bu bağlamda, Türkiye'de gerek TRT kurumunun televizyon yayıncılığında tekel olduğu yıllar, gerek ise özel televizyon yayınlarının başladığı yıllar ve sonrası düşünüldüğünde televizyonun toplum üzerindeki güçlü etkisi, aynı şekilde toplumun da televizyon kanallarının yayın politikaları üzerindeki etkileri göz ardı edilmemelidir.

Öte yandan tıpkı Türkiye'nin televizyon ile tanışması gibi, özel televizyon yayınlarıyla tanışması da geç olmuştur. 1990'lı yılların başında özel televizyon yayınlarıyla tanışan Türkiye hem toplumsal olarak hem de ekonomik alt yapı olarak kısa zamanda bu yayınları da benimsemiştir.

Özellikle 1980'li yıllarla birlikte neoliberal politikaların yaygınlık göstermesi sonucunda serbest piyasa ekonomisi hızla gelişmiş ve bu durumdan medya da büyük ölçüde etkilenmiştir. 1990'lı yıllarla birlikte televizyon yayıncılığında TRT tekelinin sona ermesiyle özel televizyon kanalları büyük holdinglerin televizyon yayıncılığında dikey ve yatay birleşmeleri neticesinde sektörde öncü konuma gelmişlerdir (Şen ve Avşar, 2012:43).

TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞI: RADYO TELEVİZYON KURUMU (TRT)’NUN ANAYASAL ÇERÇEVESİ

Çağlar Keyder (1997), Türkiye’de “modernleşme” kavramının “batılılaşmak” ile özdeşleşmek olduğunu öne sürerek Türkiye’nin bir Avrupa ülkesi olarak konumlandırıldığını ve modernleşme sürecinin, Türkiye’nin bütün kültürel boyutlarınca Avrupa’yı kapsayıcı ve özümseyici bir politika içerisinde şekillendirmek amaçlı bir proje olarak ele alındığını ileri sürmektedir (Keyder, Ç. 1997:38).

Ülkemizde TRT’nin kuruluşuyla birlikte ulusal çapta yayın yapılmasına yönelik televizyon yayıncılığının temellerinin atıldığını ileri süren Özgen, TRT’nin kuruluşuyla ilgili atılan ilk adımı da 1961 Anayasasına dayandırmaktadır (Özgen, 2004: 469).

Aynı zamanda, TRT’yi belli ölçüde “özerk” kılan 1961 Anayasası’nın 121. Maddesi gereğince, radyo ve televizyon idaresinin “özerk” kamu tüzel kişiliği halinde yasayla düzenlenmesine; yayınların ise, “tarafsızlık” esasına göre yapılmasına karar verilmiştir (Önen, 2010: 132). 1961 Anayasası’nın bu maddesine dayanılarak 1963 yılında, 359 Sayılı Yasa gereğince, “Radyo Televizyon Kurumu “özerk” bir kamu iktisadi teşebbüsü olarak radyo ve televizyon yayınlarının “tarafsız” bir devlet tekeli altında örgütlenmesi esası benimsenmiştir.”(Önen, 2010:133).

Bu bağlamda, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, kamusal yayıncılığı yürüten bir Kurum olarak 1963 yılında 359 Sayılı Yasa’yla kurulmuştur. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yasası, 24 Aralık 1963 yılında çıkartılmış 1 Mayıs 1964’te ise yürürlüğe girmiştir. Bu yasa çerçevesinde, TRT; Genel Müdür, yönetim kurulu, danışma kurulu ve siyasi yayınlar hakem kurulundan oluşan bir kamu tüzel kişiliği haline dönüştürülmesine karar verilmiştir (Önen, 2010: 132).

Ancak, 1964 yılında başlayan TRT’nin “özerklik” yılları, 1971 askeri müdahalesinden sonra 1961 Anayasası’nın TRT’nin özerkliği ile ilgili maddesinin çıkartılıp yalnızca TRT’nin “bağımsız-tarafsız” bir kurum olarak belirlenmesiyle son bulmuştur (Kayador, 2004: 56).

