

## TRT YAYINCILIK MÜZESİ ÖRNEĞİNDE CNN TÜRK TELEVİZYONU İÇİN BİR MÜZE ÖNERİSİ<sup>1</sup>

Dilan BAYIR POLAT<sup>1</sup>

**Cite this article as:**

Bayır Polat, Dilan. (2024). TRT Yayıncılık Müzesi Örneğinde CNN Türk Televizyonu İçin Bir Müze Önerisi. International University Museums Association Platform Journal of Cultural Heritage UNIMUSEUM, 7 (2) İstanbul, Türkiye, 78-87

### ABSTRACT

#### A Museum Proposal For CNN Türk Television Inspired By The TRT Broadcasting Museum Example

Türkiye has a self-renewing and inspiring archive in terms of radio and television broadcasting. In this study, the “TRT Broadcasting History Museum”, located within the TRT Campus in Ankara, of TRT, which started the history of broadcasting in Türkiye, was examined. With the data obtained here, a proposal was made to establish a television museum within CNN TÜRK, one of the first news channels of Türkiye, which has a deep-rooted institutional history. In the first part of the study, the first studies on television broadcasting in Türkiye, the institutionalization process of TRT, the transition to the multi-channel era and the development of news channels as thematic channels are explained. In the second part, information is given about the institutional history, milestones and daily routines of CNN TÜRK, which was selected as a sample, as a news channel. In the last section, a television museum within CNN TÜRK is proposed.

**Keywords:** Television Museums, Media, CNN TÜRK, Thematic Channels, News Channels

1-Bu makale, Prof.Dr.Fethiye ERBAY danışmanlığında yürütülen İstanbul Üniversitesi Müze Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi'nden üretilmiştir.

2- İstanbul Üniversitesi Müze Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı Mezunu.

Submitted : 28/10/2024

Accepted : 19/12/2024

Published online : 30/12/2024

Correspondence : Dilan Bayır Polat

E-ISSN : 2651-3714

ORCID : 0009-0007-6784-8603

## Giriş

Müzecilik alanında uluslararası bir otorite olarak kabul edilen Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM), 2022 yılında müzecilik alanına yeni bir tanım kazandırmıştır. Bu yeni tanım, COVID-19 pandemisinin etkileriyle şekillenen ve erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, paylaşımcılık ve katılımcılık gibi unsurları ön plana çıkaran bir yaklaşımla müzelerle dikkat çekmektedir.

Türkiye’de yayıncılığın hafızası olarak nitelenebilecek Ankara Oran’daki “TRT Yayıncılık Tarihi Müzesi”, 1994 yılında özel müze statüsünde açılmış; 2012 yılında teknoloji tabanlı temalarla birleşerek yeni bir vizyonla ziyaretçi ile buluşmuştur. Ayrıca, müzeden bağımsız olarak 2017 yılında 200 bin saatlik program, dizi ve filmleri içeren dijital arşivi, internet sitesi üzerinden “TRT Arşiv” ismiyle halka açılmıştır.

Öte yandan Türk Sineması’nın derinlikli hikaye anlatımı ve sinematografik başarısı, dünya festivallerinde ödüllerle karşılığını bulmuştur. Beyoğlu’ndaki İstanbul Sinema Müzesi’nin koleksiyonu, sergileme teknikleri bakımından yurt dışındaki sinema müzeleri ile benzerlikler taşımaktadır. Müzede oluşturulan dijital hafıza havuzu ile filmler ve mekanların künyelerine yer verilmiştir. “Yeşil perde” tekniğiyle ziyaretçilere Türk Sineması’nın “Hababam Sınıfı”, “Şabanoglu Şaban” gibi kült filmlerinin sahnelerinde oyuncu olarak yer alma fırsatı sunulmaktadır. Sinemamızın ikonik figürlerinin maketleri, kostümleri, ulusal ve uluslararası festivallerde sinemamıza değer görülen ödüller ziyaretçi ile buluşmaktadır.

Türkiye’deki sinema ve televizyon müzeleri; içerik, koleksiyon, sergileme biçimleri, sergilenen eserlerin/işlerin mekanla diyalogu başlıklarıyla incelendiğinde dünyadaki örnekleri ile benzer olduğu ancak bu müzelerin koleksiyonlarını araştırmacılara ve akademik dünyaya kaynaklık edecek düzeye taşıyamadıkları tespit edilmiştir. Sinema ve televizyon müzeciliği anlamında Avrupa’daki Deutsche Kinematek- Berlin Sinema ve Televizyon Müzesi ile İngiltere’deki Bradford Ulusal Bilim ve Medya Müzesi<sup>1</sup> incelenerek alanında öncü bu kurumların, koleksiyonlarını ve bilgi birikimini geleceğe nasıl aktardıkları incelenmiş, elde edilen veriler kurgulanarak Türkiye’de bir haber kanalı içerisine önerilmesi amaçlanmıştır.

1 Eski ismiyle Bradford Fotoğraf, Film ve Televizyon Müzesi

Türkiye’de bir televizyon binasının içerisinde direkt olarak televizyonun tarihi ve işleyişi ile ilgili tek müze, TRT kurumu içerisinde yer almaktadır. Proje kapsamında önerilecek televizyon binası ise; İstanbul’un Bağcılar ilçesi, Yüzyıl Mahallesi’nde yer alan Türkiye’nin en büyük medya kampüslerinden biri olan “Demirören Medya” bünyesindeki CNN TÜRK binası olarak belirlenmiştir.

Türkiye’nin en çok takip edilen ve “ilk bilen siz olun” sloganıyla marka programlara imza atan haber kanallarından CNN TÜRK için; köklü kurum geçmişi, yöneticileriyle yapılan görüşmeler ve çalışan deneyimleri sonucunda müze önerileri sunulmuştur.

