



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Seyran EFİLTİ ATAY

NEOLİBERAL POLİTİKALAR ÇERÇEVESİNDE TÜRK MEDYASININ MÜLKİYET
YAPISININ DEĞİŞİMİ

Danışman

Prof. Dr. Levent YAYLAGÜL

İletişim Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Seyran EFİLTİ ATAY'ın bu çalışması, jürimiz tarafından İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : (İmza)

Üye (Danışmanı) : (İmza)

Üye : (İmza)

Tez Başlığı: Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türk Medyasında Mülkiyet Yapısının Değişimi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi :/....../20...

Mezuniyet Tarihi : 27/01/2022

Prof. Dr. İhsan BULUT
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türk Medyasında Mülkiyet Yapısının Değişimi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Seyran EFİLTİ ATAY





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Seyran EFİLTİ ATAY
Öğrenci Numarası	20098620208
Enstitü Ana Bilim Dalı	İletişim
Programı	İletişim Bilimleri
Programın Türü	(X) Doktora
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Levent YAYLAGÜL
Tez Başlığı	Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türk Medyasında Mülkiyet Yapısının Değişimi
Turnitin Ödev Numarası	1679918967

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 152 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 21/10/2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 12

alıntılar dahil % 15'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

21.10.2021

Prof. Dr. Levent YAYLAGÜL

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

NEOLİBERALİZM VE TÜRKİYEDEKİ UYGULAMALARI

1.1. Neoliberal İktisat Politikalarının Tarihsel Arka Planı	15
1.2. Neoliberal İktisat Politikalarının Temel Varsayımları	19
1.3. Neoliberal İktisat Politikası Türkiye’deki Uygulaması ve Sonuçları	21
1.3.1. 24 Ocak Kararları’nın Gerisindeki Kuramsal Düşünce	26
1.3.2. 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül Askeri Darbesi	32

İKİNCİ BÖLÜM

NEOLİBERAL POLİTİKALARIN TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

2.1. 1980 Öncesi Medyanın Genel Görünümü	35
2.2. 1980 Sonrası Medyanın Genel Görünümü	42
2.2.1. 1980-1983 Yılları Arasında Askeri Yönetim Döneminde Medya	43
2.2.2. 1983-1991 Yılları Arası ANAP Hükümeti Döneminde Medya	48
2.3.1. 1991-2001 Yılları Arasında Koalisyon Hükümetleri Döneminde Medya	52
2.3. Medyada Mülkiyet/Sahiplik ve Kontrol İlişkileri	62
2.4. Türk Medyasının Mülkiyet/Sahiplik Yapısının Değişimi ve Medya Politikaları	68
2.4.1. Deregülasyon Süreci, Ticari Yayıncılık Anlayışının Gelişimi	74
2.4.2. Oligopolistik Yapı ve Tekelleşme Süreci.....	78
2.4.3. Medya İçeriklerinin Değişimi	83
2.4.4. İzleyici/Okuyucu Kitlesinin Değişimi	86
4.5. Medyada Çalışma İlişkilerinin Değişimi	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNDE MÜLKİYET/SAHİPLİK DEĞİŞİMİNİN
YAPISAL ANALİZİ (1980-2001)

3.1. Türk Medyasının Holdingleşme Süreci	95
3.2. Türk Medyasında Holdingleşme Sürecinde Medyanın Mülkiyet Yapısının Analizi	106
3.2.1. Doğan Grubu	107
3.2.2. Asil Nadir Grubu	112
3.2.3. Çukurova Grubu	115
3.2.4. Doğuş Grubu	118
3.2.5. Medya Grubu (Dinç Bilgin)	121
3.2.6. Uzan Grubu	124
3.2.7. Merkez Grubu (Turgay Ciner)	127
3.2.8. Avrupa ve Amerika Holding	129
3.2.9. İhlas Grubu	132
3.2.10. Korkmaz Yiğit Holding	134
3.2.11. Nergis Holding (Olay Medya Grubu)	135
3.2.12. Çavuşoğlu- Kozanoğlu Grubu	136
3.2.13. Diğer Medya Grupları	137
SONUÇ	140
KAYNAKÇA	148
ÖZGEÇMİŞ	168

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1 1990-1995 Yılları Arası Yazılı Basın ve Diğer Sektörlerin Yıllık Kâr Marjı ve Kâr Oranları	95
Tablo 3.2 Basın Gruplarının Satıştaki Toplam Payları	98
Tablo 3.3 Medya Gruplarının Reklam Harcamalarından Aldıkları Paylar	99
Tablo 3.4 1994 Yılı Sonunda Medyadaki Grupların Mülkiyet Yapısı	100
Tablo 3.5 2002 Yılında Medyadaki Pazar Payları	101
Tablo 3.6 Gazete ve Dergi Dağıtımının Pazar Payları	102
Tablo 3.7 1998 Bazı Medya Gruplarının Özelleştirmeden Aldıkları Paylar	103
Tablo 3.8 2001 Sonrası TMSF Yoluyla El Değiştiren Medya ve İletişim Kurumları	104
Tablo 3.9 Doğan Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	111
Tablo 3.10 Doğan Holding'in Medya Dışı Yatırımları	112
Tablo 3.11 Asil Nadir Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	114
Tablo 3.12 Asil Nadir Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	114
Tablo 3.13 Çukurova Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	117
Tablo 3.14 Çukurova Holding'in Medya Dışı Yatırımları	118
Tablo 3.15 Doğuş Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	120
Tablo 3.16 Doğuş Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	120
Tablo 3.17 Medya Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	123
Tablo 3.18 Medya Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	124
Tablo 3.19 Uzan Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	126
Tablo 3.20 Uzan Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	127
Tablo 3.21 Merkez Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	128
Tablo 3.22 Merkez Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	129
Tablo 3.23 Avrupa ve Amerika Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	131
Tablo 3.24 Avrupa ve Amerika Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları.....	131
Tablo 3.25 İhlas Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	133
Tablo 3.26 İhlas Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	133
Tablo 3.27 Korkmaz Yiğit Holding'in Medya ve İletişim Alanı Yatırımları	135
Tablo 3.28 Korkmaz Yiğit Holding'in Medya Dışı Faaliyetleri	135
Tablo 3.29 Nergis Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	136
Tablo 3.30 Nergis Holding'in Medya Dışı Yatırımları	136
Tablo 3.31 Çavuşoğlu ve Kozanoğlu Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları..	137

Tablo 3.32 Çavuşoğlu ve Kozanoğlu Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları	137
Tablo 3.33 Diğer Holding/Grupların Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları	137
Tablo 3.34 Diğer Holding/Grupların Medya Dışı Yatırımları	139



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AP	: Adalet Partisi
ANAP	: Anavatan Partisi
ART	: Anadolu Radyo ve Televizyon
BBD	: Birleşik Basın Dağıtım
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BİRYAY	: Birleşik Yayın Dağıtım
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
DP	: Demokrat Parti
DTP	: Demokratik Toplum Partisi
DSP	: Demokratik Sol Parti
DYP	: Doğru Yol Partisi
G8	: Group of Eight (Sekizler Grubu)
GATS	: General Agreement on Trade in Services (Hizmet Ticaret Genel Anlaşması)
IMF	: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
MEDIA	: Measures to Encourage the Deveelopment of and Audiovisual Industry (Görsel-İşitsel Endüstrinin Gelişimini Teşvik Edici Önlemler)
MESS	: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
MTV	: Milliyet Televizyon Şirketi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
RTYK	: Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu
SHP	: Sosyaldemokrat Halkçı Parti
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

ÖZET

Tüm dünyayı etkisi altına alan neoliberal politikalar, 24 Ocak Kararlarıyla Türkiye’de uygulanmaya başlamıştır. Ekonomik, politik, kültürel alanda yaşanan yapısal ve kurumsal değişime paralel olarak, medyanın da, görünümü tamamen değişmiştir. Bu süreçte medya hem sermaye birikiminin hem de ideolojilerin yeniden üretiminin aracı olmuştur.

1980’lerde, deregülasyon politikaları hız kazanmış, neoliberal uygulamalarla medyanın mülkiyet yapısında yoğunlaşma yaşanmıştır. Medya sektöründeki mülkiyet yapıları sektör dışı sermaye grupların bu alana girişiyle değişmiş; farklı sektörlerde faaliyet gösteren holdinglere eklenilerek büyüyen medya işletmelerinin sayısı giderek artmıştır. Bu dönüşüm çerçevesinde, geleneksel medya sahipliği yerini medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren sermaye gruplarının medya ile bütünleştiği bir mülkiyet yapısına bırakmıştır. Bu süreçte aile işletmeciliği geleneğinden gelen gruplar ya medya sektöründen çekilmişler ya da diğer gruplara entegre olarak varlıklarını devam ettirmeye çalışmışlardır.

Medya alanı dışında faaliyet gösteren holdinglerin medya sektörüne girmesiyle tekelleşme süreci, promosyon savaşları, ticari radyo ve televizyonların kurulması, dağıtımda ve reklamda yapılan kartel anlaşmalar, medya içeriklerinin magazinleşmesi, gazeteci pratiklerinin değişimi, emek gücünü kontrolü için yapılan anti sendikal anlaşmalar sektörün tamamlayıcıları haline gelmiştir.

Bu bağlamda bu araştırmanın amacı, 1980-2002 yılları arasında neoliberal politikalarla Türk medya sektörünün yaşadığı dönüşümü incelenmektedir. Bu amaçla eleştirel ekonomi politik yaklaşımın benimsendiği çalışmada, "basın"dan "medya"ya geçişle 1980’lerden itibaren daha fazla görünür hale gelen neoliberal ekonomi politikaları doğrultusunda neoliberal sermaye birikim süreci çerçevesinde incelenmiştir.

Eleştirel ekonomi politiğin öncüllerinden hareketle tarihsel nitel analizin kullanıldığı bu çalışmada, 1980-2002 yılları arasında medyada faaliyet gösteren holdinglerle ana faaliyet alanları ticari ve sanayi sektörü olması yanında ayrıca medya sektörüne yatırım yapan sermaye gruplarından: *Doğan Grubu*, *Asil Nadir Grubu*, *Çukurova Grubu*, *Doğuş Grubu*, *Medya Grubu (Dinç Bilgin)*, *Uzan Grubu*, *Merkez Grubu (Turgay Ciner)*, *Avrupa ve Amerika Holding Grubu (Erol Aksoy)*, *İhlas Grubu*, *Korkmaz Yiğit Holding*, *Nergiz Holding (Olay Medya Grubu)*, *Çavuşoğlu- Kozanoğlu Grubu* ve diğer gruplar incelenmiştir. Bu grupların 1980-2002 döneminde medya sektöründeki faaliyetleri, pazar payları, diğer sektörel yatırımlarla ilişkileri, ekonomik, siyasal ve toplumsal yapılanmaları ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmuştur.

Araştırma kapsamında incelenen 1980’li yıllar ve sonrasında yaşanan neoliberal politikalar çerçevesinde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de siyasal, ekonomik, kültürel alanda değişimler yaşanmıştır. Neoliberalizm, ekonomide kamu yararı ve kamu hizmeti anlayışını değiştirmiştir. 1970’lerde hız kazanan basının holdingleşmesi süreci, 1980’lerde holdinglerin medyalaşması sürecine doğru evrilmiş ve bu bağlamda basın medyaya dönüşürken; yatay, dikey ve çapraz tekelleşmeyle medya mülkiyeti medya dışındaki sermaye gruplarının kontrolüne geçmiştir.

Bulgulara göre, özellikle 1980 ve sonrasında Türk medyası Küresel kapitalimin ekonomi politik koşullara göre şekillenmiştir. Bu süreçte pazar ekonomisine entegre olmaya çalışan medyada sermayenin kompozisyonu da değişmiştir. Araştırma kapsamındaki medya holdingleri, medya aracılığıyla siyasal arenada söz sahibi olmuşlar, kamu ihalelerinden pay almışlar ve egemen ideolojilerinin çıkarları doğrultusunda içerikler üreterek medyayı, profesyonel işletmecilik anlayışıyla mal/hizmet üreten, yatırım yapan ve pazar koşullarına uymaya çalışan kapitalist işletmelere dönmüşlerdir. Bu süreçte medyanın sermaye yapısının değişimi alternatif medya olanaklarını azalttığı gibi, medyadaki çalışma ilişkilerinin de yapısını tamamen değiştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Mülkiyet, Holdingleşme, Medya Grupları.

SUMMARY

THE CHANGE OF THE OWNERSHIP STRUCTURE OF THE TURKISH MEDIA WITHIN THE FRAMEWORK OF NEOLIBERAL POLICIES

Neoliberal policies, which influenced the whole world, started to be implemented in Turkey with the January 24 Decisions. In parallel with the structural and institutional change in the economic, political and cultural fields, the appearance of the media has completely changed. In this process, the media has been a tool for both capital accumulation and the reproduction of ideologies

In the 1980s, deregulation policies gained momentum, and the media ownership structure of the media became concentrated with neoliberal practices. Ownership structures in the media sector have changed with the entry of non-sector capital groups into this field; The number of media businesses that have grown by joining the holdings operating in different sectors has gradually increased. Within the framework of this transformation, traditional media ownership has been replaced by an ownership structure in which capital groups operating in non-media sectors are integrated with the media. In this process, groups coming from the family business tradition either withdrew from the media sector or tried to continue their existence by integrating with other groups.

With the entry of non-media holdings the media sector into the media sector, the process of monopolization, promotion wars, the establishment of commercial radio and television, cartel agreements in distribution and advertising, the tabloidization of media content, the change of journalist practices, the anti-union agreements the control of the labor force have become the supplementary of the sector.

In this context, the aim of this research is to examine the transformation of the Turkish media sector with neoliberal policies between 1980-2002. For this purpose, in this study, in which a critical political economy approach is adopted, it has been examined within the framework of the neoliberal capital accumulation process in line with the neoliberal economic policies that have become more visible since the 1980s with the transition from "press" to "media".

In this study, in which historical qualitative analysis is used based on critical political economy approach, between 1980 and 2002 the holdings operating in the media sector, the main fields of activity are the commercial and industrial sectors, and the capital groups investing in the media sector: Doğan Group, Asil Nadir Group, Çukurova Group, Doğuş. Group, Media

Group (Dinç Bilgin), Uzan Group, Central Group (Turgay Ciner), Europe and America Holding Group (Erol Aksoy), İhlas Group, Korkmaz Yiğit Holding, Nergiz Holding (Olay Media Group), Çavuşoğlu-Kozanoğlu Group and other groups were examined. The activities of these groups in the media sector, their market shares, their relations with other sectoral investments, and their economic, political and social structuring in the 1980-2002 period are presented in detail.

Within the framework of the neoliberal policies experienced in the 1980s and after, which were examined within the scope of the research, there have been changes in the political, economic and cultural fields in Turkey as well as in the whole world. Neoliberalism has changed the understanding of public interest and public service in the economy. The process of conglomeration of the press, which gained momentum in the 1970s, evolved into the process of mediaization of the holdings in the 1980s, and in this context, while the press turned into the media; With horizontal, vertical and cross monopolization, media ownership passed to the control of non-media capital groups.

According to the findings, especially in 1980 and after, Turkish media was shaped according to the political economy conditions of global capital. In this process, the composition of capital in the media, which tries to integrate into the market economy, has also changed. The media conglomerates within the scope of the research have had a say in the political arena through the media, have taken a share in public tenders, and by producing content in line with the interests of their dominant ideologies, they have transformed the media into capitalist enterprises that produce goods/services, invest and try to adapt to market conditions with a professional management approach. In this process, the change in the capital structure of the media didn't allow the alternative media opportunities, but also completely changed the structure of the labour relations in the media.

Keywords: Media, Ownership, Conglomeration, Media Groups.

ÖNSÖZ

Neoliberal politikalar çerçevesinde Türk medyasının mülkiyet yapısının değişimini araştıran bu çalışmanın ortaya çıkmasında bana yol gösteren, bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan, akademisyenliği yanında insani yönü ile bana çok şey katan değerli danışmanım, hocam Prof. Dr. Levent YAYLAGÜL'e ne kadar teşekkür etsem azdır. Yoğun çalışma temposu içerisinde bana zaman ayıran, tez izleme komitemde yer alarak beni onurlandıran değerli hocam Prof Dr. Ahmet AYHAN'a ve asistanlık döneminden beri tanıdığım hem hocam hem de arkadaşım olan Dr. Öğretim Üyesi N. Mert BATU'ya katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, tez çalışmam sürecinde, farklı disiplinlerden gelmelerine rağmen tezle ilgili sorunlara cevap bulmaya çalışan, manevi destekleriyle yanımda bulunan, dostlarım Öğr. Gör. Dr. Hilal KARAVAR'a, Öğr. Gör. Yasemin ÇELİK'e ve Öğr. Gör. Ebru Öz'e teşekkür ederim.

Sevgi, sabır ve büyük emekle beni bugünlere getiren annem Elif EFİLTİ'ye ve babam Devriş EFİLTİ'ye şükran borçluyum.

Seyran EFİLTİ ATAY

2022

GİRİŞ

Amaç, Önem ve Kapsam

Siyasi iktidarların, iktisadi sistem içinde yer almasını sağlayan Keynesyen politikaların, ulusal ve uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik dalgalanmalar için gerekli çözüm yolunu üretememesi nedeniyle 1970 yıllı ve sonrasında uygulama alanı bulan neoliberal politikalar, piyasa kutsayan bir düşünce sistemi olarak tanımlanmış ve çok uluslu şirketlerin etkin olduğu, ulusal piyasaların rekabete açılarak kapitalist dünya ile bütünleşmesine neden olmuştur. Neoliberal politikalar sosyal devlet anlayışının gerilediği, devletin sosyal ve ekonomik konulara girişimci olmak yerine sadece denetleyici bir rol üstlenmesine neden olan yeni bir ekonomik düzendir. *“Piyasaların kısıtlamasız işlemesine izin verildiği taktirde bütün iktisadi ihtiyaçların karşılanmasına optimal olarak hizmet edeceği, bütün iktisadi kaynakların etkin kullanılacağı ve tam istihdam gibi iktisadi hedefleri otomatik olarak sağlayacağı düşüncesi”* neoliberalizmin ana savıdır. Bu bağlamda küreselleşme de bütün ulusal piyasaların bütünleşmesinin önündeki engellerin kaldırılması anlamında tüm dünyanın faydasını maksimize edecek bir gelişme olarak sunulmaktadır.

Türkiye’nin neoliberalizme eklenme süreci “24 Ocak Kararları” ile başlamıştır. 24 Ocak Kararları, 1990’lı yıllara kadar damgasını vuran ve uygulandığı süre içerisinde yeni düzenlemelerle genişleyen bir iktisat politikasıdır. Kararların temel amacı, ekonominin dışa açılması, kamu kesimin daraltılması, devletin ekonomiye müdahalesinin en aza indirilmesi, özel sermayenin desteklenmesi, serbest piyasa mekanizmasının işlemesinin sağlanmasıdır. Bu kararlar, Adam Smith’in kişisel çıkarları peşinde koşan bireylerin “görünmez el” yardımıyla tüm toplumun çıkarlarına doğrultusunda hareket edecekleri ve bu elin devlet dışında rekabetçi koşullarda işleyen piyasa mekanizması olduğu görüşüne dayanmaktadır. Ancak, değişen yer ve koşullar altında, devlet müdahalesinin azaltılmasının, gerek ulusal gerekse uluslararası boyutta oldukça sıkıntı yarattığı ve uygulandığı ülkelerin aleyhinde bir karar olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde “görünmez el” in varlığı söz konusu ülkelerde bilgi, altyapı, teknoloji yetersizliği, piyasa gelişimlerinin tamamlanmamış olması nedenleriyle olumsuz sonuçlar doğurmuştur.

“Alternatifi olmadığı” iddia edilen ve çok yoğun ideolojik kampanya ile kamuoyuna sunulan 24 Ocak Kararları; özellikle IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşların gelişmekte olan ülke ekonomilerinin küresel piyasalara entegre olmasını sağlayan yapısal uyum programlarını içermektedir. Bu yapısal uyum programları, doğrudan özelleştirme, deregülasyon, küreselleşme ve devletin küçülmesi söylemleriyle, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik sistem içinde

ortaya çıkan uluslararası sermayenin çıkarları doğrultusunda yeniden inşa edilen bir küresel pazarın oluşmasına yol açmıştır.

Neoliberalizmin, ekonomik alanda varolan kamu yararı ve kamu hizmeti anlayışını değiştirmesi, diğer sektörlerde olduğu gibi, medya sektöründe değişim ve dönüşümlere yol açmıştır. 24 Ocak Kararlarını meşrulaştıran, 1980 askeri darbesi ve neoliberalizm ekseninde yeniden yapılanan medya, kamunun kontrolünden çıkıp özelleşme yolunda hızla ilerlemiştir. 1970’li yıllarla birlikte ortaya çıkan “*basının holdingleşmesi*” süreci, 1980’li yıllarla birlikte “*holdinglerin medyalaşması*” sürecine doğru yönelmiş, “*basın*” kavramı “*medya*” kavramına bırakmış; medya mülkiyeti yatay, dikey ve çapraz tekelleşme biçimleriyle medya dışındaki sermaye gruplarının kontrolüne girmiştir.

Yeni koşullarda medya, hem yapısal hem de toplumsal alanda değişimler yaşanmış, medya, geleneksel işlevlerini neredeyse tamamen yitirmiştir. 1980 yılı ve öncesinde medyanın kamu yayıncılığı anlayışında başat olan, medyanın topluma haber ve bilgi aktarımı işlevi, ticari amaçlı sembolik üretimlerin yanında ikincil konuma itilmiştir. Bu gelişmenin doğal sonucu olarak, kâr etmek medya kuruluşlarının temel amaçları arasına girmiş ve medya, demokrasi adına sahip olduğu tarihsel misyondan önemli ölçüde uzaklaşmıştır. Medya, hem sermaye birikiminin ve ideolojik yeniden üretiminin alanı, hem de küreselleşmenin temel taşıyıcısı haline gelmiştir.

1980’lerde deregülasyon politikalarının hız kazandığı, neoliberal uygulamaların yaygınlaştığı dönemde, hızlı bir şekilde medyada mülkiyet yoğunlaşması yaşanmıştır. Dönem itibariyle, medya sektörünün sahiplik yapısı medya dışı büyük sermayenin sektöre girişiyle birlikte değişmiş; farklı sektörlerde faaliyet gösteren holdinglere eklenerek büyüyen medya işletmelerinin sayısı, giderek artmıştır. İnşaat, enerji, finans, ticaret, sanayi gibi alanlarda yatırımı bulunan gruplar, önce basın sektörüne, ardından da 1990’lı yıllarda televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kaldırılmasıyla bu alana girmişler ve böylece medya endüstrisi şekillenmeye başlamıştır. Aslında sermaye grupları açısından kârlı bir yatırım olmamakla birlikte, medyaya sahip olmanın farklı avantajları olduğu fark edilmiştir. Siyasal iktidar karşısında güç elde etmek, rakip gruplara karşı bir üstünlük sağlamak, kamu ihalelerini almak, özelleştirmeden pay almak, kredi ve teşviklerden yararlanmak, sermaye grubunun bünyesinde başka alanlarda faaliyet gösteren firmaların reklamını yapmak gibi faydalar medya dışı sermayenin bu sektöre girmesi için özendirici sebepler olmuştur. Bu süreçte medya sektöründe söz sahibi olan grupların, kendi finansmanlarını sağlayan sektör dışı sermayenin çıkarları doğrultusunda medya içerikleri ürettikleri, oligopostik bir piyasa mekanizması içinde her alanda tekelleşme eğilimi gösterdikleri görülmektedir.

“*Neoliberal Politikalar Çerçevesinde Türk Medyasının Mülkiyet Yapısının Değişimi*”ni temel sorun olarak alan bu çalışmanın amacı; 1980'den 2002'ye kadar Türk medya sektörünün, yaşadığı tekelleşme sürecinde mülkiyet/sahiplik ve kontrol ilişkilerinin dönüşümünü ele almaktır. Bu amaçla, eleştirel ekonomi politik yaklaşımın benimsendiği çalışma, "basın"dan "medya"ya geçiş ile birlikte 1980'lerden itibaren daha fazla görülür hale gelen neoliberal politikalar doğrultusunda Türkiye'deki ulusal ve uluslararası yeni sermaye birikim süreci çerçevesinde incelenmiştir. Bu süreçte, değişen mülkiyet/sahiplik durumunun medyaya yönelik siyasal, ekonomik ve kültürel etkileri ortaya konulmuştur.

Tarihsel nitel analizin yapıldığı bu çalışmada, diğer çalışmalardan farklı olarak tek bir medya kuruluşu üzerine odaklanılmamıştır. Çalışmada, Doğan Grubu, Asil Nadir Grubu, Çukurova Grubu, Doğuş Grubu, Medya Grubu (Dinç Bilgin), Uzan Grubu, Merkez Grubu (Turgay Ciner), Avrupa ve Amerika Holding Grubu (Erol Aksoy), İhlas Grubu, Korkmaz Yiğit Holding, Nergis Holding (Olay Medya Grubu), Çavuşoğlu- Kozanoğlu Grubu ve diğer gruplar incelenmiştir. Bu grupların ilgili dönemdeki medya sektöründeki faaliyetleri, pazar payları, diğer sektörlerdeki yatırım ilişkileri, ekonomik, siyasal ve toplumsal yapılanmalarına yönelik ayrıntılı bir görünüm ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İlgili İncelemeler

Literatürdeki konuyla ilgili çalışmalar incelendiğinde; Gülseren Adaklı'nın (2003) “Türk Medya Sektöründe Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri (1980-2003)” doktora tezinin tüm araştırmacılar için referans niteliğinde olduğu görülmektedir. İlgili tezde medya sektörünün tarihsel kökenleri ve değişim dinamiklerine yer verilmiş; 1980’de yaşanan politik süreçte değişime uğrayan ve 1990’larla birlikte yeni oluşan piyasada şekil alan medyanın holdingleşme süreci değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında, Doğan Holding ve holdinge bağlı medya şirketlerinin yapısal analizi yapılmıştır. Bunun yanı sıra araştırmada, ilgili sermaye gruplarının ekseninde, medyanın kapitalist sistemle bütünleşme sürecinde nasıl konumlandırıldığı ve bu durumun toplumsal formasyona nasıl bir katkı sundukları üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çerçevede Türk basını, devletten ve sermayeden görece olarak bağımsızlığını yitirmiş, basın geleneksel işlevinden uzaklaşmış ve izletici/okuyucuya yeni politikalar aracılığıyla belirli bir yaşam tarzı ve ideoloji empoze edilmiştir.

Yine bu alanda önemli çalışmalardan birisi de, Selda Bulut’un (2000) “1980’den Günümüze Basın Mülkiyet ve Sahiplik Yapısındaki Değişmeler” yüksek lisans tezinde basın dışı sermaye yapılanma sürecinde Aydın Doğan ve Asil Nadir’in medya yatırımları incelenmiştir. Söz konusu çalışmada, basın dışı alanlardan gelen gruplarla, 1980 sonrası

liberalleşme sürecinde medyada yeni dönem başladığı; bu dönemde ise medyanın, geleneksel işlevlerinden uzaklaştığı, kâr amacı güden, müşteri memnuniyetine dayalı ve kurum çıkarlarını gözetten bir şirket yapılanmasına dönüştüğü ifade edilmiştir.

Özlem Aras'ın (2008) "Türk Basınında Mülkiyet ve Sahiplik Yapısı Bağlamında Özelleştirme Uygulamaları/Ciner Medya Grubu" çalışmasında ise, Türk basınının, 1980 yılından itibaren hayata geçirilen özelleştirilme uygulamalarıyla bu alanda yaşanan değişimi incelenmiş ve Ciner Medya Grubu'nun medya sektöründeki faaliyetleri üzerinde durulmuştur. Çalışma sonucunda, ilgili medya grubunun, bir devlet politikası olarak desteklenen özelleştirme uygulamalarının, hem medya hem de diğer sektörel faaliyetlerin yürütülmesinde destekleyici nitelikte olduğu; bu desteklerin dönemin siyasetçilerinin teşvikleriyle gerçekleştiği ifade edilmiştir.

E. Osman Olkun'un (2013) "Türk Medya Sahiplik Yapısındaki Değişim: Milliyet ve Vatan Gazeteleri Örneği" çalışmasında Milliyet ve Vatan gazeteleri örneklemini üzerinde basının sahiplik yapısının, tarihsel süreç içerisinde nasıl değiştiği ve bu gazetelerdeki değişimin ekonomik, politik ve ideolojik perspektifle yeniden nasıl şekillendiğinden ele alınmıştır. Her iki gazetenin sahiplik yapılarının ve içeriklerinin, Türkiye'nin ekonomi ve politik gelişimine paralel olarak şekillendiği, bu durumun günümüze kadar olan süreçte de devam ettiği ifade edilmiştir.

Medyadaki mülkiyet ilişkilerine yönelik yapılan farklı bir çalışma da; editörlüğünü Eli M. Noam'ın üstlendiği Avrupa, Kuzey Amerika, Latin Amerika, Asya/Pasifik, Ortadoğu ve Afrika ülkelerindeki medya sistemlerini araştıran "Who Owns The World's Media?: Media Concentration and Ownership Around the World" kitabıdır. Söz konusu kitapta, H. Kemal Bayazıt tarafından kaleme alınan "Media Ownership and Concentration in Turkey" bölümünde, Türk medya sektörünün işitsel ve görsel alandaki yapılanması ve medyadaki holdingleşme sürecine değinilmiştir. Bölümde, medyanın çapraz mülkiyet sistemine göre düzenlendiği, siyasal alanda işbirliklerine yönelik yapılanmanın varlığından söz edilmiştir. Bunun yanı sıra, çapraz mülkiyet sistemine göre bütünleşen holdinglerin, piyasa egemenliklerini sınırlandırmaya yönelik ülkede ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda hukuki düzenlemelere yer verilmediği vurgulanmıştır. Bölümde ayrıca, devletin özel yayıncılığı teşvik etmeye yönelik aldığı her türlü kararın, siyasal ve medya alanında kutuplaşma yarattığı ifade edilmiştir.

Eleştirel ekonomi politiği yöntem olarak seçen tüm bu araştırmalarda, medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısındaki değişimler, benzer dönemler içerisinde ele alınmış, ancak bu değişim belirli medya grupları çerçevesinde incelemiştir. Bu tezde ise, 1980-2002 yılları arasında neoliberal politiklar çerçevesinde yaşanan medyadaki mülkiyet ve kontrol değişimi,

holdingleşen tüm medya gruplarını içine alacak şekilde incelenmesi nedeniyle diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir.

Araştırmayı Yönlendiren Temel Varsayımlar/Sorular

Araştırmanın temel varsayımları şunlardır:

1. 1980’li yıllarda Türk basınının tarihsel olarak gelişim ve değişimi ülkenin sosyo ekonomik koşullarına göre şekillenmiş; neoliberal politikalar ve serbest piyasa ekonomisine geçiş süreciyle değişen üretim tarzı, önce basının ardından medyanın çalışma biçimlerini, mülkiyet ve endüstriyel ilişkilerini etkilemiş, bu değişim özellikle medyanın mülkiyet/sahiplik yapısında birtakım dönüşümlere yol açmıştır. Geleneksel aile sahipliği, yerini medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren sermaye gruplarının medya ile bütünleştiği bir mülkiyet yapısına bırakmıştır.

2. Medya dışı alandan gelen sermayenin medya sektörüne girmesiyle rekabet artarken, sektör içinde rekabeti düzenleyen kuralların ve kurumların eksikliği, bu konuda tekelleşmeye yol açmıştır. Özellikle baskı, reklam ve dağıtım alanlarında tekelleşmenin daha yüksek düzeyde seyrettiği görülmektedir.

3. Dünyadaki dönüşümlere paralel olarak, medyadaki mülkiyet yapısının değişmesinde devletin büyük bir etkisi olmuştur. Anayasada elektronik yayıncılıkta devlet tekeli koruyan maddenin kaldırılmasıyla yayıncılıkta TRT’nin kamu hizmeti ve kamu yararı anlayışı son bulurken; bu gelişme yazılı, görsel ve işitsel basının aynı sahiplik altında bulunmasına neden olmuştur.

4. Gazetecilikten gelen ailelerin kontrolündeki geleneksel medya sahipliğinin sona ermesiyle, 1990’lı yıllardan itibaren, bu alana yatırım yapanların büyük sermayedarlardan oluşması medyada mülkiyet yapıları ve ilişkilerini karmaşıktırmış ve medyanın etkisi sadece siyasetle sınırlı kalmamış, zaman zaman iktisadi değişkenleri ve belli çıkar ilişkilerini yöneten araçları denetlemek ve yönetmek işlevlerine doğru genişlemiştir. Bu süreçte hükümetlerle medya arasında kurulan ilişkiler, medyada çoğulculuğu ve rekabet şartlarını sekteye uğratmıştır.