1982 Anayasası’nın 133’üncü maddesinde ise 1961 Anayasası’ndaki hüküm ile paralel bir biçimde yayıncılıkta devlet tekeli öngörülerek 1983 yılında 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu çıkartılmış ve bu kanun çerçevesinde yine anayasal düzenlemeye uygun olarak radyo-televizyon yayıncılık faaliyetlerinin devlet eliyle yürütülmesi hususu yer almıştır. Bu bağlamda, söz konusu yayın tekelinin kullanımı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu’na (TRT) verilmesi öngörülmüştür (İşbir, 2007: 819).

ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞINA GEÇİŞ SÜRECİ

1990’lı yıllara gelindiğinde özellikle dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal, TRT Kurumu’nun televizyon yayıncılığındaki tekel olmasını sürdürmesine ilişkin, “böylesine bir tekelin radyo ve televizyon yayıncılığı konusunda günün koşullarına uygun olmadığını” her fırsatta dile getirmektedir. Böylece Özal’ın, özel ya da ticari yayıncılık faaliyetine geçilmesi gerektiğini vurguladığını ifade eden Özgen’e göre, “Özal’ın niyeti yasal boşluklardan da faydalanarak özel radyo ve televizyon yayıncılığına zaman kaybetmeksizin geçilebilmesiydi.” (Özgen, 2004: 472).

Öte yandan, Özal’ın ABD gezisi sırasında yaptığı açıklamada, yurtdışından Türkçe yayın yapılması yönünde bir engel olmadığını dile getirmesi ve bir kanal kiralanarak Türkiye’ye yayın yapılabileceğini ifade etmesi üzerine tecimsel kuruluşların önü açılmıştır (Özgen, 2004:473).

Bu açıklamayla birlikte, öncesinde bir iş insanı tarafından İsviçre’de kurulan Magic Box şirketi aracılığı ile Eutelsat uydusundan kiralanmış olan iki kanal üzerinden Star-1 adıyla 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayınlarına başlanmıştır.

Bu sayede, TRT kurumunun, kuruluşundan itibaren elinde tuttuğu yayıncılık tekeli, Magic Box- Star 1 televizyonu ile fiilen sona ermiştir. Takip eden yıllarda ise, diğer özel televizyon kanalları da yayın hayatlarına başlamış ve Türkiye’de kamu ve özel olmak üzere ikili televizyon yayıncılığı dönemine girilmiştir (İşbir, 2007:820). Ancak o dönemde 2954 sayılı radyo televizyon yasasının yürürlükte olması nedeniyle, yasanın açıkça ihlali gündeme gelmiştir. Bu nedenle 1993 yılında, Anayasanın 133’üncü maddesinin “özel televizyon yayıncılığına da izin verilecek” olarak değiştirilmesi ve 13 Nisan 1994

tarihinde çıkarılan 3984 sayılı yasa ile de söz konusu “yasa ihlali” tamamen giderilerek Türkiye’de, ikili sistem yasal bir kimlik çerçevesinde yaşanmaya başlanmıştır (İşbir, 2007:820).

Böylece 1994 yılında çıkarılan söz konusu kanun çerçevesinde Türkiye’de televizyon yayınlarına ilişkin bir dönüm noktası yaşanmış ve özel televizyon yayınları da yasal bir kimlik ile izleyiciyle buluşmaya başlamıştır. Bu yolla, TRT ve özel televizyon kanalları yayıncılık hayatlarına birlikte devam ederek Türkiye’de karma nitelikli yayıncılık modeli benimsenmeye başlamıştır (İşbir, 2007:832).

Öte yandan, Ceyda Büyükbaykal’a göre, Türkiye’de özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlamasıyla birlikte çok seslilik ilkesinin egemen olduğu bir döneme geçilerek özel televizyon kanalları birbirinin peşi sıra yayın hayatlarına başlamışlardır. Bu yolla, televizyon kanalları arasındaki reyting yarışlarının başlaması gibi Türkiye’deki televizyon yayıncılığında da birçok yenilik söz konusu olmuştur (Büyükbaykal, 24:2011).

