

## TÜRK YAZILI BASININDA TEKELLEŞME OLGUSU

Aslı YAPAR GÖNENÇ\*

### *Le fait de la monopolisations dans le domaine de la presse turque*

Dans cet article intitulé "Le fait de la monopolisations dans le domaine de la presse turque" on parle des causes de la monopolisation dans le domaine des médias. Pour pouvoir expliquer ces causes, on analyse d'abord la structure de la presse turque après les années 1980 et les grands groupes de la presse. Ensuite on examine les inconvenients de la monopolisation pour les journalistes.

**Mots clés:** La monopolisation, la presse, les groupes de la presse, les journalistes.

.....

### Giriş

Türkiye'de tekelleşmeyi hazırlayan koşulların temeline bakıldığında 1950'li yıllara kadar inilebilir. Ancak 1950-1980 yılları

---

\* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

arasında Türk basınında gazetecilikten gelme patronlar gündemdedir. 1980 sonrasında ise basında sermaye hakimiyeti giderek artmıştır.

Basın sektörüne dışardan gelen ilk patron Akşam Gazetesi'nin sahibi Malik Yolaç'tır. Daha sonra 1979 yılında oto yedek parçacı Aydın Doğan Milliyet Gazetesi'nin hisselerinin %75'ini satın almıştır. 1988 yılında Asil Nadir'in Günaydın gazetesini satın alması, medya dışından patronların giderek daha fazla bu alana girmeleri Türk medyasındaki ilk tekelleşme işaretlerinden biri olmuştur.

Holdinglelerin medya alanına girmeleriyle birlikte basın alanında hızlı bir tekelleşme gözlemlenmeye başlamıştır. Holdinglerin yani sermaye gruplarının basın patronluğuna yönelmelerinin en temel nedeni ise elde edecekleri kar değil, iktidarı ve gücü avuçlarının içine alma arzusu olmuştur.

### **1980 Sonrası Türk Basını**

Avrupa'da kişi başına düşen gazete sayısı bakımından Türkiye en geri ülke olmasına karşın, ilk gazetenin ortaya çıktığı 1800'li yıllardan başlayarak, basın her zaman önemli hesaplaşmaların ve çekişmelerin merkezinde olmuştur. 1950'li yılların ortalarına kadar basın alanındaki bu çekişmeler, hükümet, hükümet yanlısı basın ve muhalif basın arasındaki üçgende cereyan ederken, 1960'lı yıllarda gelişimin önemli aşamasını tamamlayan özel sermaye, çekişmenin dördüncü tarafı olarak sahnedeki yerini almıştır.

Sermayenin ve giderek büyük sermaye olarak nitelendirilebilecek grupların oyundaki yerlerini almalarından sonra,

basının devletle olan doğrudan ekonomik ilişkisinde görece bir zayıflama olmuştur. Ancak bu kez de bilinçli tercihin sonucu olarak basın sermaye gruplarıyla olan ilişkisinde önemli bir sıkışma meydana gelmiştir. Sermaye-basın ilişkisini birbirine geçmiş iki aşamada açıklamak doğru olur.

1-Basının, sermaye gruplarının parasal desteğine bağımlılığı (reklam, yardım vb.)

2-Basın sektörünün doğrudan büyük sermaye denetimine girmesi. (GÖRGÜLÜ 1991:23)

Hükümetler her yıl kalkınma planlarına uygun olarak yatırım amacıyla çeşitli sektörlerde kendilerine destek olan firmalara krediler sağlamaktadır. Bu teşvikler vergi indirimi, gümrüksüz makine ithali ve ucuz kredi elde etme biçimindedir.

Basın ve yayın hizmetleri de “özel önem taşıyan sektörler” arasına alındıktan sonra medya kuruluşlarına 2,6 trilyon liralık teşvik kredisi dağıtılmıştır. Bu teşvik ve krediler basın özgürlüğünü sağlamak yerine var olan tekelleri desteklemenin ötesine geçememiştir.