## Türkiye’de Televizyonun ve Yayıncılığın Gelişimi

İcadından günümüze televizyonun sosyal hayatta önemli ve belirleyici bir rolü olmuştur. Toplumun eğlence ve bilgi kaynağı olarak tanımlanabilecek televizyonun radyo ile birlikte en etkili kitle iletişim aracı olduğu söylenebilir. “20. Yüzyıl içinde geçirilen iki dünya savaşı, gazeteciliği çeşitli yönlerden etkilemiştir. Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra radyo ve 1929 ekonomik krizinden sonra haber ve aktüalite dergileri gazetenin yanında yer almıştır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra televizyon, gazetenin kendisine çeki düzen vermesini gerektirmiştir. Hele radyo ve televizyonun gazetecilik yapmaya yönelmesi, gazetenin toplumda gazetecilik yapan tek kitle iletişim aracı olma özelliğini yitirmesine sebep olmuştur.”<sup>2</sup>

Kitle iletişiminin tarihsel sürecinde ilk olarak bilgiyi gazetelerden alan toplum, önce radyo ardından televizyonun icadıyla birlikte hem görsel hem işitsel duylara hitap eden iki boyutlu beyaz ekranın etkisine girmiştir. Bilgi, eğlence ve haber alma ihtiyacını her eve girebilen, düşmesine bastıktan sonra ücretsiz bir şekilde tüm gün faydalanabilecek bu iletişim aracıyla sağlamıştır.

Türkiye’deki ilk özel yayının 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi’nde gerçekleştirildiği düşünülürse, televizyonun 72 yıllık geçmişi olan, henüz çok genç bir kitle iletişim modeli olduğunu söylemek mümkün. “Türkiye’de televizyon yayınları 1940’lı yılların başında konuşulmaya başlanmış ise de bu konuyla ilgili çalışmalar 1949 yılında, İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Dekanı Profesör Mustafa Santur’un öncülüğünde

2 Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi 12. Baskı, s.94

gerçekleştirilmiştir.”<sup>3</sup>

1952 yılındaki ilk deneme yayınında, Kore Savaşı ile ilgili bir film gösterimi, Beyoğlu’ndaki küçük bir kitleye ulaşan yayınlarda ise programlar, maç yayınları, konser yayınları ve kültürel yayınlar yapılmıştır. Ülkede yaşanan toplumsal gelişmelerden halkı haberdar etme ihtiyacı, hiçbir etki altında kalmadan objektif bir şekilde bilgi aktarımını gerekli kılarak, kitle iletişim araçlarının bir çatı altında toplanması ihtiyacını doğurmuştur. Türkiye’de televizyonculuğun temellerini atan İTÜ TV son yayını 1971 yılında yapmış, TRT kurumuna insan ve malzeme kaynağı bırakmıştır.

Kamusallaşma adına atılan ilk adım 1939-1945 savaş yıllarında gerçekleşmiştir. Türkiye İkinci Dünya Savaşı’na girmemiştir ancak dört dilde yayın yapan Ankara Radyosu yayınlarını sekiz dile çıkarmış, dünyanın da takip ettiği bir radyo olarak kitle iletişiminde önemli bir yerde konumlanmıştır.<sup>4</sup>

1939 yılında Türkiye’nin yaşadığı en büyük deprem felaketlerinden biri olan Erzincan depremi de doğal afetlerde kitle iletişiminin önemini daha da doğrusu ihtiyacını ortaya koymuştur. Türk halkı radyo haberleri ile gelişmelerden haberdar olmuştur. Savaş ve deprem gibi dünyayı ilgilendiren iki büyük olayın üst üste gelmesi ve halkın haber alma ihtiyacı yayınların yeni bir yasal düzenlemeyi gerektirmiş ve PTT’ye bağlı olan radyolar, Basın ve Yayın Turizm Genel Müdürlüğü’ne bağlanmıştır.<sup>5</sup> Ocak 1964 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan 359 sayılı TRT kanunu, 1 Mayıs 1964 tarihinde yürürlüğe girmiş, bu tarihi atılımla birlikte hem teknik donanımı tamamlamak hem de personel yetiştirmek amacıyla hazırlıklar başlamıştır.

TRT’nin ilk televizyon yayını 31 Ocak 1968 tarihinde gerçekleştirilmiş, yayın siyah-beyaz formatta yapılmıştır. “Deneme Çalışmaları” olarak nitelendirilen yayınlar periyodik olarak salı, perşembe ve cumartesi günleri olmak üzere günde 3 saat olarak düzenlenmiştir. Haber, yorum ve spor dışında kalan yayın akışının yüzde 56’sı yerli, yüzde 44’ü dış kaynaklı yapımlardır.<sup>6</sup> 56 yıllık kurumsal bir geçmişi olan TRT Televizyonu ülkenin

kamusal yayıncılık tarihine bir ilk olmakla birlikte televizyonu toplumsal hayata dahil etmiş; haber alma, eğitim, eğlence gibi disiplinlerin ilk örneklerini halkla buluşturmuştur.

“1968 tarihinde başlayan TRT’nin siyah-beyaz televizyon yayınları, tek kanallı olarak 1970 tarihinden itibaren ülke düzeyine yayılmaya başlamıştır.”<sup>7</sup> 1984 yılına kadar günde yarım saatlik renkli deneme yayınları yapılmış, İngiltere Kral Kupası ve Eurovision gibi organizasyonlar dışarıdan alınarak yayınlanmıştır. Kamuoyunun renkli yayınlara ilgisi artınca siyah-beyaz alıcılara talep azalmış, 1984 yılından itibaren ekranlar renklenmiştir.<sup>8</sup>

## Türk Televizyon Tarihinde Çok Kanallı Döneme Geçiş

Televizyon ilk yıllarında olduğu gibi günümüzde de siyasilerin ekran temsilinden, tüketici davranışlarının yönlendirilmesine, kültürel alandaki etkili rolünden, gündem yaratma kabiliyetine kadar her alanda hayatın içinde olmaya devam etmektedir. İTÜ’nün çatı katında başlayan ilk televizyon denemeleri TRT ile kurumsallaşmış ve kamusallaşmış, zaman içerisinde yeni yasa ve düzenlemelerle özel televizyon ve radyo kanallarının açılmasına olanak sağlanmıştır. “Ülkemizde özel radyo ve televizyon yayınları 1990 yılından itibaren herhangi bir yasal düzenlemeye tabi olmaksızın başlamıştır. 1993 yılında Anayasa değişikliği yapılarak radyo ve televizyon yayınları üzerindeki kamu tekeli ortadan kaldırılmış, özel radyo ve televizyon yayınlarının yapılmasına olanak sağlanmıştır.<sup>9</sup> Bugün Türkiye’de karasal yayın lisanslı 251 televizyon, uydu ortamından yayın yapan 148 televizyon, kablolu yayın yapan 78 televizyon kuruluşu bulunmaktadır.<sup>10</sup>