Türkiye’nin ilk özel televizyon kanalı olan Uzan Grubu’na ait Magic Box- Star 1 kanalı, yayın politikası sayesinde yıllar içinde izlenirliğini arttırarak TRT’den daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşmayı başarmıştır. 15 Ocak 1991 yılında başlayan Körfez Savaşı’nın yayınlarını yaparken CNN’e bağlanması ve yayınlarında 24 saat kesintisiz şekilde CNN’in yayınladığı görüntüleri “simultane” çeviri yaparak aktarması Türkiye’deki izleyici kitlesinin dikkatini çekmiş ve TRT’nin de aynı şekilde CNN’e bağlanarak “simultane” yayın yapmasına yol açmıştır (Büyükbaykal, 2011:25).

Diğer taraftan, TRT ile rekabet içinde olan Star 1 televizyonunun başarısının altında, Türkiye’nin ilk ticari televizyonu olarak tanıtım stratejisinde ‘sizin televizyonunuz’ sloganı ile izleyicisini doğrudan bir müşteri ya da tüketici olarak konumlandırmaktan kaçınmıştır. Böylece, toplumun eksikliğini duyduğu “kendisinden” olan bir televizyon kanalı olduğunu göstermeye çalışarak TRT’den farkını bu şekilde ortaya koymuştur (Çelenk, 2005: 89).

Tıpkı Magic Box- Star 1 televizyon kanalı gibi Türkiye’deki ikinci özel televizyon kanalı da Uzan Grubu’na ait olup 27 Ocak 1992 tarihinde yayın hayatına başlayan Teleon’dur. 1 Mart 1992 yılında ise o dönemde, İktisat Bankası’nın da sahip olan Erol Aksoy’un sahibi olduğu Show TV yayın hayatına başlamıştır. Cine 5 televizyon kanalı da Türkiye’de farklı bir uygulama ile yayın hayatına başlayarak şifreli yayın yapan ve yalnızca abone olanların bu yayınları izlemesine izin veren ilk televizyon kanalı olmuştur (Büyükbaykal, 2011:27). Böylece 1994 yılında özel televizyon kanallarının yasal bir kimliğe kavuşmadan önce çok geçmeden Türkiye’de çeşitlilik gösterdiği görülmektedir.

Öte yandan, özel televizyon kanallarının kuruluş yıllarındaki program yapısına bakıldığında, haber bültenleri ve yabancı kaynaklı yayınların yapıldığı görülmektedir. Yerli yayınlardan çok yabancı kaynaklı yayınların, yayın programlarında bulunmasının en önemli nedeni ise yabancı kaynaklı yayınların, yerli kaynaklı yayınlara göre daha az maliyetli olması ve yerli yapımlar için bir alt yapının henüz oluşmamasıdır. Bu nedenle, talk şovlar, üretim maliyetinin az olması ve üretim alt yapısının kolay olması nedeniyle en çok tercih edilen yerli programlardır (Koçer, 2011: 237).

Diğer taraftan, TRT’nin ilk yıllarında günümüzdeki yayıncılık anlayışından farklı olarak televizyonun eğlence aracı olmasının dışında eğitim ve kültür aracı olarak değerlendirilecek biçimde yayın içeriğini düzenlediği görülmektedir (Tekinalp, Ş. 2011:230). TRT kurumunun Türkiye’deki televizyon yayıncılığı tekelinin kırılması ve birbiri peşi sıra açılan özel televizyon kanallarının televizyon yayıncılığına çok seslilik getirmesi açısından demokratik bir resim çizmesi ve reyting savaşlarını körüklemesi yayıncılık anlayışını başka bir boyuta taşımaktadır.