Türkiye’de tekelleşme sürecinin nasıl ve neden başladığını Cumhuriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Orhan Erinç şöyle açıklamaktadır: “Tekelleşmenin nedeni ne olabilir diye baktığımızda özellikle gazete çıkarmak için gerekli maliyetlerin sürekli yükselmesi, matbaa, bilgisayar, renkli baskıdaki film maliyetlerinin çok yüksek olması gibi nedenlerle Türkiye’de gazete çıkarmak ancak büyük para sahiplerinin, dolaylı olarak iş adamlarının yapabileceği bir iş haline geldiğini görürüz.”

Gerçekte iş adamlarının basın alanına girmesi yeni bir olgu değildir. 1960’lı yıllarda, Tercüman Gazetesi’ni Madencilik Şirketi

sahipleri almıştır. Daha sonra akşam Gazetesi'ni armatör Malik Yolaç almıştır. Apdi İpekçi'nin öldürülmesinden sonra Milliyet Gazetesi satılmış ve böylelikle Aydın Doğan Basın Sektörüne ilk adımını atmıştır. Aydın Doğan'ın basın alanına girişiyle birlikte bir yenilik de gelmiştir. Eskiden gazeteleri yönetenler, müessese müdürü, ilan müdürü gibi görevliler daha önce gazetede çalışmış hatta yazı işlerinde görev yapmış kişilerdi. Ancak Aydın Doğan'ın gelişiyile basına basın dışından gelenler hakim olmaya başlamıştır. Gazetenin bir beyin gücüyle ve çok zor koşullar altında çalışan insanlar tarafından çıkarıldığını bilmeyen insanlar yönetime gelmiştir.

Böylelikle medya artık, birkaç istisna dışında holdinglerin elindedir. İletişim düzenine beş holding grubu yön vermektedir: Aydın Doğan Grubu, Dinç Bilgin Grubu, İhlas Holding, Erol Aksoy ve Uzan Grubu. Gazete ve Dergi dağıtımı da ilk üç grubun oluşturduğu bir dağıtım tekelinin eline geçmiştir.

1996 yılının Haziran ayında basının iki büyük grubu olan Sabah Grubunun dağıtım şirketi olan Birleşik Basım Dağıtım ile Doğan Grubunun dağıtım şirketi YAY-SAT yaptıkları bir anlaşma ile medyanın dağıtımını tekellerine almışlardır. BİR-YAY adı altında kurulan yeni şirketle sözleşme imzalamak zorunda kalan bu iki grup dışındaki basın yayın organları oldukça güç bir durumda kalmışlardır.

### **Ülkenin Nüfus Yapısı ve Gazete Tiraajları**

1997 sayımına göre 62.6 milyon olan Türkiye nüfusu 2000 yılı sayımında 67 844 903 65 milyona ulaşmış ve ulaşmıştır. Nüfusumuz son 75 yılda yaklaşık beş kat artmıştır. Devlet İstatistik Enstitüsü

verilerine göre\* nüfus dağılımının yüzde 56.4'ü kent, yüzde 43.6'sı kırsal alanda yaşamaktadır. Halkın yüzde 71'i 35 yaşın altındadır. Nüfusun genel dağılımına bakıldığında yüzde 11'i 0-4, yüzde 17'si 5-11, yüzde 18'i 12-19, yüzde 25'i 20-34, yüzde 11'i 35-44 yaş grubunda, yüzde 18'i ise 45 yaşın üzerindedir. Nüfus içinde potansiyel okuyucu olarak değerlendirilebilecek grup olan 12-44 yaş kategorisinde olanlar yüzde 54'ü oluşturmaktadır. Yani gazete okuması beklenen (1997 nüfus sayımına göre) 33 milyon 804 bin kişi bulunmaktadır. Buna karşılık tüm gazetelerin toplam satış miktarı, en hızlı promosyonlarla şişirildiği dönemlerde dahi 7.2 milyon olmuştur. Günümüzde ise, yine promosyonlu olarak toplam tiraj 3.5 milyon civarındadır. Potansiyel okuyucunun gazete okuma oranı 1.35, tüm nüfusun gazete okuma oranı ise 5.59'dur. Özetle, potansiyel okuyucu miktarı hızlı bir artış göstermesine rağmen, bu artış hiçbir zaman gerçek okuyucuya dönüşmemektedir.