5. 1980’li yıllarda sermayenin kültür endüstrisini ele geçirmesiyle, medyanın toplumsal fayda yaratacağı iddiasıyla medya, ideolojik bir işlev görerek, kapitalist üretim ilişkilerinin sürdürülmesine hizmet etmiştir. Bu süreçte benzer nitelikte kültür, inanç, sanat ve eğlence alışkanlıkları ile donatılmış tek boyutlu edilgen bir kitle yaratılmıştır.

6. Geleneksel işletmeler olan gazetelerin, büyük sermayenin eline geçmelerinin ardından, medyadaki çalışma ilişkileri değişmiş ve sendikasılaştırma politikaları

sektöreegemen olmuştur. Dolayısıyla medya patronları sendikaları bir tehdit olarak görmüş ve sendikaların medya sektöründen tasfiye sürecini başlatmışlardır.

7. Medya dışı büyük sermayenin bu sektöre girmesi, medya içerikleri ile habercilik anlayışında önemli değişimler yaratmıştır. Medya içerikleri daha çok reklam, tüketim ve manipülasyona dayalı ideolojik yapıya dönüşmüştür. Siyasi iktidarı eleştirmekten uzak bir medya yaratılmış ve medyada risksiz bir alan olan magazinleşmeye ağırlık verilmiştir.

8. Sektördeki tekelleşmenin gazetecilik pratiklerini değiştirmesiyle birlikte haber medyası, medya yöneticileri ile ekonomik ve siyasî elitlerin etki alanına girmiştir.

Bu varsayımlara dayanarak araştırmada şu temel sorulara cevap aranmıştır:

1. 1980’li yıllarda uygulanan neoliberal politiklar aracılığıyla, medya alanında faaliyet gösteren sermayenin niteliği değişime uğramış mıdır?
2. Medya dışı alandan gelen sermayenin, medya sektörüne girmesiyle, rekabeti düzenleyen kuralların ve kurumların eksikliği, bu konuda tekelleşmeye yol açmış mıdır?
3. Medyanın mülkiyet yapısının değişimi; medya içeriklerinin, izleyici/okuyucu kitlesinin ve çalışma ilişkilerinin değişimini ne oranda etkilemiştir?

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında ilk olarak araştırma konusu ve araştırmanın amacı doğrultusunda literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu aşamanın ardından araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarihsel nitel analiz kullanılmıştır. Tarihsel nitel analiz, tarihsel bir olayı, olaylar dizisini veya olayın makro-tarihsel sürecinin, gelişimi, değişimi, dönüşümü incelemek için yapılır. Bu tür araştırmada temel olarak iki kaynaktan veri elde edilir. Bunlar: Birincil ve ikincil kaynaklardır (Erdoğan, 2012: 155). Araştırmada bu kapsamda, neoliberal politikaları ve gelişim sürecini, Türk ekonomisine yansımalarını ve medya sektörüne etkilerini ortaya koymak için ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır.

Bu tezin ana sorunsalı olan medyada sahiplik/mülkiyet biçimlerinin günümüze kadar hızla dönüşümlere uğraması, medya sermaye yapılarında varolan değişim, holdingleşme, tekelleşme süreçleri, medyada güç ve kontrol mekanizmalarının varlığı ancak “*ekonomi politik*” yaklaşımla analiz edilir. Medya araştırmalarında ekonomi politik yaklaşımın eleştirel bir anlamı vardır. Bu yaklaşım, medya sahipliği ve kontrolünü, medyanın diğer endüstriyel yapılarla ve siyasal, ekonomik toplumsal elit katmanlarla bütünleşmesini sorunsallaştırır. Medyanın ticarileşmesini, uluslararası hale gelmesini, medyanın emtialaşma sürecini, toplumsal yaşamdaki egemenlik-güç ilişkilerini, sermaye hareketlerindeki devletin rolünü inceler ve yaşanan toplumsal değişimleri analiz eder. Bu

noktadan hareketle çalışmada medya ve medyadaki değişim süreçleri ekonomik politik yaklaşımla incelenmiştir.

Kuramsal Çerçeve

Ekonomi politik yaklaşım, en genel anlamda insanların varlıklarını sürdürebilmek için gereken araçların üretim ve değişimini inceleyen bilimdir. Ekonomi Politik, bilim olma vasfını 18. yüzyılda Fizyokratların ve Adam Smith, David Ricardo, T. Robert Malthus, J. Stuart Mill gibi klasik iktisatçıların çalışmaları ile kazanmıştır. Ekonomi politik kavramı, bu dönemde kapitalizm ve sanayi devrimi sonrasında toplumun zenginleşmesini açıklamak için kullanılmıştır. Bu anlamda ekonomi politik, kapitalist toplumu anlamak adına burjuva toplumunu tahlil eder, kapitalist üretim ve mülkiyet ilişkilerine odaklanır (Garnham, 2008: 117-118).

Fizyokratlar günümüzdeki liberallerin ilk öncüleri olarak kabul edilir. “Laissez Faire” (bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler) ilkesinden yola çıkarak, burjuva toplum düzeninin oluşmasında “doğal düzen” kavramını geliştirmişlerdir. Doğal düzen kavramıyla anlatılmak istenen: Burjuva-kapitalist toplum düzeninin oluşması için, ekonominin feodal kalınlardan arındırılması ve toplum üyelerinin serbest rekabete dayalı bir biçimde kâr peşinde koşma imkanına sahip olabilmesidir. Bunun gerçekleşmesi, bireyin doğal isteklerini giderme, kişisel özgürlük, özel mülkiyete sahip olma, bireysel rekabet özgürlüğüne yönelik haklar doğal haklar olarak kabul edilir. Bu doğal haklar sadece ekonomi alanda değil, siyasal alanda da uygulanmalıdır. Fizyokratlara göre devlet, doğal hakları korumaya yönelik burjuva- kapitalist ekonominin hiçbir engelle maruz kalmadan gelişmesi için her türlü tedbirleri almakla yükümlüdür. Bu uygulamalar, sermayenin gücünün onaylanması, devletin iktisadi alanda sınırlandırılması ve serbest pazar koşullarının gelişmesi için olanak yaratmıştır (Rubin, 2020:113).

Ekonomi politiğin gelişimine katkı sağlayan diğeri bir iktisadi düşünce akımı klasik liberalizmdir. Bu akım, fizyokratların girişim özgürlüğünden yola çıkarak geliştirdiği ekonomik tahlillerle kapitalizm karşısında yer alan Marks’ın teorilerini ve genellikle de Marks öncesindeki İngiliz sosyalistleri büyük ölçüde etkilemiştir. Klasik liberaller, Fizyokratlardan aldıkları iktisadi liberalizm akımını neoliberalizme dönüştürmüş; fizyokratların “Laisses-Faire” ilkesini ve “serbest dış ticaret” ilkesini devamı niteliğinde çalışmalarını sürdürmüşlerdir. Klasik okulun önemli temsilcilerden birisi olan Adam Smith, bu süreçte fizyokratların doğal haklar anlayışından yola çıkarak bireyin kişisel çıkarlarının peşinden koşarken engellenmemesini “görünmez el” metaforuyla açıklamıştır. Görünmez el metaforu, rekabetçi koşullarda işleyen

serbest piyasa mekanizmasından başka bir şey değildir. Birey, “görünmez el” yardımıyla toplumun çıkarları doğrultusunda hareket edeceği için, devletin ekonomik sürece karışmaması gerekmektedir. Çünkü iktisadi yaşam kişisel menfaat ilkesine uygun olarak kendiliğinden yürümektedir. Rekabet ve piyasa mekanizması tüketicinin arzuladığı ve talep ettiği mal ve hizmeti en ucuza, en kaliteli bir biçimde üretilmesini sağlayacaktır. Klasik iktisatçılara göre, kişinin çıkarları ile toplumun çıkarları örtüşmektedir. Çünkü Adam Smith’e göre kişisel çıkarları korumaya yönelik her türlü özgürlüklerin devam ettirilmesi aynı zamanda ülkenin servet ve refahının artmasını da sağlayacaktır (Adaçay ve İslantince, 2009: 55-56). Merkantalistler, bir ulusun zenginliğini ülke içinde dolaşan para miktarına, değerli madenlere ve son noktada dış ticarete bağlarken; fizyokratlar her türlü zenginliğin toprağa bağlı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Oysa Adam Smith ulusların zenginliğini yaratan şeyin ulusun ortaklaşa çalışarak yarattığı değerlerin toplamı olduğunu ifade etmektedir. Zenginliği oluşturan, o ulusun doğal kaynaklar üzerinde sarf edilen emek sonunda ortaya çıkan ürünlerdir (Burun, 2017: 87-88). Bu süreçte zenginliğin artışı bireyin aklına, emek harcamasına, yaratıcılığına ve kendi çıkarları peşinde koşmasına dayanır (Wolff ve Resnick, 2016: 37). Ulusların zenginliğin ortaya çıkması için ilk önce devletin belirli bir düzen kurması gerekmektedir. Devlet, üretim ve ticaret koşullarını piyasanın istekleri doğrultusunda düzenledikten sonra, ekonomik hayattan çekilmeli ve bu alanı üretici ve tüccar sınıfına bırakmalıdır. Devletin diğer bir görevi de, sanayi, ticaret ve tarımın gelişebilmesi için üretim yapılacak alanlarla ilgili olarak her türlü alt yapıyı hazırlamalı, uluslararası ticareti teşvik eden politikalar geliştirilmelidir. Benzer şekilde devlet iyi bir hukuk sistemi oluşturarak bireysel özgürlükleri güvence altına almalıdır. Bu süreçte ekonomik alan sadece girişimciye bırakılmalıdır. Piyasa şartlarında arz ve talep dengesi kendiliğinden sağlanacağı için, devletin bu alana müdahalesine gerek kalmayacaktır (Burun, 2017: 88-87). Yine klasik ekonomi anlayışına dayanan Ricardo, Malthus ve Mill gibi iktisatçılar da ürettikleri “değer, emek, rant, ücret ve nüfus” alanındaki teorilerle liberal iktisadın gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Adam Smith’in öncü olduğu ekonomi politik yaklaşım, kapitalist ekonominin ortaya çıkması ve gelişmesine paralel olarak gelişim göstermiştir. Smith, belirli bir dönemde temel ekonomik birim olarak piyasanın oluşumunu, işleyişini ve gelişimini analiz etmektedir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın temellerini atan Karl Marks ve Friedrich Engels, Smith’in bireyi toplumdaki yalıtılmış olarak ele alan yaklaşımın ve kapitalizmi tarihsel bir sistem olmaktan çıkarıp doğallaştıran anlayışını eleştirmişlerdir. Smith’in piyasa mekanizması olarak adlandırdığı alanda faaliyet gösteren kapitalist sınıfın üretimi doğrudan kâr elde etmek için örgütlenmesi, toplumsal üretim biçimini kapitalist üretim biçimine dönüştürmüştür. Bununla

birlikte Smith'in işbölümü ve uzmanlaşma anlayışıyla oluşturduğu üretim sürecinde rasyonel ve doğal olarak gördüğü kapitalizm, üreticileri üretim araçlarından koparan ilişkilerin doğmasına neden olmuştur. Ekonomi politik yaklaşımda kutsanan piyasa mekanizması, eleştirel ekonomi politikte yerini üretime bırakmıştır. Kâr amaçlı üretim, toplumsal yapının şekillenmesine de neden olmuştur. Smith, adil bir piyasa mekanizmasında toplumsal sınıfların, doğal fiyatlar üzerinden hak ettiklerini aldığını iddia ederken; Marks serbest piyasa mekanizmasında kâr amaçlı üretimi değişim, bölüşüm ve sömürü ilişkilerini gerçek bir tarihsel zemine oturtmuştur (Afşar ve Özyiğit, 2017: 245; Rubin 2020: 198-199). Adam Smith, bunun yanında doğal ortamda oluşan pazar mekanizmasında, devletin müdahalesini en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Oysa bu tespitte gözden kaçırılan nokta; zaten serbest piyasa mekanizmasının gelişimi devlet tarafından yaratılmakta, düzenlenmekte ve sürekli hale getirilmektedir.

Sonuç olarak ekonomi politiği oluşturan liberal iktisatçılar ulusların zenginliği üzerine yoğunlaşmışlardır. Bu süreçte ekonomi de insan iradesinden bağımsız bir mekanizmanın var olduğu kabulüne dayanan görünmez el metaforuyla açıklanan piyasa mekanizması içinde zenginlik, toplumsal sınıflara dağılacak ve bu toplumsal sınıflar uyum içerisinde sistemi yeniden üreteceklerdir. Sisteme herhangi bir müdahale olmadan kişilerin kendi çıkarlarının peşinde koşması, toplumsal zenginliği üst düzeye çıkaracaktır. Görüldüğü gibi, klasik iktisatçılar, ulusların zenginliği ve bölüşüm teorileri ile bulundukları dönemde ekonomi politiğin gelişimine katkıda bulunmuşlardır.

İletişim alanında ekonomik politik olarak nitelendirilen eleştirel yaklaşımları incelediğimizde ise, kullandıkları yöntem, varsayım ve kavramlar açısından birbirinden farklı boyutlar içermekle birlikte ortak bir amaç etrafında birleştikleri görülmektedir. Örneğin, eleştirel paradigma içerisinde yer alan “kültürel incelemeler” medyayı daha çok ideolojik bir aygıtlar olarak görmekte; medyayı siyasal ve ideolojik açıdan analiz etmektedir. Ekonomi politik yaklaşım ise medyayı, öncelikle ticari bir kuruluş olarak ele almakta ve medyanın ekonomik işlevini, kültürel ve ideolojik işlevlerinin önüne koymaktadır (Hamelink, 1983: 76). Bu ayrıma rağmen ekonomik politik başlığı altında sınıflandırılan bu yaklaşımlar, toplumsal dönüşüm sürecinde yaşanan olgu ve olayları sorun etme, toplumsal bütünlüğü korumaya yönelik sistemli çaba, toplumsal etik kavramına yoğunlaşma ve çözümleme yaklaşımlarında kuram ile pratik arasında paradoksal bir işbirliği sağlanması konusunda ortak bir görünüm sergilemektedirler. Bu ortak nitelikler çerçevesinde eleştirel ekonomi politik yaklaşımların amacı; toplumsal değişimleri tarihsel süreç içerisinde anlamaya çalışmak ve bunu yaparken ekonomi, siyaset, iletişim gibi alanları bir bütünlük içerisinde birbirleriyle etkileşimlerini göz önüne alarak incelemektedir.

Eleştirel ekonomik politik yaklaşım, klasik ekonomi politik yaklaşımdan dört açısından farklılık göstermektedir. Birincisi, eleştirel ekonomik yaklaşım bütüncüdür. Ekonomi politik, ekonomik yapı ile siyasal, toplumsal ve kültürel ilişkileri bir bütünlük içerisinde incelemektedir. Bununla birlikte medyanın gelişmesi, büyümesi, kültür ve iletişimin emtialaşması, küreselleşme, devlet ve hükümet politikaları, medyada reklam verenlerin rolü gibi unsurları bütünsel olarak ele almaktadır. İkincisi, tarihseldir. Ekonomi politik yaklaşıma göre insanların maddi varlıklarını devam ettirebilmek için gereken araçların üretimi ve değişim ilişkileri ülkelere ve tarihsel dönemlere göre değişiklik göstermektedir (Yaylagül, 2006a: 123). Özellikle bu süreçte medya yapılanmasındaki değişimlerin tarihsel nedenleri, etkileri, sonuçları ve değişimin arkasında yatan sermaye birikimleri dikkate alınır. Üçüncüsü, kapitalist sistemde yoğunlaşmış girişimlerle devletin bu girişimlere yönelik müdahalesini incelemektedir. Devletin kapitalist sistemde iletişim alanında üretici, tüketici ve düzenleyici rolüne yönelik işlevlerini ve bunun siyasal-ekonomik ve kültürel alandaki temel etkilerini incelemektedir. Dördüncü farklılık ise, toplumda adalet, eşitlik kamu yararı gibi temel ahlaki sorunları, klasik ekonomi politik yaklaşımdaki gibi verimliğe dayandıran teknik bir görüşten öteye götürerek sosyal adalete vurgu yapar (Golding ve Murdock, 2014: 53-55).

Masco, “*toplumsal yaşamda egemenliğin ve mücadelenin incelenmesi*” olarak tanımladığı ekonomi politik kavramını açıklarken ayrıca bu kavramı karşılıklı iletişim kaynakları da dahil olmak üzere, kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini meydana getiren toplumsal ilişkilerinin özellikle iktidar ilişkilerinin incelenmesi olarak görmektedir (Barret, 2006:2). Ekonomi politik, kapitalist ekonomik sisteminin tüm toplumsal ilişkilere egemen olduğu görüşünden hareketle sistemin nasıl çalıştığını ve belirleyici sonuçlarının ne olduğu üzerine odaklanır. Belirli tarihsel üretim biçimine yönelir ve farklı üretim örgütlenmelerinin farklı dağıtım/bölüşüm yapıları üreteceği üzerinde durur. Bu yaklaşım, kitle iletişim sorunsalını; toplumda var olan üretim biçimi, üretim ilişkileri, sınıf oluşumu ve sınıf bilinci gibi etkileri merkezine alarak incelemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 313-314). Bu yaklaşım, kapitalist sistem özelinde sınıflı toplumları, sınıf mücadeleleri ile açıklarken; sınıf mücadelesi kavramına devletin rolünü de eklemektedir. Buna göre, devletin kapitalist sınıfla yapısal bir ilişkisi vardır. Bu ilişki devletin arabuluculuk görevi adı altında egemen sınıfın çıkarlarına hizmet etmesini sağlayacak politikalar oluşturmaktan ibarettir (Yaylagül, 2019a: 138).

1960’lı yılların sonunda kitle iletişiminin incelenmesinde ortaya çıktığı ve 1970’lerle birlikte bir gelişim gösterdiği ifade edilen ekonomi politik yaklaşımın temeli iletişimin maddi koşullarını ele alması açısından önemli kabul edilmektedir (Sjøvaag ve Ohlsson, 2019:6). İletişimin maddi koşullarını ele alırken medya endüstrilerindeki maddi ve sembolik kaynakların

üretimini, dağıtımını ve tüketimini oluşturan güç ilişkilerini de hesaba katar. Ekonomi politik sadece üretimle değil; aynı zamanda üretimdeki insanların toplumsal ilişkileriyle, toplumsal üretimin yapısıyla da ilgilenir (Nikitin 2016: 14).

Medyanın ekonomi politiği aynı zamanda kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısını, üretim ilişkilerini ve üretim sürecinde kimlerin kazançlı çıktığı, bu ilişkilerin okuyucu/izleyiciyi ne oranda etkilediği gibi konular üzerine yoğunlaşmaktadır. Marks'ın "maddi üretim araçlarını elinde tutan sınıfın aynı zamanda düşünsel üretim araçlarını da elinde tuttuğu" tezine dayanan eleştirel ekonomi politik, temelde medyanın ekonomik kontrolünün yanında izleyici/okuyucunun bilişsel düzeyde kontrolünü de ele alır. Bu kontrol, üretime hâkim olan kapitalist sınıfın elinde yoğunlaşmıştır. Bu kontrolün sonucu olarak egemen sınıfın dünya görüşleri, bağımlı olan kitle üzerinde ideolojik bir baskı aracına dönüşür ve bu ideolojik baskı ise toplumdaki sınıfsal eşitsizliği derinleştirir. Bu sistem içerisinde bahsedilen ideolojik alanda kitlenin bilişsel süreçlerine yönelik kontrol, kapitalist sınıfın kendi varlığını yeniden üretmesine hizmet eder. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, medyanın mülkiyetini, buna bağlı olarak gelişen medya-iktidar ilişkilerini incelemekle birlikte, medyanın endüstrileşmesi ve diğer endüstrilerle birlikte tekelleşme süreçleri, pazarın kontrolü gibi konulara da odaklanır; medyanın kapitalist Pazar sistemine entegre edilmesini sorunsallaştırır (Adaklı, 2001: 152).

Medyanın ekonomi politiği, iki yaklaşım çerçevesinde analiz edilmektedir. Bunlardan ilki "araçsalcı yaklaşım", diğeri ise "yapısalcı yaklaşım"dır (Golding ve Murdock, 2014: 55). Araçsalcı yaklaşım, medyayı kapitalist sınıfın çıkarına hizmet eden bir araç olarak görmektedir. Araçsalcılar medyanın mülkiyetine ve kontrolüne odaklanırlar. Bu odaklanma genel anlamda medya sermayesinin serbest pazar ekonomisinde nasıl holdingleşmeye dönüştüğünü, medyanın şirket yöneticisi grupların elinde nasıl yoğunlaştığını ve bu tekelleşme süreçleri içinde oluşan enformasyonun kimin tarafından kontrol edildiğini açıklamaktadır (Fung, 2006: 33). Araçsalcı yaklaşıma göre, medya alanında tekelleşme sürecinde sektöre giren sermaye grubu sınırlı sayıdadır. Medya bu sermaye gruplarının kontrolünde haber ve bilgi akışını sağladığı için medya seçkinlerinin çıkarları ile örtüşmeyen iletiler medyada yer almamaktadır. Medya endüstrisini açıklayan bu yaklaşımın en bilinen temsilcileri Edward S. Herman ve Noam Chomsky'dir. Herman ve Chomsky Amerikan haber medyasını ekonomi politik anlayışla inceleyerek oluşturdukları "Propaganda Modeli" ne göre medya, kendisini denetleyen ve finanse eden güçlü toplumsal grupların çıkarlarına hizmet etmektedir. Bu nedenle medyada yayınlanan tüm haberler, grupların öne çıkarmak istediği ilkeler çerçevesinde şekillenmektedir. Medya politikalarının şekillenmesinde ve dayatılmasında elverişli ortamlar hazırlandığı için, zor kullanma yoluyla bu değişim yaratılmaz, bunun yerine, çıkar gruplarıyla aynı perspektiften

bakan editörler ve gazeteciler işe alınır ve bu kişilerin kurum politikasıyla uyumlu medya içerikleri üretmeleri sağlanır. Oluşturulan sistemle birlikte medya çalışanları, sermaye sahipleri, piyasa ve siyasal iktidarın koyduğu sınırlamaları içselleştirmişlerdir. Bu süreçte Propaganda Modeli'nde, neyin haber olup olmayacağı ve egemen grupların iletilerinin halka nasıl iletileceği konusunda beş temel haber süzgeç vardır. Bunlar; i) hakim kitle medyasının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibin serveti ve kâr yönelimi; ii) reklamın medyanın en önemli gelir kaynağı olması; iii) medyada kaynak olarak hükümet ve iş çevrelerini ve bunların desteklediği uzmanların görüşlerinin kullanılması; iv) medyayı disiplin altına alan bir araç olarak “tepki üretimi”; v) ulusal bir din ve denetleme mekanizması olarak anti-komünizmdir (Herman ve Chomsky, 2006: 81-114). Bu süzgeçlerden geçen tüm haberler, refahın belirli ellerde toplandığı, sınıfsal çelişkilerin ve eşitsizliklerin yaşandığı bir dünyayı maskeleyerek için propaganda yapar. Bu koşullar altında medya, toplumsal denetimin sağlanması, egemen değerlerin ve iktidarın yeniden üretilmesini sağlar.

Yapısalcı yaklaşım ise, medya sahiplerinin üretim sürecinde kendi çıkarları doğrultusunda oluşturduğu kontrol sistemlerinden ötekapitalist sistemin altında yatan temel dinamiklere dikkat çekmektedir (Yaylagül, 2006a: 137). Buna göre, medyanın sahibi kim olursa olsun kapitalist ekonominin yapısı ve dinamikleri medya kuruluşlarının örgütsel yapısını ve bu yapının işleyişini biçimlendirmektedir. Bu açıdan bakıldığında, medya sahiplerinin bu işleyiş müdahale etmesine gerek yoktur. Pazarın yapısı ve kapitalizmin yasaları, medyanın egemen ideolojileri destekleyecek fikir ve düşünceleri üretmesine neden olmaktadır. Bu işleyiş biçiminde medya, kapitalist sınıf egemenliğinde değil ancak onun direktifleriyle ve onun yerine hareket eden ve çalışan bir kuruma indirgenir. Yapısalcılar, medyayı ideolojinin yayılmasını sağlayan, özellikle statükonun savunucusu ve meşrulaştırma araçları olarak görmektedir. Bu yaklaşıma göre medya, yasa ve düzenle ilgili haberlere sıklıkla yer vererek hem kendisini hem de egemen iktidar yapısını meşrulaştırır. İktidar medya aracılığıyla kamu üzerinde hegemonyanın kurulmasını ve pekiştirilmesini sağlar ve bu süreçte hegemonyanın oluşmasını engellemeye yönelik her türlü eylemi yasa dışı gösterir (Fung, 2006: 32).

Her iki yaklaşım da eleştirel yaklaşımlar olarak liberal çoğulcu yaklaşımın karşısında yer almaktadır. Kapitalizmin düşünsel temelini oluşturan liberal kuram, serbest piyasa mekanizması içerisinde çoğulculuk anlayışını tüketici egemenliği, bireysel seçim özgürlüğü temeline dayandırır. Toplumsal olgu ve olaylar bireylerin eylemleri olarak görülür. Oysa kişilerin eylem ve pratiklerini belirleyen süreç bireyin kendisi tarafından değil, içinde bulunduğu toplumun tarihsel ve toplumsal dinamikleri tarafından belirlenmektedir. Liberal paradigma, iletişim etkinliklerinde bireyi tanımlarken kurumları, güç ve iktidar yapısını,

egemenlik ilişkilerini, meta üretimini, üretim sürecini, üretim güçlerinin ve üretim ilişkilerinin belirleyiciliğini ve emeğin yabancılaşma sürecini dikkate almamaktadır. Bu durum iletişimin kolektif bir yapıda olması ve toplumsal bir etkinlik olma süreci ile çelişmektedir (Yaylagül, 2006a: 21). Pazar mekanizmasına dayanan liberal görüş kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasında doğrusal bir ilişki kuramamaktadır. Liberallere göre devletin ekonomiye müdahalesi ne kadar az olursa o ölçüde bireylerin/tüketicilerin ürün ve hizmetlere yönelik seçme özgürlükleri fazla olacaktır. Ancak iletişim alanında seçim özgürlüğü olarak tanımlanan, egemen gruplarının kâr oranını arttırmak için daha fazla izleyiciye/okuyucuya ulaşma kaygısıyla oluşturulmuş içeriklerdir. Bu sebeple medya içerikleri üretilirken amaç, toplumsal gerçeklerin ortaya çıkarılması değil; sistemin kendi ideolojisini içerikler aracılığıyla topluma egemen kılınmasıdır. Ekonomi politikçiler, üretim ve mülkiyetin örgütlenmesi ile ilgilenir. Bunu yaparken bireyin/tüketicilerin özgürlüklerini üretim sürecine yerleştirir ve özgürlük sorununu; üretici etkinliği ile (emek/çalışma) doğayı ve kendini dönüştüren, kendini gerçekleştiren insan anlayışı içerisinde ele alırlar (İnce, 2018: 79). Liberallerden farklı olarak piyasa mekanizmasını da daha geniş toplumsal alanda makro düzeyde politik kültürel, siyasal ve toplumsal yaşamı, ekonomik örgütlenmeleri ve dinamikleri hesaba katarak çözümler (Golding ve Murdock, 2014: 53-54; Dalgaldere, 2011: 72-74).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, Türk medyasında yer alan medya holdingleri oluşturmaktadır. Örneklemi ise, 1980-2002 yılları arasında ticaret ve sanayi sektöründe de egemen olmalarının yanında, medya sektörüne yatırım yapan sermaye grupları; Doğan Grubu, Asil Nadir Grubu, Çukurova Grubu, Doğuş Grubu, Medya Grubu (Dinç Bilgin), Uzan Grubu, Merkez Grubu (Turgay Ciner), Avrupa ve Amerika Holding Grubu (Erol Aksoy), İhlas Grubu, Korkmaz Yiğit Holding, Nergiz Holding (Olay Medya Grubu), Çavuşoğlu- Kozanoğlu Grubu ve diğer gruplar oluşturmaktadır.

Araştırmanın Planı

Üç bölümden oluşan araştırmanın birinci bölümde, 1980’li yıllarda Türkiye’de uygulanan neoliberal ekonomi politikalarının gelişimindeki tarihsel süreç ve dinamikler, Türkiye’de uygulanan 24 Ocak Kararları ve etkileriyle Türkiye’de yaşanan neoliberal dönüşümde devletin yeniden yapılandırılması süreci incelenmiştir.

İkinci bölümde, “*Neoliberal Politikaların Türk Medya Sektörüne Yansımaları*” başlığı altında, 1980 yılı öncesi medyanın genel görünümüne değinilmiş, ardından 1980 sonrası

medyanın genel görünümü ve mülkiyet/sahiplik ilişkileri üç başlık altında incelenmiştir. *1980-1983 Yılları Askeri Yönetim Dönemi, 1983-1991 Yılları Arasında ANAP Dönemi, 1991-2002 Yılları Arasında Yaşanan Koalisyon Hükümetleri Dönemi*. Bu bağlamda medyada mülkiyet/sahiplik ve kontrol ilişkilerinin temel çerçevesi çizilmiş ve Türk mediasındaki bu değişimin etkileri incelenmiştir. İncelemede; *Deregülasyon Süreci, Ticari Yayıncılık Anlayışının Gelişimi, Oligopolistik Yapı ve Tekelleşme Süreci, Medya İçeriklerinin Değişimi, İzleyici/Okuyucu Kitlesinin Değişimi, Çalışma İlişkilerinin Değişimi* gibi alt kategorilere başvurulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, “*Türk Medyasında Holdingleşme Sürecinde Medyanın Mülkiyet Yapısının Analizi*” başlığı altında, 1980-2002 yılları arasında medyada faaliyet gösteren holdinglerle ana faaliyet alanları ticari ve sanayi sektörü olması yanında ayrıca medya sektörüne yatırım yapan sermaye gruplarının analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, medya sektöründe mülkiyet ve kontrol ilişkilerinin çok boyutlu bir yapı haline geldiği 1980-2002 yılları arasındaki 20 yıllık dönemde, neoliberal politikaların medya endüstrisi ile medya mülkiyetindeki değişimlere ne şekilde etki ettiğini ortaya çıkarmak düşüncesiyle sınırlamaya gidilmiştir. Bu veriler ışığında 2002 seçimi sonrasında yaşanan gelişmeler ve halen devam eden bir sürecin olması, sürecin ne yöne doğru evrileceğinin kestirilememesi medya üzerindeki yapılanmalar, rekabet ortamı üzerindeki etkileri ve darbe girişimi vb. toplumsal olayların sonrası yaşanan gelişmeler başlı başına bir inceleme konusu olduğundan bu çalışmanın kapsamına dahil edilmemiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

NEOLİBERALİZM VE TÜRKİYEDEKİ UYGULAMALARI

1.1. Neoliberal İktisat Politikalarının Tarihsel Arka Planı

Neoliberalizm 1980’li yıllarda ve sonrasında tüm dünyada siyasi, kültürel, sosyal ve ekonomik süreçleri ve bu süreçlere yön veren politikaları, ideolojileri ve düşünceleri tanımlamak için kullanılmış bir terim olmakla birlikte, bu terimin teorik ve düşünsel temeli çok daha önceden atılmıştır.

1929 Ekonomik krizi, Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere, tüm dünyayı etkisi altına almıştır. 1929 Krizi ile dünyanın toplam sanayi üretiminin yarıdan fazlasını oluşturan ABD’de tarihe “*Kara Perşembe*” olarak geçen bunalım sonucu, 24 Ekim 1929 tarihinde borsa çökmüş, önemli şirketler, özellikle bankalar, iflas etmiş, iflastan kurtulmayı başaran şirketlerin de hisse senetleri yarı yarıya değer kaydetmiş ve tüketim-yatırım oranlarında azalma meydana gelmiştir.

1929 yılı ve sonrası dönemde, dünya ekonomisinde yaşanan bunalım nedeniyle ekonominin toparlanamaması klasik iktisat teorilerinin tartışılmasına yol açmıştır. Klasik iktisatçılar, yaşanan ekonomik bunalım sonrasında bile SAY Yasası’nın öngördüğü “*her arz kendi talebini yaratır*” görüşünü kabul etmeleri nedeniyle bir kriz teorisi geliştirmemişlerdir (Aydın, 2013: 84). Çünkü bu teorisyenler, oluşan iktisadi dalgalanmaları geçici bir durum olarak görmüşler, krizin talep yetersizliğinden kaynaklandığını, herhangi bir müdahale olmadan piyasanın kendi dinamikleri çerçevesinde sorunların çözülebileceğini düşünmüşlerdir. Ekonomik bunalımla ilgili klasik teorilerinin yetersizliği nedeniyle, John Maynard Keynes, klasik arza dayalı liberal programlarının “*her arz kendi talebini yaratır*” (Thweatt, 2000: 86) görüşünün aksine, piyasada bir kontrol mekanizması olmadığı takdirde, arz ve talebin birbirini dengeleme özelliği bulunmadığını, talebin tespit edilip arzın buna göre belirlenmesi gerektiğini savunmuştur. Bunun anlamı planlı ve programlı bir üretim yapıldığında, arzın talebi belirlediğinde piyasada dalgalanma olmayacak, bu sayede piyasa dengesi sağlanacaktır.