1980’den sonra basının birer aile işletmesi görünümünden çıkmış olması 1990’lı yılların başından itibaren Türkiye’nin özel televizyon kanallarıyla tanışmasıyla birlikte eski dönemin gazeteleri birer medya holdinglerine dönüşmüştür (Özgen, 2004:469). Özellikle Soğuk Savaş yıllarının sona ermesiyle başlayan neoliberal politikalar, 1990’ların ikinci yarısından itibaren kendisini daha belirgin biçimde göstermiş ve bu durum gazete, radyo ve televizyon kanallarını içine alan medya kuruluşlarına da yansımıştır. Bu noktadan sonra medya kuruluşları yayıncılık politikalarını toplumsal sorumluluktan uzak ancak kendi çıkarları doğrultusunda sürdüreceklerdir (Özgen, 2004:470).

Özellikle özel televizyon kanallarının çoğalmasıyla birlikte başlayan “reyting savaşları” kitle iletişim araçlarının önemli misyonları olan eğitim, haberleşme ve eğlence üçlemesinden yalnızca eğlence odaklı

yayincılık anlayışının hâkim olmasına neden olmuştur. O kadar ki özel televizyon kanallarının haber bültenlerinde bile toplumun ilgisini çekebilecek üçüncü sayfa haberler 1990’lı yıllarda sıkça yer almaya başlamıştır.

NEOLİBERAL POLİTİKALAR VE ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Harvey (2005) tarafından “politik-ekonomik pratikler teorisi” olarak tanımlanan neoliberalizm, güçlü özel mülkiyetin inşa edilmesinin, serbest piyasaların ve serbest ticaretin refahın artırılmasının en iyi çözümü olarak görmektedir. Bu kapsamda devletin rolü ise bu kuramsal yapıya uygun bir kurumsal çerçeve inşa etmektir (Harvey, D. 2005:10). 1970’li yılların ortalarından itibaren ortaya çıkan petrol krizi, Vietnam Savaşı ve Bretton Woods sisteminin çöküşü gibi önemli gelişmeler, Neoliberal politikaların iktisat politikalarına yansımalarını tetiklemiştir (Eroğlu, İ. Yeter, F. 2017:61). Dünyada yaşanan bu gelişmelerin Türkiye’ye de önemli yansımaları söz konusu olmuş ve yeni bir istikrar paketinin oluşumu gündeme gelmiştir.

1980 yılından itibaren 24 Ocak kararlarının alınmasında etkili olan sorunları; enflasyon sorunları, kapasite kullanım oranının düşüklüğü, ihracatın durgunlaşması, yurtiçi tasarrufun azalması, kısa vadeli dış borç yükünün ağırlaşması ve gelir yükü ve vergi dağılımı konusundaki adaletsizliklerin artması şeklinde sıralanabilmektedir (Parasız, İ. 2003: 281-283).

Tüm bu sorunların çözümü için ortaya çıkan ve literatüre 24 Ocak Kararları olarak giren politikaların temel ilkeleri ise ihracatta özel sektörün potansiyelinden en üst düzeyde faydalanılması, enflasyonun kontrol altına alınması, ihracatın artışına yönelik esnek bir döviz kuru politikasının izlenmesi ve özel yabancı sermayenin teşviki çerçevesinde şekillenmektedir (Parasız, İ.2003:285).

Bu amaçla, 24 Ocak Kararları çerçevesinde; faiz oranlarının serbest bırakılması, esnek kur politikasının izlenmesi, kamusal malların kapsamının daraltılarak daha rekabetçi mal piyasasının yaratılması ve kamu sektörünün küçültülerek özelleştirme sürecinin başlatılması gibi orta vadeli ekonomik dönüşüm önlemleri yer almaktadır (Parasız, İ. 2003:288).

1980’li yıllardan itibaren yaşanan bu gelişmeler medya sektöründe de birtakım dönüşümlere neden olmuştur. Özelleştirme politikalarından sonra sektöre yeni medya şirketlerinin girmesi ve bu şirketlerin yalnızca yayıncılık yapmayıp çeşitli alanlarda da faaliyetler göstermeleri medya sektöründe birleşmelerin yaşanmasına ve holdingleşmeye neden olmuştur (Büyükbaykal, G. Yılmaz, M. 2021:541).