---

\* Bkz. [www.die.gov.tr](http://www.die.gov.tr)

**Türkiye’de Günlük Olarak Yayınlanan Gazetelerin Satış Oranları**

|                                  |                  |
|----------------------------------|------------------|
| <b>Sabah (Dinç Bilgin Grubu)</b> | 499.090          |
| Hürriyet (Doğan Grubu)           | 455.153          |
| Türkiye                          | 409.345          |
| Milliyet (Doğan Grubu)           | 383.939          |
| Fotomaç (Dinç Bilgin Grubu)      | 228.067          |
| Fanatik                          | 219.433          |
| Zaman                            | 200.745          |
| Posta (Doğan Grubu)              | 147.908          |
| Akşam                            | 133.089          |
| Asabi                            | 112.212          |
| Bulvar                           | 106.247          |
| Gözcü                            | 102.212          |
| Takvim (Dinç Bilgin Grubu)       | 100.667          |
| Radikal (Doğan Grubu)            | 82.666           |
| Güneş                            | 67.218           |
| Cumhuriyet                       | 51.161           |
| Ateş (Dinç Bilgin Grubu)         | 50.288           |
| Akit                             | 44.701           |
| Yeni Asır                        | 44.045           |
| Ekip                             | 26.906           |
| Milli Gazete                     | 21.966           |
| Yeni Şafak                       | 12.972           |
| Gazete Ege                       | 6.757            |
| Finansal Forum (Doğan Grubu)     | 3.879            |
| Yeni Asya                        | 3.416            |
| Emek                             | 3.160            |
| Y.Mes.                           | 3.076            |
| Hürses                           | 2.193            |
| Sağduyu                          | 1.873            |
| Gündem                           | 1.334            |
| Öncü                             | 1.138            |
| Hür Gün                          | 782              |
| <b>TOPLAM</b>                    | <b>3.642.039</b> |

|                  |           |          |
|------------------|-----------|----------|
| Sabah Grubu:     | 1.046.072 | (%28.5)  |
| Doğan Grubu:     | 1.517.380 | (%41.66) |
| İki Grup Toplam: | 2.563.452 | (%70.38) |
| Diğer 18 Gazete: | 1.078.587 | (%29.62) |

Bu tablodan da anlaşılabilceği gibi basının yaklaşık yüzde 70'i Aydın Doğan ve Dinç Bilgin gruplarının eline geçmiş durumdadır. Yani Türkiye'deki gazetelerin 2/3'ü bu iki grubun tekelinde bulunmaktadır.

### **Aydın Doğan Grubu**

Aydın Doğan'ın basına girişi 1979 yılında Milliyet Gazetesi'nin %75'ini almasıyla başlamıştır. 6 Ekim 1980 tarihinde Milliyet Gazetesinde "bir yıldan beri Milliyet Gazetecilik A.Ş'nin büyük hissedarı olan başarılı iş adamı Aydın Doğan'ın şirket adına gazetenin sahibi olduğu" ilan edilmiştir.

1984 yılından sonra Milliyet Gazetesi büyük promosyon kampanyalarına girişmiştir. Önce buzdolabı, çamaşır makinesi, fırın, elektrikli süpürge, traktör, sonra minibüs, otomobil, müzik setleri, televizyon, ev, arsa, yemek takımları, akla gelebilecek pek çok mutfak ürünleri, kitaplar ve ansiklopediler dağıtmıştır. Bu süreç beraberinde insanların gazeteleri okumak amacıyla değil promosyonlarını toplamak amacıyla satın almalarını getirmiştir.

Aydın Doğan Milliyet Gazetesi'ni satın aldıktan sonra büyük bir şirketler grubu ve topluluğu kurdu. Hürriyet Holdingin yüzde 37.5 hissesine, haziran 1994'ten sonra yüzde 70'ine sahip oldu.