Keynes’in yaklaşımına göre, tüketimin arttırılması ile büyüme arasında bir ilişki vardır. Buna göre tüketimi arttırmak için çalışanların gelirleri arttırılmalı, faizler düşürülmeli ve üreticilere ucuz kredi olanağı sağlanmalıdır. Faizlerin düşmesiyle faiz için ayrılan paranın üretime yönelecek ve bu durumda istihdam artışı gerçekleşecektir ve faiz, tasarruf ve istihdam arasında denge oluşacağından hem üretim hem de tüketim artacak, ekonomide durgunluk sona erecektir (Burun, 2017: 128).

Keynes'in, “*talebe göre arz*” politikası, üretimde planlama, tam istihdam ve refah toplumu yaratma düşüncesi, 1970'lere kadar popülerliğini korumuştur. 1970 yılından sonra, piyasaların doygunluğa ulaşması sonucu Keynesyen ekonomi modelinin işlemez hale gelmiştir. Böylece 1930'lu yıllarda terk edilen klasik iktisat teorileri yeniden canlanmaya başlamış ancak bu sefer liberalizmin önüne “neo” (Boas ve Morse, 2009: 137) ibaresi alınarak, devletin ekonomiden çekilerek uluslararası serbest piyasa ekonomisine geçilmesini öngören politikalar gündeme gelmiştir.

Liberalizmin yeniden canlanması ve neoliberal düşüncenin doğuşunda ve yayılmasında Friedrich August von Hayek'in kuruculuğunu üstlendiği “Neo-Avusturya Okulu”, İktisatçı Milton Friedman'ın temsilciliğini yaptığı “Chicago İktisat Okulu”, James Buchanan'ın liderliğindeki “Virginia Politik İktisat Okulu” düşünsel bir ortam hazırlamıştır. Bunun yanı sıra, Almanya Freiburg Okulu kökeninden gelen “Ordo Liberalleri” de neoliberalizmin gelişiminde önemli rol oynamışlardır (Ataay, 2016: 131; Aktan, 1995: 13).

Friedrich August von Hayek'in kurucusu olduğu Neo-Avusturya Okulu'nun ileri sürdüğü temel ilke “*bireycilik*”tir (Aktan ve Eroğlu, 2018: 116). Bu ilkeye göre, bireyler tercihlerini bilinçli şekilde oluştururlar; sosyal yaşam bireyin mutluluğu, özgürlüğü ve refahı için düzenlenmelidir. Toplumsal refaha ulaşmak ve bireysel özgürlüğün güvence altına alınması için, devletin düzenlemeler yapması gerekmektedir. Bununla birlikte devlet tarafından, bireysel özgürlüklerin güvence altına alınması gerekliliğinin yanında, ekonomik, mülkiyet ve sözleşme özgürlükleri de garanti edilmelidir. Ekonomide refahın sağlanması ve serbest piyasa ekonomisinde rekabetin etkin ve fonksiyonel olabilmesi için devletin geri çekilmesi, ekonomik müdahalelerde bulunmaması gerekir (Sallan Gül, 2006: 302). Burada bahsedilen, klasik iktisatçıların “*bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler*” anlayışındaki gibi, piyasaların iç işleyişine herhangi bir müdahale olmadığı takdirde, piyasa toplum açısından önemli sonuçlar doğurabilir teziyle devletin sadece ulusal güvenliği ve hukuku düzenlemesi gerektiği anlayışından farklıdır. Bireyin ve serbest piyasanın özgürlüğü için, devletin yasal düzenlemelerle aktif bir rol üstlenmesi beklenir (Hayek, 1997: 209).

Chicago İktisat Okulu'nun ve Monetarizmin öncülerinden olan Friedman, Keynesçi politikaların aksine, devletin ekonomik hayattan çekilmesi gerektiğini, sosyal refah devletinin üretim sürecinin aleyhine işlediğini ifade eder. Ona göre, devletin asli görevi, serbest piyasa ekonomisinin gelişmesi için ortam yaratmak ve oluşan rekabet ortamını yasalarla güvence altına almaktır (Aktan, 2010:174).

Neo-liberal iktisat geleneğine bağlı olan Virginia Politik İktisat Okulu “*Özel Çıkar Teorisi*” üzerine yoğunlaşmıştır (Aktan ve Yay, 2016: 84). Bu iktisat okuluna göre devlet,

ekonomide istikrar sağlamak amacıyla piyasaya ilişkin yaptığı tüm düzenlemeler yani regülasyon süreci, tamamen bazı özel grupların çıkarlarına hizmet etmekten ibarettir. Bu sebeple, devletin regülasyon uygulamaları, çoğunluğun toplumsal refahına katkı sunmamaktadır. Anayasal İktisat Teorisi'nin kurucusu James Buchanan, politik alanda ortaya çıkan özel kesimin çıkarlarını destekleyen devlet modeli yerine, sosyal ve ekonomik hayata müdahale yetkisi anayasal düzenlemelerle sınırlandırılmış bir devlet modelini öngörmüştür (Yolal, 2018: 179). Politik kaygılarla ve iktidar gücüne dayanılarak oluşturulan yasalar sınırlandırılmalı ve oluşturulacak ekonomik yasalarla devlet, bireyin hak, özgürlük ve ekonomik sorumluluklarını düzenleyecek uygulamalara gitmelidir.

1930 ile 1940 yılları arasında, Walfer Eucken ve Franz Böhm'ün öncülüğünde oluşturulan Ordo Liberalleri olarak da adlandırılan Freiburg Okulu'nun temel öğretisi, “*Ekonomik Düzen ve Politikası*” olarak tanımlanmıştır. Burada yazarlar “Serbest Piyasa Ekonomisi” kavramına bir alternatif olarak “Sosyal Piyasa Ekonomisi” kavramını kullanmışlar ve Sosyal Piyasa Ekonomisi'nin başarılı olabilmesi için, devletin düzenleyici kararlar almasını ve uygulanmasını öngörmüşlerdir. Bu açıdan bakıldığında yazarların; toplumsal düzenin sağlanması için “*sınırlı devlet*” anlayışı yerine, “*aktif-fonksiyonel-yapıcı devlet*” anlayışını benimsedikleri görülür (Aktan, 1994: 18). Burada bireysel hak ve özgürlükler garanti altına alınmış, sosyal eşitlik ilkesi gözetilmiş, devletin sosyal sorumluluk anlayışı ön plana çıkmış, devlet serbest piyasa ekonomisinin etkin şeklide işleyebilmesi için düzenlemelerde bulunma görevini üstlenmiştir.

Klasik teorilerin ilgilendiği problemlerin zaman içerisinde ortadan kalkması, ekonomik süreçlerde değişimlerin yaşanması sonucu, yapılan çalışmalarda, ekonomideki makro sorunlardan mikro sorunlara geçiş yaşanmıştır. Sanayide tekelleşmenin sendikaların ücret sistemi ile ilgili kararlarda mücadele olanaklarının artması, araştırmacıların ekonomik davranışın analizine, özellikle karar verme mekanizmalarının analizine yoğunlaşmalarına sebep olmuştur. Klasik liberalizmde ön planda olan iktisadi büyüme ve gelişme sorunu, para ve konjonktürel politikaların önemli hale gelmesi nedeniyle, arka planda kalmıştır. Batı Avrupa'da teknik gelişme hızının yükselmesi, nüfus artışının ve reel ücret hadlerinin artışı sonucu klasik teorilerde kapitalizmin içsel dinamizmi ile ekonominin kendiliğinden büyüyeceği ve bunun belirli bir doygunluk noktasına kadar devam edeceği teziyle toplum zenginleştikçe tasarrufun artacağı görüşü ve durgunluk tezi önemini kaybetmiştir. Bunun yanı sıra, nüfus artışıyla gelir artışı arasında ters bir ilişkinin olmadığı anlaşılmış ve teknik gelişmenin iktisat dışı etkenlere bağlanması sonucu, tekniğin ve girdi arzının ekonomiden bağımsız ve öngörülemez şeklide değişmesi sonucu, klasik büyüme teorileri neoklasik teoride kendilerine yer bulamamıştır.

Özellikle 19. yüzyılın sonunda, kapitalizme getirilen eleştiriler, değişen sosyal yapı ve toplumsal düzen konusunda, neoliberal iktisatçıları yeni yaklaşımlar getirmeye zorlamıştır. Yeni politikalar, toplumsal uyumun toplumu oluşturan sınıflar arası ilişkilerden kaynaklandığı düşüncesinden ayırarak “bireysel fayda üzerine” durmuşlar ve bireysel davranışları inceleme konusu yapmışlardır (Adaçay ve İslantince, 2009: 120-124).

Neoliberal teoriye göre, iktisadi insan konusu rasyonel davranan bireydir. İktisatçıların temel varsayımı olan “Homo Economicus”: *Mali kaynakları çerçevesinde refahını en iyi şekilde düzenlemeye çalışan, kendisi için en iyi olanı bilen, rasyonel davranış sergileyen insan* olarak tanımlanmıştır. Homo Economicus olarak tanımlanan bireyin, ekonomiye hakim, piyasa tercihleri konusunda rasyonel bilgiye sahip olduğu düşüncesiyle kendi beklentileri doğrultusunda hareket ettiği zaman, uzun dönemde toplumun da refahı artacaktır. Klasik ve liberal iktisat teorisine göre, bireyin özgürlüğüne yapılabilecek en büyük saldırı, onların iktisadi etkinliklerini engellemek ve mülkiyet haklarını elinden almaktır. Liberalizme göre, mülkiyet hakları, ancak serbest piyasa mekanizmasının yardımı ile korunabilirdi. Bu mülkiyet hakkı ifadesi sadece taşınır taşınmaz mallar değil ayrıca bireyin sahip olduğu emek gücünü açıklamak için de kullanılmaktadır (Birler, 2012: 299).

Yanardağ’a (2014: 25) göre, liberal ve neoliberal düşüncenin toplumsal özgürlük ve sınıfsal özgürlüklerden ziyade, bireysel özgürlüğü esas almasının altında yatan neden, kapitalist girişim özgürlüğünün ve mülkiyet hakkının savunulmasıdır. Liberalizmin savunucularının tezleri esas alındığında, ekonomik ve toplumsal eşitlik ilkesini yok sayan, tamamıyla biçimsel özgürlük anlayışının egemen olduğu, insanların ekonomik ve sosyal olarak değil, yasalar önünde eşit olduğu görülmektedir. Bahsedilen özgürlük anlayışı, sadece toplumsal eşitsizlik ve adaletsizliklerin üstünü örtmektedir.

Neoliberal görüşte, pazar mekanizması içinde kişisel hürriyetin garanti altına alınmasıyla birey, ayrıca kendi eylemlerinden ve refahından da sorumlu tutulur. Bu refah eğitim ve sağlık alanında, hatta emeklilik aylığı alana kadar devam eder. Kişilerin yaşam boyunca oluşan bireysel başarısı, *girişimcilik* yeteneğine, başarısızlığı ise *kişinin kendi sermayesini doğru şekilde değerlendirememesine* bağlanır (Harvey; 2015: 715). Gerçekte olan neoliberal sistem, davranış kodlarını kendi belirlemekte ve bireye uygun davranışın ne olduğu, bireyin nasıl davranması gerektiği konularında onu baskı altına alarak, bilinçli bir manipülasyon süreci yaratmaktadır. Sistem tarafından yeniden yaratılmış insan ve davranışı, özgürleşme vaadiyle yerleşik değerlerden kopartılarak, tamamen piyasa koşullarının gerektirdiği bir kimlik anlayışına yönlendirilmektedir (Pool, 1993: 89).

Neoliberal görüşün önemli açmazlarından birisi de “demokrasi” sorunudur. Neoliberallerin demokrasi ve özgürlük yanlısı olduklarına dair görüşlerin aksine neoliberalizmde demokrasiyle çoğunluğun yönetimi, bireysel haklar ve anayasal özgürlükler için bir tehdit unsuru olarak görülür. Demokrasi sürecinin temel ilkelerinden aktif katılımcılık, eşitlik, çoğulculuk, refah devleti unsurları, küresel dünyada ulus devletin zayıflamasına paralel olarak güç kaybına uğramıştır.

Neoliberal devlet ve demokrasi anlayışı, emek piyasasında da değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Emek piyasasındaki “esneklik” sloganı ile ülkenin içinde sermaye gruplarının birikimlerine kısıtlama getirilen her türlü toplumsal uzlaşma grupları (sendikalar, sivil toplum örgütleri vb.) ortadan kaldırılması hedeflenmiştir. Çünkü neoliberalizmin bireycilik anlayışında her türlü toplumsal hareket emekçiler de dahil, bireylerin özgürleşmesinin önünde engel oluşturmaktadır. Oluşturulan yeni politikalarındaki “daha düşük ücret, artan iş yükü, sosyal haklarının azalması ve iş güvencesinin yok edilmesi” (Harvey, 2015: 84) anlayışı, emeğin denetim altına alınması, yüksek oranda emek sömürsünün gerçekleşmesi sınıf iktidarının devamlılığının sağlanması amacıyla uygulama alanı bulmuştur.

1.2. Neoliberal İktisat Politikalarının Temel Varsayımları

1970’lerin sonuna kadar uygulanan, devletin müdahale ettiği, sanayiye dayalı kalkınma politikaları, 1980 yıllarda yerini batılı gelişmiş ülkelerin kontrolündeki kurumlar vasıtasıyla yürürlüğe giren liberal yapısal uyum programlarına bırakmıştır. Az gelişmiş ülke ekonomilerinin gelişmiş ülke ekonomilerine entegre edilmesi süreci olarak tanımlanan yapısal uyum programları, devlet kontrolündeki içe dönük kalkınma anlayışını etkisiz hale getirerek, bunun yerine, piyasa yönelimli bir ekonomik anlayışın benimsenmesidir. Yapısal uyum programlarındaki temel amaç, sanayileşip kalkınmak değil, borçların ödenmesi ve makro istikrarın sağlanmasıdır (Kırmızıaltın, 2012: 47). Önerilen politikalar aracılığıyla ihracatı arttırmaya dönük olarak, dış ticaret serbestleşirken, devalüasyonla fiyat avantajı yaratılmış, ödemeler için kısıtlamaları yapılmış ve özelleştirmeye yönelik politikalar önerilmiştir (Şenses, 2013:114).

Neoliberalizm, öncelikle bir ekonomi- politik pratikler teorisi olarak tanımlanmıştır. Bu teoriyle insan refahının artması için, güçlü mülkiyet hakları, serbest piyasa ve serbest ticaret temel alınır. Bu teoride devlet, mülkiyet haklarını güvence altına almak için ordu, savunma, emniyet ve yasal düzenlemelere başvurmalı, eğer serbest piyasanın gelişimi için koşullar mevcut değilse, devlet, yeni piyasalar yaratmalıdır. Ancak bu yeni piyasaları oluşturduktan sonra devlet, piyasaya müdahalesini en alt seviyede tutulmalıdır (Harvey, 2015: 7). Bu teoriye göre,

devlet, piyasa mekanizmasının işleyişiyle ilgili kuramsal bilgi ve donanıma sahip olmadığı için, yapacağı her müdahalede, toplumsal çıkarlara değil, ancak özel grupların çıkarlarının gelişmesine hizmet edecektir.

Boas ve Morse göre (2009:18), neoliberalizm iki önemli politikayı hedeflemektedir. Birincisi, neoliberal anlayış devleti minimal hale getirecek, kamu hizmeti anlayışını ortadan kaldıracak ve özelleştirme için uygun politikaların hazırlanmasına olanak sunacaktır. İkincisi, serbest piyasa ekonomisinin gelişimi için gereken aktörlerin bireysel çıkarlarını geliştirip, girişimcilik özelliklerini ortaya çıkaracak ve tüketici anlayışına yönelik bir yapılanmanın oluşturulması sağlanacaktır. Bu ikinci aşamada amaç, neoliberalizmin, toplumsal refahın arttırılmasına yönelik bir anlayışın varlığını iddia etmesine rağmen, toplumsal refah anlayışından kastedilen, toplumda yer alan marjinallerin ekonomik, sosyal ve siyasal alanda ezilen grupların, göçmenlerin, azınlıkların çıkarlarının aksine, girişimci ruha sahip serbest piyasa mekanizmasına uyumlu bireylerin refahını sağlamaktır.

Gambetti (2009:147), neoliberal politikaların çağın “*trend*” uygulaması olmadığını aksine, planlı/bilinçli bir şekilde oluşturulduğunu, bu dönemde, Dünya Ticaret Örgütü’nün (WTO) kurulmasını, G8 (Group of Eight) ülkelerinin katıldığı Davos Zirvesi olarak adlandırılan Dünya Ekonomik Forumu (WEF), IMF ve Dünya Bankası’nda yaşanan yapısal dönüşümün bu düşüncüyü desteklediğini ifade etmiştir. Zaten, sosyo-ekonomik açıdan neoliberalizm incelendiğinde, IMF ve Dünya Bankası gibi küresel kurumların amacının sermaye hareketlerine ve sermaye akışına engel olabilecek tüm program ve politikaları tasfiye ederek, azgelişmiş ülkelerde ekonomik reformlar uygulatarak yerel süreçlerin uluslararası boyuta taşındığını, ulusal piyasaların kontrolünü çok uluslu şirketlerin ele geçirmesine izin veren bir sistemi destekledikleri görülür.

Neoliberal politikalar çerçevesinde oluşturulan yapısal uyum düzenlemeleri, ekonominin kötüleşmesine, kültürel sosyal politikaya yönelik sorunların daha da artmasına ve toplumsal refahın azalmasına neden olmuştur. Bu neoliberal politikalarla, öncelikle devletin sadece yasa ve düzen sağlamakla görevli olması, yalnızca serbest piyasa ekonomisinin gelişmesini sağlayacak vergi politikaları, özelleştirme politikaları, gümrük vergilerinin kaldırılması, yatırım olanaklarının arttırılmasına yönelik hukuki düzenlemeleri yapması hedeflenmiştir (Özaydın, 2008: 68). Bu hukuki düzenlemeler, genel itibariye küreselleşmeden kaynaklanan zenginliğin sermaye grupları tarafından uluslararası alanda eşit ve dengeli bir şekilde paylaşılması yönünde olmalıdır. Küresel sermayenin önündeki engellerin kaldırılması, finansal sermayelerin özel sektöre devredilmesi, devletin bütünleyici rolünün yok edilmesi, uluslararası kuruluşların ve sermayenin piyasaya egemen olması, beraberinde az gelişmiş

lkelerle gelişmiş ülkeler arasında bir bağımlılık sömürü ilişkisini, yoksulluğu, gelir adaletsizliğini ve borçlanmayı getirmiş; ekonomik, sosyal ve kültürel sorunların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Görüldüğü üzere, neoliberal politikalarla ekonomik büyümeyle gelir eşitsizliğinin ortadan kalkacağı öngörüsü gerçekleşmemiştir. Tam tersine, uygulanan politikalar sonunda büyümesi beklenen ekonomi, daralmış; bölüşüm yüksek gelirli grupların lehine değiştikçe ve bu gruplar gelirden daha fazla pay almaya başladıkça, toplumun genel refah seviyesini arttırmak için yapılması beklenen kamu harcamalarına daha az destek verilmiş ve sonuç olarak, alt gelir grubunun ekonomiden aldığı pay düşmüştür (Glaeser, Scheinkman ve Schleifer, 2003: 52).

1.3. Neoliberal İktisat Politikası Türkiye’deki Uygulaması ve Sonuçları

Türkiye’de Cumhuriyet’in ilanıyla ulusal ekonominin inşa edilmeye başlandığı dönemden günümüze kadar i ve dış konjonktürden kaynaklanan ekonomik sorunların çözümü için uygulanan politikalarda önemli dönüm noktaları yaşanmıştır. Bu dönüm noktaları incelendiğinde; Türkiye ekonomisinde, 1923’te Cumhuriyet’in ilanı ve 1929 ekonomik bunalımına kadar geçen “liberal iktisat” ile başlayan, 1933 yılından sonra benimsenen devletçilik politikası, ardından İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında 1950’lerde uygulanmaya çalışılan liberal ekonomik politikaları ile devam eden, ardından 1960’lardan başlayarak 1980’ler kadar planlı kalkınma çalışmalarını ve 1980 sonrasında İthal ikameci politika krizinin yaşanması sonrasında 24 Ocak Kararları ile ihracata dayalı ekonomi politikalarının devreye sokulmasıyla günümüze kadar uygulama alanı bulan neoliberal politikalar görmektedir.

Cumhuriyetin ilanıyla birlikte izlenen temel politika; “zel girişimin desteklenmesiyle serbest piyasa şartlarında sanayileşmenin gerçekleştirilmesidir” (Karluk, 2007:212). Tarihsel süreç içerisinde 17 şubat 1923 tarihinde düzenlenen İzmir İktisat Kongresi’nde 1923-1929 yılları arasında kalkınma için uygulanacak ekonomi politikaları belirlenmiştir. 4 Mart 1923’e kadar süren kongreye; bağımsızlıkla ilgili kararlar ve kongreye katılan sanayici ve meslek grup temsilcilerinin istekleri doğrultusunda alınan kararlar hakim olmuştur. Bağımsızlıkla ilgili kararlar; a) yerli üretimin teşvik edilmesi ve lüks ithalattan kaçınılması; b) Girişimciliğin esas alınması, tekelciliğe izin verilmemesi; c) ekonomik kalkınma için kanunlara uymak şartıyla yabancı sermayeye izin verilmesi, olarak sıralanabilir. Bu kararlar incelendiğinde ilk kararla ithal ikameci bir yapının teşvik edildiği, ikinci kararla, liberal bir düşünce siteminin şekillenmesine öncülük edildiği ve üçüncü kararla gelişmiş kapitalist ülkelerle bağın koparılmak istenmediği görülür (zmc, 2008: 7).

Cumhuriyetin kurulmasıyla özel girişimciliği destekleyen liberal ekonomi politikaları uygulanmaya çalışılmış ve piyasa ekonomisinin gelişmesi için yasal düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bu dönemde ekonomik şartlar, sermaye yetersizliği, girişimci sayısının ve nitelikli işgücünün azlığı, sanayileşmede başarılı olmayı engellemiştir. Devletçilik, piyasa ekonomisinin gelişemediği az gelişmiş ülkelerde, sanayileşme ve kalkınmayı hedefleyen alternatif bir politika olmuştur (Gumbel, 1981: 198-221). Uygulanan devletçilik politikasıyla denk bütçeye dayalı bir ekonomik düzen, dış rekabete dayanıklı güçlü bir sanayileşme politikası, istikrarlı bir büyüme ve kalkınma modeli hedeflenmiştir.

Tüm dünyayı etkisi altına alan 1929 bunalımıyla birlikte oluşan ekonomik durgunluk sonucunda Türkiye, liberal politikalardan vazgeçmiş ve “*devletçi sanayileşme*” fikrini benimsemiştir. Bu dönemin en önemli gelişmeleri; devletin mali ve kredi politikasını yürütmek, iktisadi ve idari danışmanlığını yapmak üzere, 3 Ekim 1931’de Merkez Bankası’nın kurulması ve 25 Şubat 1930’da 1567 sayılı Türk Lirasını Koruma Kanunu’nun çıkarılmasıdır. Dönemin önemli gelişmelerinden biri de 1932 yılında hazırlanan I. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile sanayiye dayalı büyüme ve ticaret, sanayide yerli üretime destek veren ekonomi politikası anlayışıyla korumacı bir dış politika oluşturulmaya çalışılmıştır (Kepenek, 2005: 68).

1939 yılında II. Dünya Savaşı sonrasında, dünya ekonomisinde yaşanan ekonomik gelişmeler Türkiye’yi de etkisi altına almış; bu dönemde üretimde azalma meydana gelmiş, ithalat koşullarında değişim yaşanmış ve enflasyon yükselişe geçmiştir. Savaş yıllarında ekonominin yönlendirmesi için Milli Koruma Kanunu, Varlık Vergisi, Çiftçiyi Topraklandırma Yasası gibi düzenlemelerle, devletin bürokratik kontrolünün artması bu dönemde sermaye birikimini olumsuz etkilemiş ve geniş halk kitlelerinin yaşam standartlarında düşüşe neden olmuştur. 1939-1945 döneminde uygulanan devletçilik ilkesi sermaye çevrelerinde *müteşebbis dostu* değil, *zorba devletçilik* olarak nitelendirilmiştir (Altay, 2000: 53).

1946 yılından itibaren tek partili sistemden çok partili sisteme geçiş hem ekonomik hem de siyasal alanda ülkeyi etkilemiştir. 1946 yılında kurulan Demokrat Parti’nin (DP) ülkede çekilen ekonomik sıkıntıların ve yoksulluğun nedenini devletçi politikaya bağlaması, sermaye kesimlerinden büyük destek görmüştür. Uzun yıllar süren dışa kapalı, yerli sermayeyi korumacı bir yapıda iç pazara yönelik sanayileşmeyi destekleyen bir iktisat politikası yerine; ithalatın serbestleştiği, dış kredi ve dış sermaye bağımlılığının arttığı, sanayi yerine tarım, inşaat ve alt yapı yatırım hizmetlerine öncelik veren bir ekonomi politikası benimsenmiştir.

1950’li ve 1960’lı yıllarda Demokrat Parti ile devletin ekonomideki rolü azalmış ve özel girişimin egemen olduğu bir dönem başlamış, ancak beklenen başarı sağlanamamış, istikrarlı bir büyüme gerçekleştirilememiştir. DP’nin ilk yıllarından 1955 yılına kadar tarımda uygulanan

başarılı politikalar yerini yavaşlama eğilimine bırakmış; enflasyon, kredilerdeki artış ve dış ticarete meydana gelen güçlüklerle yükselme eğilimine girmiş ve KİT'lerin özelleştirilip ekonomik istikrar sağlanması projesi başarısızlıkla sonuçlanmıştır. 1950-1960 yılları arasındaki on yıllık süreçte “5583 Sayılı Hazinece Özel Teşebbüslere Kefalet Edilmesine ve Döviz Taahhüdünde Bulundurulmasına Dair Kanun” ve “6224 Sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu” çıkarılmasına karşın, istenen düzeyde yabancı yatırımın ülkeye girişi sağlanamamıştır (Takım, 2012: 178). Hükümet, ekonomik anlamda başarısızlıkla sonuçlanan politikaları olumlu hale çevirmek için, 4 Ağustos 1958’de istikrar paketini uygulamaya koymuştur. Bu paketle Türk Lirası yüzde 70 oranında devalüe edilmiş, KİT ürünlerine zam yapılarak KİT'lerin zararları kapatılmak istenmiş ve bankacılık sektörü kontrol altına alınmıştır. Ancak, uygulamaya sokulan istikrar paketinin başarılı olamaması nedeniyle DP, ilk başlarda önerdiği ve uygulamaya koymaya çalıştığı liberal politikalarından vazgeçmek ve kamu girişiminin önemini kabullenmek zorunda kalmıştır (Dikkaya ve Özyakışır, 2008: 120-121; Uludağ ve Arıcan, 2003: 26). Türkiye ekonomisi, 1960 yılına gelene kadar plansız ve dengesiz bir şekilde büyümüş ve sanayi sektöründeki büyüme yavaşlamıştır. Bu dönemde hazırlanan ekonomik planlar, tüm ekonomiyi kapsayıcı nitelikte olmaktan uzak, sadece kamu yatırımlarını rasyonel şekilde disiplin altına almayı amaçlamıştır (Erdal ve Dilek, 2008: 125-126).

1960’lı yıllar, planlama çerçevesinde ithal ikameci sanayileşme stratejisinin hedefleri doğrultusunda başarılı sayılabilecek uygulamaların yapıldığı, toplumsal ve siyasal alanda demokratikleşme adımlarının atılmaya başlandığı yıllar olmuştur. 1963-1980 döneminin ekonomi politikasına damga vuran “ithal ikameci sanayileşme”, iç pazarın genişlemesi ve pazarın hareketlenmesi üzerine inşa edilmiştir. İthal ikameci sanayileşme sürecinde, rekabet gücünün artması için, iç pazarın desteklenmesi, sanayi yatırımlarını teşvik etmek için, politikaların hazırlanması, gelir ve ücret politikalarıyla iç talebin güçlendirilmesi, ihracatı teşvik etmeye yönelik olarak kur politikalarının yeniden ayarlanması gibi önlemleri içeren uygulamalar mevcuttur (Kepenek ve Yentürk, 2007: 317-318).

Ekonomide ithal ikame planı iki aşamada gerçekleşmektedir (Egeli, 2001: 151-157). Birinci aşamada hedef tüketim yönelik malların ülke içerisinde üretilmesi dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerin iç piyasalarına canlılık kazandırmak ve ülkedeki satın alma gücünde bir artış sağlamak amaçlanmıştır. Bu aşamada ihracatın özendirilmesine ve gelişmesine önem verilmiş, sanayide tüketim malları ile birlikte ara mal ve yatırım mallarına yönelim sağlanmıştır. İkinci aşamada ise, dayanıklı tüketim, ara ve yatırım mallarının yurtiçinde üretilmesini teşvik etmeyi içermektedir. Bu aşamadaki ürünler birinci aşamanın farklı olarak petro-kimya ve çelik endüstrisinde kullanılan sermaye yoğun ürünlerdir. 1980’lere kadar uygulanan ithal ikameci

modelin tüketim mallarının ülkede üretilmesine yönelik uygulanan ilk aşamasında başarı elde edilmesine karşın, ikinci aşamada ara ve yatırım mallarının ikamesi için daha geniş pazar yapılarına, nitelikli işgücüne, ileri teknolojilere ve büyük sermayeye ihtiyaç duyulması, dönemin Türkiye’inde bu gelişmelerin var olmaması nedeniyle başarı sağlanamamıştır.

27 Mayıs 1960 ihtilali sonrasında hazırlanan 1961 Anayasası ile ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamak için “*Sosyal ve Ekonomik Hükümler*” başlığı altında devlete ekonomik kalkınma yapma görevi verilmiş, bu doğrultuda planlama yapmakla görevli olarak Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuştur. DPT, ithal ikameci politikaları uygulama amacıyla hazırladığı Beş Yıllık Kalkınma Planı ile dengeli bir büyüme esasıyla “*sanayiye dayalı bir büyüme*” modeli benimseyen bir plan hazırlamıştır (Kuyucuklu 1993: 199). 15 yıllık bir perspektif içinde hazırlanan 1963-1967 yılları arasında *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı* ve 1968-1972 yıllarını kapsayan *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*’nın amacı ekonomik ve siyasal bunalımlar sonucu istikrarlı büyüme ve kalkınmanın sağlanmasıdır. İlk plan incelendiğinde; yüzde yedilik büyümenin sağlanması, istihdamın artırılması, dış ödemeler dengesinin sağlıklı bir yapıya kavuşması, her alanda ülke için gerekli bilim insanlarının yetiştirilmesi, bu ilkelerin sosyal adalet ilkesiyle uyumlu olması hedeflenirken, ekonomi için uzun vadeli yapısal bir dönüşümün gerçekleşmesi planlanmıştır. İthalat yerine yerli üretim desteklenmiş, ara malların üretimi önem kazanmıştır (Toköz, 2007: 141). İkinci kalkınma planında ise, tarım sektörü başta olmak üzere, maden, imalat sanayi, inşaat alanları ve kamu kesimine yönelik kararlar alınmış, ulusal ve uluslararası alanı da kapsayan iki farklı plan hazırlanmıştır. Diğer yandan, kişi başına düşen geliri arttırmayı, bölgeler arası gelir ve istihdam dengesizliğini gidererek, yeni iş sahaları oluşturarak toplumsal refahın sağlanması amaçlanmıştır (Erdal ve Dilek, 2008: 128). Birinci planda daha çok altyapı yatırımları, istihdam sorunları ve ekonominin yeniden inşa edilmesi sürecine yer verilmiş; ikinci planda ise sanayi sektörünün ekonomik gelişmeyi yönlendirme gücünden bahsedilmiştir (Takım, 2012: 156).