Medyanın ekonomi politığıne yönelik en önemli konularından biri sermaye ve mülkiyet yapısıdır (Bozkurt: 2021). Kuyucu’ya göre 1990’lı yıllarla birlikte medyanın serbestleşmesi ve hızla yayılması Türkiye’de kontrolsüz bir medya sahipliği ortamının oluşmasına neden olmuştur. Bir takım büyük firmaların kontrolüne geçen medya ortamı, bazı yasalara ihtiyaç duyulduğunu göstermiştir (Kuyucu, 2013). 13 Nisan 1994 tarihinde yürürlüğe giren 3984 Sayılı kanun bu açıdan da önem kazanmaktadır. 3984 Sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” çerçevesinde 29’uncu Maddede yer alan “Kuruluş ve Hisse Oranları” esasına göre “Aynı şirket ancak bir radyo ve bir televizyon işletmesi kurabilir” ibaresi bulunmaktadır (T.C. Resmi Gazete, 1994). Bu durum 3984 Sayılı kanunun yalnızca özel televizyon yayınlarının yasal bir kimliğe kavuşmasına yönelik değil, aynı zamanda, Türkiye’de çapraz medya sahipliğinin önüne geçilmesi amacıyla düzenlenen bir yasal düzenleme olduğunu da göstermektedir. Bir kişi veya grubun gazete ve televizyon istasyonuna aynı anda sahip olması olarak tanımlanan çapraz medya sahipliği, 2000’li yıllardan itibaren görünmeye başlamıştır (Kuyucu, 2013).

Tablo 1. 1990-2000 Yılları Arasında Yayın Hayatına Başlayan Ulusal Çapta Genel İzleyiciyi Kitlelerine Yönelik Televizyon Kanalları ve Sahipleri

Sahibi	Yayın Yılları	Televizyon
Ahmet Uzan Cem Uzan Rumeli Holding Yapı ve Ticaret Aş. İmar Bankası- Ada Bank	1990	Magic Box- Star 1
Uzan Grubu	1992-1994	Teleon
Erol Aksoy, Dinç Bilgi, Haldun Simavi, Erol Simavi	1991	Show Tv
Ahmet Özal	1992-1995	Kanal 6
Has Holding Grubu	1992-	Has Bilgi Birikim (HBB Tv)
Göktuğ Şirketler Grubu	1992	Flash Tv
Ayhan Şahenk, Aydın Doğan	1993-1994	Kanal D
Aydın Doğan	1994-2018	Kanal D
Dinç Bilgin	1993	ATV

Tablo 1’de yer alan ticari televizyon kanalları dönemin en fazla izleyici kitlelerine sahip ulusal çapta genel izleyici kitlelerine yönelik yayıncılık yapanlardan oluşmaktadır. Ele alınan veriler, Televizyon kanalları ve sahiplik ilişkisini ortaya koymak adına Televizyon kanalının sahibi ya da ortaklıkları, televizyon kanalının yayın yaptığı yıl aralıkları ve televizyon kanalının isimlerini gösterecek biçimde başlıklandırılmıştır.

Bu çerçevede, sonraki yılların aksine ticari televizyon kanalı sahipliğinin çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Aynı zamanda, 1993-1994 yıllarında Kanal D’nin yayın hayatına ait ilk yılları olarak bilinmekte olup Ayhan Şahenk ve Aydın Doğan ortaklığında olduğu, 1994 ve 2018 yılları arasında ise Aydın Doğan’a geçtiği görülmektedir.

Show TV’nin ise 1991 yılında Erol Aksoy, Dinç Bilgin, Haldun Simavi ve Erol Simavi ortaklığında yayın hayatına başladığı bilinmektedir.

Magic Box/Star 1 Televizyon kanalının ise 1990 yılında yayın hayatına Ahmet Uzan, Cem Uzan, Rumeli Holding Yapı ve Ticaret Aş. ve İmar Bankası- Ada Bank ortaklığında başladığını söylemek mümkündür.