Doğan Şirketler Grubu 1996 yılında basın ve yayın alanında şu şirketleri elinde bulundurmaktadır:

- Milliyet Gazetecilik
- Milliyet Yayın
- Gerçek Yayıncılık
- AD Yayıncılık
- Kanal D
- Hürriyet Holding

### **Dinç Bilgin Grubu**

Sabah Gazetesi'nin kökeni İzmir'deki Yeni Asır Gazetesi'ne dayanmaktadır. Yeni Asır gazetesi 1895 yılında Selanik'te kurulmuştur. Kurucularından biri Fazıl Necip (1836-1932) ötekide Dinç Bilgin'in dedesi Abdurrahman Arif'tir (1865-1918). Gazete daha sonra İzmir'e taşınmış ve Ege'nin en büyük gazetelerinden biri olmuştur. Gazeteyi Dinç Bilgin'in babası Şevket Bilgin yönetmeye başlamıştır. (MUNİR 1993)

Babasının ölümünden sonra gazetenin İstanbul'da çıkarılması düşünülmüştür. Ama Dinç Bilgin'in asıl hedefi yeni bir gazete çıkarmaktır. Böylelikle Sabah Gazetesi'nin ilk sayısı 21 Haziran 1985'te yayınlanmıştır. Sabah Gazetesi yıldan yıla tirajını yükselterek Türkiye'nin en çok satan gazetesi haline gelmiştir.

Dinç Bilgin zamanla değişik işlere girmiş ve şu basın yayın kuruluşlarını kurmuştur:

- Medya Holding
- ATV
- Medya Basın Servisleri
- Bir Numara Yayıncılık



- IPR Ulusal TV
- Dönemli Yayıncılık
- Gelişim Yayınları
- Birleşik Basın Dağıtım

### **Basın Alanında Tekelleşmenin Nedenleri**

Basın kuruluşları çok hızlı değişen bir teknolojiyle karşı karşıya bulunmaktadır. Teknolojinin bu denli hızlı gelişimi basın kuruluşlarının sürekli kendilerini yenilemeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bütün bunlar çok pahalı teknikler olduğundan basın kuruluşlarının yapmak zorunda oldukları yatırımların boyutları da büyümektedir. Oysa basının sağladığı gelirler bu oranda artış göstermemektedir. Genel olarak gazeteler satıştan toplam gelirin %20-40'ını sağlamaktadırlar. Yayını sürdürmeye olanak sağlayan asıl kaynak reklam geliridir. Reklamın gazetelerin içeriği üzerindeki muhtemel etkileri konusu bir kenara bırakılırsa bile bu durumun basını öteki sanayilere göre çok daha fazla değişen koşullara bağımlı kıldığı bir gerçektir. (TOPUZ 1989:8)

Basın alanındaki tekelleşmenin bir diğer nedeni kitle iletişim araçlarının kendi aralarındaki rekabettir. Bu rekabet reklam pastasındaki payın giderek azalmasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca basın işletmeleri ile ilgili özel bir yasal düzenlemenin bulunmaması da tekelleşmenin yolunu açık tutmaktadır.

### **Basın Alanında Tekelleşmenin Farklılığı ve Türleri**

Basın işletmelerinde tekelleşme diğer sektörlere benzer özellikler taşımaktadır. Gelişmiş ülkelerde basın sektöründe artan

karlar, güçlenen kuruluşlar, sürekli yenilenen teknoloji sonucunda güçsüz işletmelerin yutulması olgusu söz konusudur.

Oysa az gelişmiş ekonomilerde, dışa bağımlı teknolojiyle birlikte, ekonominin iç ve dış dinamikleri sonucu azalan karlar, kısıtlı okuyucu potansiyeli basın işletmelerini güçsüzleştirmektedir.

Ancak basın sektöründe diğer sektörlerdeki tekelleşmeden farklı olan yönler bulunmaktadır. Diğer sektörlerde tekellerin ana amacı, maliyetleri düşürmek, fiyatları kontrol etmek ve karı en yüksek düzeye ulaştırmaktır.

Basın alanında ise daha özel bir amaç ortaya çıkmaktadır. Basın alanının da kar elde etmenin yanı sıra ekonomik ve siyasal tercihleri etkilemek ve yönlendirmek erkine de sahip olunmaktadır.