Türkiye ekonomisi, 1970’lerin sonunda ekonominin dışa kapalı bir yapıda olması ve 1923’ten başlayarak 1980 yılına kadar geçen 57 yıl boyunca izlenen ithal ikameci politika sonucunda, önemli bir ödeme güçlüğü ve döviz darboğazıyla karşılaşmıştır. 1970’li yıllarda ekonomideki olumsuzlukları gidermek ve iç kaynak kullanımını etkinleştirmek için yeni vergi düzenlemeleri yapılmış, ihracatın gelişmesi için yüzde 66.6 oranında devalüasyon yapılarak Türk Lirası’nın değeri düşürülmüştür. Devalüasyon sonrasında ihracat hızlanmış, ancak petrol fiyatlarının yükselmesi sonucunda döviz ihtiyacının artması ve ithalatın karşılanması için aşırı bir borçlanmaya gidilmiştir (Erdal ve Dilek, 2008: 129). 1974 yılında petrol fiyatlarında yaşanan artışla birlikte aynı yıl Kıbrıs Barış Harekâtı sonucunda Batılı ülkelerin Türkiye’ye

yönelik ambargosu, ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiş, özellikle petrol fiyatında artış yaşanması, sanayide kullanılacak ürünlerin fiyatlarını etkilemiştir. Tüm dünyada petrol tasarrufu yapılırken Türkiye’de petrole uygulanan sübvansiyon, petrol tüketiminin artışına neden olmuştur. Büyük bir dış borç açığı gündeme gelmiş, 1970’li yılların başında 303 milyon dolar olan açık, 1974 yılı sonunda 769 milyon dolar olmuş ve rekor denilebilecek bir bütçe açığı oluşmuştur (Ekinci, 2008: 246; Kepenek, 2005: 184).

Türkiye’de uygulamaya konulan ithal ikameci ekonomi politikasının başarısız olmasında belli başlı üç gelişmeden söz edilmektedir. Birincisi, 1970’lerde yaşanan iki büyük petrol krizi (1974-1978), Türkiye’yi de etkisi altına almış ve ihracatı olumsuz etkileyerek dış açıkların büyümesine sebep olmuştur. İkincisi, dış piyasada yaşanan olumsuzlara rağmen dönemin koalisyon hükümetinin genişletici maliye politikasına devam etmesi enflasyonun artışına sebep olmuştur. Üçüncü gelişme ise, uygulanan ithal ikameci politikaların tüketim malları aşamasında başarılı olmuş, ancak yatırım malları üretiminde ithalat için gerekli döviz ihtiyacının karşılanamaması önemli bir sorun olmuştur. Bunun yanında, iç pazarda rekabetin korunması montaj sanayiinde tekelci bir sanayi yapısı oluşturulmuştur (Karluk, 2007: 223; Öniş, 1999: 460). Karluk’a göre (2007:225), Türkiye’de uygulanan ithal ikameci politika, “*negatif ithal ikamesine*” neden olmuş ve en az miktarda ithal ikame için daha yüksek oranda ihracat yapılmıştır. İthalat bağımlılığının artması, döviz sıkıntısına yol açmış, üretimde kapasite kullanımı yüzde ellinin altına düşmüştür. İthalatı arttırmak için ihracatı arttırmak paradoksu ekonomide büyük bir ödemeler dengesizliğinin oluşmasına yol açmıştır.

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda olduğu gibi, Türkiye’de de uygulanan İthal ikameci politikaların başarısız olmasıyla neoliberal iktisatçılar ve onları destekleyen siyasi çevreler, ihracata dayalı bir sanayileşme sürecinin, ülkelere dinamizm kazandıracağını ve kalkınma üzerinde olumlu etkiler sağlayacağını ileri sürmüşlerdir. İhracata dayalı sanayileşme modelinde ihracatın, büyümenin temeli olarak görülmesi, sanayi ürünlerinin ihracatında uzmanlaşmanın sağlanması ve devletin ihracatı ve yabancı sermayeyi teşvik edecek düzenlemelere ağırlık vermesidir. Bu temel hedeflerle ihracatı arttırmak için devalüasyona gidilmiş, dış pazar ve buna yönelik talebin arttırılması için iç talep kısıtlanmış, ihracatta vergi iadeleri, gümrük vergisi indirimleri ile ithalat kolaylıkları ve ihracata yönelik sübvansiyon uygulamasına gidilmiştir (Yentürk, 2008: 40; Çelebi, 1991: 33).

Türkiye Cumhuriyeti’nin, 1930’lu yıllarda uyguladığı Devletçilik politikası, 1950-1960 yıllar arasında uygulanan liberal politikalar ve 1960-1980 yılları arasında uygulanan ithal ikameci sanayileşme politikalarıyla ekonomide ve kalkınmada istikrar arayışına yönelmiştir. Ancak, 1970’li yıllarda yaşanan ekonomik krizler ve ithal ikameci sanayileşme sonucunda

yaşanan döviz darboğazı, cari açık, ödemeler dengesi ve enflasyon sorunlarıyla karşı karşıya kalınması, ekonomide yeni yapısal dönüşüm arayışlarına neden olmuştur. Bu bağlamda, çözüm olarak ihracata dayalı bir ekonomi politikasına geçilmiş ve dış ticarete büyük ölçüde liberal politikalara geçişi sağlayan 24 Ocak 1980 Kararları ile ekonomide liberalleşme sağlanmıştır.

1.3.1. 24 Ocak Kararları'nın Gerisindeki Kuramsal Düşünce

Tüm dünyada 1970'lerde yaşanan kriz, Türkiye ekonomisini de etkisi altına almıştır. Türkiye'de 1950'li yıllarda uygulamaya konulan "ithal ikameci sanayileşme" modeli 1970'lerle birlikte krize girmiş, bunun neticesinde yeni arayışlara yönelinmiştir. 1977 yılı, ekonomik krizin basit bir ödemeler dengesi krizinden öteye, tıkanıklığın yapısal bir nitelik taşıdığının anlaşıldığı, ekonomide yeni adımlar atılmasının zorunluluğu olduğu anlaşıldığı yıl olmuştur.

Türk ekonomisi bu döneme kadar, kendi kapasitesinin üstünde tüketen, yüksek enflasyon değerlerine sahip, enerji yetersizliğinin bulunduğu, büyük bir borç yükü ve dış ticaret açığının bulunduğu, yatırımların gerilediği, işçi dövizlerinde azalma olduğu ekonomik bir eğilim göstermekteydi. Bu eğilimin tersine çevrilmesi için ekonominin kendi kendine üretir hale gelmesi gerekiyordu.

1977'de iktidara gelen Ecevit hükümeti, ekonomide yapısal değişikliği amaçlayan birtakım düzenlemeler yapmıştır. İhracatın özendirilmesi için bürokratik formaliteler kaldırılmış, kredi kolaylıkları sağlanmış; gümrükle ilgili düzenlemelerle sanayi ürünlerinin ihracatı özendirilmiştir. Bunun yanında enflasyonla mücadele için KİT açıklarının Merkez Bankası tarafından karşılanması kararlaştırılmış, yarım kalan özel sektör yatırımlarının tamamlanması için destek verilmiş, sanayicilerin lehine olacak şekilde ithalat rejiminde bazı düzenlemeler getirilmiştir (Başkaya, 1986: 184). Bu dönemde ekonomiyi ayakta tutabilmek için gerekli dış kredinin bulunması ve vadesi gelmiş borçların ertelenmesi gerekmektedir. Borçların ertelenebilmesi ve yeni kredi olanaklarının yaratılabilmesi için, IMF'nin önerdiği, emisyon hacminin daralması, tarım ürünleri destekleme alımından vazgeçilmesi, cari harcamaların kısılması, maaş ve ücretlerin belirli oranda tutulması, KİT ürünlerine zam yapılması vb. gibi önlemlerin alınması gerekli görülmüştür.

Dönemin hükümetinin IMF'ye 1979 yılında verdiği niyet mektubunda; Türk ekonomisinin serbest piyasa ekonomisi için daha efektif hale getirilmesi ve enflasyonun yükselişinin önlenmesi için sıkı bir para politikası uygulanacağından bahsedilmiştir. Bu çerçevede KİT, akaryakıt fiyatları, tarım ürünlerine yönelik uygulanan taban fiyatlarının enflasyon oranında yeniden ayarlanması, faiz oranlarının yükseltilmesi, döviz kurunun rekabet gücü sağlayabilecek şekilde sürekli güncellenmesi gibi konularda IMF'ye güvence verilmiştir.

Bunun yanı sıra ekonomide dış yardım sağlanabilecek şekilde liberalizasyona gidilmesi ve ekonomik paket uygulanırken, önlemler konusunda sürekli IMF'nin danışmanlığına başvurulacağı konusu dile getirilmiştir (Kazgan,1985: 386-387).

1 Mart 1978'den itibaren IMF'nin istekleri doğrultusunda önlemler alınmaya başlandığı dönemde Türkiye Cumhuriyeti tarihinin beşinci büyük devalüasyonu yaşanmıştır. Türk Lirası yaklaşık yüzde 32.5 oranında devalüe edilmiştir. Devalüasyon kararının açıklanmasının ardından zamlar birbirini izlemiş, ihracat vergisi düşürülmüş, düşük kalkınma hızı belirlenmiş ve faiz hadleri yükseltilmiştir. Ekonomiyi canlandırmak için alınan tüm bu önlemlerden başarılı sonuçlar elde edilememiştir (Sönmez, 1998: 478-483). O dönemde enflasyon oranı yüzde 63.9'a yükselmiş, ülkedeki işsizlik oranı yüzde 20'lere yaklaşmış (Ekinci, 2008: 246), Merkez Bankası etkinliğini yitirmiş, gelir dağılımı ücretliler ve sabit gelirliler aleyhine bozulmuş, yer altı ekonomisinin önem kazanmasıyla karaborsacılık faaliyetleri başlamıştır. Bu dönemde ekonomik krizi derinleştiren önemli nedenlerden birisi de siyasi alanda yaşanan krizdir. 1977'den sonra kurulan hükümetlerin zayıf nitelikte olması parlamentoyu da etkisiz hale getirmiştir. Yaşanan terör olayları da ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiştir.

Başkaya (1986: 187), 1977'den 1980'e kadar uygulanan krizi engellemeye yönelik politika arayışında başarılı olunmamasını üç nedene bağlamaktadır. Birinci neden, siyasi alanda yaşanan istikrarsızlıktır. Gerek ikinci Milliyetçi Cephe (MC) hükümetinin gerekse Ecevit hükümetinin parlamentodaki güç dağılımından kaynaklanan zayıf yapıları, hem siyasal istikrarın sağlanmasını hem de ekonomik tedbirlerin alınmasını zorlaştırmıştır. Nitekim iktidarın, kriz koşullarında uygulanabilecek “*alternatif politikaya*” ne “*kuramsal*” ne de “*politik*” bakımından hazır olmadığı görülmüştür. İkinci neden, alınan, krizi çözmeye yönelik önlemlerin iç tutarlılıktan yoksun olmasıdır. Gecikmeler, kopukluklar, zamanlama hataları nedeniyle kararlar arasındaki tamamlayıcılık ilkesi bozulmuştur. Bununla birlikte, demokratik ortamda başarı şansı olmayan kararların alınması, ücretlerin düşürülmesi, destekleme alımlarının durdurulması, ekonomide rasyonalizasyon amacı taşıyan önlemler, örneğin vergi vermeyen ya da az vergi veren kesimlerden vergi almaya yönelik düzenlemeler, nitelikleri gereği, konu olan kesimlerin büyük tepkisine yol açmıştır. Üçüncü neden ise, dünyada yaşanan olumsuzluklardır. Türkiye'nin ihtiyacı olan zorunlu dış kredilerin bürokratik engellere takılması nedeniyle sürekli olarak gecikmesi, sanayinin ithalat gereksinimini karşılamaması, atıl kapasitede düşük üretim, yükselen fiyatlar ve enflasyon artışı, ekonomik krizin tersine çevrilmesini engellemiştir.

1979 yılının sonlarına doğru ekonomik durgunluk ve yaşanan bunalım geniş halk kitlelerini ve sermaye çevrelerini olumsuz etkilemiştir. Özellikle kentli emekçi kitleler, temel

tüketim mallarında fiyat denetimlerinin sınırlı kalması, yasa dışı stokçuluk, karaborsacılık gibi faaliyetler karşısında bunalmış, sendikalı işçi sınıfı daha önce hiç karşılaşmadığı kadar artan enflasyon hızında reel gelirlerini korumak için sendikal mücadelelere girişmişlerdi. 1977 seçimlerinde kendilerine sunulan destekleme fiyatları ile rahatlayan köylü/çiftçi emekçiler ise krizde enflasyonun yüksekliği karşısında savunmasız kalmışlardır (Boratav, 2011: 145). 1970'den itibaren ülkeye hakim olan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık nedeniyle sermaye grupları için gerekli güven ortamının sağlanması amacıyla ekonomik istikrar kararlarından yana tavır alınmış ve ekonominin yeniden yapılanması için çalışmalar yapılmıştır. Ancak 1978-1979 yıllarına doğru sermaye grupları iç pazara dayanan birikimin yeniden üretim koşullarını yerine getiremeyeceği; bu nedenle dışa dönük bir sermaye birikiminin savunulması düşüncesiyle dönemin hükümetine karşı kampanyalar başlatmışlardır (Arat, 1991: 138-140).

Buğra (1997: 205) sermaye sınıfının önceleri hükümete destek verirken, sonrasında onun karşında yer almasının altındaki nedenleri şöyle açıklamıştır: Bülent Ecevit'in sosyal demokrat değil, tamamiyle popülist bir politika izlemiş olması, IMF'nin önermiş olduğu istikrar programına uymadaki kararsız tavrı ve hükümetin, işçi hareketlerinin radikalleşmesi sürecini önleyememesidir.

Siyasal, toplumsal ve ekonomik alanda yaşanan krizin ardından halkın ve sermaye gruplarının desteğinden yoksun kalan CHP hükümeti, 1979 yılında yapılan ara seçimlerinde AP'ye karşı kaybetmesiyle Ecevit iktidarının sonu gelmiştir. Sermaye grupları, ekonomik krizin CHP hükümetinin aşırı müdahaleci yapısından kaynaklandığını; krizi önlemenin daha fazla üretimin yapılması ve ülkede istikrarın sağlanması için rekabet içerisinde bulunan birey, grup ve özel teşebbüslerin teşvik edilmesinden ve desteklenmesinden geçtiğini belirtmişlerdir (Güzelsarı ve Aydın, 2010: 54). Bu nedenle, sermaye gruplarının Süleyman Demirel hükümetini desteklemelerinin nedeni olarak ithal ikameci sanayileşme modeli yerine ihracata yönelik sanayileşme modeline geçiş vaatmesi, piyasa mekanizmasına ağırlık veren, dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi öngörmesi ve bu süreçte devlet müdahalesinin en aza indirme politikaları etkili olmuştur. Sermaye gruplarının yeni hükümeti desteklemelerinin diğer nedenleri de esnek döviz kuru, fiyatların kontrolü, dış ticaretin liberalizasyonunun sağlanması, yabancı yatırımların arttırılmasına yönelik ekonomik paketlerin varlığıdır (Buğra, 1997: 206).

1979 yılında Başbakan Süleyman Demirel, Başbakanlık Müsteşarı olan Turgut Özal'ı yeni bir ekonomik istikrar programı hazırlaması için görevlendirdi. Özal'ın müsteşarlığa getirilmesinde; MESS (Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası) ve Sabancı Holding'in yöneticisi olduğu dönemde ülke içi sermaye ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlarla bağlantılarının olması, ayrıca DPT'de çalıştığı dönemde sermayenin özel teşviklerden

yararlanması konusunda desteği nedeniyle sermaye çevrelerinin güvenini kazanması etkili olmuştur (Güzelsarı ve Aydın, 2010: 55). Turgut Özal'ın gözetiminde IMF'nin yönlendirmesiyle kısa sürede hazırlanan program kamuoyuna 24 Ocak 1980 tarihinde açıklanmıştır. 24 Ocak Kararları, 1990'lı yıllara kadar ekonomiye damgasını vuran ve uygulandığı süre içerisinde yeni düzenlemelerin eklenmesiyle genişleyen bir iktisat politikasıdır. Kararların temel amacı, ekonominin dışa açılması, ekonomide kamu kesimin daraltılması, ekonomide devlet müdahalesinin en aza indirilmesi, özel sermaye kesimlerinin desteklenmesi, serbest piyasa mekanizmalarının işleminin sağlanmasıdır.

Yukarıda sayılan amaçlarla tasarlanan önlemler şu şekilde sıralanmaktadır (Çavdar, 1992: 228):

- Çifte kurun ekonomide yarattığı olumsuzlukların giderilmesi için, büyük oranda devalüasyona gidilmesi ve sonrasında kurların serbest piyasa koşullarına uygun olarak Merkez Bankası tarafından günlük olarak belirlenmesi,
- İhracata dayalı sanayileşmenin önünün açılması ve sürekli desteklenmesi,
- Kamuda üretilen temel mallarda sübvansiyonların azaltılması ya da kaldırılması,
- Faizlerin devlet yerine serbest piyasa koşulları tarafından belirlenmesi,
- Üretilen malların fiyatı konusunda yapılan denetimlerinin kaldırılması ve fiyatların arz ve talebe göre belirlenmesi,
- Yabancı sermayenin teşvik edilmesi için yeni politikaların oluşturulması ve devletin yönetimindeki belirli üretim alanlarının yerli ve yabancı sermayeye aktarılmasıdır.

Bu kararlarla, devletin ekonomiye müdahalesinin en aza indirilmesi ve yabancı sermayeye dayalı bir büyümenin gerçekleşmesini öngörülmüştür. Bu öngörü; Adam Smith'in "görünmez el" yardımıyla kişisel çıkarlarının peşinde koşan bireylerin engellenmemesi durumunda tüm toplumun çıkarları doğrultusunda hareket edecekleri ve bu görünmez elin devlet dışında rekabetçi koşullarda işleyen piyasa mekanizması olduğu görüşüne dayanmaktadır (Adaçay ve İslantice, 2009: 52). Ancak değişen yer ve koşullar altında devlet müdahalesinin azaltılması gerek ulusal gerekse uluslararası boyutta oldukça sınırlı olduğu, az gelişmiş ülkelerin aleyhinde bir karar olduğuda gözlemlenmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ya da az gelişmiş ülkelerde "görünmez gizli el" söz konusu ülkelerde bilgi yönetim alt yapısının gelişmemiş olması, teknolojinin yetersizliği, piyasa mekanizmasının tamamlanmamış olması nedeniyle olumsuz sonuçlar doğurmuştur (Stiglitz, 2006: 95).

24 Ocak Kararları, yabancı sermaye yatırımları için özendirici bir nitelik taşımaktadır. 25.1.1980 tarihinde yürürlüğe giren 8/168 sayılı "*Yabancı Sermaye Çerçeve Kararnamesi*" ile Yabancı Sermaye Dairesi kurulmuş; Başbakanlığa bağlı olan bu daire daha sonra Devlet

Planlama Teşkilatı bünyesinde faaliyet göstermiştir. 1980 yılından itibaren, uygulamada olan çerçeve kararları 1986 ve 1992 yıllarında iki kez değişime uğramıştır. Bu düzenlemelerle yabancı yatırımların özel imtiyaz ve tekelleşme eğilimi kaydetmemek koşuluyla Türk özel sektörünün her alanında, her türlü mal ve hizmet üretimine yönelik faaliyetlerde bulunma serbestisi tanınmıştır¹. Bu kararların devamı niteliğinde olan 1983 yılındaki 20 Sayılı Karar ve 1984 yılındaki 30 Sayılı Karar ile ülke içindeki yabancı sermayenin faaliyet alanları genişletilmiş, “*Türkiye dışında yerleşik bulunan kişilerin Türkiye’de yatırım yapmaları, ticari faaliyetlerde bulunmaları, şube açmaları, büro, şube ve acente kurmaları ve yerli ve yabancı şirketlerin birlikte ortaklık kurmaları*” kolaylaştırılmıştır (Tekinalp, 1984: 39). 24 Ocak Kararları ile birlikte, 1980 sonrasında yabancı sermaye girişindeki artış en fazla turizm ve bankacılık gibi hizmet sektörlerinde olmuştur (Çavdar, 1992: 228).

24 Ocak Kararları’nın ana unsurları incelendiğinde, bu kararların “*gerçekçi bir döviz kuru ve faiz politikası, dış ticaretin serbestleşmesi ve finansal serbestleşme*” üzerine kurulduğu görülür. Bu çerçevede gerçekçi döviz kuru ile ihracatı arttırıp, ithalatı azaltarak ödemeler dengesi açığını kapamak için, ekonomi yeniden canlandırılmak istenmiştir. 1980 öncesi döviz kurunun aşırı değerlenmesi sonucunda, öncelikle hükümet düşük oranlarda devalüasyonlar yapmış; devalüasyonlar, 1981 yılında Merkez Bankası’nın döviz kurunu günlük olarak belirlemeye başlayana kadar, devam etmiştir. Sonrasında Mayıs 1981’de dalgalı kur uygulamasına geçilmiş ve kurlar günlük olarak belirlenmeye başlanmıştır (Günel, 2007:354). Dönemin hükümeti, kamu açıklarının varlığı ve dış borç yükü nedeniyle enflasyonun artmasını engellemek için kısıtlayıcı para politikaları uygulamış ve faiz oranlarını serbest bırakmıştır.

Dönemin önemli gelişmelerin birisi de, finansal liberalleşme ile “*Temmuz Bankacılığı*” olarak nitelendirilen ve 1 Temmuz 1980’de kredi ve mevduat faizlerinin serbest bırakılmasını ve bankalara mevduat sertifikası çıkarması için izin verilmesiyle mevduat ve kredi faizleri hızla yükselmesidir (Kale ve Eken, 2017: 15). Büyük bankaların kendi aralarında yaptıkları centilmenlik anlaşmaları ve enflasyonist etkiler sonucu, bankaların mevduata verdikleri faiz oranlarının düşük olması, alternatif mali araçların yokluğu nedeniyle küçük bankaların mevduat sertifikalarını bankerlere satmaları; dönemin yaygın uygulaması haline gelmiştir. Bankerler, bankalardan satın aldıkları mevduat sertifikalarını, kendi borç senetleriyle birlikte halka satmışlar ve halka yüksek faizle kredi kullandırmışlardır. Bankerler arasında yaşanan faiz savaşları, borçlanma yoluyla alınan paranın faizini ödemek için daha yüksek faizle tekrar borçlanmasıyla 1982 yılında “*banker krizi*” olarak bilinen finansal krizi ortaya çıkartmıştır (Baykal, 2007:34). 1982 yılı ortalarında banker krizinin yaşanmasıyla faizlerin serbestçe

¹ www.sbb.gov.tr

belirlenmesine yönelik liberalizasyon denemeleri başarısızlıkla sonuçlanmış ve bankaların mevduata verdikleri faiz oranları, tekrar Merkez Bankası tarafından belirlenmeye başlanmıştır.

Borataş'a göre (2011: 147-148), "alternatifi olmadığı" iddia edilen ve büyük ideolojik kampanya ile kamuoyuna sunulan neoliberal politikaları destekleyen 24 Ocak Kararları, ne Türkiye ne de dünya bakımından orijinal değildir. Bu kararlar, 1970'li yıllarda IMF'nin dış tıkanma süreci yaşayan az gelişmiş ülke ekonomilerinin gelişmiş ülke ekonomilerine entegre edilmesini amaçlayan, Dünya Bankası tarafından geliştirilen, tipik bir yasal uyum paketidir. Bunun yanı sıra küresel düzlemde gerçekleşen neoliberal yapılandırma programına Türkiye'nin eklemlenmesini sağlayan bu kararlarla ilgili üç gözlem yapmak mümkündür. Birincisi, kararlarda yer alan "devalüasyon", "KİT zamları" ve "fiyat denetimlerinin kaldırılması" gibi ekonomiyi tedavi edeceği öngörülen öneriler, IMF'nin Türkiye Cumhuriyeti'nden istediği nicel boyutları fazlası ile aşmıştır. İkinci olarak, bu kararlar sadece istikrar programı niteliği taşımamakta, aynı zamanda uluslararası sermayenin Dünya Bankası aracılığıyla pazarlanmaya çalışıldığı ve piyasa serbestisi ile uluslararası ve yerli sermayenin emeğe karşı güçlendirilmesi gibi iki stratejik hedef doğrultusunda oluşan "yapısal uyum" perspektifi taşımaktaydı. Üçüncü olarak, Süleyman Demirel hükümeti bu istikrar programını Özal'ın ve yakın sermaye çevresinin istekleri doğrultusunda "emek karşıtı" bir şekilde uygulayabilmenin ve geliştirmenin araçlarından yoksundu. 12 Eylül 1980 askeri darbesi, 24 Ocak Kararları'nın uygulamaya konulması için, idari zeminin kurulmasının önündeki engelleri ortadan kaldırdı. Bu kararlar, ancak 12 Eylül gibi "*demir yumrukla*" uygulanabilirdi. 12 Eylül darbesiyle emek örgütleri başta olmak üzere, mesleki kuruluşlar, dernekler, partiler kapatıldı; yasama-yürütme-yargı yetkisi denetimden uzak bir şekilde askeri yönetime verildi. ABD'nin, ve Avrupa Birliği'nin desteğini alan Milli Güvenlik Konseyi'nin (MGK) her kararı yasa sayıldı (Aydoğan, 2018: 182). 24 Ocak 1980'den bu yana uygulamaya konulan istikrar paketlerinin amacı, enflasyonun düşürülmesi, ihracatın azaltılması, ödemeler dengesinin düzenlenmesi, iç tasarruflarda artışın sağlanması, yabancı sermaye girişinin hızlanması, piyasa ekonomisinin düzenli işlemesi, tekelci yapının kurulması ve sonunda da ekonomide sağlıklı bir yapının oluşmasıdır. Başkaya'ya (1986: 260-265) göre, 24 Ocak Kararları'nın amacı ekonominin dışa açılmasını sağlamak ve iç pazara dönük sanayi yapısını dışa açmaktır ancak bu kararlar, 1958, 1970 ve 1978 istikrar paketlerinden farklı bir özellik taşımamaktadır.

24 Ocak Kararları ile beklenen enflasyonla mücadele için monetaristlerin ileri sürdüğü gibi sıkı bir para ve maliye politikası uygulamak mümkün olamamıştır. Türkiye'de gelişmiş bir menkul değerler piyasası olmadığı gibi, bankalar sistemi dışında parayı ikame eden araçların olmaması da bu politikayı engellemiştir. Türkiye gibi, gelir adaletsizliklerinin yüksek olduğu

bir ülkede, sadece para politikasıyla enflasyonu aşağıya çekmek ve iç tüketimi kısıtlayan politikaların uygulanması mümkün görülmemektedir. Bu programın amacı, yapısal değişiklik olduğu halde, program değişiklik için gerekli yapısal reformları içermemektedir. Örneğin, ihracatın artması kararlaştırılmış, ancak buna nasıl ulaşılabileceği, hangi önemlerin alınabileceği gibi bir karardan bahsedilmemiştir. İhracaat artışında gerekli olan sanayileşme ve ileri teknoloji gibi konulara önem verilmemiş; bazı teşvik ve sübvansiyonlarla sorunun çözülebileceği zannedilmiştir. Diğer yandan, devletin ekonomiye müdahalesinin azaldığında oluşan boşluğu yabancı sermayenin dolduracağı düşüncesi, uygulamada pek de başarılı olmamıştır. Yabancı sermayenin geliş amacı her zaman geldiği ülkeyi kalkındırmak değil, kar elde etmek ve bu karları kendi ülkesine transfer etmek olabilir. Bu yüzden, yabancı sermayenin kar etme arzusuyla geldiği ülkenin kalkınması arasında bir bağ bulunmayabilir. Dönemin politikaları incelendiğinde, yabancı sermayeye yönelik politikaların amacına ulaşmadığı görülmektedir. Mevcut kararların başarılı olamamasının diğer bir nedeni de, Türk ekonomisinde tekellerin varlığıdır. Piyasa ekonomisinin işleyebilmesi için serbest koşulların varlığı gereklidir. Az sayıdaki firmalarla bu koşulların sağlanması söz konusu değildir. Özellikle Türkiye’de sanayi, bankacılık, sigortacılık, ithalat ihracat, medya vb. her alanda faaliyet gösteren holdinglerin varlığı söz konusudur. Son dönemlerde holding yöneticilerinin devlet kademelerinde yer alması ya da hükümet üyeleriyle yakın ilişkileri, ekonomi politikalarının işleyişini ve biçimlendirilmesini etkilemektedir. Tekelleşmenin yüksek olduğu ülkelerde, serbest piyasa ekonomisini ne olursa olsun savunmak toplumda orta/küçük işletmeleri ve geniş halk kitlerini olumsuz etkilemiştir.

Sonuç olarak; 1980’li yıllar ve sonrası hazırlanan plan ve programlarda sanayileşme ve ihracata dayalı kalkınma modeli esas alınmış, sanayileşmede özel girişimciliğe destek verilmiş, bazı üretim alanlarında devlet tekeli kaldırılmış, verimsiz görülen ya da gösterilen KİT’lerin özelleştirilmesi gündeme getirilmiş, Türk ekonomisinin dışa açılması için mevcut sanayileri tam kapasite çalıştırmak için bir dizi reformlar hayata geçirilmiştir.

1.3.2. 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül Askeri Darbesi

12 Eylül 1980’de gerçekleştirilen askeri darbe, 24 Ocak Kararları ile ülkede küresel güçler tarafından oluşturulan neoliberal politikaların uygulanabilmesi ve devamlılığının sağlanmasını ve ayrıca ülkede belirli siyasi, hukuki ve ekonomik düzenlemelerinin gündeme getirilmesi için bir teminat olmuştur. Bu süreçte, ülkedeki medya yapılanmasına etki eden faktörlerin daha iyi anlaşılabilmesi için, 12 Eylül darbesi hakkında kısa bir bilgi vermek yerinde olacaktır.

Türkiye Cumhuriyeti'nde 1980 yılı, ekonomik, siyasal ve toplumsal yaşamın her alanında önemli bir kırılma noktası olmuştur. Türk Silahlı Kuvvetleri, 12 Eylül 1980 günü ülke yönetimine el koymuş, anayasayı uygulamadan kaldırmış, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ni feshetmiş, siyasi partilerin faaliyetlerini durdurmuş ve milletvekillerinin dokunulmazlıklarını kaldırmıştır. Askeri darbenin gerekçesi, 12 Eylül öncesi ülkede varolan kargaşa/anarşi durumuna son vermek ve 1961 Anayasa'nın getirmiş olduğu "aşırı" özgürlüklerin olumsuz sonuçlarını ortadan kaldırmak olarak ifade edilmiştir (Akşin, 2020: 275). Tanör'e (2000: 26) göre, 12 Eylül ve sonrasında üç yıl sürecek olan askeri yönetimin işlevi; ülkede eksik olan can güvenliğini sağlamak, sol ideolojiye ve emekçi kesime sınır getirerek ekonomik, sosyal hayatı işverenler lehine düzenlemektir. 12 Eylül 1980'de "Bayrak Harekâtı" olarak tanımlanan müdahale ile Türk Silahlı Kuvvetleri yönetime el koymuş, emir komuta zinciri içerisinde, toplumun hiçbir kesiminden direniş göstermeksizin amacına ulaşmıştır. 12 Eylül'ü hazırlayan ve gerçekleştiren komuta kademesi kendilerini Milli Güvenlik Konseyi (MGK) olarak tanımlamışlar ve aynı günün sabahı saat 04:00'da topluma ilk mesajlarını TRT aracılığı ile duyurmuş ve ardından beş bildiri daha yayınlamışlardır. Dönemin Genelkurmay Başkanı Kenan Evren, okuduğu ilk bildiride yönetime el koyulması sürecini şu şeklide açıklamıştır:

"Devletin varlığına, rejimine ve bağımsızlığına yönelik saldırılar yoğunluk kazanmıştır. Buna karşılık devlet organları ve anayasal kuruluşlar işlemez duruma getirilmiştir. İrticai faaliyetler ve sapık ideolojiler devlet kuruluşlarını, işçi örgütlerini ve siyasi partileri etkileri altına alarak ülkeyi iş savaşı eşliğine getirmişlerdir. TSK, İç Hizmetler Kanunu'nun verdiği Türkiye Cumhuriyeti'ni kollama ve koruma görevini Türk milleti adına yerine getirmek için emir ve komuta zinciri içerisinde ülke yönetimine tümüyle el koymuştur. Harekâtın amacı, ülkenin bütünlüğünü devletin otoritesini yeniden sağlamak demokratik düzenin işlemesine engel olan nedenleri ortadan kaldırmaktır. Parlamento ve hükümet fesih edilmiş milletvekillerinin dokunulmazlıkları kaldırılmış bütün yurttaki sıkıyönetim ilan edilmiş, yurt dışına çıkışlar yasaklanmış, ikinci bir emre kadar sokağa çıkma yasağı ilan edilmiştir" (Tanör, 2000: 27-28).