Türkiye’de ilk özel televizyon kanalı Almanya’da uydu üzerinden kiralanarak yayın yapan “Magic Box Star 1” olmuştur. Uzan Ailesi’nin sahibi olduğu kanal 1990 yılında yayına başlamıştır. Daha sonra “Star 1” ismini taşıyan kanalın ardından özel kanallar birbiri ardına beyaz camda yerini

3. TRT Televizyon Müzesi, 1952-1964 Türkiye Televizyon ile Tanışıyor, bilgi panosu

4. TRT Televizyon Müzesi, 1939-1945 Savaş yılları, bilgi panosu

5. A.g.e.

6. TRT Televizyon Müzesi, 1969-1971 Televizyonda ilk yıllar, bilgi panosu

7. Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi 12. Baskı, s.49

8. TRT Televizyon Müzesi, 1984 ekranlar renkleniyor, bilgi panosu

9. RTÜK, (Çevrimiçi), <https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749> (17.12.2024)

10. RTÜK, (Çevrimiçi), <https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749> (17.12.2024)

almıştır. <sup>11</sup> “1992 yılında TeleOn, Kanal 6, Show TV ve HBB kanalları yayın hayatlarına başlarken, 1993 yılına gelindiğinde Cine5, ATV, Kanal D ve TGRT izleyicilerin karşısına çıkmıştır. 1994 yılında ise bir müzik kanalı olan Kral TV yayın hayatına başlamıştır. Türkiye’de ilk özel haber kanalı olarak kurulan NTV, 1996 yılında yayın hayatına başlamış, onu 1999 yılında CNN TÜRK takip etmiştir.”<sup>12</sup>

## Tematik Kanalların Gelişimi

Tematik kanal kavramının kısa bir tanımı yapılacak olursa, özellikle belirli konular üzerine odaklanmış, içeriklerini ve akışlarını bu konular üzerinde yapan televizyon kanallarıdır. “Bu televizyonlar ilk olarak ABD’de CNN, MTV adlarıyla yayınlarını gerçekleştirmişlerdir.” Haber kanalları ilk olarak ABD’de ortaya çıkmıştır. “1980’li yıllarda Amerika ve Avrupa’daki televizyon kuruluşları pazardan daha fazla pay alabilmek amacıyla yeni çareler arayarak programlarını daha çok sattırarak tematik televizyon kanallarını oluşturmuşlardır. Toplumun isteklerine göre, tematik kanallar belli bir alan üzerine yoğunlaşırlar ve o alana yönelik programlar sunarlar.” <sup>13</sup> Türkiye’de tematik kanalların tarihi 1986 yılında TRT’ye bağlı olan ve kültür-sanat yayını yapan TRT 2 (TV2) kanalı ile başlamıştır. TRT 2’yi sırasıyla; 1989 yılında spor yayını yapan TRT 3, 1990 yılında ise gençlik ve eğitim programlarını içeren TRT 4 kanalı izlemiştir. TRT 4 frekansını 2008 yılından itibaren TRT Çocuk kanalıyla dönüşümlü kullanmıştır. 3-12 yaş okul öncesi ve okul çağı çocukları için içerikler sunan TRT Çocuk, Türkiye’nin en çok izlenen tematik kanallarından biri olmuştur. <sup>14</sup>

## Türkiye’de Tematik Kanal Olarak Haber Kanallarının Gelişimi

Spor, müzik, yemek, belgesel gibi tematik kanallar sınıfına dahil edilen haber kanalları; 7/24 ve saat

11. Özçağlayan, Mehmet, “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, s.45, Dergipark, (Çevrimiçi), <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/178097>

12. ÖZŞİRİN, Sena, KOLUMAN Hakan, ASLAN Pınar, “Çok Kanallı Televizyona Geçiş Sürecinde Türk Televizyonlarına Dair Retrospektif Bir Çalışma”, s.186, Dergipark, (Çevrimiçi), <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2565871>

13. Erol, Gülbuğ, İletişim Fakültesi Dergisi, Türkiye’nin Haber Kanalları: NTV ve CNN TÜRK’ün karşılaştırmalı incelemesi, s.859 t.y.

14. Vikipedi, TRT 4, (Çevrimiçi) [https://tr.wikipedia.org/wiki/TRT\\_4](https://tr.wikipedia.org/wiki/TRT_4) (17.12.2024)

başlarında gündemi aktaran, PT (Prime Time) ismi verilen ve 20.00-23.00 saatlerini kapsayan saatlerde tartışma programı yayını yapan, hafta sonları (gündem yoğunluğuna, son dakika gelişmelerine göre) kültür- sanat, gezi, teknoloji, sağlık gibi aktüel veya stüdyo programlarını yayınlayan, ulusal kanalların aksine yayın akışını son dakika gelişmelerine göre esnetebilen 24 saat yaşayan kanallar olarak tanımlanabilir.

Peki haber nedir? En basit tanımıyla 5N ve 1K (Ne, Nerede, Neden, Nasıl ve Kim) sorularının cevabıdır. “İlk yapılan haber tanımlamaları arasında “olan her şey haberdir”, “dün bilmediğimiz haberdir”, “insanların üzerinde konuştukları haberdir”, “haber, okuyucuların öğrenmek istedikleridir” şeklinde tanımlar yer almıştır.” <sup>15</sup>

Örneğin genel seçimler, yerel seçimler, referandum, öncesi en hararetli tartışmaların yapıldığı mecra, yıllar geçse de yine televizyon olmaktadır. Çekimsiz kalan izleyiciye karar verme aşamasında etki etmektedir. Haber niteliğine göre kitlesini seçmekte, kitle ise yaşam akışı içerisinde aldığı habere göre eylemlerine yön vermektedir. Bu konuyla ilgili; bir zam haberi, kültür sanatla ilgili bir gelişme, enflasyon oranı, otomobil satışlarıyla ilgili yeni alınan bir karar gibi örnekler verilebilir. Haber kanallarının Türkiye’deki adımları NTV (Nergis Televizyonu) ile başlamıştır. NTV aynı zamanda Türkiye’nin ilk tematik kanalıdır. 1996 yılında deneme yayınlarına başlamış, 1 Kasım 1996 yılından itibaren 24 saat kesintisiz haber yayını yapmaya başlamıştır. Türkiye’nin kurulan ikinci haber kanalı CNN TÜRK olmuştur. Kronolojik sırayla NTV ve CNN TÜRK’ü, SKY TÜRK ve HABER TÜRK takip etmiştir.