Yani basın alanında tekeleşmenin iki farklı boyutu bulunmaktadır:

-Ekonomik Boyut: Basın işletmelerinin büyümesi ve buna bağlı olarak işletme sayılarının azalmasıdır. Burada söz konusu olan "Basın Gruplarının" ortaya çıkmasıdır. Basın alanında "grup" kavramı, önkabul olarak şüpheyle karşılanmalıdır. Çünkü bu kavram, gücü, etkiyi ve iktidarı dile getirmektedir.

-Siyasal Boyut: Siyasal tekelleşme ya da yetki tekelleşmesi, basın araçlarının az sayıda özel kişi ya da grubun hakimiyeti altına girmesiyle sonuçlanır. Yetkinin özel kişiler yararına tekelleşmesi, ekonomik tekelleşmenin sonucudur. Devlet yararına tekelleşme ise, yayın denetimi biçiminde yerine getirilir. Bu tür rejimler basının özellikle içeriğini sıkı bir biçimde denetlerken, buna paralel olarak, planlanmış bir ekonomik tekelleşme uygulamaları.(DANIŞMAN 1982:17-22)

Diğer sektörlerde olduğu gibi, dünyada ve Türkiye’de basın tekellerinin gelişimi ekonomik olarak üç yönde gerçekleşmektedir: Yatay, dikey ve çapraz tekelleşme. Basın alanında yatay tekelleşme kendi yazı işleri kadrosuna sahip gazete sayısında azalmaz. Dikey tekelleşme ise birden çok gazetenin kontrolünün bir kişi ya da bir grubun eline geçmesidir. Çapraz tekelleşmede, değişik alanlarda etkinlik gösteren kitle iletişim araçlarının aynı grubun denetimi altına girmesidir.

Medyanın temel işlevi bilgi üretmek ve bilgiyi yaymaktır. Eğer üreticide bir tekelleşme var ise, medyanın temel işlevi bozulur. Yani nesnel bilgiyi taşıma ve aktarma işlevi bütünüyle bozulur. O zaman tekellerin kendi özel tercihleri, özel yargıları, kendi hesapları aktardıkları bilgiye de yansır. Böylelikle medyadan topluma yansıyan bütün bilginin çarpıtıldığını, bozulduğunu ve medyadaki tekellerin yalnızca kullanıcı ile kendi arasında değil, bütün toplumla kendi iletişiminde enformasyon akımını bozduğunu gayet rahatlıkla söyleyebiliriz.

Dolayısıyla tek bir pazarda tekelleşme belki Pazar koşullarını bozar ama, medyada tekelleşme toplumsal bir doku bozukluğuna yol açar. Toplum, bu tür tekelleşmiş ortamlarda kendisine gelen bilginin sağlığından emin olamaz. (BERKSOY 1996:45)

### **Tekelleşmenin Gazeteciler Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları**

Tekelleşme olgusu Türk basını çalışanları açısından olumsuz bir görünüm ortaya koymaktadır. Bunun nedenlerini aşağıdaki ana başlıklar altında özetlemek olasıdır:

-Taşeronlaşma, tüm basın kuruluşlarının tercih ettikleri genel bir uygulamadır.

-Gazeteciler 212 sayılı yasa yerine 1475 sayılı Genel İş Yasası'nın hükümlerine göre çalışmaya zorlanmakta, kimlik ve kişilik haklarına yapılan saldırılar mevzuattaki yetersizlikler nedeniyle önlenememektedir.

-Promosyon uygulamalarının yanlışlıkları ve basında oluşan tekellerin savaşmaları yüzünden basın yaşamı tehlikeli bir yola girmiştir. Aynı sayfa düzeni, haber ve içerikle başka başka adlarla sunulan gazeteler basındaki istihdam hacminin daralmasına yol açmaktadır. Emek sömürüsü en üst düzeye yükselmiştir.

-Yayın tekellerinin bir yanda promosyonla destekleyip bir yandan da damping yaparak fiyatları indirilen gazetelerin basın sektöründe doğurduğu haksız rekabet, demokratik yaşamın öngördüğü çok sesliliği tehdit etmektedir.