Aynı gün saat 13.00'da Kenan Evren, yine TRT'de müdahalenin amaçlarını ve gerekçelerini ayrıntılı olarak şu şekilde açıklamıştır:

"Anarşi, terör ve bölücülük karşısında partiler ve milletvekilleri seyirci kalmış, iktidar partizanca davranış sergilemiş, siyasi partiler yıkıcı ve bölücü kesimleri kışkırtmış ve anayasal kuruluşlarla devletin parçalanmasına zemin hazırlanmıştır. TSK'nın daha önce gidişat hakkında yaptığı uyarıları hükümet, partiler ve milletvekilleri dikkate almamış, siyasi çıkarlar yüzünden Cumhurbaşkanı seçimi sekiz ay yapılamamıştır. 12 Eylül harekâtı devletin bekasını korumak için yapılmıştır, bu süreçte MGK yasama yürütme yetkilerini kullanmıştır Yürütme sorumluluğunu en kısa zamanda Bakanlar Kurulu'na bırakacaktır. Yeni bir anayasa hazırlanacak, siyasi partiler kanunu ve düzenlemeler tamamlandıktan sonra ülkede seçime gidilecektir. Bu dönemde her türlü siyasal faaliyet durdurulmuştur. Parti üyeleri siyasal faaliyetlerinden dolayı suçlanmayacak, yeni yönetime uyum sağladıkları sürece varlıklarını devam ettirebileceklerdir. AP, CHP, MSP Genel Başkanları can güvenlikleri sağlanması amacıyla belirli bir yerde ikamet edecekler. Durum elverişli olduğunda serbest bırakılacaklardır" (Arcayürek, 1986: 381).

12 Eylül darbesiyle Süleyman Demirel tarafından kurulan altıncı hükümet ve Türkiye Büyük Millet Meclisi feshedilmiş, sendika ve derneklerin faaliyetleri durdurulmuş ve sıkıyönetim ilan edilmiştir. 12 Eylül 1980 darbesinin ardından partilerin lağvedilmesiyle birlikte, parti liderleri de önce askeri üslerde gözetim altında tutulmuş ve ardından yargılanmıştır. Darbe yönetimi döneminde resmi rakamlara göre 650 bin kişi gözaltına alınmış, 1 milyon 683 bin kişi fişlenmiş, 14 kişi cezaevlerindeki açlık grevlerinde ölmüş, 171 kişi sorgularda ve cezaevi işkencelerinde can vermiş, 49 kişi idam edilmiştir (Birgün, 10.05.2015).

12 Eylül sabahında uygulamaya konulan eylemi Aydoğan (2018: 81), sanılanın aksine terör olayları sonucunda yaşanması zorunlu bir süreç değil; ülkeyi küresel sermaye çevrelerine ve bu çevrelerin sınırsız nitelikte olan isteklerine cevap verilen bir başlangıç olarak görmektedir. 12 Eylül 1980 darbesi gerçekte Türkiye ekonomisine, siyasetine, aydınlarına, ulusal bağımsızlığına karşı yapılmış ve bu darbeye öncesinde hazırlanan 24 Ocak Kararları'nın uygulanabilmesine aydınların tepki gösteremez hale getirilmesi amaçlanmıştır. Cumhuriyet'in kurulmasıyla oluşturulan ulus-devlet yapısı, bu yapıya yön veren yönetim anlayışı, iç ve dış politikalarda bağımsızlık, sosyal devlet anlayışı ve ulusal hakları koruma isteği tümüyle yok edilmiştir.

Askerilerin ülke yönetimine el koyması sonrasında en kısa sürede tekrar demokrasiye döneceğinin açıklanması, aslında demokrasiyi de darbecilerin kendilerinin belirleyeceğine yönelik birtakım göstergeleri beraberinde getirmiştir. Bunun en belirgin göstergesi, 1982 Anayasası referandumunun Cumhurbaşkanlığı seçimi ile birleştirilmesidir (Toker, 2007: 40). 7 Kasım 1982'deki referandum sonucunda yüzde 91.37 evet oyu ile anayasa kabul edilmiş, anayasanın geçici birinci maddesi uyarınca, adaysız ve seçimsiz bir yönetim anlayışı ile Kenan Evren Cumhurbaşkanı olmuştur. 1983 yılında yapılan genel seçimlerde Turgut Özal'ın seçilmesinden sonra yeni meclis, 24 Kasım'da toplanmış ve askeri rejim 6 Aralık 1983 tarihinde sona ermiş, meclis tekrar sivil iktidarın yönetimine geçmiştir (Dursun, 2001: 171).

Türkiye tarihinde önemli kırılma noktalarından birisi olan 12 Eylül 1980 darbesi iktisadi, siyasi ve toplumsal alanda antidemokratik uygulamaların yaşandığı bir dönem olmuştur. İthal ikameci sanayileşme modelinin içine girdiği krizi çözmek için, Dünya Bankası ve IMF direktifleriyle planlanan 24 Ocak Kararları ile Türkiye ekonomisinde yapısal olarak bir dönüşüm gerçekleştirilmiş, bu dönüşümün birkaç ay sonrasında gerçekleştirilen askeri darbeye bu politikalar güvence altına alınmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

NEOLİBERAL POLİTİKALARIN TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Bu bölümde, 1980-2002 yılları arasında neoliberal politikalar çerçevesinde medyadaki mülkiyet/sahiplik alanında yaşanan dönüşüm ve bu dönüşümün siyasal, toplumsal ve kültürel alandaki etkileri incelenmiştir. Bunu yapabilmek için, 1980 öncesi medyanın genel görünümü ve dönemin mülkiyet/sahiplik ilişkisinin incelenmesi Türk medyasının gelişimini sağlıklı değerlendirmek açısından gereklidir. Bu düşünceden hareketle “1980 öncesi medyanın genel görünümü” başlığı altında Osmanlı Dönemi’ndeki azınlıkların çıkardığı gazeteden başlayarak 1980’li yıllara kadar yaklaşık 150 yıllık süreçte yaşanan değişim süreci özetlenmiştir.

2.1. 1980 Öncesi Medyanın Genel Görünümü

Osmanlı İmparatorluğu’nun 19. yüzyıldan itibaren Avrupa kapitalizmine entegre olmak için giriştiği reform sürecinde basın, reformu taşıradaki bürokrasiye duyurmak için ortaya çıkmıştır. Nitekim imparatorluğun yıkılışına kadar 22 farklı dilde, 1746 gazete ve derginin (Eraslan, 2009: 5) yayımlanması o dönemde yabancı dilde basının ne denli güçlü olduğunun göstergesidir. Dış güçlerin oluşturduğu basın, Avrupa’nın her alanda ilerleme sürecine girdiği, Osmanlı’nın ise gücünü kaybettiği ortamda, siyasal bir mücadele alanı haline gelmiştir. Toplumsal hayatın bir gereksinimi olmaktan öte, Batı kapitalizminin yarattığı ve onun gelişimine katkıda bulunan araç olarak öne çıkan basın, dönemin siyasi erkinin baskı ve denetiminden etkilenmiştir.

Bu koşullar içerisinde Türkiye’de yayımlanan ilk gazete, 1795 yılında İstanbul’da Fransız büyükelçiliği tarafından Fransız devriminin amaçlarını Osmanlı ülkesindeki Fransızlara ve Türklere anlatmak amacıyla yayımlanan *Bulletin de Nouvelles* isimli gazetedir. Sonrasında 1828’de Kavalalı Mehmet Ali Paşa’nın yayımlattığı *Vakayi-i Mısriye*, 1830 yılında yayımlanan *Vekayi-i Giridiye* ve 1831 yılında II. Mahmud’un çabalarıyla yayımlanan imparatorluğun ilk resmi gazetesi niteliğinde olan *Takvim-i Vekayi*, Osmanlı topraklarında yayımlanan ilk Türkçe gazetelerdir. 1840 yılında William Churchill isimli bir İngilizin girişimiyle yayımlanmaya başlanan *Ceride-i Havadis* gazetesi de bu dönemde devletten aldığı yardımlar nedeniyle devletin yarı resmi yayın organı olarak nitelendirilmiştir (Topuz, 2003: 17-18; Koloğlu, 2006: 24). Benzer şekilde, 1860 yılında Agâh Efendi ve Şinasi’nin özel girişimleriyle ve devlet desteğiyle yayımlanan ve fikir gazeteciliğinin öncülüğünü yapan ilk Türkçe gazete *Tercüman-ı Ahvâl* yayın hayatına girmiştir. İlk çıkan gazeteler, kitlelerin aydınlatılmasından çok, hükümetin tarım, endüstri ve benzeri alanlardaki faaliyetlerinin duyurulması amacıyla

çıkarılmış; bu gazeteler aracılığıyla bölge yönetiminin propagandasının yapılması amaçlanmıştır (Topuz, 2003: 16). Aynı zamanda basın yoluyla devlet kademesinde görev alan memurlar ve üst düzey bürokratlara, devletin resmi ideolojisini benimsetmek ve bu ideolojiyi resmi görevliler aracılığıyla halkın da benimsemesinin sağlanması amaçlanmıştır (Demir, 2015: 368).

Osmanlı döneminde basım ve yayın faaliyetleri, çoğunlukla azınlıkların kontrolü altında bulunan matbaa ve diğer araçlar kullanılarak yürütülmüştür. Bu durum nedeniyle ilk çıkan gazeteler, hem devlet eliyle hem de özel girişim tarafından yayımlanmış olsa da bu dönemin en dikkat çeken özelliği, Osmanlı basınıyla ilgili sınırlayıcı önlemlerin alınmış olmasıdır. Bu anlamda, 1857 yılında, Matbaalar Nizamnamesi çıkarılmış, matbaa açmak izne bağlanmış, basılacak eserler ön incelemeye tabi tutularak bir anlamda kitap yayımına sansür getirilmiştir. Bu ilk düzenlemeyi sırasıyla 1857 *Telif Nizamnamesi*, 1858 *Ceza Kanunnamesi*’ndeki düzenlemeler, 1864 *Matbuat Nizamnamesi* ve 1867 tarihli *Kararname-i Ali* izlemiştir (Ceylan, 2006: 140).

Osmanlı döneminde süreli yayın faaliyetlerine ilişkin ilk hukuki düzenleme 1864 tarihli *Matbuat Nizamnamesi*’dir. Bu nizamnameyle 1860 yılı sonrası Türkçe yayın yapan basın kuruluşlarının artmasıyla Türkçe yayınları kapsayan gazeteler için düzenlemelere gidilmiş hem Türk hem de yabancı kökenli gazetelerin kurulması için ruhsat alma zorunluluğu getirilmiştir. Bu düzenlemeyle devlete karşı husumeti bulunan gazetelerin ithali yasaklanmış; devleti ve devlet organlarının işleyişini kötüleyen, genel adap ve ahlaka uygun olmayan yazıları yayınlayan gazetelere de çeşitli yaptırımların uygulanacağı bildirilmiştir. Sonrasında, dönemin iktidarı, Avrupa devletlerinin basındaki ayrılıkçı görüş ve fikir akımlarının yayılması konusunda aldıkları tedbirlere benzer nitelikte olan *Kararname-i Ali*’yi 1867 yılında çıkarmıştır. Bu kararnamenin ardından, 1876’da yeni bir kararname ile basına yönelik ilk sansür uygulanmıştır. Bu kararnamede ülkedeki tüm olumsuz gelişmelerden basın sorumlu tutulmuş ve gazetelerin baskıdan önce denetime girmesi hükmü yer almıştır (Topuz, 2003: 45-47). Kararnamenin uygulanma sürecinde ülkedeki çoğu gazete kapatılmış, kapatılan gazetelerde çalışan gazeteciler ise yurtdışına kaçmak zorunda kalmıştır. Geçici olarak çıkarıldığı söylenmiş olmasına rağmen bu kararname on yıl boyunca yürürlükte kalmıştır (Ceylan, 2006: 153).

Abdülhamit’in tahta çıkmasının ardından, I. Meşrutiyet’in ilanı ve sonrasında Kanuni Esasi’nin kabulüyle kanunda yer alan “*basın serbesttir*” hükmü, basına göreceli bir anayasal güvence sağlamıştır. Yasada, basın özgürlüğü kavramıyla ifade özgürlüğü kavramının eş tutulmaması, dönemin padişahına sıkıyönetim tedbirleri kapsamında gazete kapama yetkisinin verilmesi, basına yönelik anayasada verilen güvenceyi etkisiz hale getirmiştir (Kudret, 2000: 21). Abdülhamit’in 1878 yılında Osmanlı-Rus savaşını gerekçe göstererek Meclisi tatil etmesi

ekonomi, siyaset ve toplumsal alanda olduğu gibi basın alanında da “İstibdat Dönemi” olarak adlandırılan 30 yıllık karanlık bir dönemi başlamıştır. İstibdat döneminde basın alanında sansür ve baskı uygulamasının yapılması yanında, basına çeşitli teşvik ve yardımlar² verilerek iktidara ve ülkeye yönelik olumsuz haberlerin yapılmasının da önüne geçilmeye çalışılmıştır. Dönemin basın alanında yaşanan önemli olaylarından birisi de 1901 yılında gazetecilerin Sabah ve İktam gazetelerine yönelik ilk grev kararlarını almalarıdır.

1908 yılında II. Meşrutiyet’in ilanından sonra Kanuni Esasi’de yapılan değişiklikle basının önceden kontrol edileceğine yönelik hüküm kaldırılmış bu nedenle ülkede gazete sayılarında artış yaşanmıştır.³ Otuz yıl süren İstibdat döneminden sonra gazeteler sansürsüz yayın yapma özgüğü bulmuşken, 31 Mart olayı ve sonrasında yaşanan iktidar değişikliği ile basına sansür uygulaması ve gazete kapatma dönemi yeniden başlamıştır. 18 Temmuz 1909’da getirilen Basın Kanunu ile gazete çıkarmak için önceden ruhsat alma izni kaldırılmış; ancak sonradan alınan kararlar neticesinde basın üzerinde bir baskı politikası oluşturulmaya çalışılmıştır (Topuz, 2003: 85-87).

Milli mücadele ve sonrasında Cumhuriyet’in ilan edilmesi, basın alanında yeni gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. 1924 Anayasası’nda basına yönelik ön sansürün kaldırılmasına rağmen, basında muhalif grupların artışı, *Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası*’nın kurulması ve Şeyh Sait Ayaklanması ile yaşanan gerilim sonucunda basın üzerindeki kontrolün yeniden sağlanmak istenmiştir. 4 Mart 1925’te *Takrir-i Sükûn Kanunu* ve bu kanun sonrası çıkarılan kararnameler ile basın ve haberleşme denetim altına alınmıştır (Salihpaşaoğlu, 2007: 133-134). Bu kanun, “*İrticaya ve isyana ve memleketin sosyal düzenini, huzur ve barışını, güvenlik ve asayişini bozmaya yönelik her türlü teşkilatı, kışkırtmaları, teşvikleri, girişimleri ve yayınları, Hükümet, Cumhurbaşkanı’nın onayıyla yasaklamaya yetkilidir. Hükümet sanıkları İstiklal Mahkemelerine verebilir*” hükmü ile hükümete basın alanında kısıtlama ve basın yayın organlarını kapatma yetkisi vermiştir⁴. Sonrasında 1931 yılında çıkarılan *Matbuat Kanunu*’nda gazete ve dergi çıkarmak için ruhsat almaya gerek olmadığı belirtilmiş; ancak, Bakanlar Kurulu’na ülkenin genel politikasına zarar verecek nitelikte haber yapan gazete ve dergilere yönelik geçici kapatma yetkisi verilmiştir. Bakanlar Kurulu bu yetkiyi kullanırken

² Tercüman-ı Hakikat, Saadet, Levant Herald, Moniteur Oriental, Byzantis, La Turquie, İstanbul ve Tarik gazetelerine padişahın emriyle devlet hazinesinden 30.000 – 100.000 lira arasında değişen miktarlarda yardım yapılmıştır (Topuz, 2003: 57-58; İnüç, 1993: 267-271).

³ Dönemin *Sabah*, *İktam*, *Tercüman* ve *Saadet* gazetelerinin yanında yeni dönemle birlikte yaklaşık 200’e yakın gazete imtiyazı alınmış, ve bu dönemde gazete tirajları 2.000’den 5000’e kadar yükselmiştir. Bu gazetelerden en önemli olanlar arasında *Yeni Gazete*, *Tanin*, *Mizan*, *Hukuk-u Umumiye*, *Serbesti*, *Sadayı Millet*, *Şura-yı Ümmet*, *Takvim-i Vakayı*, *Osmanlı*, *Volan*, *Tercüman*, *Tasvir-i Efkâr* gelmektedir (Topuz, 2003: 83).

⁴ Takdiri Sükûn Kanunu’na göre, *Tevhid-i Efkâr*, *Son Telgraf*, *İstiklal*, *Sebilüreşat*, *Aydınlık*, *Orak Çekiç*, *Toksöz*, *Sadayı Hak*, *İstiklal*, *Kahkaha*, *Presse du Soir*, *Savha*, *Tanin*, *Vatan* ve *Vakit* gazeteleri kapatılmıştır (Mazıcı, 1996: 140).

karşı tarafın itiraz için başvuracağı mahkeme yolu da kapatılmıştır. Bu kanunda ayrıca muhalif politik eğilimleri engellemek için düzenlemelere gidilmiş; padişahlık ve hilafetçilik ya da komünistlik ve anarşistliğe tahrik eden yayınlar yasaklanmıştır. 1931 tarihli *Matbuat Kanunu*’nda, 1933 yılında iki kez ve ayrıca 1933, 1934 yıllarında küçük değişiklikler yapılmış; ancak en büyük değişiklik 27 Haziran 1938 ve 1 Haziran 1946 tarihlerinde yapılmıştır⁵. Yapılan değişikliklerle muhalif basın ortadan kaldırılmış ve bu alanda oluşan boşluk iktidar yanlısı gazeteler tarafından doldurulmuştur. Bu dönemde yayımlanan *Cumhuriyet*, *Akşam* ve *Ulus* gazeteleri yeni rejimin destekçileri olmuştur (Topuz, 2003: 162).

Atatürk’ün ölümü sonrasında İsmet İnönü’nün Cumhurbaşkanı olduğu 1939-1945 yılları arasında, basın alanında kontrolün hükümet yetkisinde olduğu, gazete ve dergilerin Bakanlar Kurulu kararıyla kapatıldığı, geçmiş yasa ve düzenlemelere dayanarak hükümete geniş yetkilerin verildiği bir dönemin varlığından söz edilebilir (Birol, 2018: 27-28). Bu dönemde iç ve dış haberlere yönelik kısıtlamalar getirilmiş, Türkiye’ye yönelik hazırlanan haberler, denetime tabi tutulmuş, gazete ve dergilerde sansasyonel nitelikte başlık atılması ve savaş döneminde yaşanan olumsuzlara dair haberlerin yapılması engellenmiş ve Anadolu Ajansı’nın haberleri dışında diğer haber kaynaklarına yer verilmemiştir (Otmanbölük, 1986: 213-224).

1946 yılında çok partili siyasal hayata geçişle birlikte, 1931 tarihli *Matbuat Kanunu* sebebiyle basında kısıtlamaya gidilmesi, seçim döneminde basının Demokrat Parti’yi desteklemesine yol açmıştır. DP’nin iktidarı sırasında ele aldığı ilk konu basın sorunu olmuştur. 21 Temmuz 1950’de yürürlüğe giren *5680 Sayılı Basın Kanunu* ile 1931 tarihli *Matbuat Kanunu* sonrasındaki basında “güdümlü özgürlük” anlayışı sona ermiş ve hükümetin basın üzerindeki denetimi ortadan kaldırılmıştır. Bu kanunla gazete ve dergi çıkarmak için izin ve ruhsat zorunluluğu uygulamadan kalkmış, basın suçları nedeniyle açılacak davalarda yargılama yetkisi özel mahkemelere verilmiş, dolayısıyla, uzun süren davaların önüne geçilmiştir. Basın özgürlüğünü kısıtlayan “cevap hakkı” yeniden düzenlenmiş, gazete sahiplerinin suç sayılan bir yazıdan dolayı cezai sorumlulukları ortadan kaldırılmıştır (Kösedağ, 2016: 2029; Topuz, 2003: 193).

DP hükümetinin basına yönelik önemli bir desteği de 13 Haziran 1952’de yürürlüğe giren *5953 Sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlar ile Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun*’u çıkarmak olmuştur. Bu yasayla, dönemin koşullarında daha önce

⁵ 1931-1938 yılları arasında basın özgürlüğü Atatürk’ün söylemiyle “basın özgürlüğünden doğan zararları giderecek ek araç yine basın özgürlüğüdür” söylemi varolsa da dönemin CHP iktidarı bu özgürlüğü kontrol altında tutmaya çalışmıştır. Muhalif basın kavramı gözetilmemiş sadece zaman zaman hükümetin hoşgörüsüne dayanan bazı gazetelerde eleştirel nitelikte yayınlara izin verilmiştir. Bu dönemde basın özgürlüğü hükümetin güdümünde bir basın özgürlüğü anlayışı olarak nitelendirilmiştir (Topuz, 2003: 158-159).

hiçbir yasada tanımlanmamış gazeteci kimliği dolaylı da olsa tanımlanmış, devlet memurlarında olduğu gibi, basın çalışanları için de hafta sonu tatili uygulaması ve ücretli izin hakkı getirilmiştir. Bunun yanında yasa, gazetecilerle işverenler arasında sözleşme yapma, işverenin haksız eylemlerden dolayı tazminat ödenmesi, haftalık tatil hakkı ve sendika kurma hakkı veren reform niteliğinde hükümler getirilmiştir (Yıldız, 1996: 487-488).

Demokrat Parti hükümeti ve basın arasındaki olumlu yönde gelişen ilişkiler, hükümetin ekonomik alandaki başarısızlıkları nedeniyle sekteye uğramıştır. Basında hükümet politikalarını ve özellikle parti milletvekillerinin yolsuzlukları eleştiren yazılarının yayınlanması, hükmet ve basın arasındaki gerilimin artmasına neden olmuştur. 1950 yılında hükümetin *Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun* ile basında ve radyoda suç sayılabilecek yayınlardan dolayı ceza verileceği hükmünün getirilmesi hükümet ve basın ilişkisindeki sorunların daha derin boyuta ulaşmasına neden olmuştur. Bu yasaya göre, “*Namus, şeref veya haysiyete, tecavüz edilmesi, itibar kırıcı yayın yapılması, özel veya aile durumunun rızası alınmadan teşhiri, 6 aydan 3 yıla kadar hapis ve 1000 liradan 10 bin liraya kadar para cezası alabilecek; bu suç resmi yetkililere karşı işlendiğinde cezalar üçte bir oranından yarıya kadar arttırılacaktır*”⁶.

O dönemde tartışılan önemli konulardan birisi de yasada öngörülen suçları işleyen gazetecinin iddiasını doğrulayacak kanıtlara sahip olması halinde bile bunun dile getirilmesinin engellenmesidir. Diğer bir tartışılan konu ise Demokrat Parti’nin resmi ilanların dağıtımı konusunda kendisini destekleyen ve desteklemeyen gazeteler arasında ayırım olmasıdır (Kubilay, 2014: 18-20). Dönemin gazetelerinin satış ve ilan gelirleri dışında bir gelirinin olmadığı düşünüldüğünde, bu ayırımın basın alanındaki etkisi daha kolay tahmin edilebilir. Sonradan yapılan değişikliklerle yasadaki ilgili madde kaldırılmış ve resmi ilanların ancak milli birliği ve beraberliği tehdit eden gazetelere verilmeyeceği hükme bağlanmıştır.

1956 yılı ve sonrasında Demokrat Parti iktidarı, basını ekonomik yaptırımlarla baskı altına almaya çalışmış; çıkardığı yasalarla “gazete ve dergi kâğıtlarının tek elden ithali”, “ilan ve reklamların tek elden dağıtımı”, “promosyon ve ilave baskıların yasaklanması”, “gazetelerin resmi ilan alabilme koşulları” ve “gazetelerin sayfa sayılarının kısıtlanması” uygulamaları getirerek kontrolü elinde tutmaya çalışmıştır (Birol, 2018: 36). 1950 ve 1960’lı yıllar, birçok gazetenin kapatıldığı ve cezalandırıldığı, 867 gazetecinin tutuklanmasına neden olan 2300 davanın açıldığı ve gazetecilere toplam 57 yıllık hapis cezalarının verildiği dönem olarak tarihe geçmiştir (Koloğlu, 1992: 69).

⁶ Resmî Gazete, Tarih: 3. 8. 6.1956, Sayı: 9327.

27 Mayıs 1960'da askeri müdahale sonucu DP iktidarının son bulmasının ardından Milli Birlik Komitesi tarafından hazırlanan, 1961 Anayasası ile basın büyük bir değişime uğramıştır. Milli Birlik Komitesi Anayasa değişimi öncesinde basın özgürlüğünü ihlal eden hükümleri 5680 Sayılı *Basın Kanunu*'nda çıkartarak, basın özgürlüğü kavramını ilk haline göre daha demokratik bir çerçeveye oturtmuştur. Aynı dönemde, Basın İlan Kurumu'nun kurulması ve Fikir İşçileri Kanunu'nun hazırlanması da basın özgürlüğü alanında ciddi adımlar atıldığının göstergesidir (Yıldız, 2014: 445).

9 Temmuz 1961 tarihinde yeni Anayasanın kabul edilmesiyle basın özgürlüğüne yönelik hükümler, anayasal güvence altına alınmış ve anayasada belirtilen hükümlere aykırı nitelikte alınan kararlar için yaptırım mekanizması olarak Anayasa Mahkemesi kurulmuştur. 1961 Anayasası'nda temel olarak "Basın ve Yayınla İlgili Hükümler" başlığı altında "Basın Hürriyeti", "Gazete ve dergi çıkarma hakkı", "Kitap ve broşür çıkarma hakkı", "Basın araçlarının korunması", "Basın dışı haberleşme araçlarından faydalanma hakkı" ve "Düzeltilme ve cevap hakkı" ile ilgili düzenlemelere gidilmiştir⁷. Bu düzenlemelerle birlikte, her anayasada olduğu gibi, basın özgürlüğü konusunda kanunla belirli sınırlamalara gidilmiştir. Bu sınırlamalarla devletin bütünlüğü, kamu düzeni, ulusal güvenliği tehdit edecek, genel ahlakı bozacak, kişilerin onuruna ve haklarına saldırarak ve suç işlemeye kışkırtacak her türlü eylem ile yargı görevinin uygulanmasını olumsuz etkileyecek her türlü yayın engellenmeye çalışılmıştır.

1960-1971 yılları arasında basın özgürlüğü, gazetecilerin temel hakları gibi alanlarda düzenlemeler yapılması, günlük gazete tirajlarını da arttırmıştır. Atatürk devrimlerini destekleyen *Cumhuriyet*'in tirajı 160 bin, *Akşam*'ın tirajı 150 bin, *Milliyet*'in tirajı 200 bine ulaşmış; sağ kesim tarafından okunan *Tercüman* gazetesi de 300 bin üzerinde baskı yapmıştır. Bu dönemde kitle gazetesi olan *Hürriyet* 600 bin ve *Günaydın* 350 bin tiraja ulaşmıştır (Topuz, 2003: 238).

1961 Anayasası ile temel hak ve özgürlüklerin kullanılmasına yönelik oluşan olumlu hava, ordunun 12 Mart 1971 Muhtırası ile bozulmuş, muhtıra her alanda olduğu gibi basın alanında da değişime neden olmuştur. Askeri vesayet altında oluşturulan hükümetin basına yönelik ilk düzenlemesi, 15 Mayıs 1971'de kabul edilen 1402 Sayılı *Sıkıyönetim Kanunu*'dur.

⁷ 1961 Anayasası'nın 22. Madde düzenlemesi: "Basın hürdür; sansür edilemez. Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır. Basın ve haber alma hürriyeti, ancak millî güvenliği veya genel ahlâkı korumak, kişilerin haysiyet, şeref ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek ve yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için kanunla sınırlanabilir. Yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için kanunla belirtilecek sınırlar içinde hâkim tarafından verilecek kararlar saklı olmak üzere, olaylar hakkında yayın yasağı konamaz. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergilerin toplatılması bu tedbirlerin uygulanacağını kanunun açıkça gösterdiği suçların işlenmesi halinde ve ancak hâkim kararıyla olabilir. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergiler ancak 57. madde de belirtilen fiillerden mahkum olma halinde mahkeme kararıyla kapatılabilir" (T.C. Resmi Gazete, 31.6.1961, sayı: 10816).

Bu yeni kanunda, 1961 Anayasası'nın 22. Maddesi ile kaldırılmış olan gazete toplama yetkisi yeniden cumhuriyet savcılığına verilmiş; ancak, yasal çerçevede gazete toplatmak için gerekçe olarak gösterilen milli güvenlik, kamu düzeni, devletin ve ülkenin milletiyle bütünlüğünün bozulması gibi kavramlar hakkındaki sınırlamalar net olarak çizilmemiştir (Erdoğan, 1997: 31).

1971 Muhtırası sonrasında basın özgürlüğü ve gazeteci pratikleri bakımından zorlu bir sürece girildiği görülmektedir. Bu dönemde, anti demokratik eğilimlerle gazete ve dergiler kapatılmış, çok sayıda gazeteci ve yazar hakkında yakalama ve sürgün kararı verilmiş, ordu güçleri, sol eğilimli öğrenci ve aydınlar yönelik tutuklama sürecini başlatmıştır. 1960'lı yıllarda sol hareketin kitlesel olarak güç kazandığı dönemin tersine, 1971 muhtırası sola karşı güç kullanımı ile meşru bir zemine oturtulmaya çalışıldığı bir dönem olmuştur.

1973-1980 yılları arasında kurulan hükümetlerle ülkedeki siyasal kaosun son bulmasına yönelik düzenlemeler yapılmaya çalışılsa da özellikle muhtıra sonrası dönemde basın özgürlüğünü yok etmeye yönelik çabaların sadece devletle sınırlı olmadığı, yasa dışı güçlerini de bu görüşte olduğu görülmektedir. Yasa dışı güçlerin organizasyonları ile bu dönemde birçok aydın, gazeteci ve yazar saldırıya uğramış veya öldürülmüş; gazete-dergi dağıtımları engellenmiş, basın binalarının kurşunlanması gibi anti demokratik eylemlerle bir korku ortamının yaratılması hedeflenmiştir (Topuz, 2003: 254).

Bu dönemde ülkedeki siyasal ve toplumsal alanda yaşanan olumsuzluklara rağmen basın alanında yeni gelişmelerin yaşandığı görülmektedir. Türkiye'de gazetelerin sistemli şekilde dağıtımı konusunda atılan önemli bir adım 1959 yılında *Tercüman*, *Milliyet*, *Cumhuriyet*, *Yeni Sabah*, *Dünya* ve *Ayrıntılı Haber* gazeteleri ile Tifdruk Matbaacılık ortaklığında yeni bir oluşum olan GAMEDA (Gazete Mecmua Dağıtım Ltd. Şti.) Şirketi'nin kurulmasıdır. Ardından, *Hürriyet* gazetesinin kendi bünyesinde kurduğu Hür dağıtım ile piyasada yeni bir oluşum sürecine girilmiştir⁸. 1968 yılında *Günaydın* gazetesinin kuruluşu ile ofset yayıncılık sistemine geçilmiş ve diğer gazetelerin de bu sistemi kullanmaya başlamaları dönemin diğer önemli gelişmelerinden birisi olarak kabul edilmektedir.

1960'lar sonrasında teknolojik gelişmeler nedeniyle, yeni basım teknolojisine duyulan ihtiyaç, piyasa rekabeti, gazete-gelir kalemlerinde yaşanan artış ve özellikle 1968 yılında TRT'nin yayına başlamasıyla toplumun ilgisinin gazeteden televizyona kayması, basın dışı alandaki sermayenin piyasada yer almasına neden olmuştur. 1940'lı yıllarda basın dışı sermayenin ilk örnekleri görülse de 1961 yılında basınla hiç bağlantısı olmayan iş insanı Ragıp Kutman'ın *Tercüman* gazetesini alması, *İstanbul* gazetesinin Kemal Uzan'a satılması ve 1979'da Abdi İpekçi cinayetinden sonra Aydın Doğan'ın *Milliyet*'in hisselerinin çoğunluğunu

⁸ www.yaysat.com.tr/corporate/history/.

alması gazeteci patron anlayışının sonu olarak nitelendirilebilir (Topuz, 2003: 223; Tokmakçioğlu 2011: 234).

1960 ve 1980 yılları arasında küçük oluşumlarla birlikte dönemin siyasi iktidarıyla basın ilişkilerine basın dışı sermaye tam olarak entegre olamamış ve basının sahiplik yapısı tam anlamıyla değişime uğramamıştır. Ancak 1980 sonrası basın dışı sermayenin sisteme dahil olmasıyla basın işletmeleri küçük aile işletmelerinden medya endüstrisi ölçeğine doğru büyüme göstermiştir.