“CNN TÜRK 11 Ekim 1999 yılı gecesine İstanbul Conrad Otel’de Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel’in katıldığı törenle yayın hayatına başladı.”<sup>16</sup> 24 saat kesintisiz haber ve tartışma programı yayını yapan CNN TÜRK ayrıca aktüel programlarıyla da adından söz ettirmiştir. Kültür-sanat, gezi, yemek, doğa içerikleriyle bugün hepsi birer marka olan programlara imza atmıştır. Yayınladığı iç yapım veya dış kaynaklı belgesellerle haber kanalı anlayışına farklı bir vizyon getirmiştir.

2018 yılında yönetim değişikliği olmuş, me-

15. Tokgöz, s.186-187

16. Serim, Ömer – Türk Televizyon Tarihi 1952-2006, Epsilon yay. S.370, 2007

dya devi Doğan Medya'ya bağlı bulunan CNN TÜRK Demirören Medya'ya satılmıştır. Ardından yaşanan COVID-19 pandemisi, Azerbaycan'ın Karabağ zaferi ile sonuçlanan süreç, 6 Şubat 2023 yılı depremleri ile Türkiye'nin genel ve yerel seçim yayınlarının da etkisiyle program süreleri kısalmış, haber ağırlıklı bir akış tercih edilmiştir. Demirören Medya; gazete, televizyon, internet ve dergi yayıncılığı, basım ve dağıtım alanında Türkiye'nin en büyük medya organizasyonu olma niteliği taşımaktadır. Demirören Medya misyonunu her türlü mecradan haber, içerik ve hizmet sunmak; gündemi belirlemek, okuru ve izleyicisiyle yakın temas kurarak, toplumun haber alma ihtiyacına cevap vermek olarak tanımlamaktadır.

3500 çalışanı ile Türkiye ve Avrupa'nın sayılı gruplarından biri olan Demirören Medya, Türk basın tarihinin ve televizyon tarihinin bilinen markalarını bünyesinde bulundurmaktadır. Türkiye'nin en çok izlenen ulusal kanallarından Kanal D, Türkiye'nin ikinci kurulan ve en çok izlenen haber kanallarından CNN TÜRK, Türkiye'nin ilk Türkçe ve yabancı müzik yayını yapan gençlik kanalı Dream TV, Dream Türk, TV2, D-Smart, Radyo D, CNN TÜRK Radyo VE EURO D, gibi dijital platform, radyo ve TV kanalları Demirören bünyesinde sıralanabilir. Yazılı medyadan Hürriyet gazetesi, Posta, Hürriyet Daily News ve Fanatik gazetesi, gazetelerin dijital mecraları ve isim değişikliği ile Demirören Haber Ajansı olan köklü kurumlar satış ile Demirören Medya bünyesinde yerini almıştır.

### **Bir Haber Kanalının İçerisine Müze Kurmak**

ICOM, 2022 yılında yaptığı yeni ve kapsayıcı müze tanımında şu ifadelere yer vermiştir: "Müze, somut ve somut olmayan mirası araştıran, toplayan, muhafaza eden, yorumlayan ve sergileyen, toplumun hizmetinde olan, kar amacı gütmeyen, kalıcı bir kurumdur. Kamuya açık, erişilebilir ve kapsayıcı müzeler, çeşitliliği ve sürdürülebilirliği teşvik eder. Eğitim, keyif, düşünce ve bilgi paylaşımı için çeşitli deneyimler sunarak etik, profesyonel ve toplulukların katılımıyla çalışır ve iletişim kurarlar."<sup>17</sup> Önerilen müzenin 7 gün 24 saat yaşayan bir televizyon kanalının işleyişinin çalışanları ile birlikte doğal akışında seyredilebilmesi, arşivi ile akademik çalışmalara fayda sağlaması, şöyleşi

17. Kültür Limited, (Çevrimiçi), <https://kulturlimited.com/icomdan-yeni-muze-tanimi/> (27.08.2024)

ve yan etkinliklerle süreklilik arz etmesi, kurulan müzede sergilenen eski ve modern cihazları yakından görme ve inceleme olanağı sunması amaçlanmıştır.

Türkiye'nin iki köklü ulusal kanalı; Kanal D ve CNN TÜRK Demirören Medya bünyesinde yer almaktadır. Televizyon kanalları gün içerisinde farklı mesleklerden ziyaretçiler ağırlamaktadır. Haber kanallarında her saat başı haber bülteni yayınlanır. 2 veya 3 haber bülteni bir "kuşak" oluşturur. Örneğin sabah kuşağı 06.00-09.00 arasındadır, öğlen kuşağı 12.00-14.00 arası yapılır. Her kuşağın ayrı bir editörü, prodüktörü, yönetmeni ve sunucusu vardır.