ATV ise Dinç Bilgin tarafından 1993 yılında yayın hayatına başlamıştır. Bu durum göstermektedir ki günümüzde de yayın hayatları devam eden ve en çok izlenen dört televizyon kanalının yalnızca ATV hariç olmak üzere Kanal D, Show TV ve Magic Box/ Star 1 televizyon kanallarının ortaklı olarak yayın hayatlarına başlamışlardır.

Aynı zamanda tabloda yer alan televizyon kanallarının sahiplerinin başka bir sektörde faaliyet gösterdikleri de bilinmektedir. Örneğin; 1990 yılında kurulan Magic Box/ Star 1 kanalının ortaklarından olan Rumeli Holding Yapı AŞ. İnşaat sektöründe de faaliyet gösterirken, ilgili televizyon kanalının bir başka ortağı olan İmar Bankası ve Ada Bank ise Bankacılık alanında faaliyet göstermektedir.

1992 ve 1994 yılları arasında yayın yapan Teleon isimli televizyon kanalının sahibi olan Uzan Grubunun ise telekomünikasyon, enerji, elektrik üretimi, finans ve otomotiv gibi birçok sektörde faaliyet göstermektedir. Diğer taraftan, 1991 yılında yayın hayatına başlayan Show Tv'nin ilk sahiplerinden olan Erol Aksoy, aynı zamanda bankacılık sektöründe dönemin ileri gelen isimlerinden biri olurken; kanalın diğer ortaklarının ise yalnızca medya alanın faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Bu durum göstermektedir ki; 1990'lı yıllardan itibaren yayın hayatına başlayan televizyon kanallarının sahiplerinin veya ortaklarının büyük bir çoğunluğu aynı zamanda başka sektörlerde de faaliyet göstermektedirler.

2000-2020 yılları arasında en fazla reyting alan televizyon kanallarının durumunu incelediğimiz zaman ise, inşaat, otomotiv, enerji ve denizcilik, sanayi ve turizm başta olmak üzere birçok alanda faaliyet gösteren holdinglerin yayın grubu olarak birçok televizyon kanalını, dijital yayınları, dergileri ve gazeteleri bünyelerine aldıkları görülmektedir.

Tablo 2. 2000-2020 Yılları Arasında Yayın Hayatında Olan Televizyon Kanalları Ve Ait Oldukları Gruplar

Grup	Televizyon	Radyo	İnternet	Gazete	Dergi
Doğuş Yayın Grubu	Ntv Star Euro Star	Ntv Radyo Kral Fm Kral Pop	Ntv Ntvspor.net Star Kral Müzik Puhu Tv		Vouge Türkiye Gq Türkiye Ntv Yayınları
Demirören Medya Grubu	Kanal D Teve2 Dream Tv Dream Türk Cnn Türk Euro D	CNNTürk Radyo Radyo D	D Smart Hürriyet Milliyet Posta Fanatik Gazete Vatan Hürriyet Aile Hürriyet Tv Milliyet Tv Medya Net	Milliyet Hürriyet Posta Daily News Fanatik	Milliyet Sanat
Ciner Medya Grubu	Show Tv Bloomberg HT		Habertürk		
Turkuvaz Medya Grubu	Atv A Haber Atv Avrupa A Spor A2 Tv A News	A Spor Radyo A Haber Radyo	Sabah Sabahspor A Para Memurlar Bebeğim Sofra Oto Haber Sabah Video	Sabah Avrupa Sabah Yeni Asır Daily Sabah	Fotomaç Şamdan Sofra Bazaar Forbes Cosmopolitan Cosmopolitan bride Takvim Home Teknokulis

Tablo 2’de yer alan televizyon kanalları çeşitlilik göstermesine rağmen özellikle 2000’li yıllarla birlikte holdingleşmenin görüldüğünü göstermektedir. Aynı zamanda 1990-2000 yılları arasındaki televizyon yayıncılığında farklı olarak 2000-2020 yılları arasında Medya Gruplarının da ortaya çıktığı göze çarpmaktadır. Böylece bir medya grubunun bünyesinde yazılı basın, internet ve farklı izleyici kitlelerine yönelik televizyon kanalı barındırmaktadır.