-Sendikasılaşma girişiminin sonucu olarak yönetici konumundaki kimi gazetecilerin ücretleri milyarlarla ifade edilirken, gazetenin ana unsuru olan haberi izleyip yazan, fotoğraflayan ya da yayına hazırlayan gazeteciler asgari ücret düzeyinde kalmıştır. "Telif Hakları" uygulamasının kötüye kullanılması da yoğunluk kazanmış, telif ücreti ödenerek çalıştırılan gazetecilerin kıdem tazminatları ellerinden alınmış, gelecekteki emeklilik haklarına da el konulmuştur. Basın tekellerindeki "Haber Havuzu" gazetecilerinin bir ücret karşılığı olan emeklerinin aynı işverene ait çok sayıda gazete, dergi, radyo ve televizyonda yayınlanarak ayrıca sömürülmelerine neden olmaktadır. (Türkiye Gazeteciler Sendikası 15. Dönem Genel Kurulu, 1995-1998)

Basın çalışanları açısından gündeme gelen sorunlardan biri de Aydın Doğan ve Dinç Bilgin Gruplarının oluşturdukları centilmenlik anlaşmasıdır. Bu anlaşma gereğince iki grup birbirinden ayrılan

basın çalışanlarını işe almama uygulaması başlatmışlardır. Bu da gazetecilerin tekelleşme sorunu karşısında savunmasız kalmalarına yol açmaktadır. Toplam olarak üç büyük gazetede çalışan (Hürriyet-Milliyet, Sabah) 2550'si fikir işçisi olmak üzere 5200 basın emekçisi arasında eldeki verilere göre gerçek kadrosundan gösterilenler bu kadronun %10'nu dahi oluşturmamaktadır. Dolayısıyla yasal bir dayanakları da bulunmamaktadır.

### **Sonuç**

Sonuç olarak Türk basınında büyük bir sorun haline gelen tekelleşme, bütün olumsuzluklarına rağmen basına yerleşmekte, ülkelerde demokrasinin göstergesi olarak kabul edilen basını tek sesliliğe doğru sürüklemektedir. Tekelleşme ile serbest tartışma alanı yok olan basında çalışanlar açısından da oldukça olumsuz gelişmeler yaşanmaktadır.

Medyaçda tekelleşmenin yarattığı büyük sorunları aşmada siyasetçilere ve siyasi partilere ayrıca da devlete önemli görevler düşmektedir. Medya gücünü bir meta gibi satın alıp karşılığında devlet olanaklarını sunma alışkanlığı terk edilmedikçe var olan sorunlar çoğalarak büyüyecektir.

Tekelci uygulamalara karşı yaşam mücadelesi veren küçük ve orta işletmelerin de iç dayanışmaları ve örgütlenmeleri ortak davranış gösterip, ortak kalıcı politikalar benimsemeleri, tekelci gruplara karşı en etkin önlem olarak gözükmektedir. Var olan grupların etkisini azaltmanın bir diğer yolu da yürürlükte olan yasalara uyulması, uygulanmayan yasaların tekrar yürürlüğe konulması ve sendikaya katılımların sağlanmasıyla gerçekleştirilebilir. Yerel basın da güçlendirilirse bu durum daha da

olumlu sonuçlara ulaşacaktır. Böylelikle gazete satış oranlarında da uluslararası düzeye ulaşılacaktır.

### **Kaynakça**

- BERKSOY Taner, "Medyada Tekelleşme-Panel, Basın Kendini Sorguluyor. (1996) İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- DANIŞMAN Ahmet, Basın Özgürlüğünün Sağlanması Önlemleri (1982), Ankara, AÜSBF BYYO.
- GÖRGÜLÜ Güventürk, Basında Ekonomik Bağımlılık (1991), İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- MUNİR Metin, Sabah Olayı (1993), İstanbul, Altın Kitaplar.
- TOPUZ Hıfzı, Basında Tekelleşmeler (1989), İstanbul, İLAD-TÜSES Yayını.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası 15. Dönem Genel Kurulu, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.(1995-1998), İstanbul.
- www.die.gov.tr