CNN TÜRK'ün haber müdürleri ve kuşak editörleri kanalın konuk koordinatörüyle dirsek temasında kalarak o günkü haber bültenlerini tasarlar. Her gün gündem başlıklarını konuşacağı yorumcu, uzman, akademisyen, devlet yetkilisi gibi kişilerin bir dökümünü hazırlamaktadır. Gün içinde farklı sektörlerden birçok kişiyi misafir eden kanallar için müze, bir prestij alanı olarak da görülebilir. Kanalın tarihçesi, başarıları, ilkleri, en'leri, müzeye eklendiğinde kanal çalışanları için motive, ziyaretçiler için ise ikna edici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca müzenin aktardığı bilgi ve belgelerden ziyaretçiler, akademik dünya, meslek profesyonelleri ve öğrenciler faydalanabilecektir. Araştırma sürecinde kurumdaki eski kurgu seti, kamera, kaset aktarma cihazlarının araştırılması yapılmış, yetkililerden, bu cihazların hurdaya ayrıldığı bilgisi alınmıştır. Bu cihazları elden çıkarmamak, kurum için bir depolama maliyeti demektir. Bunun yanı sıra, elektronik cihazlar, yasal yaptırımları olması sebebiyle lisansı olmayan hurdacı/geri dönüşümcüye teslim edilememektedir. Bunun sebebi ise endüstriyel- elektronik atıkların çevre dostu ve emniyetli bir şekilde dönüştürülmesinin toplum sağlığı için taşıdığı önemdir. Eski cihazlar kuruma, doğru sergileme yöntemleri ve sade bilgi panoları ile bir prestij kazandırabileceği için, onları geri dönüşüme göndermek yerine onlarla bir müze kurmanın daha faydalı olacağı sonucuna varılmaktadır. Önerilen televizyon müzesinin içerisine kanalın kuruluşu ve tarihçesi ile ilgili kısa bilgiler veren panolar, tarihi anları belgeleyen fotoğraflar ve videolar planlanmaktadır.

## CNN TÜRK Televizyonu Kuruluşu ve Müze İçin Pano Bilgileri

1997 yılı sonları ve 1998 başı itibariyle medya sektörünün ulus aşırı hale gelmesiyle Doğan Medya Grubu; İtalyan ve Alman dergi gruplarıyla yaptığı iş birliklerini TV yayıncılığına taşımıştır. “Doğan Medya Grubu ikinci uluslararası hamlesini Haziran 1999’da Time Warner Grubuna bağlı olan CNN ile anlaşarak yapmıştır. CNN ile Televizyon alanında haber ve program üretimi amacıyla CNN – TÜRK adıyla ortak yatırımda anlaşılan Doğan Holding, dergicilikten başka televizyon alanında da bir ilke imza atmıştır. Yayıncılık dünyası için de önemli bir adım olarak nitelenen bu anlaşmayla CNN, dünyadaki ikinci büyük dış yatırımını Türkiye’de Doğan Medya Grubu’yla yapmıştır. Joint Venture olarak kurulan bu şirket Eylül 1999’da faaliyete geçerken, Türkiye ile Türkçe konuşulan bütün coğrafyaya, özellikle Kafkasya ve Orta Asya ülkelerine dönük Türkçe yayın malzemesinin üretimini yapmış ve yapmaya devam etmektedir. Ekim 1999’da faaliyete geçen Joint Venture olarak kurulan CNN TÜRK, Türkiye ile birlikte Türkçe konuşan bütün coğrafyaya özellikle Kafkasya ve Orta Asya ülkelerine dönük Türkçe yayın malzemesi üretmektedir.”<sup>18</sup>

Açılış yayınında ilk olarak şu sözler CNN TÜRK izleyicisi ile buluşmuştur: “CNN TÜRK zamana karşı haber yarışı için zamanla yarışarak kuruldu. İki medya devi; Doğan Medya Grubu ve Turner el sıkıştıklarında tarih 7 Haziran 1999’du. Bu imza ile 2000’li yılların haber kanalının kurulması için düğmeye basıldı.”

Yayınlanan tanıtımda CNN TÜRK’ün kurulumu ve içeriği hakkında izleyenlere kısa bir sunum yapılmıştır. Önerilen müzede bu bölüm ve açılış anonsu sürekli başa dönen bir video (loop) ile ziyaretçiye sunulabilir. “CNN Türk küçülen dünyamızın hızlanan haberlerini en son teknoloji ve yepyeni bir anlayışla ekrana getiriyor. Atlanta ile İstanbul arasındaki hareket giderek hızlandı. CNN’den gelen uzmanlar çalışmaların her aşamasına katıldı. CNN TÜRK ekibi Atlanta’daki CNN Merkezi’ne gitti. Hürriyet Medya Towers’ın 9. katındaki haber merkezi artık bilgisayarlar, laptop, montaj setleri, kontrol merkezleri çalışmaya başlamıştı. CNN Türk’ün görsel standar-

18. Tokgöz, Oya Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi, 5. Baskı, 2003, s. 48 – 49

ları uluslararası bir ekip tarafından dünyanın en gelişmiş teknolojisiyle oluşturuldu. Ekonomiden programlara, spordan reklam departmanına adım adım CNN TÜRK’ün çatısı oluştu. Ve CNN TÜRK start aldıktan 5 ay sonra izleyicisiyle buluştu.”<sup>19</sup>



Şekil: CNN TÜRK açılış anonsu. CNN TÜRK Kurumsal Arşiv, 1999

## İlk Yayın

CNN Türk’ün açılış yayını 11 Ekim 1999 saat: 20.00’de Anchorwoman<sup>20</sup> ve haber müdürü Çiğdem Anat yaptı. CNN Türk’ün ilk anonsu şöyleydi: “CNN TÜRK Haber Merkezi’ne hoş geldiniz. Şu andan itibaren her yarım saatte bir, yerkürenin her köşesinden, hayatın bütün renklerini yansıtmak için sizinle beraber olacağız.”



Şekil: İstanbul İkitelli’deki binanın terasında yönetim ve çalışanlar birlikte. CNN TÜRK Kurumsal Arşiv, 1999

CNN TÜRK yayın hayatına Aydın Doğan’ın İstanbul/ İkitelli’deki Hürriyet gazetesi binasının 9. katında başlamıştır. Yayın hazırlıkları için CNN International’dan yetkililer Türkiye’ye gelmiş ve yoğun bir hazırlık süreci geçmiştir. CNN TÜRK

19. CNN TÜRK, Kurumsal İletişim Arşivi

20. Kadın haber sunucusu

yayın kurulu üyesi Mehmet Ali Birand, Genel Müdür Taha Akyol, Genel Müdür Yardımcısı Efe Önbilgin, Genel Yayın Yönetmeni Ferhat Boratav ve Haber Müdürü Çiğdem Anat CNN TÜRK'ün ilk yönetim kadrosunu oluşturmuştur.