2.2. 1980 Sonrası Medyanın Genel Görünümü

Türkiye’de 1980’li yıllarda başlayan ve 2000’li yıllara kadar uzanan süreçte 24 Ocak Kararları ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel alanda yapısal ve biçimsel değişimlere neden olmuştur. Bu yıllarda yeni sağ düşüncenin oluşturduğu neoliberal politikalar medya alanını da etkilemiştir. Yeni dünya düzenine paralel olarak medya da özelleştirme, deregülasyon, tekelleşme politikaları ile iletişim düzeninin temel görünümü tamamen değişmiştir. Özellikle, Turgut Özal’ın başbakanlığı döneminde değişime uğrayan medya, hem sermaye birikiminin hem de egemen ideolojisinin yeniden üretiminin küresel taşıyıcısı konumuna gelmiştir. Kaya’ya (2013: 234) göre, yeni dönemde piyasa koşullarının hakim olduğu medyanın mülkiyet yapısı değişmiş, bu değişim hukuki düzenlemelerle güvence altına alınarak devlet-sermaye-medya ilişkileri yeniden şekillendirilmiştir.

Günümüzde medya, sermaye gruplarının yatırım alanına dönüşmüştür. Medyada yaşanan köklü değişimler sonucunda, sektöre giriş yapan büyük sermaye grupları, profesyonel işletmecilik anlayışını benimsemiş, sektör mal ve hizmet üreten, yatırım yapılan serbest piyasa koşullarına göre hareket eden bir yapıya dönüşmüştür. Ticari anlayışla yönetilen medya sektöründe kamu yararı-kamu hizmeti anlayışının değişmesi ve teknolojik gelişmelerin de etkisiyle yeni liberal düşüncenin, “serbest girişim özgürlüğü” esas alınarak, medyanın toplumsal sorumluluk alanı daraltılmıştır. Yeni medya koşullarında, kamuoyuna doğru, güvenilir ve tarafsız bilgi ve haber aktarmak yerine, tamamen piyasada iktisadi, ideolojik, siyasi alanda güçlü olan iktidarların ve bu iktidarlar aracılığıyla medya kuruluşlarını satın alan sermaye gruplarının beklentilerine karşılık veren enformasyon üretilmeye başlanmıştır.

Teorik olarak bakıldığında, neoliberal politikalar siyasal, kültürel ve sosyal alanda hem ulusal hem de uluslararası düzeyde dönüşüme neden olmuştur. Bu dönüşümde, Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası (WB) gibi kurumların uluslararası sermaye akışının önündeki engelleri kaldırarak, neoliberal politikaları

derinleştirmek için yapılan düzenlemelerle uluslararası piyasalar rekabete açık hale getirmiştir (Baytar, 2013: 167).

Türkiye’de, neoliberal politikalarla, medyada mülkiyet yapısının değiştiği, tekelleşmenin, deregülasyon ve özelleştirme uygulamalarının arttığı, fikir gazeteciliği yerine magazinleşen bir yapının ortaya çıktığı, siyaset-medya-toplum ilişkisinin farklı boyuta geçtiği, medyada çalışma koşullarının ağırlaştığı ve sendikasılaşmanın arttığı bir süreç gözlemlenmektedir.

Burada, 1980-2002 yılları arasında medya sektöründe mülkiyet/sahiplik ilişkilerinin çok boyutlu bir yapı haline geldiği, neoliberal politikaların medya endüstrisi ile medya mülkiyetindeki değişimlere etki ettiği dönem üç başlık altında incelenmiştir.

1.1980-1983 Yılları Arasında Askeri Yönetim Döneminde Medya

2.1983-1991 Yılları Arasında ANAP Hükümeti Döneminde Medya

3.1991-2001 Yılları Arasında Koalisyon Hükümetleri Döneminde Medya

2.2.1. 1980-1983 Yılları Arasında Askeri Yönetim Döneminde Medya

1970’li yıllardan 1980’e kadar ülkedeki şiddet olaylarının artışı nedeniyle siyasi istikrar bir türlü sağlanamamış ve varolan ekonomik krizin aşılması için 1980’de 24 Ocak Kararları uygulamaya konulmuştur. Ardından, 12 Eylül 1980 darbesi ve sonrası askeri yönetim, ülkedeki çoğulcu demokrasiyi askıya almıştır. 24 Ocak istikrar programını meşrulaştıran 1980 darbesinin damgasını vurduğu iktisadi, siyasi ve toplumsal alanda uygulamaya konulan neoliberal ekonomi politikalarıyla gerçekleşen değişiklikler basın sektörünü de etkilemiştir. Yeniden yapılandırılan basın, kamunun kontrolünden çıkarılarak, özelleştirilmiştir. 1970’lerde başlayan “basının holdingleşme” sürecinden, 1980’li yıllara gelindiğinde “medyanın holdingleşmesi” sürecine doğru bir geçiş yaşanmış, basın, medya sektörü olarak yeniden tanımlanmıştır (Erdem, 2017: 341).

Basından medya sektörüne geçişle kitle iletişim araçları, geleneksel haber verme ve bilgi aktarma işlevlerini tamamen yitirmiştir. Yatay, dikey ve çapraz tekelleşme biçimiyle medyanın geleneksel mülkiyet/sahiplik yapısı değişime uğramıştır. Medya mülkiyetinin medya dışındaki sermaye gruplarının kontrolüne geçmesi, haber içeriklerini de değiştirmiş, bu durum alternatif medya olanaklarını zayıflattığı gibi, gazeteci pratiklerini de dönüşüme uğratmış, haber medyası ve medya yöneticilerinin sermayenin ve siyasal iktidarın etkisi altına girmelerine neden olmuştur (Şen ve Afşar, 2012: 43). Bu gelişmelerin sonucunda medya, demokrasi adına sahip olduğu tarihsel misyonundan önemli ölçüde uzaklaşmıştır (Kaya, 2013: 233).

12 Eylül 1980 darbesiyle oluşturulan askeri yönetim basın alanında da kısıtlamaları beraberinde getirmiştir. 12 Eylül yönetimi ilk günden itibaren, basına getirdiği kısıtlamalar, cezalar, yaptırımlar ve sansür uygulamalarıyla basını baskı altına almayı amaçlamıştır. Bu süreç basın tarihinin en karanlık ve en zorlu dönemi olarak tanımlanmıştır (Dündar, 2016: 125). Darbeyle sendikaların, tüm toplumsal örgütlenmelerin, siyasi partilerin faaliyetlerine son verilmiş, birçok gazete kapatılmış, kapatılmayan gazetelerin de siyasal eleştiri yapmaları engellenmiştir. Askeri yönetim sonrasında iktidara gelen Turgut Özal da iktidarı süresince basına yönelik kısıtlayıcı politikalara devam etmiş; basın yoluyla muhalefetten gelen eleştirileri önlemek için askeri rejimden daha katı uygulamalar yürütmüştür. Özellikle 1984-1989 yılları arasında 2627 gazeteci hakkında 1820 dava açılmış, toplam 12,8 milyar TL para cezasına hükmedilmiş, 26 gazeteci hakkında 784 yıl mahkûmiyet kararı verilmiştir. Sakıncalı sayılan 237 kitap yasaklanmış ve yaklaşık 133 bin kitap imha edilmiştir (Koloğlu, 2009: 347-349).

Darbe sonrasında, basın sektörüne yönelik baskının ilk örneği; 19 Eylül 1980’de Sıkıyönetim Kanununun 3. Maddesi değiştirilerek, Sıkıyönetim Komutanlığı’na, basına ve haberleşmeye sansür koyma yetkisi verilmesidir (Topuz 2003: 259). Söz konusu maddede; *“Söz, yazı, resim, film ve sesle yapılan her türlü yayım, haberleşme, mektup, telgraf ve sair mersuleleri kontrol etmek, gazete, dergi, kitap ve diğer yayınların basımını, yayımını, dağıtımını, birden fazla bulundurulmasını veya taşınmasını veya sıkıyönetim bölgesine sokulmasını yasaklamak veya sansür koymak; Sıkıyönetim Komutanlığı’nca basımı, yayımı ve dağıtılması yasaklanan kitap, dergi, gazete, broşür, afiş, bildiri, pankart, plak, bant gibi biçimle evrakı, yayın ve haberleşme araçlarını toplatmak, bunları basan matbaaları, plak ve bant yapım yerlerini kapatmak”* yetkileri düzenlenmiştir⁹.

Millî Güvenlik Konseyi tarafından hazırlanan ve 28 Aralık 1982 tarihinde uygulamaya konulan, basına yönelik sıkı denetimleri ve basın özgürlüklerine yönelik katı kısıtlamaları beraberinde getiren *1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu*’na; *“Müsaderesine karar verilmemekle birlikte, sıkıyönetim komutanlığınca sahiplerine iadesinde sakınca görülenlerin imhası için gerekli önlemleri almak; yayına yeni girecek gazete ve dergilerin çıkarılmasını izne bağlamak.”* hükmü eklenerek gazete ve dergi çıkarmak izne bağlamıştır¹⁰.

Olağanüstü koşullarda oluşturulan sıkıyönetim kanunlarıyla iktidarı elinde bulunduran güçler, devletin varlığını ve bölünmez bütünlüğünü korumak adına toplumsal ve siyasi alanda tüm yetkileri elinde toplamak için fırsat elde etmişlerdir. Özellikle sıkıyönetim zamanlarında yasama organının yürütmenin etkisi altında kaldığı, parlamentoda alınan her kararın simgesel

⁹ T.C. Resmî Gazete, 21.09.1980, Sayı 17112.

¹⁰ T.C. Resmî Gazete, 30.12.1982, Sayı: 17914.

niteliğe dönüştüğü bir yapı oluşmuştur (Behcet, 2014: 30). Sıkıyönetim dönemlerinde basın ve iletişim özgürlüğü sınırlandırılmış her türlü kitle iletişim araçlarına sansür uygulanmış, basın-medya alanında birçok tüzel kişilik sona erdirilmiştir. Sıkıyönetim koşulları çerçevesinde hazırlanan yasalar, iktidara basın-medya üzerinde baskı kurma fırsatı vermiştir.

Darbe sonrasında Milli Güvenlik Kurulu ve Danışma Meclisi tarafından hazırlatılan 1982 Anayasası'nda da iletişim ve basın özgürlüğüne yönelik düzenlemelere yer verilmiştir. Anayasada, iletişim özgürlüğü ile ilgili düzenleme 25. ve 26. maddelerde yer almıştır. Bu maddelere göre: *“Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz.”*, *“Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir, bu hürriyet Resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir”*¹¹.

Yine Anayasa'nın 26. Maddesi'nde, düşünce ve bunu yayma özgürlüğüyle ilgili tanımlama yapılmış, ancak ilgili özgürlüğe yönelik sınırlamalar da getirilmiştir (Armağan, 1997: 198-200). Düşünce özgürlüğünün resmi makamların müdahalesi olmaksızın kullanılacağı belirtilmişse de Madde'nin 3. fıkrasında radyo, televizyon, sinema ve benzeri yollarla yapılan yayınlarının izne bağlanacağı belirtilmiştir. 27. Madde'de de yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtımının yapılmasının kanunla düzenlenebileceği; 28. Madde de ise *“Basın hürdür sansür edilemez”* vurgusu yapıldıktan sonra kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dilde yayın yapılamayacağı belirtilmiştir. Topuz'a (2003: 261) göre, anayasada yer alan maddelerle düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti sınırlandırılmış, radyo, televizyon ve sinema gibi iletişim araçları üzerinde bir sansür politikası ortaya konulmuştur. Aslında bu Anayasa özgürlüğü korumak için değil, özgürlükler üzerindeki sınırlandırmaları meşru hale getirmek için hazırlanmıştır.

Türk Anayasal sisteminin tarihsel gelişimi incelendiğinde, anayasaların; halkın katılımına kapalı, temsil niteliği olmayan mekanizmalarla (atanmış kurucu meclisler ile) hazırlandığı, anayasa yapımı yolunun gelenekselleştirilmesi ve demokrasinin yönetim biçimi olarak, çoğulculuk yerine çoğunluk usulünün benimsenip kurumsallaştırılması gibi iki parçalı bir yapıya sahip olduğu görülür. Türk anayasal sisteminin temelini oluşturan bu iki gerçeğe yürürlüğe konulan 1982 Anayasası, temel karakteristiğini oluşturan halkın katılımından uzak

¹¹ T.C. Resmî Gazete, 9.11.1882, Sayı:17865.

anayasa-hukuk düzeninden yoksun olma özelliğiyle Türk demokrasi tarihine takılı bir “iktidar prangası” olarak nitelendirilmiştir (Paçacı, 2016: 26). Tanör’e (2000: 46) göre, 1982 Anayasası, 1961 Anayasası ile karşılaştığında anti-liberaldir, anayasa bireyin özgürlüğü ve demokratik yaşam üzerine değil; tamamıyla devletin ve sermayenin menfaatleri üzerine kurulmuştur. 1982 Anayasası kabul edildiği günden bu yana, birçok değişiklik geçirmiş, yapılan değişiklikler sorunları çözmede yeterli olmadığı gibi, varolan durumu daha karmaşık hale getirmiştir. Günümüzde 1982 Anayasası’nın barındırdığı yapısal sorunlarla siyasal ve toplumsal alandaki meşruiyet sorunu nedenleriyle revize edilmesi değil tüm yönleriyle değiştirilmesi gerektiği toplumun tüm kesimlerince vurgulanmaktadır.

1982 Anayasası’nda teorik olarak iletişim özgürlüğü alanında “Herkes haberleşme özgürlüğüne sahiptir”, ve basın yayın alanında ise, “Basın hürdür sansür edilemez” vurgusu yapılmış; “sürelili ve süresiz yayın, önceden izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz” hükmü getirilmiş, devlet kurumlarına da bu tür özgürlükleri düzenleme, gerekli tedbirleri alma yetki ve görevi verilmiştir. Ancak, Anayasa’da temel hak ve özgürlüklerin sınırlandırılabilmesi özel durumlar da öngörülmüştür (Baytar, 2013: 155). Teorik anlamda Anayasa ile özgürlük getirilmesi ve bu özgürlüğün sınırlandırılması uygulamada basın alanında göreceli bir özgürlük anlayışına sebep olmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti’nde 1982 Anayasası’ndaki düzenlemeler doğrultusunda basın-iletişim- medya alanında 1980-1983 yılları arasında üç büyük gelişmeden söz etmek mümkündür. Bunlar: TRT’yi kuran 359 Sayılı kanun yerine çıkarılan 2954 Sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu, yine 2954 Sayılı Kanun’la Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun kurulması ve 5860 Sayılı Basın Kanunu’nun çıkarılmasıdır. Bunun yanı sıra, 27 Ekim 1983’de yürürlüğe giren 2935 Sayılı Olağanüstü Hal Kanunu ile de iletişim alanında düzenlemelere gidilmiştir.

1980-1983 askeri yönetim döneminde, radyo ve televizyon yayıncılığı açısından getirilen ilk değişikliklerden birisi, 1964 yılında TRT’yi kuran 359 Sayılı Kanun yerine, 2954 Sayılı Kanun’un kabul edilmesidir. 1961 Anayasası çerçevesinde hazırlanan 359 Sayılı Kanun’da, TRT özerk kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmış, TRT yönetim kurulunun oluşumunda üniversiteler ve diğer eğitim kurumları gibi birçok farklı kesime imkan verilerek hükümetin baskı politikaların önüne geçilmeye çalışılmıştır. Ancak 1960’lardaki istikrarsız siyasal ortam ve dönemin hükümeti olan Adalet Partisi’nin TRT’yi, sol görüşün temsilcisi olarak görmesi, TRT özerkliğinin son bulmasına neden olmuştur. TRT’nin özerkliği konusunda 1970’lerden başlayarak gösterilen olumsuz tutum, 1980 darbesi sonrasında hazırlanan 1982 Anayasası’na paralel olarak çıkarılan 2954 Sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanunu’nda da

devam etmiştir. 1982 Anayasası'nda yer alan "Radyo ve Televizyon istasyonları ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir" maddesi 2954 Sayılı Yasada siyasal otoritenin tekeline bırakılmıştır (Çankaya, 1997: 63; Açdoğuran, 2001: 283).

2954 Sayılı Yasa'nın, yayıncılık hayatına getirdiği değişikliklerden birisi de, yurt içinde yapılacak radyo ve televizyon yayınlarında milli siyaset anlayışına uygun kuralları belirlemek, bu kanunda belirtilen görev ve esasların uygulanmasında gözetim ve denetim yapmak amacıyla Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nun (RTYK) kurulmasıdır. Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nun başlıca işlevi; iletişim alanında çoğulculuğu etkin kılmak ve çokseslilik politikalarının belirlenmesini sağlamak, ifade özgürlüğünü ve kamuoyunun doğru ve tarafsız şekilde bilgilendirme hakkını garanti altına almaktır. Oluşturulan bu kurulun öncelikle yayın izni ve lisansı vermek, frekans tahsisi gibi görevleri yapmak yanında, diğer bir görevi de, yayıncılık hayatında çeşitli kuralların benimsenmesini sağlamak için yeni standartlar oluşturmaktır. Bu kurula, bizzat yayınları takip ederken yaşanan aksaklıkları ya da kamuoyundan gelen şikayetler doğrultusunda yayıncı kuruluşlara iç hukukun belirlediği çerçevelerde çeşitli müdahalelerde ve yaptırımında bulunabilme yetkisi de verilmiştir.

1980'li yılların kaos ortamında, oluşturulan radyo ve televizyon sistemi, gerçek anlamda hukuki düzenlemeden yoksundur. Oluşturulmak istenen sistem, siyasi otoritenin zorlaması ve büyük sermayenin baskısı ile hiçbir zaman tam anlamıyla uygulama alanı bulamamıştır. Bu açıdan bakıldığında, RTYK temel görevlerini yerine getirememiş; frekans tahsisini gerçekleştirememiş, yayın durdurma-ceza yaptırımlarında bulunma ve yayınlara ideolojik olarak bir denetim bekçiliği yapma görevinden öteye geçememiş ve sansürcü bir kurum olarak eleştirilmiştir (Kaya, 2013: 237; Öztekin, 2007: 59).

Bunun yanı sıra, 1950'lerde kabul edilmiş olan 5680 Sayılı Basın Kanunu'nun bazı maddeleri, 1983 yılına gelindiğinde değiştirilerek (Danışma Meclisi S. Sayısı : 561), özellikle Basın Kanunu'nun 31. Maddesinde yer alan "*Yabancı memleketlerde çıkan basılmış eserlerin, Türkiye'ye sokulması ve dağıtılmasının Bakanlar Kurulu kararıyla men olunabileceği*" hükmüne "*Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyetin temel ilkelerine, millî güvenliğe ve genel ahlaka aykırı olup yabancı memleketlerde çıkan basılmış eserleri*" ibaresi eklenmesiyle, dış ülkelere getirilen ve Bakanlar Kurulu tarafından uygunsuz olduğu düşünülen eserlere sansür uygulanmasının yolu açılmıştır.

Anayasal düzen ile temel hak ve hürriyetleri ortadan kaldırmaya yönelik şiddet olayları nedeniyle, kamu düzeninin bozulduğu gerekçesine dayanarak, 27 Ekim 1983'de 2935 Sayılı *Olağan Üstü Hal Kanunu* yürürlüğe girmiş ve bu kanunda iletişim alanında da belirli kısıtlayıcı düzenlemeler yer almıştır. Bu düzenlemeler; "*Gazete, dergi, broşür, kitap, el ve duvar ilanı ve*

benzerlerinin basılmasını, çoğaltılmasını, yayımlanmasını ve dağıtılmasını, bunlardan olağanüstü hal bölgesi dışında basılmış veya çoğaltılmış olanlarının bölgeye sokulmasını ve dağıtılmasını yasaklamak veya izne bağlamak; basılması ve neşri yasaklanan kitap, dergi, gazete, broşür, afiş ve benzeri matbuayı toplatmak, söz, yazı, resim, film, plak, ses ve görüntü bantlarını ve sesle yapılan her türlü yayımı denetlemek, gerektiğinde kayıtlamak veya yasaklamak; her nevi sahne oyunlarını ve gösterilen filmleri denetlemek, gerektiğinde durdurmak veya yasaklamak” olarak belirlenmiştir. Aynı kanunun 25. maddesinde bazı suçların basın yayın organları aracılığıyla işlenmesi durumunda, suçu işleyenler için cezanın ağırlaştırılacağı belirtilmiştir¹².

1980 yılı ve sonrasında uygulanan neoliberal politikalar sonucunda devletin tanım, yetki ve sorumluluklarında büyük ölçüde değişim yaşanmış, bu değişim ekonomik, toplumsal, siyasi alanda olduğu gibi iletişim alanında da kendini göstermiştir. Özellikle 1980-1983 yıllarında toplumsal sorunların çözümünde kitle iletişim araçları üzerinde tam kontrolün sağlanması için farklı gruplardan gelen seslerin kesilmesi, kitle iletişim araçlarına sansür uygulanması ve bu konuda yapılan her türlü kısıtlayıcı işlemin hukuken meşru gösterildiği bir dönemin yaşandığı görülmektedir.

2.2.2.1983-1991 Yılları Arası ANAP Hükümeti Döneminde Medya

1980-1983 yılları arasında üç yıl süren askeri yönetim sonrası, 6 Kasım 1983’te yapılan genel seçimlerle, genel başkanlığını Turgut Özal’ın yaptığı Anavatan Partisi (ANAP) iktidara gelmiştir. ANAP iktidarı, uyguladığı neoliberal politikalarla Türkiye’deki siyasal, ekonomik, kültürel ve toplumsal yapıyı yeniden şekillendirmiştir.

Turgut Özal iktidarı döneminde, devletçi anlayışın sorunları çözmekten uzak olduğu, uygulanan devletçi politikaların devletin klasik rol ve fonksiyonlarını yerine getiremeyen hantal bir bürokratik yapıya dönüştürdüğü görüşü yaygınlaşmıştır. Özal’ın devlet anlayışına göre, devlet temel altyapı hizmetleri ve istihdam olanakları yaratmaktan vazgeçmeli, bu alanları serbest piyasaya bırakmalıdır. Böylece devlet, serbest piyasa ekonomisinin işleyişini destekler nitelikte yaptığı düzenlemelerle bireysel girişimciliği destekleyecek, özelleştirmeler yoluyla kamu hizmetlerinde değişim yaratacak, ancak bir yandan da adalet, güvenlik, savunma gibi alanlarda da etkin olacaktır (Duman, 2011: 112). Neoliberal ideolojiye göre, “sınırlı devlet” anlayışını benimseyen neoliberal politikalar çerçevesinde oluşturulan serbest piyasa sürecine yapılacak her siyasi müdahale, üretimde ve bölüşümde işlevsiz bir yapı meydana getirecektir (Barry; 2004: 75).

¹² T.C. Resmi Gazete, 27.10.1983, Sayı: 18204.

Emre Kongar'ın (2001: 221) söylemiyle kendisini “*askeri rejimi sivilleştiren politikacı*” olarak tanımlayan Turgut Özal, sivilleşme, modernleşme ve demokratikleşme söylemiyle yola çıksa da, iktidarı döneminde yaptığı uygulamalar tartışmalara neden olmuştur. Basın alanında çıkarılan “Muzır Yasası” olarak bilinen, 1927 yılında kabul edilen ancak o dönemde uygulama alanı bulunmayan “Küçükleri Muzır Neşriyatından Koruma Kanunu” Maddeleri’nde 6 Mart 1986’da yapılan değişikliklerle basın üzerindeki denetim arttırılmış, 11 Mayıs 1988’de bazı maddeler tekrar değiştirilerek süreli ve süresiz yayınlara denetim uygulamasına devam edilmiştir (Topuz, 2003: 276).

Özal’ın “Türkiye’de 2,5 gazete kalacak” (Milliyet ve Sabah birer gazete diğerleri yarım gazete) sözü ile medyanın küçülmesi talebine bağlı olarak, 1989 yılında ara seçimlerin yapıldığı döneme kadar, ANAP hükümeti döneminde 300’e yakın gazeteci, yazar ve çevirmen yargılanmış, 500’e yakın gazete piyasadan toplatılmış, gazetecilere açılan davalar sonucunda, toplam 2000 yıl hapis cezası kararı verilmiştir (Cemal, 1990: 213). Basın, ilk zamanlarda dönüştürücü lider olarak tanımladığı Turgut Özal ve hükümetini desteklemiş, ancak ekonomik anlamda sarsılmaların olduğu, enflasyon artışına paralel olarak alım gücünün düştüğü, yolsuzlukların açığa çıktığı dönemde hükümetle ilgili olumsuz haberlere yer verilmiştir. Özal ve partisi, basınla iplerini yavaş yavaş koparmaya başlamış, Menderes döneminde hükümetin “*baldırı çıplak*” (Kaya, 2010: 112) olarak nitelendirilen gazetecilere, Özal döneminde “*kara göznlük ve amigolar*” (Tokatlı, 1990: 70-74) benzetmesi yapılarak halka, bu gazetecileri dikkate almamaları konusunda, telkinlerde bulunmuşlardır.

Özal’ın izlediği siyaset anlayışı, tam rekabete dayalı, serbest piyasa ekonomisini belirlemeye yönelik neoliberal politikalarla sınırlı kalmamış, aynı zamanda bu politikalar basın alanında değişim ve dönüşümlere de yol açmıştır. 1983 yılı itibariyle iktidar, iletişim alanında önemli altyapı yatırımları ve teşvik belgeleriyle iletişimde özelleştirmenin zeminini hazırlamış, medya kuruluşlarına sağlanan yardımlar ve verilen teşviklerde yoğunluk gözlenmiştir. Örneğin, 2954 Sayılı Yasa çerçevesinde, TRT yayınlarında, bağımsız şirketler tarafından “kaset teslim” programlar yaptırılmış, bu yolla TRT’nin yapmış olduğu programlar özelleştirilmiştir. 1985 ile 1990’lı yıllarda TRT için 101 şirketin 206 adet belgesel, gündüz kuşağı yayınları, eğlence programları formatında satın alma yoluyla dış yapım şirketlerine kaynak aktarımı gerçekleştirilmiştir (Alemdar ve Kaya, 1993: 43).

Bu dönemin öne çıkan özelliği, medyanın siyasi iktidarların kontrolüne girmesi ve medyanın sermaye yapısında değişimlerin yaşanmasıdır. Öncelikle basının temel işlevi olarak görülen bilgilendirme/haber verme fonksiyonu, siyaset alanında girdiği ilişkilerde önemli hale gelmiştir. Basın ve siyaset alanının ilişkisi incelendiğinde, iktidar olmak isteyen grupların

medyayı halkın güvenini kazanmak ve halkı kendi gerçekleri doğrultusunda bilgilendirmek amacıyla manüplasyon aracı olarak kullandığı görülmektedir. Bu doğrultuda, siyasal çevreleri etkilemek için kitle iletişim araçlarına yatırım yapmak, bu araçlarla ilgili her türlü düzenlemeleri planlamak gerekmektedir. Basın ve siyaset alanında kurulan ikili ilişki zaman zaman başarılı bir işbirliği örneği olarak değerlendirilse de, bazen durum basın-siyaset arasında güç savaşına girilmesine neden olmuştur. Bu ilişkinin sonucunda gazete ve gazetecilik pratikleri değişmiş, bilgilendirme ve haber verme sürecinde etik değerler aşınmıştır (Göker vd., 2009: 233; Alver, 2007: 207). İkinci olarak basının kitleler üzerinde büyük bir etkiye sahip olması, siyasal iktidarla kurulan yakın ilişki sayesinde devletin kredi, teşvik ve imkanlarından yararlanma düşüncesi o güne kadar medya sektörü dışında kalmış bazı sermaye gruplarını medya alanına yönlendirmiştir (Sönmez, 2003: 34). Turgut Özal'ın iktidara gelmesiyle uygulamaya konulan neoliberal politikalarla birlikte, medyanın sermaye yapısında değişim yaşanmış ve oluşturulan yeni medya sisteminde tekelleşme sürecinin önü açılmıştır. Özellikle 1983 yılında kağıda yönelik devlet sübvansiyonlarının kaldırılması, resmi reklam ve ilanlardan alınan gelirlerin düşüklüğü, medya sermaye sahiplerinin giderlerini finanse etmekte yaşadığı zorluklar, diğer alandaki sermaye gruplarının medya alanına girmesinde önemli etkenler olmuşlardır.

Bu dönemde basın dışı sermayenin sektöre girmesi konusunda yaşanan ilk deneyim, 1982 yılında yüksek bir sermaye birikimine sahip olan Hisarbank ve Odibank'ın sahibi olan, Libya'da müteahhitlik yaptıkları dönemde Çavuşoğlu- Kozanoğlu grubunun Güneş Gazetesi'ni alarak medya alanında faaliyet göstermeye başlamasıdır. Sonrasında bu grubun yaşadığı finansal sıkıntılar nedeniyle Güneş Gazetesi başka bir alanda faaliyet gösteren İş insanı Mehmet Ali Yılmaz'a, ardından da Asil Nadir'e satılmıştır (Tokgöz, 2010: 3).

Türk medya sektöründe basın dışı sermayenin medyaya girişinin yönelik kırılma noktası, Özal'n teşviki ile Kıbrıslı iş insanı Asil Nadir'in 1988 yılında Simavi ailesinden Günaydın, Tan, Güneş gazeteleriyle Nokta Dergisi'ni satın almasıdır (Öngen, 2017: 31). Asil Nadir, kısa bir sürede basın alanına yaklaşık 60 milyon dolar değerinde, o döneme kadar kimsenin yapmadığı kadar, yatırım yapmış; bunu yaparken de amacının kar elde etmek olmadığı, sadece basın aracılığıyla itibar kazanmak olduğunu ifade etmiştir. Ancak Nadir'in Türk Basın macerası sahip olduğu Polly Peck firmasının ekonomik sıkıntıya girmesi ve hakkında açılan davalar sonucunda, sona ermiştir (Kuyucu, 2013: 35).

Kitlesele düzeyde iletişim özgürlükleri açısından bu dönemin en önemli gelişmesi 1980'li yıllarda özel televizyon kanallarının kurulmasına yönelik çalışmaların başlatılmış olmasıdır. Ancak bu çalışmalar, 1990'larda Radyo ve Televizyon yayıncılığında devlet

tekelinin kaldırılması sürecine kadar gerçek anlamda uygulama alanı bulamamıştır. Başlangıç olarak 1985 yılında gazetelerin bu alandaki yatırım örneği MTV'nin (Milliyet Televizyon Şirketi) televizyon yayını için stüdyoların, teknik alt yapının kurulması ve aynı şekilde Hürriyet Gazetesi'nin ART'ın (Anadolu Radyo Televizyon) kurulma çalışmasına yönelik yaptığı girişimler gösterilebilir. Bu hazırlıklara 1989 yılında Sabah Gazetesi'nin içinde bulunduğu Mediagrup hazırlıkları ve Türkiye Gazetesi'nin TGRT'yi kurma çalışmaları da eklenebilir (Demir, 1994: 183).

Dönemin tartışma yaratan bir konusu da, 1980'li yıllarla birlikte özellikle, Özal döneminde başlatılan ücretsiz gazete dağıtımı sorunudur. Kamuoyunda gazetelerin ücretsiz dağıtılması, kitleleri yönlendirmesi ve gazete sahibi sermaye gruplarının çıkar sağlama amacı taşıdığı için eleştirilmiştir. Bu açıdan bakıldığında ücretli gazete piyasasında geçerli olan yüksek tekelleşme eğilimi, ücretsiz günlük gazeteler için de geçerli olmaktadır. Ücretsiz gazetelerdeki tiraj verileri, gazetenin satış gelirini temsil etmemekte, tiraj verilerini belirleyen etken, ulaşılması amaçlanan kitlenin büyüklüğüdür. Ulaşılan kitlenin büyüklüğü, reklam gelirlerinin artmasını sağladığı gibi aynı zamanda sermayenin içerikler yoluyla toplumsal alanda güç elde etmesini de sağlamaktadır (Aydoğan, 2012: 87). *Zaman*, *Bugün*, *Today's Zaman* gibi gazetelerin bazı illerde kamusal alanlarda bedava dağıtılması, gazetelerin ideolojik propaganda yaptığı yönünde kaygılara neden olurken, diğer yandan da reklam pastasının paylaşımında önemli olan gazete tiraj rakamlarının belirlenmesi de tartışmalara yol açmıştır (Uzun, 2009: 456).

Özal'ın iktidar olduğu 1983'den başlayarak Cumhurbaşkanı olduğu 1991 döneme kadar geçen sürede, basın alanında bazen olumlu bazen de olumsuz gelişmeler yaşandığı görülmektedir. Sonuç olarak, bu yıllar arasında neoliberal ekonomi politikalarının basında dönüşüm yarattığı, basın kuruluşlarının henüz holdingleşme sürecine girmediği ancak, sermaye dışı grupların bu alana girmesiyle, basın-iktidar ilişkisinin ekonomik, siyasal ve toplumsal sisteme yansıdığı bir dönemin yaşandığı görülmektedir.

1980'li yıllarda, küreselleşme sürecinde bütün dünyada uygulama alanı bulan deregülasyon politikaları sonucunda yaşanan değişimden Türkiye'de payını almıştır. Serbest piyasa ekonomisinin hakim olduğu ülkelerde ve Türkiye'de de medya sektöründe tekelleşme süreci başlamıştır. Bu tekelleşmenin etkisiyle 1980'lerle birlikte medya sektörünün sahiplik yapısı medya dışı grupların bu sektöre girmesi ile yapısal olarak değişmiştir.