Doğuş Yayın Grubu, televizyon, radyo, dergi ve internet sitesi olarak yazılı ve görsel medya kuruluşlarını bünyesine alan bir medya grubu olarak faaliyet göstermesinin yanı sıra, inşaat ve otomatik gibi diğer sektörlerde de faaliyet göstermektedir.

Benzer biçimde, Demirören Medya Grubunun da hem genel izleyici kitesine yönelik hem de tematik yayın yapan televizyon kanallarının bünyesinde bulundurmasıyla birlikte, yazılı basın ve dijital platformları da içine alan bir medya grubu olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Ciner Medya Grubu’nda ise televizyon kanalları olarak Show Tv ve Bloomberg HT kanalları yer alırken, bünyesinde bulunan Habertürk gazetesi ise dijital platformda faaliyet göstermektedir.

Turkuvaz Medya Grubu’nun da televizyon, radyo, internet, gazete ve dergi olarak yazılı ve görsel medya kuruluşlarının bünyesinde yer aldığı görülmektedir

Bu çerçevede, tabloda yer alan yayın gruplarından Doğuş Yayın Grubu, Demirören Medya Grubu ve Ciner Medya Grubu’nun holding olarak enerji, sanayi, ticaret, finans, inşaat ve taşımacılık gibi farklı sektörlerde faaliyet gösterdikleri de bilinmektedir (Tekinalp, Ş. 2011:277).

SONUÇ

Türkiye’deki televizyon yayıncılığı tarihini göz önüne aldığımız zaman TRT kurumunun, 1963 yılında kurulduğu ve “özerk” olduğu yıllardaki devlet politikası gereğince ilk ve en önemli misyonlarından birinin modernleşme ve batılılaşma sürecine hizmet etmek olmasının televizyonun devlet ve toplum arasında bir “köprü” işlevi de gösterdiğinin somut bir örneği olduğunu görmekteyiz. Bu çerçevede 1990’lı yılların başında özel televizyon kanallarının ortaya çıkışından önce televizyon bir eğlence aracı olması dışında toplumsallaştırma ve eğitim işlevlerinin ön planda olduğu bir kitle iletişim aracı olarak toplumda yer almaktadır.

Diğer taraftan, 1990’lı yılların başlamasıyla birlikte özel televizyon kanallarının varlığını göstermesi TRT kurumunun, 1982 yılında anayasal olarak elde ettiği tekelliğinin kırılmasına neden olmuştur. Televizyon yayıncılığının eğlence, eğitim ve haberleşme aracı olarak üç önemli misyonu göz önüne alınırsa, 1989 yılında Magic Box ile tanışan toplum, ikili televizyon yayıncılığı dönemi ile karşılaşarak eğlence ihtiyacını özel televizyon yayınları üzerinden giderebilme şansını yakalamışlardır.

Türkiye’de özel televizyon yayınlarının başlaması hem toplum için hem de soğuk savaş döneminden sonra hız kazanan neoliberal politikalar açısından bir dönüm noktası niteliği taşımaktadır.

Ancak ilk yıllarında toplumun ihtiyaçlarına cevap veren, toplumun karşısına “sizin televizyonunuz” sloganıyla çıkan özel televizyon yayınları, kısa zaman içinde reyting kaygılarının ve neoliberal politikaların gerektirdiği bir yayın politikası izlemeye başlamıştır.

2000’li yıllara gelindiğinde ise çapraz medya sahipliği ön plana çıkmaya başlamıştır. Günümüzde de etkisini sürdüren çapraz medya sahipliği ile holdingleşme yaygınlaşarak televizyon, gazete, dergi ve internet platformlarını içine alan medya grupları ortaya çıkmaya başlamıştır.