Kanalın kurulumu 1 yıl sürmüş, 120 kişilik bir kadroyla yola çıkan CNN TÜRK'ün personel eğitimine ve teknik altyapısına ciddi yatırım yapılmıştır. 2000 yılının Ekim ayında CNN TÜRK 1. yılını tamamladığında, 21 Kasım 1999 Düzce depremi yüzlerce insanımızın hayatını söndürmüş, Süleyman Demirel ve Bill Clinton'ın IMF Kredisi görüşmesi gerçekleşmiş, Türkiye AB'ye katılma yolunda büyük bir gelişme kat etmiştir.<sup>21</sup>

CNN TÜRK 2003 yılından bu yana yayınlarını İstanbul/Bağcılar'da konumlanan Demirören Medya Center (Eski Doğan TV Center) binasında sürdürmektedir.



Şekil: CNN TÜRK logosu yayın binasına asılıyor. CNN TÜRK Kurumsal İletişim Arşivi, 2003

## “İlk Bilen Siz Olun”

CNN'in uluslararası açılımı “Cable News Network”tür. CNN TÜRK'ün Türkiye sloganı ise “İlk bilen Siz Olun” olarak belirlenmiştir. İnternet çağı ile birlikte haber kanalları artık “haber atlatma” olarak tarif edilen “haberi ilk yayınlayan kanal” olmaktan çok dezenformasyona karşı doğru haberi aktarma hedefine yönelmiştir. “CNN TÜRK, CNN'in kendi ismiyle, Atlanta dışında yönetilen, 24 saat ulusal bir dilde haber yayıncılığı yapan ilk ulusal kanal oldu. Ayrıca CNN TÜRK, Türkiye'de de yabancı bir medya kuruluşu ile ortak olarak kurulan ilk televizyon kanalı olma özelliği taşımaktadır.”<sup>22</sup>

21. CNN TÜRK, Kurumsal İletişim Arşivi

22. CNN TÜRK, Kurumsal İletişim Arşivi

## CNN TÜRK ON AIR<sup>\*23</sup>

Bir Televizyon terimi olan “On Air” canlı yayın anlamına gelmektedir. Stüdyoların giriş kapılarının üstünde “On Air” yazılı ışıklı tabelalar yer almaktadır. Tabelanın ışığının yanması içeride canlı yayın veya kayıt var anlamına gelmektedir. Proje kapsamında önerilen televizyon müzesinin ismi “CNN TÜRK On Air” şeklinde planlanmıştır. Bu isim aynı zamanda, CNN TÜRK'ün bir dönem üniversite öğrencilerine staj olanağı sağlayan “Staj On Air” adlı staj programdan ilham almıştır.



Şekil: On Air ışığının yandığı bir stüdyo kapısı. Fotoğraf: Emine Kılınç, 2024

Televizyon müzesinin, büyük bir medya kampüsünün içerisinde, gazete binası ve televizyon binası olarak ikiye ayrılan yapının televizyon binasında yer alması önerilmektedir.

## CNN TÜRK ON AIR LOGO



Şekil: CNN TÜRK On Air Müzesi Logo tasarımı. Orijinal Logo üzerine On Air yazısı eklendi, Kişisel Arşiv, 2024

CNN Türk'ün orijinal logosu için kırmızı, beyaz ve siyah renkleri kullanılırken, CNN'in orijinal logosunda kırmızı ve beyaz renkler seçilmiştir. Kırmızı rengine sıcak haber, son dakika gelişmeleri, alarm, dikkat, önemli gibi anlamlar atfedildiğinden müze logosunda da kırmızı renkler tercih edilmiştir.

23. \*Canlı yayın, TV terimi

## Bir Müzeyi İzlemek

Kâr amacı olmayan müzenin idaresinin, tıpkı TRT örneğinde olduğu gibi gönüllü kurum içi personeller tarafından yapılması planlanmaktadır. Ziyaretçiler için, haftanın belli bir gününde planlı saat aralıklarında rejî ziyareti önerilmektedir. Bir televizyon kanalının kalbi olarak nitelenebilecek rejî, her göreni büyüleyen bir yapıya sahiptir. Diğer televizyon kanallarını ve görüntülü ajansların canlı akışlarını gösteren onlarca ekran, yönetmen masası, ses masası, editör masası gibi birbiriyle kusursuz bir şekilde uyumlu ve bütünleşmiş çalışmaları görmek ve bu odada vakit geçirmek müze ziyaretçileri için bir tur olarak önerilebilir.



Şekil: CNN TÜRK rejisinden, yönetmen ve ses operatörü son hazırlıkları yapıyor. Fotoğraf: Emine Kılınç, 2024

En üstteki ekranlarda Türkiye’de yayın yapan tüm haber kanalları sıralanmıştır.

## Senden Ne Haber? Stüdyo Deneyim Alanı

Ankara Oran’daki TRT Kampüsünün içerisinde yer alan müzede bir deneyim alanı yer almaktadır. Önerilen müze için bir haber stüdyosu ve rejîsi kurulup; ziyaretçilerin spiker, yönetmen veya herhangi biri rejî çalışanı tecrübesi edinmeleri sağlanabilir.

## Bir Yayının Anatomisi – Grafiklerle Canlı Yayın

Televizyon kanallarının en çok izlendiği dilim olan akşam Prime Time kısa adıyla PT saatinde tüm kanallar en iddialı ve dikkat çeken içeriklerini izleyiciye sunmaktadır. Haber kanallarında primetime için tercih edilen tür, haber-tartışma programları olmaktadır. Bu yayınlar çoğunlukla stüdyodan bazen de konuyla ilgili bir mekandan -Örneğin 10 Kasım, Anıtkabir gibi- gerçekleştirilmektedir. Bültenler ve haber tartışma programları canlı yayınlanmaktadır. Ulusal kanallardan farklı olarak

haber kanalları bant programlar ve tekrar yayınlar dışında sürekli canlı yayın yapılan ve 7/24 yaşayan kurumlardır. Önerilen müzede, canlı yayınların teknik ve teorik anlamda nasıl yapıldığı ziyaretçilere aktarılmalıdır.