2.2.3. 1991-2001 Yılları Arasında Koalisyon Hükümetleri Döneminde Medya

Türk siyasi tarihinde İsmet İnönü'nün başkanlığında 1961 yılında CHP ile AP arasında kurulan 26. koalisyon hükümeti döneminden bu yana yaklaşık 16 koalisyon hükümeti, devleti yönetmiştir. 1991-2002 yılları arasında devlet yedi koalisyon hükümeti tarafından yönetilmiştir. Bu koalisyon hükümetleri sırasıyla; 1991-1993 VII. Demirel Hükümeti (DYP-SHP), 1993-1995 I. Çiller Hükümeti (DYP-SHP), 1995-1996 II. Çiller Hükümeti (DYP-CHP), 1996 II. Yılmaz Hükümeti (ANAP-DYP) 1996-1997 Erbakan Hükümeti (RP-DYP), 1997-1999 III. Yılmaz Hükümeti (ANAP-DSP-DTP), 1999-2002 V. Ecevit Hükümeti (DSP-MHP-ANAP)'dir. Koalisyon dönemlerinde partiler arası uyumsuzluklar, ülkedeki ekonomik, kültürel, sosyal ve dinsel sorunlar, terörle mücadele ve siyasal İslam konusunda yaşanan sorunların gündeme gelmesi, bu dönemde demokratikleşme ve basın özgürlükleri sürecini de etkilemiştir.

1991-1996 yılları arasında DYP-SHP/CHP Koalisyon döneminde siyasal alanındaki gelişmeler incelendiğinde; Turgut Özal'ın, 9 Kasım 1989'da Cumhurbaşkanı seçilmesinin ardından Özal başkanlığında ANAP dönemi sona ermiş, 47. Hükümeti kurma görevi Erzincan Milletvekili Yıldırım Akbulut'a verilmiştir. Kısa bir süre sonra 15-17 Haziran 1991 tarihlerinde yapılan III. ANAP Büyük Olağan Kongresi sonucunda Mesut Yılmaz'ın ANAP Genel Başkanlığı'na seçilerek Başbakan olmasıyla birlikte, 23 Haziran 1991'de Akbulut'un görevi sona ermiştir. Ülkede yaşanan siyasal ve toplumsal olaylar çerçevesinde Mesut Yılmaz Hükümeti erken seçim kararı almıştır. Ancak 20 Ekim 1991 tarihinde yapılan seçimde Anavatan Partisi oyların yüzde 24'ünü alarak ikinci parti konuma geçmiş ve seçimi kaybetmiştir. Yüzde 27 oy oranı ile seçimin lideri olan Doğru Yol Partisi (DYP), tek başına hükümet kurmak için çoğunluğu sağlayamayınca yüzde 48'lik bir temsiliyete karşılık olarak Sosyaldemokrat Halkçı Parti (SHP) ile koalisyon kurmaya karar verilmiştir (Kejanlıoğlu, 2004: 345). DYP ve SHP gibi iki farklı ideolojiye sahip partinin birlikteliğinde kurulan hükümet 1961 döneminde koalisyon kuran CHP ile AP arasındaki birlikteliğe benzetilmiş ve her iki dönemde olduğu gibi, iki farklı partinin ülke için aynı perspektiften bakacaklarına dair bir umudun oluşmasına neden olmuştur (Tutar, 2007: 295).

Başlangıçta koalisyon hükümeti programlarında devletin huzur ve kalkınmasının esas alınacağı, insan hakları ve özgürlüğe dayalı demokratik bir hukuk devletinin kurulacağı, basın özgürlüğünün geliştirileceğine yönelik vaatlerde bulunulmasına rağmen, temelde bu görüşler üzerinden hareket edilse de ilerleyen süreçte söz konusu unsurları sağlamaktan uzak bir politika izlenmiştir (Zürcher, 2011: 421).

Hükümet programlarında “demokratikleşme” başlığı altında, radyo ve televizyon yayınları üzerindeki devlet tekelinin kaldırılması, çoğulcu bir bakış açısının geliştirilmesi, radyo ve televizyon alanında kamusal ve özel bütün yayınlar için tarafsızlık kuralı gereği, bu alanda uyulması gerekli yayın ilkelerini denetlemek için özerk bir yüksek kurulun oluşturulacağı, basın özgürlüğü alanında yurttaşların gerçekleri öğrenme ve doğru haber alma hakkını güvence altına alacak düzenlemelere yer verileceği ifade edilmiştir. Bu düzenlemelere ek olarak programda; sansür, Muzır ve Basın Yasası gibi yasalardan kaynaklanan kısıtlayıcı düzenlemelerin kaldırılması gerektiğinden de bahsedilmiştir (Neziroğlu ve Yılmaz, 2015: 1646-1690).

Hükümetin programında radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kaldırılacağı, tarafsız bir devlet televizyonu ile özel radyo ve televizyon istasyonlarının kurulacağı açıklanmasına rağmen, bu dönemde yasal düzenlemeler yapılmadan MagicBox adlı TV kanalının yayın hayatına başlaması, büyük tartışmalara neden olmuştur. Bunun üzerine, TBMM’ye araştırma yapılması için, 29 Eylül 1992’de önerge verilmiştir. Öte yandan, 15 Mart 1993 tarihinde İçişleri Bakanlığı, izinsiz radyo frekans kullanılmasının “frekans-elektronik kirlenmesi” ve telsiz iletişimde güvenlik sorunu yaratması nedeniyle, yasa dışı radyo ve televizyonların kapatılması için bir genelge yayınlamıştır (Asker, 2009: 555; Aziz, 2013: 209).

Genelgenin ardından korsan yayın yaptıkları gerekçesiyle İstanbul’da 19 radyo istasyonundan 24 saat içinde yayınlarını durdurmaları istenmiş; 19 radyodan 16’sı 1 Nisan 1993 tarihinde talimatlar çerçevesinde yayınlarına son verdiğini açıklamıştır. Ankara ve İzmir’de faaliyet gösteren toplam 44 radyo istasyonu talimatlarla kapatılmıştır. Ancak, yurt dışından yayın yapmaları gerekçesiyle Süper FM, Metro FM ve Show Radyo kanallarına bir yaptırım uygulanmamıştır. Tüm bu kısıtlamalara rağmen, radyo sahiplerinin, toplumdaki çeşitli siyasi kesimlerin desteklediği sağlamak için “radyomu istiyorum” kampanyası yapmalarının yanında aynı yıl yapılan seçimle iktidara gelen hükümetin ılımlı yaklaşımları sonucu radyolar yeniden yayına başlamıştır (Çakır, 2010: 7). Ardından 8 Temmuz 1993 tarihinde kabul edilen, Anayasa’nın 133. Maddesindeki değişikliklerle radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılmıştır¹³.

1993 yılında Turgut Özal’ın vefatı sonrasında, Süleyman Demirel’in Cumhurbaşkanı olması, Tansu Çiller’in DYP’nin başına geçerek Türk tarihinde ilk defa kadın başbakan sıfatıyla hükümet kurma görevini almasıyla yeni bir koalisyon gündeme gelmiştir. Bu dönemde yaşanan siyasi olaylar, mezhep çatışmaları nedeniyle sıkıntı yaşayan hükümet, sonrasında SHP’nin ve CHP’nin birleşmesinin ardından, DYP- CHP ile koalisyon kurarak, siyasi faaliyetlerine devam

¹³ T.C. Resmî Gazete, 9.11.1982, Sayı: 17863.

etmiştir. Böylece 1991-1993 yılları arasında kurulan DYP-SHP koalisyonu, 1993-1995 yılındaki DYP-CHP birlikteliği ile ikinci koalisyon dönemine geçirmiştir (Basmacı, 2019: 68).

II. Koalisyon döneminin programında da, basın özgürlüğü, radyo ve televizyon yayınlarında devlet tekelinin, yasaklama ve sınırlandırılmanın kaldırılmasına yönelik düzenlemelere yer verileceği açıklanmıştır. Bu programdan hareketle ilk olarak 8 Temmuz 1993'te Anayasa'nın 133. maddesi değiştirilerek radyo ve televizyon üzerindeki devlet tekeline son verilmiştir. Sonrasında hükümet, Avrupa Birliği uyum politikaları çerçevesinde, 4 Kasım 1993'de *Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi*'ni onaylamıştır. 13 Nisan 1994'te 3984 Sayılı Kanunla, radyo ve televizyon yayıncılığı ve bu yayınların iletiminde düzenleyici ve denetleyici kurum olarak, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur.

II. Koalisyon döneminde yaşanan önemli gelişmelerden birisi de; hükümetin kendisine yakın olan basın kuruluşlarına maddi destek vermesiyle yaşanan kutuplaşmalar ve değişime uğrayan basın-siyaset ilişkileridir. Basın etiği kavramının hiçe sayıldığı bu dönemde, basın siyasi çıkarlara alet edilmiş, bu dönemde hükümete yakın gazetelere teşvikler verilirken muhalif olanlar ise cezalandırılmıştır (Basmacı, 2019: 71). Özellikle Tansu Çillerin Devlet Bakanlığı ve Başbakan olduğu dönemlerde kendi siyasi çıkarları için verdiği kredi ve teşviklerden basın-yayın sektörüne ayrıcalık sağladığı gerekçesiyle Meclis'e 12 Ağustos 1997'de araştırma önergesi verilmiştir. Bu önergenin kabul edilmesinden sonra kurulan TBMM Bazı Gazetelerin Kullandıkları Kredileri Araştırma Komisyonu'nun hazırladığı raporda, bazı gazetelere usulsüz ve aykırı olarak fon kaynaklı kredi kullandırıldığı açıklanmıştır ¹⁴.

Söz konusu raporda, Tansu Çiller döneminde verilen teşviklerle birlikte, Turgut Özal'ın ve Süleyman Demirel'in hükümetleri döneminde medya kuruluşlarına toplam 2.6 trilyon liralık teşvik dağıtıldığı belirtilmiştir. Bu teşviklerden en çok payı 699 milyar 263 milyon TL ile Sabah Gazetesi'nin aldığı; Hürriyet'in 425 milyar 570 milyon TL; Milliyet'in 334 milyar 683 milyon TL; Türkiye'nin 229 milyar 646 milyon TL; Zaman'ın 49 milyar 551 milyon TL teşvik aldığı açıklanmıştır. Ayrıca, televizyon yatırımları için Teleon'a (Uzanlar), 116 Milyar TL; Milliyet Haber Ajansı'na 89 Milyar TL; Satel'e (Sabah TV) 70 Milyar TL; A Yapım TV'ye (Sabah) 44 Milyar TL; Hürriyet Radyo Prod.'a 5 Milyar TL ve MBI Filmcilik'e (İnterStar) 9 Milyar TL yatırım teşviki verildiği açıklanmıştır (Topuz, 2003: 355-356).

Bu gelişmelerle birlikte II. koalisyon hükümeti, basına yönelik yeni düzenlemelere yer vermiş ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde (TBMM) 23 Şubat 1995 kabul edilen *4077 Sayılı*

¹⁴ TBMM Raporu Sayı: 650

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile basın düzenlediği kampanya ve promosyon uygulamalarına sınırlandırmalar getirilmiştir¹⁵.

DYP/CHP hükümetinin sona ermesinin ardından, 24 Aralık 1995’de yapılan genel seçimler sonucunda hiçbir parti tek başına iktidar olacak oyu alamamıştır. Bunun üzerine Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel seçim sonrasında hükümet kurma görevini seçimde ikinci sırada olan ANAP’ın genel başkanı Mesut Yılmaz’a vermiştir. Ancak Yılmaz Hükümeti’nin tek başına güven oyu alacak çoğunluğa sahip olmaması nedeniyle, ANAP/DYP koalisyon hükümeti kurulmuştur. Ancak 6 Mart 1996’da kurulan bu hükümet uzun ömürlü olamamış ve koalisyon 28 Haziran 1996 tarihinde sona ermiştir.

1995 seçiminde birinci olduğu halde kamuoyu baskıları nedeniyle hükümet kurma görevi verilmeyen Refah Partisi’ne (RP), ANAP/DYP koalisyonun son bulmasından sonra hükümet kurma görevi verilmiştir. Refah Partisi hükümeti de, güvenoyu almasına yetecek milletvekiline sahip olmaması nedeniyle DYP ile koalisyon kurmuş, bu dönemdeki ortaklık siyasal çevrelerce REFAHYOL hükümeti olarak adlandırılmıştır.

Refahyol hükümeti basına yönelik yaptığı ilk düzenlemeyle 6 Kasım 1996’da 5680 Sayılı Basın Yasası’na iki yeni madde ekleyerek, dağıtım tekellerini önlenmeye çalışmıştır (Asker, 2009: 563). Bu yasa değişiminden önceki dönemler itibarıyla dağıtım şirketlerinin belirli yayın gruplarının tekelinde toplandığı görülmektedir. Özellikle, 1990’lı yıllarda dağıtım pazarında tekel olan YAYSAT ve BBD şirketleri bulunurken; 1996 yılı itibarıyla bu şirketlerin ortaklaşa kurduğu BİRYAY (Birleşik Yayın Dağıtım A.Ş) dergi ve gazete dağıtımında tekel durumuna geçmiştir. BİRYAY ile Akşam Gazetesi arasında yaşanan anlaşmazlık nedeniyle, Akşam Grubu’na bağlı yayınların dağıtımının durdurulması kararı, basın-iktidar ilişkisini gündeme getirmiştir. Dönemin Refahyol hükümeti tarafından Doğan ve Bilgin Grupları tarafından Akşam’ın dağıtılmasını sağlamak amacıyla, 5680 Sayılı Basın Kanunu’na 4202 Sayılı Kanunla eklenen 7. ve 8. maddelerle dağıtım şirketlerine yönelik dağıtım yapma zorunluluğu getirilmiştir. Aksi takdirde bu kuruluşlara, dağıtmadıkları yayınların toplam satış bedelinin yüzde 50’si oranında ağır para cezası verileceği öngörülmüştür (Asker, 2009: 451; Ekdi, 2004: 17). Ancak düzenleme Anayasa Mahkemesi tarafından sonraki dönemde iptal edilmiştir.

Refahyol Hükümeti’nin basına yönelik ikinci düzenlemesi; gazetelerin promosyon uygulamalarına yönelik bir dizi kararın alınmasıyla ilgilidir. Bu yasayla promosyon uygulamalarına uymayanlara verilecek cezanın Sanayi Bakanlığı tarafından belirleneceği hükmü, dönemde büyük bir tepkiye yol açmıştır.

¹⁵ T.C. Resmi Gazete, 23.02.1995, Sayı: 22221

Basın Konseyi ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından Refahyol döneminde yayın kuruluşlarının kapatılması, sansür uygulamalarına yönelik kararların alınması ve basın kuruluşlarına yönelik hukuk dışı eylemler nedeniyle 1997 yılının basın tarihinde “Sancılı ve Kara Yıl” olarak değerlendirilmesine yol açmıştır¹⁶.

Refahyol hükümeti, kuruluş protokolü gereği, başbakan olma sırası Tansu Çillere verileceği dönemde Necmettin Erbakan, toplumsal baskılar ve 28 Şubat süreci nedeniyle başbakanlıktan istifa etmiş, bu istifanın ardından dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel yeni hükümeti kurma görevini Mesut Yılmaz’a vermiştir. CHP’nin de dışardan desteğiyle kurulan ANAP, DSP ve DTP (AnaSol-D) koalisyon hükümeti, hazırladıkları protokolde, 54. hükümetin ülkeyi içine düşürdüğü rejim ve devlet bunalımından kurtarmak, ülkenin demokratik yapısını yeniden tesis etmek ve Cumhuriyet rejimini güçlendirmek için bir araya geldiklerini açıklamışlardır¹⁷. Bu hükümet dönemi de diğerlerinde olduğu gibi uzun sürmemiş; benzer uygulamalar neticesinde basın alanında sansür ve cezalar devam etmiştir. 1997 yılında 49 gazete, 29 dergi, 23 kitap toplatılmış, 147 dava açılmış ve 89’u mahkumiyetle sonuçlanmış, radyo ve televizyonlara 75 yayın engelleme cezası verilmiştir (Topuz, 2003: 307).

Bu hükümet döneminde yaşanan siyasi ve toplumsal olaylar ve dönemin Başbakanı Mesut Yılmaz’ın TürkBank ihalesi ile ilgili hakkında gensoru verilmesi AnaSol-D koalisyonun sonunu getirmiştir (Hürriyet, 28.11.1998). 25 Kasım 1998 tarihinde Mesut Yılmaz’ın başbakanlığındaki hükümetin düşmesi nedeniyle Cumhurbaşkanı Demirel hükümet kurma görevini 7 Ocak’ta Bülent Ecevit’e vermiş, kurulan azınlık hükümeti ile ülke yeniden seçim sürecine girmiştir. 18 Nisan 1999’daki seçimde DSP oyların yüzde 22.7’sini, MHP yüzde 17.98’ini ve ANAP yüzde 13.22’sini¹⁸ olarak oluşturulan DSP-ANAP-MHP koalisyonu 9 Haziran’da güven oyu alarak, 2002 yılına dek ülkeyi yönetmiştir. Bu koalisyon döneminde yaşanan Abdullah Öcalan’ın yakalanması, kamu kurumlarında başörtü yasağının getirilmesi, 17 Ağustos depremi, terör saldırıları, batık banka operasyonları, basın mensuplarına yönelik saldırılar, 2001 krizi gibi olaylar siyasal-toplumsal açıdan toplumu etkilemiş ve döneme damgasını vurmuştur. Özellikle siyaset-çete-mafya ve medya ilişkilerinin yaşandığı dönemde, var olan gizli örgütlenmelerle, gazeteciler üzerinde baskı oluşturmaya çalışılmış ve çıkarlarına dokunan, kendilerine yönelik olumsuz haber yapan gazetecilere karşı suikast girişimleri hazırlanmıştır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin 2000 raporuna göre, 1990-2000 yıllarında aralarında Çetin Emeç, Uğur Mumcu, Turan Dursun ve Ahmet Taner Kışlalı ile birlikte otuz yedi gazeteci ve aydın katledilmiştir.

¹⁶ Milliyet, 31 Aralık 1997.

¹⁷ ANAP-DSP-DTP Koalisyon Protokolü, 1997: 3

¹⁸ <https://secim.haberler.com/1999/>.

DSP-MHP-ANAP koalisyonu ilk dönemlerinde medya alanında yaşanan önemli bir gelişme; Gazeteciler Cemiyeti'nin "Türkiye Gazetecilerinin Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi" başlığında bir bildiri yayınlamasıdır. Bu bildiride: *"Herkes, bilgi edinme ve haber alma, özgür düşünce, ifade ve serbest eleştiri hakkına sahiptir. Düşünce ve ifade özgürlüğünün kullanılmasının başlıca yolu olan basın ve yayın özgürlüğü temel insan haklarındandır. Bu hakların demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olması esastır"* maddesiyle basın özgürlüğünün altı çizilmiştir. Bildirin devamında *"Gazetecinin hakları, halkın haber alma hakkının ve ifade özgürlüğünün, meslek ilkeleri ise dürüst ve doğru iletişimin temelini oluşturur. Meslek ilkeleri gazetecinin ve basın -yayın organlarının özdenetimini öngörür ve değerlendirme mercii öncelikle vicdanlardır. Dolayısıyla basın yayın organları yöneticileri ve gazeteciler; medya ve dijital ortamda meslek ilkelerine uymalı, uyulmasını gözetmelidir. Gazeteci olmadıkları halde çeşitli biçimlerde gazetecilik faaliyetine katılanlar da bu sorumluluklar kapsamındadır. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi; dijital platformlarda yapılan yayıncılık, gazete ve dergilerin sosyal medyadaki faaliyetlerini de kapsar"* ifadesi ile gazetecilikte mesleki etik-ahlak ilkeler hakkında bilgi verilmektedir¹⁹.

Yine aynı dönemde, Basın Konseyi'nin 2001 yılı Şubat Ayı Raporu'nda basına yönelik fiili saldırılar, mahkemeler tarafından gazetecilere verilen hapis-para cezaları ve gazetecilerin sendika desteğinden yoksun olması sebebiyle yaşanan işsizliklerden bahsedilmiştir. Rapora göre, ekonomide yaşanan sıkıntılardan etkilenen basın sektöründe 2000 yılının son iki ayında toplam 3000 gazeteci işsiz kalmıştır. RTÜK tarafından pek çok radyo ve televizyon için çeşitli sürelerle yayın durdurma ve uyarma cezaları verilmiştir. Televizyon kanallarından ATV, KANAL 6, SHOW TV birer gün; İnterstar ve ETV, 3'er gün yayın durdurma cezası alırken; Radyo Nur, Ufuk TV (Malatya), Bizim İmparator FM ve Radyo Söz (Bursa) 180'er gün; Radyo Klas (İstanbul) ve Denge Radyo (Ankara) 90'ar gün; İmaj Radyo 15 gün; Güneş TV(Malatya), Radyo Ekin ve Kanal 43, 7'şer gün; ART TV (Aksaray) 3 gün süreyle yayın durdurma cezası almıştır²⁰. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'a aykırı olarak promosyon kampanyası düzenleyen *Hürriyet, Milliyet, Sabah, Star* ve *Akit* gazeteleri 5 trilyona yakın para cezasına çarptırılmışlardır (Topuz, 2003: 314).

Dönemin en önemli gelişmesinden birisi de; 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 7.6.2001 tarihinde 4676 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla değişime uğramasıdır.

¹⁹ www.tgc.org.tr.

²⁰ Bianet, 2021.

Bu değişiklik, RTÜK'ün Başbakanlık Denetleme Kurulu'na bağlanması, tekelleşme ve internet yayıncılığı gibi konularda düzenleme ve para cezalarında artış gibi hususları içermektedir. O dönemde büyük bir tepkiyle karşılanan bu yasa değişikliği, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer tarafından kamu yararıyla bağdaşmayan, demokratik geleneklere, temel hak ve özgürlüklere, hukuka ve anayasal ilkelere uygun düşmeyen kurallar içerdiği gerekçesiyle veto edilmiştir²¹. Ancak 2002'de tekrar gündeme alınan yasa, bu kez 4756 Sayılı “*Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*” olarak yürürlüğe girmiştir.

3984 Sayılı Yasa'nın 29. Maddesi'nde yer alan “*Türkiye’de gazete çıkaran gerçek ve tüzel kişiler ile basınla ilgili mevzuata göre gazete sahibi olanlar bir arada yüzde 20’den fazla hisse sahibi olamazlar. Bu hüküm bu şahısların bir ile üçüncü dereceye kadar (dahil) kan ve sıhri hısımları hakkında da uygulanır*” hükmü, 4756 Sayılı Kanun değişikliğiyle kanundan çıkarılarak sınırlandırma kaldırılmıştır²². Bu yasayla, radyo ve televizyonlarla ilgili özel yasada gazete patronlarının yüzde 20 pay sınırlamasıyla, kamu ihalelerine girmelerini yasaklayan sınırlamaların kaldırılması amaçlanmış ve o dönemde, yapılan değişikliklerin demokratik olduğuna dair haberler yapılmış; Cumhurbaşkanının yasayı veto etmesi kamuoyunda büyük tepkilere yol açmıştır (Kösedağ, 2016: 2046).

Bu yasayla 2001 yılı itibariye medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişindeki engellerin kaldırılması, medyaya yatırım yapılmasını diğer sektörler için daha cazip hale getirmiş, medya sektöründe faaliyet gösteren grupların da devlet ihalelerinden yararlanmasının yolu açılmıştır (Kadioğlu, 2018: 114)

4756 Sayılı Yasayla basın kuruluşları için öngörülen para cezaları önemli ölçüde artırılmıştır. Yasaya uygun yayın yapmayan kuruluşların cezalarının alt ve üst limitleri arttırılmış, ayrıca yapılan eylemin ağırlığına göre kuruluşlara üç aya kadar gelir getirici yayın yapma yasağı verileceği, ihlalin ikinci kez tekrarı halinde yayın izni iptal edileceği ve bu cezaların ertelenmeyeceği ifade edilmiştir²³.

Dönemde yaşanan diğer bir gelişme ise, Türkiye tarafından 1950’li yılların sonlarında başlayıp 1966 yılında imzalanan Ankara Antlaşmasıyla devam eden Avrupa Birliği (AB) katılım sürecinde, 1999’da Helsinki Zirvesiyle tam üyelik için adaylığın kabul edilmesidir. Türkiye, tam üyelik adaylığının kabul edilmesiyle birlikte, ilk olarak AB katılım müzakerelerinin başlatılabilmesi için belirlenen kriterlere uyum sağlamanın gereklerini yerine

²¹ RTÜK Yasası, 2011.

²² T.C. Resmi Gazete, 15.5.2002, Sayı: 24761.

²³ T.C. Resmi Gazete, 15.5.2002, Sayı: 24761.

getirmeyi hedeflemiştir. Bu hedefe ulaşmak için, AB yasalarına uyum sürecinde değişikliklere gidilen alanlardan birisi de medya olmuştur.

Medya alanını düzenleyen görsel-ışitsel politikalar olarak tanımlanan uyum sürecinde medya içeriğine yönelik iki boyut yer almaktadır. Bunlardan ilki, 1989 yılında kabul edilen ve 1997’de güncellenen, Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi (Television without Frontiers Directive), ikincisi ise, MEDIA (Görsel-İşitsel Endüstrinin Gelişimini Teşvik Edici Önlemler) programları olmak üzere, görsel-ışitsel endüstriyi destekleyen kaynak yaratma programlarıdır (De Smaele, 2009: 16).

Sınır Tanımayan Televizyon Yönergesi’nde yer alan esaslar, birliğe üye ülkelerde yayıncılık alanında birlik ve beraberliği sağlamak amacıyla, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi (European Convention on Transfrontier Television) adıyla uluslararası bir anlaşmaya dönüştürülmüştür. Bu sözleşme ile televizyon yayınlarının AB içerisinde serbestçe dolaşması ve ayrıca televizyon yayınlarının en az yarısının Avrupa yapımlarına ayrılması konusunda iki temel prensibi esas alınmıştır (Çakır ve Gülnar, 2007: 210). Bunun yanı sıra sözleşmede kamunun önemli olaylara erişiminin sağlanması, televizyon reklamcılığı, tele-alışveriş ve sponsorluk, cevap ve düzeltme hakkının sağlanması ve küçüklerin korunması gibi konularda düzenlemelere de yer verilmiştir.

MEDIA programları, 1987-1990 yılları arasında Avrupa Topluluğu Kültür Bakanları’nın denetiminde bir pilot uygulama olarak başlatılmıştır. Bu MEDIA programında AB’nin görsel-ışitsel sektör için belirlediği temel hedefler doğrultusunda Avrupa kaynaklı görsel-ışitsel eserlerin üretiminin ve dağıtımının desteklenmesiyle, Avrupa film ve program endüstrisinin rekabet edebilirliğini artırmak amaçlamıştır. Avrupa düzeyinde sınırlar arası işbirliğini ve kültürel çoğulculuğu teşvik eden bu program küçük ve orta ölçekli üreticilere finansal destek sağlamaktadır (Bek, 2003: 25; Çakır ve Gülnar, 2007: 220).

AB, “kültürel çoğulculuk” anlayışından hareketle, Türkiye’de kültürel kimliklerin tanınması için “ana dilde eğitim ve yayıncılık” gibi alanlarda yeni yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini ileri sürmüştür (Deirdre ve Gencel-Bek, 2005: 68). Bu noktadan hareketle 3954 sayılı *Radyo ve Televizyonların Kuruluşu Hakkındaki Kanun*’un 4. Maddesi’nin 1. bendinde yer alan “Yayınların Türkçe yapılması esastır. Ancak evrensel kültür ve bilim eserlerinin oluşmasına katkısı olan yabancı dillerin öğretilmesi veya bu dillerde müzik veya haberlerin iletilmesi amacıyla da yayın yapılabilir” hükmüne uyum çalışmalarına uygun olarak “Ayrıca kamu ve özel radyo ve televizyon kuruluşlarınca Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Bu yayınların yapılmasına ve denetimine ilişkin usul ve esaslar üst kurulca çıkarılacak

yönetmelikle düzenlenir” ek maddesi eklenmiştir²⁴. Yine AB uyum yasaları çerçevesinde 1992 yılında Dünya Bankası tarafından hazırlanan “Dünya Gelişim Raporu” adlı raporda, Türkiye gibi üyelik sürecinde olan ülkelerin telekomünikasyon politikaları konusunda inceleme yapılmıştır. Bu inceleme sonucunda Türkiye’de posta ve telekomünikasyon hizmetlerinin birbirinden ayrılması, telekomünikasyon hizmetinin özel girişime bırakılması, bunları denetleyecek bağımsız bir düzenleyici kuruluş oluşturulması gibi politikalar belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu düzenlemelerle Türkiye telekomünikasyon politikasının küresel düzeyde ve AB telekomünikasyon rejimine uygun hale getirilmesi esas alınmıştır. Düzenleme politikaları ile medya piyasasının özel girişime açılması doğrudan ya da dolaylı olarak bütün mecralarda medya sektörünün faaliyet alanını, ürün-hizmet politikalarını, performans derecelerini ve sektörün güç dengesini uluslararası sermayenin lehine değiştirmiştir (Baytar, 2011: 58). 1990 yılından başlayarak hazırlanan telekomünikasyon sektörüne yönelik uyum paketleri, 2002 Çerçevesi ve 2009 Telekom Reform Paketi ile AB’nin politik hedefleri doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir.

Harvey’e (2008: 76) göre, sermaye birikimi, ancak özel mülkiyet kurallarının hazırlandığı ve sözleşme özgürlüğü gibi kurumsal yapılarla para güvenliliğinin temin edildiği ortamda hareket alanı bulabilmektedir. Bu bağlamda GATS (The General Agreement for Trade in Services - Hizmet Ticareti Genel Anlaşması) gibi hizmet ticaretine ilişkin kurallarda; “en çok kayırılan ülke”, “şeffaflık”, “milli muamele”, “pazara giriş” gibi üye ülkelerin yerine getirmesi gereken özel yükümlülükler bir yanda tarifeler, vergiler, kotalar gibi ticaretin önündeki siyasi bariyerlerin ortadan kaldırılmasını sağlarken, diğer taraftan özellikle sermaye hareketi açısından güvenli, öngörülebilir bir ortamın oluşmasına katkıda bulunmuştur (Kıyan ve Yüksel, 2011: 33).

AB politikaları kapsamında 1990’lı yıllardan itibaren hazırlanan raporlar, çalışmalar, niyet mektupları ve 2005 yılında Türk Telekom’un özelleştirilmesiyle GATS rejimine dahil edilmesi, Türkiye’de küresel ekonominin belirleyicisi olan gruplar için mal, hizmet ve sermayenin serbest dolaşımına yönelik önlemlerin alınmasını ve küresel sermayeye entegre edilmesi sürecini hazırlamıştır. Nitekim 2004 yılına Dünya Bankası’nın “Türkiye, Bilgi Ekonomisi Değerlendirme Araştırması” raporunda yer alan, “Türkiye ve Türk Telekom Örneği” başlıklı önerileri doğrultusunda, Türk Telekom’un yüzde 55’lik kısmı, iç ve dış siyasal aktörlerin de etkisiyle 2005 yılında Oger Telecom’a satılmıştır.

²⁴ T.C. Resmi Gazete, 25.1.2004, Sayı: 25357.

Avrupa Birliği'nin görsel ve işitsel medya politikası 2000 yılında Türkiye'nin Katılım Yönünde İlerlemesi Üzerine Komisyon'un, "2000 Yılı Düzenli Raporu"nda ele alınmıştır. Bu raporda, Türk medya sisteminde kültürel ve görsel-işitsel alanda uygulanan politikaların, topluluğun ilkelerine uyum sağlama konusunda yeterli ilerleme göstermediği ifade edilmiştir. Tanımlar, yetki, yayın alma özgürlüğü, milliyet temelinde ayrımcılık, Avrupalı ve bağımsız eserlerin desteklenmesi, reklamcılık ve televizyon yoluyla alışveriş ve küçüklerin korunması konuları başta olmak üzere, uyum politikalarında büyük farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca, radyo ve televizyon işletmelerinde yabancı sermaye payına yüzde 20 oranında yasa ile sınır konulması ve Türkiye'nin WTO/GATS kapsamındaki taahhütlerini yerine getirmemesi Türkiye'ye yönelik hazırlanan raporun olumsuz yazılmasına neden olmuştur²⁵.