Sonuç olarak, Türkiye’de televizyon yayıncılığının tarihsel sürecini 1970’li yıllardan itibaren başladığını ve 1990’lı yıllara kadar TRT’nin tek kanal olarak yayın hayatını sürdürdüğünü ele alarak; 1990’lı yıllardan itibaren neoliberal politikaların da etkisi çerçevesinde 1990- 2000 ve 2000- 2020’li yıllar olarak incelemek mümkündür. TRT’nin yayın tekelini elinde bulundurduğu yıllar içinde toplumu “eğitme” amaçlı bir yayın politikası izlediğini, ancak 1990’lı yıllarla birlikte ikili televizyon yayıncılığı sistemine geçildiğinde ise ticari televizyon kanallarının yayın politikalarının toplumu “eğlendirme” odaklı olduğu görülmektedir. Öte yandan toplumda yıllar içinde değişen siyasi ve ekonomik politikalarla paralel olarak televizyon yayıncılığının medya grupları çerçevesinde devam ettiği görülmektedir. Yeni

iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ise diğer kitle iletişim araçları gibi televizyon yayın içerikleri de dijital platformlara taşınmış ve yeni medya ile etkileşim için bir yayın politikası benimsemiştir.

KAYNAKÇA

- Bozkurt, G. (2021). *The Contradiction Between Political Reality and Ideology of Media*. İletişim Çalışmaları Dergisi, 7(2), 291-302.
- Büyükbaykal, G. & Yılmaz, M. (2021) “*Türk Medyasında Mülkiyet Yoğunlaşması ve Etkileri*”. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 20(2) 537-551.
- Büyükbaykal Ilgaz, C. (2011). “*Günümüzde Türkiye’deki Televizyon Yayıncılığının Genel Görünümü*”. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ss.23-33.
- Cankaya, E. (2015), *Siyasal İletişim: Dünyada ve Türkiye’de*. İmge Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür*. Ütopya Yayınevi, İstanbul.
- Gürsoy Ulusoy, Ş. & Gürsoy Atar, Ö. (2020). *Reflection of Social Media Addiction on Family Communication Processes*. Adam Academy Journal of Social Sciences,10(2),425-445.
- Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin Kısa Tarihi*. çev. Aylin Onacak, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- İşbir, B. (2007). “*Kamu Hizmeti İlkeleri Işığında Özel Radyo-Televizyon Yayıncılığının Değerlendirilmesi*”. Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 11, Sayı 1-2.
- Kayador, V. (2004). “*TRT’nin 40 Yılı*”. Bilim ve Ütopya Dergisi, Sayı 120.
- Keyder, Ç. (1997). “*Whither the Project Of Modernity? Turkey in the 1990s, Rethinking Modernity and National Identity in Turkey*”. Univerity of Washington Press, London.
- Koçer, S., Erdoğan, N. (2011). “*Türkiye’de Özel Televizyon Kuruluşlarının Örgüt Yapılarının Dönüşümü*”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi.
- Kuyucu, M. (2013). “*Türkiye’de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler*”. Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt 8, Sayı 1.
- Önen, M. Tanyıldızı, N. (2010). “*Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) Yayınlarının Yönetmelik Denetimi:İngiltere Yayın Kurumu BBC Bir Model Olabilir mi?*”. Amme İdaresi Dergisi, Cilt 43, sayı 3.
- Özgen, M. (2004). “*1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu*”. 2.Uluslararası İletişim Sempozyumu, İstanbul, Ss.467-477, 17-19 Mart.ö
- Parasız, İ. (2003). *Türkiye Ekonomisi*. Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa.
- Sarı, G. (2017). *Türkiye’de Özel Televizyon Yayıncılığının Gelişimi ve Medyada Mülkiyet Yapısı*. Ulakbilge, 5 (18), s.2087-2096.
- Şen, F., Avşar, Z. (2012). “*Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme*”. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 35, Ss 42-60.
- Tanrıöver Uğur, H. (2012). “*Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı*”. İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Tekinalp, Ş. (2011). *Camera Obscura’dan Synopticon’a Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon*. Beta Yayınları, İstanbul.

Atıf İçin: Kaya İlhan, Ç. (2022). Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Sürecinin İncelenmesi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 6 (1), 21-30