## “Anılar Kaybolmadan...” Kurum Kültürü Sözlü Tarih

“Anılar Kaybolmadan...” ifadesine duvar yazıları ile ilgili bir belgeselin hazırlık sürecinde sokakta rastlanılmıştır. Kısa, vurucu ve düşündürücü bir cümle olarak bu ifade, önerilen müzenin kurum kültürü bölümüne başlık olarak tercih edilmiştir. Büyük bir medya yapısı olan Demirören Medya, Yalnızca televizyon kanalları değil hukuktan, güvenliğe, arşivden, yayın yönetime, makyaj-kostümden, kurumsal iletişime birçok departmanı içerisinde barındırmaktadır. Bu entegre yapıda yukarıda sıralanan bölümlerden biri çıkarıldığında işin ilerleyiş biçimi profesyonellik dışı kalmaktadır. Bu alt bölümde şirkette uzun yıllar emek harcayan çalışanlarla yapılan mülakatların basılı ve video versiyonları müzeye önerilmektedir.

## CNN TÜRK ON AIR Kütüphane ve Video Odası

Demirören Medya gibi geniş bir arşive sahip olan bir kurumun, sosyal ve akademik sorumluluk taşıyarak araştırmacılara destek olması için televizyon müzesine bir kütüphane önerilmektedir. Bu kütüphanede akademik yayınlar, köşe yazıları, haber metinleri, gazeteci ve akademisyenlerin kitapları yer alabilir. Video odasında, yayınlanmış haber ve programların, yüksek koruma ile ziyaretçilerin erişimine açılması amaçlanmaktadır. Kurumdan onay alan kişilerin bir belge ile arşivden faydalanması mümkün olabilir.

## Söyleşi ve Yan Etkinlikler

Son yıllarda müzelerin topluma daha fazla dahil edilmesiyle söyleşi ve etkinlikler önem kazanmış, müze programlarında sıkça bu tarz faaliyetlere yer verilmiştir. Ziyaretçi ile bağ kuran bu etkinlikler hem müzeye ziyaretçi alışkanlığı kazandırmakta hem de katılımı sağlanmaktadır.

Kanal Müdürleri, bölüm yöneticileri, ekran yüzleri, gazeteci, köşe yazarı sunumlarıyla kurum içi personel veya ziyaretçiler için söyleşiler organize edilebilir. Ziyaret günlerinde kameraman, editör,



ekran yüzleri ile work shop düzenlenebilir. Gazeteciler ve yazarlarla imza günleri organize edilebilir, özel günlerde müze alanında müzik dinletisi yapılabilir.

## Sonuç

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki; yeni dünyanın talepleri ancak bilimsel/akademik değerlere sahip çıkararak ve günceli yakalayarak karşılanabilir. Aynı zamanda sektör profesyoneli de olan kıymetli bölüm profesörlerimiz, yaptıkları araştırmalarla, düşünce kurgularıyla, yaklaşımlarıyla, herkese hitap edecek dilin nasıl yakalanabileceğini ve yenilikçi yönetim biçimlerini gerek derslerinde gerek makale ve konferanslarında aktarmaktadırlar.

Bu çalışma kapsamında TRT Yayıncılık Tarihi Müzesi'nden hareketle CNN TÜRK içerisine bir müze önerilmiştir. TRT Yayıncılık Tarihi Müzesi'nin gelişmeye açık yönleri CNN TÜRK On Air Müzesi için yeniden yorumlanmış ve kurgulanmıştır. Müzelerin bir kere ziyaret edilen ardından sonsuza kadar vedalaşılacak kurumlar olmaması için daha katılımcı, ziyaretçiye söz hakkı tanıyan bir yaklaşım geliştirmesi, kütüphane ve dokümantasyonuna, teknolojik alt yapı ile öğrenci ve araştırmacılara kontrollü erişim olanağı sunarak kendine bilimsel bir alan açabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bilimsel araştırmalar için erişilebilir olmak, alan sağlamak Avrupa'daki örneklerinde olduğu gibi müzeyi çağdaş, sürdürülebilir ve ICOM'un güncel tanımında yer verdiği üzere paylaşımcı ve katılımcı bir müze tanımı kazandırmaktadır. Ancak müzelerdeki niteliklerin geliştirilmesi ise; söyleşi, yetişkin-genç-çocuk etkinliği, atölyeler, imza günleri ve konserler müzeleri toplumla iç içe bir konuma getirmektedir. Müzeye önerilen rejî ve stüdyo turlarının ziyaretçiler için eğitici, eğlendirici ve ufuk açıcı olması beklenmektedir.

Günümüzde önemini koruyan bir diğer başlık ise halkla ilişkiler olmuştur. Yapılan iletişim araştırmaları göstermektedir ki halkla ilişkiler kabiliyeti güçlü olan insanlar, şehirler, yöneticiler ve ülkeler, bugün dünyada tercih edilir ve saygın pozisyondadırlar. Bu bazen turistik bir hamleyle, bazen gastronomiyle bazen de siyasilerin açıklamalarıyla mümkün olabilmektedir. Futbol dünyasından örnek verecek olursak; Brezilyalı futbolcu Neymar da Silva Santos Junior, bilinen ismiyle Neymar, araştırmacı gazeteci Alpaslan Akkuş'un bir

youtube kanalında verdiği bilgiye göre, 100 kişiyi aşkın bir halkla ilişkiler ekibiyle çalışmaktadır. Lionel Messi ve Cristiano Ronaldo gibi dünya futbol yıldızları için tıpkı birer şirket gibi halkla ilişkiler ekibi çalışmaktadır. Futbol oynadıkları ülkelerin özel günleri, hassas noktaları, beğenileri ve taraftar nabzına göre çalışmalar yapılmaktadır. Sosyal medya paylaşımları da bu çizgide ilerlemektedir. Günümüzde müzeler, sosyal medya ile daha görünür olup, gençlerle daha sıcak temas kurabilmeli, sosyal medyada birer içerik üreticisi gibi çalışabilmelidir.

Bir başka örnek ise sinema sanatı üzerinden verilebilir; sinemanın bir müzenin tanıtımını sağlayan en etkili yollardan biri olduğu izleyici sayısı, gişe hasılatı ve filmin gösterim tarihini izleyen süreçte ziyaretçi sayısındaki grafiğin yükselmesiyle ispatlanmıştır. Yönetmen Ünal Üstündağ "Müze-Sinema İlişkisini Soygun Filmleri Üzerinden Değerlendirmek" adlı makalesinde Dan Brown'un aynı adlı romanından sinemaya uyarlanan "Da Vinci Şifresi" filmini değerlendirmiş, "2006 yapımı Da Vinci Şifresi, müze-sinema ilişkisinde her iki disiplin açısından büyük kazanımlar sağlamıştır. Müze, Da Vinci Şifresi kitabı ve filmi sayesinde seyirci rekorları kırarken, film Louvre Müzesi'nin kazandırdığı estetik mekânsal temsil gücüyle çok sayıda izleyiciye ulaşmayı başarmıştır." yorumunda bulunmuştur. 2016 yılında serinin devam filmi "Inferno-Cehennem"deki İstanbul sahneleri için film ekibi ve oyuncular İstanbul'a gelmiş; Yerebatan Sarnıcı, Kapalıçarşı, Beyazıt Meydanı, Ayasofya Camii Müzesi ve Sultanahmet Meydanı'nda set kurulmuştu. Tom Hanks'in başrolünde yer aldığı "Cehennem", Box Office Türkiye verilerine göre gösterime girdiği ilk üç günde listenin zirvesine yerleşmiştir.

## Kaynaklar

- Ataturkansiklopedisi.gov.tr. (2024, Haziran 5). Falih Rıfkı Atay (1894-1971). <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/falih-rifki-atay/>
- Anadolu Ajansı. (2024, Mayıs 31). Türkiye'de özel televizyonların kurulmasının üzerinden 30 yıl geçti. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiyede-ozel-televizyonlari-kurulmasinin-uzerinden-30-yil-gecti/2160618>
- Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi. (2022, Aralık 2). Genel bilgi. <https://ibf.anadolu.edu.tr/hakkimizda/genel-bilgi>
- Bilimgenç TÜBİTAK. (2024, Haziran 8). Televizyon, kim, ne zaman icat etti? <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/televizyon-kim-ne-zaman-icattetti>

CNN TÜRK Kurumsal İletişim Arşivi. (t.y.). Demirören Medya.

Demirören Medya. (t.y.). Türkiye'nin lider Avrupa'nın 4. büyük medya organizasyonu. <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/yazili-medya/>

Erbay, F. (1996). Ulusal fotoğraf, film ve televizyon müzesi. *Fotoğraf Dergisi*, (9), 38-42.

Erbay, F. (2009). Müze yönetimini kurumsallaştırma çabası. *Mimarlık Vakfı Enstitüsü*.

Erbay, M. (2011). Müzelerde sergileme ve sunum tekniklerinin planlanması. *Beta Yayınları*.

Erol, G. (t.y.). Türkiye'nin haber kanalları: NTV ve CNN TÜRK'ün karşılaştırmalı incelemesi. *İletişim Fakültesi Dergisi*.

Hall, S. (1988). The rediscovery of 'ideology': Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, & J. Curran (Eds.), *Culture, society, and the media* (pp. 56-90). Sage.

Kültürlimited. (t.y.). ICOM'dan yeni müze tanımı. <https://kulturlimited.com/icomdan-yeni-muze-tanimi/#>

Milliyet. (2024, Haziran 8). Televizyonu kim buldu? <https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/televizyonu-kim-buldu-televizyon-ilk-olarak-ne-zaman-nasil-icat-edilmistir-televizyonun-tarihcesi-6211002>

Mimarizm. (2024, Mayıs 29). Atlas Sineması ve İstanbul Sinema Müzesi açıldı. [https://www.mimarizm.com/haberler/soylesi/atlas-sineması-ve-istanbul-sinema-muzesi-acildi\\_132255](https://www.mimarizm.com/haberler/soylesi/atlas-sineması-ve-istanbul-sinema-muzesi-acildi_132255)

NTV. (2024, Haziran 26). Çamlıca Kulesi bugün açıldı. [https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/camlıca-kulesi-bugun-acilacak,9qhJX9wUq0qIOXkRQpAthQ/ckf\\_26c-5mkqeiA6TebWghw](https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/camlıca-kulesi-bugun-acilacak,9qhJX9wUq0qIOXkRQpAthQ/ckf_26c-5mkqeiA6TebWghw)

NTV. (2020, Nisan 15). Türker İnanoğlu'ndan Atlas Sineması açıklaması. <https://www.ntv.com.tr/sanat/turker-inanoglundan-atlas-sineması-aciklaması,Z4UVsGOWpU-WKAnpoCr7whA>

Science and Media Museum. (2024, Mayıs 11). Dönüşüyoruz. <https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/closure-FAQ>

Serim, Ö. (2007). *Türk televizyon tarihi 1952-2006*. Epsilon Yayınları.

Tokgöz, O. (2003). *Temel gazetecilik* (5. baskı). İmge Kitabevi.

Tokgöz, O. (2017). *Temel gazetecilik* (12. baskı). İmge Kitabevi.

TRT HABER. (2024, Haziran 26). 48 yıldır hizmet veren TRT Çamlıca Kulesi için veda zamanı. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/48-yildir-hizmet-veren-trt-camlıca-kulesi-icin-veda-zamani-525058.html>

TRT HABER. (2024, Haziran 8). Türkiye'de televizyon yayıncılığı 66 yıl önce İTÜ TV ile başladı. <https://www.trthaber.com/haber/yasam/turkiyede-televizyon-yayinciligi-66-yil-once-itu-tv-ile-basladi-374024.html>

TRT Televizyon Müzesi. (t.y.). 1952-1964: Türkiye televizyon ile tanışıyor [Bilgi panosu].

TRT Televizyon Müzesi. (t.y.). 1939-1945: Savaş yılları [Bilgi panosu].

TRT Televizyon Müzesi. (t.y.). 1965: Gelişen yayıncılık [Bilgi panosu].

TRT Televizyon Müzesi. (t.y.). 1969-1971: Televizyonda ilk yıllar [Bilgi panosu].

TRT Televizyon Müzesi. (t.y.). 1984: Ekranlar renkleniyor [Bilgi panosu].