2001 yılında, ülkede yaşanan ekonomik kriz tüm sektörleri etkilediği gibi, medya sektöründe de yeni bir yapılanmanın oluşmasına yol açmıştır. Finans sektörüyle bağlantısı bulunan medya gruplarının yaşanan krizle birlikte bir kısmı, bu alandan silinmiş; bir kısmı da Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu'na (TMSF) devrolmuştur. Bu krizden en fazla etkilenen Dinç Bilgin'in Etibank'ına ve Erol Aksoy'un İktisat Bankası'na el koyan TMSF sonrasında bu sermaye sahiplerine bağlı medya gruplarına da el koymuştur. Dinç Bilgin'in *Yeni Asır* ve *Sabah* Gazeteleri ile ATV televizyonunun faaliyetleri durma nokrasına gelirken, Erol Aksoy'un sahibi olduğu Cine5 televizyonu da, TMSF'ye geçmiştir. Yine bu dönemde TMSF'nin Kamuran Çörtük'ün Bayındır Bank'ına el koymasıyla BRT TV, Mustafa Süzer'in Kent Bank'ına el konulunca Kent TV, Ceylan Grubu'nun Bank Kapital'i fona devredilince CTV sektör dışı kalmışlardır (Sözeri ve Güney, 2011: 40). Fona devredilen İhlas Finans aracılığıyla Türkiye Grubu da büyük sarsıntı geçirmiştir (Sönmez, 2003: 116).

2001 yılında krizden etkilenmeyen gruplar, Aydın Doğan'a bağlı medya grubu ve Doğu Grubu'dur. Aydın Doğan, TMSF'ye devredilen Bilgin Grubu'na ait medya kuruluşlarını kendi bünyesine katmak istemiş, ancak Bilgin Grubu TMSF'yle anlaşarak bu kuruluşları Turgay Ciner'e ait Park Grubu'na kiralamıştır. Bunun üzerine Aydın Doğan, Bilgin Grubu'ndan ayrılan gazetecilere üretim aracı ve basım dağıtım desteği sağlayarak, Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş.'nin gazete ve dergi yayıncılığı alanında pazara katılımını sağlamıştır. Doğu Grubu, kriz öncesi dergi sektöründe faaliyet gösterirken; Çağlar Grubu'ndan NTV'yi, Korkmaz Yiğit'in sahip olduğu Kanal E'yi satın alarak, haber kanalı NTV'yi ve finans ve eğlence kanalı CNBC-E'yi kurmuştur (Sözeri ve Güney, 2011: 40-41).

²⁵ AB Düzenli Rapor, 2000: 44

Ekonomik kriz, medya yapılanmasında değişim yaratmakla birlikte, medya gruplarının iç yapısında olumsuz değişimlere de neden olmuştur. Krizle birlikte daralan iç piyasada, sektörün mali dengesi bozulmuş, reklam gelirlerinde azalmayla birçok gazete ve TV çalışanının işlerine son verilmiştir. Türkiye’de reklam gelirleri 2000’li yıllara kadar 1 milyar doların altında gerçekleşmiştir. 2000 yılında ilk kez, 1 milyar doları bulmasının ardından, 2001 yılında reklam gelirlerinde bir önceki yıla kıyasla yaklaşık yüzde 50’lik oranda bir kayıp yaşanmıştır. Aynı yıl medyaya yönelik yatırımların da yüzde 52 oranında azaldığı görülmüştür (Bulunmaz, 2010: 64).

2001 yılı ve sonrasında, medya-siyaset-iktidar ilişkisinden yararlanılarak alınan kredi, teşvik ve ihaleler sayesinde oluşan medya holding yapısı, değişim göstermeye başlamıştır. TMSF, 2002’den itibaren elindeki medya kuruluşlarını satışa çıkarmaya başlamış, ekonomideki olumlu gelişmelere paralel olarak, özellikle 2005’ten itibaren, yatırımcıların medyaya ilgisi artmıştır.

2003’ten başlayarak günümüze kadar devam eden süreçte siyasetin Adalet ve Kalkınma Partisi ‘nin (AKP) iktidarıyla birlikte girdiği yeni yapılandırma dönemi, yayın politikalarında belirgin bir değişiklik yaratırken, medya endüstrisindeki sermaye ve mülkiyet yapısında da önemli değişiklikler yaşanmasına sebep olmuştur.

2.3. Medyada Mülkiyet/Sahiplik ve Kontrol İlişkileri

Toplumsal değişim sürecinde medyanın mülkiyet yapısı, bu mülkiyet yapısının geliştiği ülkelerdeki medya sistemlerinin özelliklerine bağlı olarak şekillenmektedir. Özel medya sahipliğinin baskın olduğu ülkelerde tekelleşme genel bir eğilimken, kamuya ait medya mülkiyetine sahip ülkelerdeyse sistem, medya-devlet ve diğer endüstrilerle olan ilişki boyutunun nasıl geliştiğine bağlı olarak şekillenmektedir. Dünyanın birçok yerinde, medya mülkiyeti kamunun ya da özel şirketlerin denetiminde olmuştur.

18. yüzyılın sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında, Avrupa’da ve Amerika Birleşik Devletleri’nde, basın mülkiyeti ya gazeteci kökenli ailelerin ya yerel iş insanlarının ya da politikacıların denetimi altındaydı. Ancak 19. yüzyılın sonlarına doğru, özellikle bu coğrafyalarda mülkiyet ilişkilerinde yaşanan tekelleşme çerçevesinde yabancı sermayenin basın alanına girmesiyle, geleneksel yapı, sektör dışı iş insanlarına doğru bir değişim göstermiştir. Bu değişim, özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde ve Avrupa’da 1960’lı yıllarda kurumsal konsolidasyon ile başlamıştır. 1980’li ve 1990’lı yıllarla birlikte basın sektörü, deregülasyon sürecinin yaşandığı, yabancı sermayenin girişinin önündeki engellerin kalktığı, çapraz medya tekelleşmesini ve teknik alanda bir yakınsama sürecini içine alacak

şekilde genişlemiştir (Hardy, 2017: 10; Picard ve Dal Zotto, 2016: 56). Sovyet Bloğu'nun dağılmasının ardından, küreselleşmenin, etkisiyle liberal piyasaya yönelim uluslararası yeni iletişim düzenin kurulmasına yol açtığı gibi, aynı zamanda, bu yeni iletişim sürecinde teknolojiyle birlikte üretim ve dağıtımını elinde bulunduran gelişmiş ülkelerin yeni pazarlar ele geçirme sürecini de hızlandırmıştır.

Dünya genelinde yazılı basın alanında sahiplik oranlarına bakıldığında; yüzde 60'ının ailelerin mülkiyetinde, yüzde 3'ünün halka açık ve yüzde 4'ünün de çalışanlara ait olduğu görülmektedir. Geri kalan yüzde 33'lük kısım ise, devletin kontrolündedir (Djankov vd., 2002: 7-10). ABD'de halka açık şirketlerin, çoğu orta ve büyük ölçekli gazeteler de dahil olmak üzere, tüm gazetelerin mülkiyetinin yaklaşık yüzde 40'ına sahiptir. Çalışanların ve vakıfların sahip olduğu gazetelerin her biri, tüm günlük gazetelerin yüzde 1'inden daha azını oluşturmaktadır. Birkaç istisna dışında basın alanında sahiplik, bireylere ve ailelere aittir (Picard ve Weezel 2008: 24). Avrupa ülkelerinde de basın alanında benzer mülkiyet yapılarının mevcut olduğu görülmektedir. Oligopolistik eğilim gösteren aile mülkiyet yapısı, tekelleşme süreciyle birlikte, pazarın büyük bir çoğunluğuna egemen olmuştur. Ancak televizyon ve radyo alanında farklı yapılanmalar söz konusudur. Örneğin, bu alanlarda yayıncılık özel girişimler tarafından yerine getirirken, özellikle 1980 yılına kadar Batı Avrupa'da elektronik yayıncılık, devlet tekelinde kamusal anlayışla yürütülmüştür. 1980 ve sonrasında tüm dünyayı etkisi altına alan neoliberalizm koşulları altında izlenen politikalarla Avrupa ülkelerinde yaşanan değişimle televizyon, basın ve radyo alanında karma bir mülkiyet yapısı oluşmuştur (Humphreys, 1996: 75-76).

Bazı ülkelerde mülkiyet yapısı, ülkenin siyasal iktidarlardan tarafından şekillendirilmektedir. Örneğin Kenya'da 2002 yılına kadar iktidarda kalan Kenya Afrika Ulusal Birliği (KANU), ülkenin dördüncü büyük gazetesi olan *Kenya Times* gazetesinin nihai sahibi olmuştur. İktidar partisinin mülkiyeti, Malezya ve Fildişi Sahili'nde de görülmektedir. Basındaki mülkiyet yapısı aile mülkiyetinde ve devlet kontrolünde olan ülkeler de mevcuttur. Kazakistan'da 1999 yılına kadar Cumhurbaşkanı olan Nazarbayev'in kızının ve kayınpederinin, ülkedeki oniki medya kuruluşundan yedisini kontrol etmesi; Suudi Arabistan'da ise Kraliyet ailesi üyelerinin ülkedeki en popüler beş gazetenin sahipleri olması, bu mülkiyet yapısına örnek olarak gösterilebilir. Devlete ait mülkiyet yapısına farklı bir örnek olarak BBC (British Broadcasting Corporation) kanalı verilebilir. BBC kanalı, kraliyet beratı altında ve devletin desteğinde çalışan bir yayın kuruluşudur. Devlet, yayıncılığa yönelik desteğini reklam verenlerden ve lisans ücretlerinden karşılamaktadır. Yönetim Kurulu, kraliyet adına, Başbakan tarafından atanır ve kurul hükümete karşı sorumludur. BBC yayın

sözleşmesinde, kurumun bağımsızlığını sağlamak için bir dizi koruma önlemleri alınmıştır. Benzer şekilde Myanmar'daki en büyük televizyon istasyonu doğrudan Bilgi ve Kültür Bakanlığı tarafından, ikinci en büyük istasyon ise, doğrudan Myanmar Ordusu tarafından kontrol edilmektedir. Her iki durumda da devlet, yayın içeriğini yönetmek ve personel atamak ve gerekli düzenlemeleri yapmak için tüm yetkileri elinde tutmaktadır (Djankov vd., 2002: 11-13).

Ülkeler bazında medya alanlarının mülkiyet yapıları incelendiğinde, toplumlarda medyanın sahiplik/mülkiyet yapısının toplum yararına hizmet etmesi için medyanın nasıl organize edilmesi gerektiği sorunu önemli bir tartışma konusu olmuştur. Bu çerçevede önemli bir soru gündeme gelir. Medya endüstrisi devletin tekelinde mi yoksa rekabete açık bir konumda mı olmalıdır? Bu önemli soruyu Djankov vd. (2003: 341-381), “kamu yararı” ve “kamu tercihi” teorileri ile açıklamaktadır. İlki, kamu kurumlarının, hükümetlerin ve tüketicilerin refahını en üst düzeye çıkardığı “kamu yararı” (Pigouvian) teorisidir. Bu teoriye göre, hükümetin medya tekeline sahip olması, üç nedenden dolayı arzu edilir. Birincisi, enformasyona kolay ulaşım imkanı sağlar, istenen bilgiye ulaşım tüm kitleyi içine alabilecek şekilde yapılandırılmıştır. Kitle, istediği zamanda istediği bilgiye rahatlıkla ulaşabilir. İkincisi, bilginin sağlanması ve ulaşılabilir olması için, bilgi toplama ve dağıtımını yerine getirecek tesis ve ekipmanların oluşturulması, ilk aşamada maliyet getirir de sonrasında elde edilen bilginin ulaşılabilirliği ve kullanılabilirliği ile ulaşılan marjinal faydanın yüksek olmasını sağlayacaktır. Üçüncüsü ise, kitleler belli bir bilinç düzeyine sahip olsalar bile, devletin medya mülkiyeti, kitleyi özel mülkiyet ile elde edebileceğinden daha az önyargılı, daha eksiksiz ve daha doğru bilgilere ulaştıracaktır. “Kamu tercihi” medya teorisi ise; “kamu yararı” teorisinin sanılanın aksine, hükümetin sahip olduğu medya kuruluşlarıyla siyasal alanda kurmuş olduğu işbirliklerini, toplumun haber alma ve bilgilenme işlevlerini manipüle eden bir durum olarak görür. Kamu tercihinde özel ve bağımsız medya kuruluşları aracılığıyla toplum tarafsız, doğru bir bilgi akışına sahip olduğu gibi, farklı enformasyonlardan kendisine en yakın olanı seçebilme özgürlüğüne de sahip olmaktadır (Besley ve Buges, 2002: 1417-1420).

Kamu yararı teorisi, kamu düzeni ve kamu sağlığını esas alan hükümetlerin daha yüksek oranda medya mülkiyetine sahip olması gerektiğini ve bunun sonucunda, bu tür mülkiyetin daha çok basın özgürlüğü getireceğini ve özgürlüğün ekonomik, politik ve sosyal alanda da var olacağını öngörür (Djankov vd., 2002: 2). Sosyal-refah devleti anlayışı döneminde devlet “piyasanın başarısızlıkları” neticesinde uyguladığı regülasyon faaliyetleriyle kitle iletişim araçları üzerinde aktif bir rol oynamıştır. Kamusal hizmet anlayışının esas alındığı televizyon sistemleri ve bu sistemde oluşturulmuş her türlü içerik kalitesi, çoğulculuğa yönelik

düzenlemeler, neoliberal politikaların uygulanmasına kadar devletin güvencesi altına alınmıştır (Yaylagül, 2019a: 143).

Kamu Tercihi teorisi sorunu, kamu mülkiyeti kavramı ve bireysel fayda maksimizasyonu çerçevesinde ele alınmaktadır. Buna göre, kamuda karar alıcılar, tıpkı özel sektördeki aktörler gibi kamusal fayda için değil, kendi çıkarlarına yönelik karar almaktadır. Bu süreçte devlet, farklı çıkar gruplarına yönelik uyumlaştırma politikalarını da devreye sokarak, kamu organizasyonlarında kamu yararı ilkesini geçersiz kılmıştır. Bu teoriye göre, kamuda yapılacak olan regülasyon çalışmaları, bu alanda verimsizliğe yol açacağı gibi, rant-çıkarcı ilişkileri dolayısıyla devletin tekelleşme çabaları da kamu kaynaklarının israfına yol açacaktır (Aktan, 1995: 17-18; Sarkar, 1998: 263). Kamu tercihi teorisini destekleyenler, medya alanında devletin tekel olmasının iktidarların kendi ve ilişkili olduğu grupların çıkarlarına hizmet edeceği gerekçesiyle medya alanının özel girişime açılması gerektiğini ileri sürerler. Devletin bu alandan çekilmesi, bu yapıların serbestleşmesini ve özgürleşmesini sağlayacak, devlet, süreç içinde yapacağı düzenlemelerle iletişimsel içeriklerin çeşitlenmesine yol açacaktır (Yaylagül, 2019a: 142-143). 1970'li yıllara kadar devletin iletişim sürecinde kamu yararı ilkesini destekleyecek regülasyon uygulamaları, yerini 1980'li yıllardan itibaren uygulanan kamu tercihi teorisi ile iletişim sektörünün tamamen sermayenin denetimindeki ticari kuruluşlara bırakılmasına yönelik düzenlemeleri öngören deregülasyon politikalarına bırakmıştır.

Dünya genelinde hükümetler medyayı, yayın lisansı verme, yayın içeriklerinin ve anayasada yer alan ifade özgürlüklerinin kısıtlanmasına kadar değişen tedbirleri kullanarak düzenlemektedir. Bu tedbirlerin uygulanma biçim ve yöntemi ülkelerin hukuki yapılarına paralel olarak değişmektedir. Medya mülkiyeti de sözkonusu düzenlemelerden etkilenmektedir. Örneğin, Norveç'te mülkiyete yönelik yapılan düzenlemelerde sahiplerin, medya kuruluşlarının üçte birinden fazlasını elinde bulundurmalarına izin verilmez. İsrail'de de benzer mülkiyet kısıtlamaları geçerlidir. Bunun yanı sıra, bazı ülkelerde yabancı mülkiyet ve çapraz medya mülkiyetine yönelik düzenlemelerin de varlığı sözkonusudur. Dünya Gazeteler Birliği (WAN) tarafından incelenen 49 ülkeden 14'ünde, gazetelerin yabancı mülkiyeti üzerinde açık kısıtlamalara sahip olduğu görülmektedir. Örneğin, Brezilya'da, medya kuruluşlarında yabancı sermayenin oy kullanma hakkı yasaklanmış ve bu medya kuruluşlarında yabancı mülkiyet oranı en fazla yüzde 30 olarak belirlenmiştir. Aynı araştırma kapsamında yer alan 21 ülkenin, çapraz medya sahipliğine yönelik düzenlemeler yaptıkları görülmüştür. Örneğin, Avustralya'da özel sektöre ait televizyonları kullanan büyük metropol gazetelerinin sahiplerinin aynı pazardaki şifresiz televizyon kanallarında kendi kontrol paylarına sahip olmalarına izin verilmemektedir.

(Djankov vd., 2003: 353-354). Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere, her ülkede, kendi siyasal-ekonomik koşulları çerçevesinde medyanın nasıl şekilleneceği; hangi ekonomik güç odaklarıyla nasıl bir ilişki içinde faaliyetlerini sürdüreceği konusu hukuki olarak düzenlenmiştir.

Neoliberal politikalar çerçevesinde, günümüzde birçok medya şirketinin medya dışı alandan gelmesi, bu alanda mülkiyet sorunu yaşanmasının yanında aynı zamanda, bir kontrol sorunu olduğuna da işaret etmektedir. Medya sektöründe iki farklı kontrol sistemi mevcuttur: *Tahsisata dair kontrol* ve *Operasyonel kontrol*. *Tahsisata dair kontrol*, medya şirketinin mali durumunun ve kaynaklarının kontrol edilmesi, şirketin politika ve stratejisinin oluşturulması, şirket birleşmeleri ve satın almaları, kar/zarar durumu gibi genel bir boyutu içermektedir. *Operasyonel kontrol* ise, kaynakların dağılımına yöneliktir. Örneğin, medya alanında gündelik olarak hazırlanan içeriğe ilişkin standart editoryal süreçlerin belirlenmesi, liderlik modellerine karar verilmesi ve medya alanına en uygun yönetici/lider seçimi gibi konular bu kontrolün ana unsurlarıdır (Sjovaag ve Ohlsson, 2019: 7). Graham Murdock (1977), iki kontrol mekanizması içerisinde, medyanın yapılanma sürecinde belirleyici olan kontrolün, tahsisata ilişkin olduğunu ve bu kontrolün birinci kaynağının mülkiyet olarak gördüğünü ifade etmektedir (Murdock 1977 akt. Adaklı, 2006: 73).

Marksist yaklaşıma göre, bir malın mülkiyeti/sahipliği, ekonomik denetim ve sınıf gücü ile bir bütün oluşturmaktadır. Günümüzde, medya endüstrisinde mülkiyet ve kontrolün birbirinden ayrıldığı, sermayenin iletişim araçlarının üzerindeki denetiminin azaldığı görüşü neoliberaler tarafından ileri sürülmektedir. Bunun temelinde, küreselleşme sürecinde şirketlerin büyüme stratejileri doğrultusunda yeni kaynak bulma ihtiyacıyla, hissedarların sayısını attırmaları yatmaktadır. Artık şirket kurucusu ve ailesinin paylarının büyük bir çoğunluğunun elinde olduğu geleneksel aile şirketlerinin yerine, şirketlerde denetim için yeterli temeli sağlamayan küçük hisselerin oluşturduğu bir yapı görülmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 275). Bu gelişmeler çerçevesinde, özellikle tüketici egemenliğine odaklanan Ortodoks Neoliberaler “yönetici devrimi” mitiyle sermaye sahibinin mülkiyet kontrolünü tümüyle elinde bulundurmasının sözkonusu olmadığına dikkat çekmişlerdir. Küresel uzmanlaşma sonucunda, mülkiyet sahibi ve hissedarların kontrolü yerine, stratejik ve teknik kararların alınmasında, kontrol ve denetim artık profesyonel yöneticilere geçmiştir. Bu yöneticilerin, sahiplerden daha fazla görünür olması yanında, ayrıca tahsisata dair kontrolde daha fazla söz sahibi oldukları da ifade edilmektedir. “Yönetimsel devrim” mitine karşı çıkan Marksistlere göre, elit yönetici kapitalist sınıfın ücretli bir çalışanıdır. Şirketler hala mümkün olduğunca en yüksek kârın peşinde koşarlar. Dahası, neoliberalerin görüşü ekseninde yöneticilerin kontrolü sözkonusu

olsa bile; şirket içinde alınan kararlar, uygulanan politikalar tamamıyla kapitalistler tarafından şekillendirilmektedir (Pitelis, 1987: 15-18). Marksist yaklaşıma göre, üretim araçlarının sahipliği ve kontrolü kapitalist sınıfın elinde toplanmıştır. Bu sahiplerin belirledikleri yöneticiler kurul toplantılarında şirketin genel politikaları ve kaynak tahsisi konusunda işlerini yürütürler. Bu durum, seçilen yönetimin özerkliği konusunda şüphe yaratır. Çünkü sözkonusu yöneticilerin, şirketleri, bağlı bulundukları sermaye gruplarının çıkarları doğrultusunda yönetmeleri ve yaratılan artı değer büyük bir kısmını bu sermaye sahiplerinin almaları yönünde hizmet etmesi beklenmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 279-280).

Bunun yanında, medya sahipleri ile yöneticiler arasında geçen mülkiyet ve kontrolün birbirinden ayrılması tartışmasında, üçüncü bir gücün yani devlet/hükümetlerin de yer aldığı ileri sürülmektedir (Adaklı, 2006: 75). Devlet, iktisadi ve toplumsal amaçlarla yapmış olduğu her türlü düzenlemelerle, kamu hizmeti anlayışını tahsis etmeye çalışmaktadır. Devletin medya alanında kamusal yayıncılık anlayışıyla düzenlemeler yapması, teşvikler vermesi ya da belirli konularda sınırlamalar getirmesi, devletin operasyonel kontrol yapmasının yanında, tahsisata yönelik kontrol yaptığının da göstergesidir. Yasalarla düzenlenen her türlü iletişim altyapısıyla ilgili kararlar, haksız rekabeti önleyecek düzenlemeler, tahsisata dayalı kontrol kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak, bu noktada neoliberallerce ifade edilen, devletin düzenleyici bir rol üstlenmesi gerekliliğinin altında yatan nedenin, kapitalizmin sermaye birikiminin sürekli kılınmasının amaçlandığının göz ardı edilmemesi gerekir. Kapitalizmin ana aktörleri sermaye ve devlettir. Sistemde devletin ve sermayenin çıkarlarını zorunlu olarak ortak noktada buluşturan belirli tarihsel ve yapısal süreçlerin varlığı söz konusudur (Gürel ve Yörük, 2018: 210). Arrighi (2001: 120-121) devlet ve sermayenin birlikteliği için kapitalizmin küresel pazarı ve maddi gelişim sürecini kendi amaçlarına uygun bir şekilde nasıl organize ettiği sorununa odaklanmıştır. Kapitalizm ancak devlet ile bütünleştiğinde başarı elde edebilir. Bununla birlikte devletin kapitalist sistemin genişleme sürecinde fayda sağlama amacıyla sermayeyi desteklediği görülmektedir. Örneğin, 19. yüzyılda Britanya İmparatorluğu'nun Hindistan gibi az gelişmiş bir ülkeyi ticari alanda sömürge haline getirmesi için oluşturduğu "Doğu Hindistan Kumpanyası" (Erçin, 2017:130) şirketiyle devlet, hem sanayi alanında hem de askeri alanda gelirlerini arttırmış; bu sayede bu bölgelere yönelik hegomonik bir güç elde etmiştir. Oğuz (2006: 158-160) sermayenin uluslararasılaşması sürecini "karşılaştırmalı üstünlük" temelinde meşrulaştırılan sömürge ticari ile mutlak artı değer üretimine dayalı birikim süreci olarak tanımlamıştır. Sermayenin uluslararasılaşması, sömürge devletlerine ticari kredilerin verilmesiyle başlamış ve 19. yüzyılın sonrasında farklı bir boyuta ulaşmıştır. Bu dönemde ulusötesi şirketler, etkinliklerini ve üretimlerinin belirli bir bölümünü yabancı ülkelerde

sürdürmüşlerdir. 1970’lerle birlikte sermayenin uluslararası hareketliliğin artışı, yeni bir evrenin başlamasına sebep olmuştur. Yeni dönemde devlet, sermayenin uluslararası birikim yapma sürecini içsel hale getirmiş, belirli düzenlemelerle de bu birikimin ulusötesi kuruluşlara ve oluşumlara devrolmasına katkıda bulunmuş ve sermaye gruplarının aralarında yaşanan çekişmelerde “*arabuluculuk*” görevini üstlenmiştir. Oluşturulmak istenen neoliberal devlet, küresel sermayenin yayılma hızını arttırmak ve en hızlı kâr potansiyeline ulaşmasını sağlamak için, devletin yeniden yapılandırılması süreci olarak tanımlanmıştır.

Medya endüstrisinde devletle kapitalist sınıfın ortaklığı benzer sonuçlar doğurmuştur. Devlet, medya sermayesine yönelik kaynakların tahsisi konusunda medya alanında hem piyasanın düzenli şekilde işlemesine, hem de mevcut kaynakların optimal şekilde kullanılmasına yönelik birtakım düzenlemeler üzerine yoğunlaşmıştır. Özellikle Türkiye’de 1980’li yıllarla birlikte serbest piyasa ekonomisine geçiş ve 1990’lı yıllarla birlikte medya alanında özelleştirme politikasıyla kamu tekelindeki telekomünikasyon altyapısının yeniden düzenlenmesi ve kamuya açık her türlü enformasyon ve iletişim kanallarının özel sermayenin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde planlanması ve bu alanların sermaye denetimine bağlı kılınması bu süreci destekler niteliktedir.

Görüldüğü üzere, medyada mülkiyet/sahiplik ve kontrol ilişkileri, neoliberal öğretinin devletin müdahalesinin sınırlandırılması gerektiği anlayışı devletçi politikanın öngördüğü kamusal hizmet anlayışı arasındaki çelişkiler içerisinde şekillenmiştir.

2.4. Türk Medyasının Mülkiyet/Sahiplik Yapısının Değişimi ve Medya Politikaları

Ulusal ve uluslararası alanı etkileyen neoliberal politikalar aracılığıyla “yeni bir dünya düzeni” yaratılması gerektiği savının temelinde, üretim araçları üzerindeki özel mülkiyete dayanan sermayenin egemenliğini güçlendirmek, bu egemenliğin devamı için, serbest piyasa koşullarının işleyişini teminat altına almak anlayışı yatmaktadır. Pazarın serbest bırakılması, kamu yatırım politikalarının terk edilmesi, devletin ekonomideki konumunun yeniden belirlenmesi, özelleştirme ve deregülasyon politikalarının uygulanmaya konulmasıyla küresel bir boyutta kapitalist ilişkilerin dünya ölçeğinde, giderek daha fazla belirleyici hale geldiği, bir yapılanma ortaya çıkmıştır. Ekonomideki bu yeniden yapılanma sürecinde siyasi, hukuki, kültürel, ulusal vb. yapılar dönüşüme uğramış ve medya sektörü de bu dönüşüm sürecine dahil edilmiştir. Sermayenin en gözde yatırım alanlarından biri haline gelen medya sektörü, özelleştirme uygulamalarının yaygınlaştırılmasıyla önü açılan büyük sermaye grupları için marjinal fayda yaratan sektör niteliğine bürünmüştür.

Yaylagül'e (2019b: 407) göre, neoliberalizmin diğer sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe yaygınlaşma alanı bulması, ekonomik büyüme ve toplumsal refahın artacağı düşüncesiyle ekonomik pazarları daha çok kuralsız hale getirecek ve özelleştirmenin zeminini hazırlayacaktır. Bu durum, özel sektörün kaynakların üretimi ve dağıtımını üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmasını sağlamanın yanında, işletmelerin ve bireylerin piyasa mekanizmasına katılımını da teşvik edecektir.

Küreselleşme denilen yeni dünya düzeni projesinin sarkasında, iç piyasa dinamikleriyle değil, dış piyasa dinamikleriyle üretim, verimlilik ve karlılığın artacağını düşünen büyük sermaye grupları vardır. Bu gruplar, tek ve büyük küresel bir pazar için ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşüm projesine küreselleşme söylemiyle meşruluk kazandırmaya çalışmışlardır. Küreselleşmenin itici gücü olarak tanımlanan piyasa ekonomisiyle sermayenin kâr elde etme ve artı değer yaratma güdüsü, teknolojinin gelişmesine yol açtığı gibi, sermayenin de farklı bölgelerde farklı politikalar izlemesine yol açmıştır. Küresel gruplar ürettikleri ürünler için yalnızca yerel bir pazar değil, aynı zamanda da tasarımını, üretimini ve dağıtımını planlayıp organize ettikleri bir küresel pazar oluşturmuşlardır (Went, 2001: 25).

Küreselleşmeyle uluslararası ekonomik süreçlerin yeniden yapılandığı dönemde mal, hizmet ve enformasyonun tek tip bir düzenleme ile dünya çapında dolaşımı sağlanmaya çalışılmıştır. Enformasyonun hızlı bir şekilde yayılması için en etkili yol olarak kitle iletişim araçlarının görülmesi, bu araçlar olmadan yeni dünya düzenin kurulamayacağını gözler önüne sermiştir. Ekonomi politik açıdan durum değerlendirildiğinde; bu sürecin oluşumunda, yaşanan değişimlerin arkasında hangi güç odaklarının var olduğu sorusu gündeme gelmektedir. Geleneksel toplumdan sanayi toplumuna geçişle yeni teknoloji olanakları yaratılmış feodal beyde olan güç, sermaye sahibine geçmiş, bu geçişle birlikte iktidar sahipleri enformasyon sahibine dönüşerek varlıklarını yeniden üretmişlerdir (Hamelink, 1991: 15). Yaşanan durum neticesinde, enformasyon sürecinin kapitalist ülkelerden gelişmemiş ülkelere doğru nitelik ve nicelik açısından tek yönlü olarak akışı, ülkeler arasındaki enformasyona dayalı eşitsizlikleri her geçen gün daha da arttırmıştır. (Tokgöz, 1994: 85). İletişim alanında yaşanan gelişmelere karşın, adil bir uluslararası iletişim düzeninin kurulamaması, tek yönlü ve dengesiz enformasyon akışı sonucunda yerel kültürler, uluslararası tekellerin ürettiği homojen, tekdüze ve ticari içerikli medya kültürü tarafından şekillendirilmiştir (Baytar, 2011: 47).

MCChesney (2004: 50-51), küreselleşme sürecinde oluşturulan neoliberal politikalar küçülmüş devlet, sermayenin serbestleşmesi, rekabetin oluşması ve girişimcilerin risk taşıması gerektiğine yönelik söylemlerin temel amacı, devletin medya alanında önemli sözleşmeleri, lisans tahsisi ve verilen teşvikleri yoğunlaşan büyük endüstrilere dağıtması olarak açıklamıştır.

Neoliberalizmin görünürde devletin kamu çıkarlarını sermaye karşısında temsil edeceği görüşü, uygulamada geçerliliğini yitirmektedir. Adaklı (2006: 39) neoliberal politikalar aracılığıyla sermayenin büyüme, gelişme ve kamunun kontrolünde olan alana yayılma yönündeki isteklerinin asıl nedeninin, devletin ekonomideki varlığını ortadan kaldırmak olmadığını ifade etmektedir. Sistemde istenen şey, devletin varlığının ortadan kalkması değil; devletin müdahale biçiminin değiştirilmesidir. Serbest piyasa ekonomisinin işleyişi için gerekli olan şey, devletin müdahalesinin zorunlu olmasıdır. Devlet, bu anlamda sermaye sınıfına ideolojik destek sağlayan bir kuruma dönüşmüştür (Amin, 2000: 10). Devletin müdahale biçiminin yön değiştirmesi, neoliberal düzende medyanın özelleştirilmesine ve deregülasyon politikasına neden olmuş; böylece iletişim alanındaki ulusaşırı şirketlerin egemenlik alanı genişlemiştir (Wasko, 2004: 309-310).

Türkiye’de 1980’li yıllarda neoliberal politikalarla sermaye piyasasının teşvik edilmesi, döviz girişinin kur ve faiz politikaların serbest bırakılması, vergi kolaylıklarının sağlanması, serbest bölgelerin kurulmasıyla kıyı bankacılığı (offshore) sisteminin desteklenmesi gibi düzenlemelerle basın dışı sermayenin sektöre girmesine kolaylık sağlanmıştır. 24 Ocak Kararları ile birlikte oluşan yeni medya düzeninde, kâğıt fiyatlarının artışı, ilan ve reklamlara yönelik, haber içeriğinde yaşanan değişim, haberi de ticari bir ürün haline getirmiştir.

Oluşturulan yeni medya düzeninde, medya mülkiyet/sahiplik yapısının değişimi, 1980 öncesindeki basın-iktidar ilişkisini de yeniden şekillendirmiştir. Yeni sermaye grubu iktidar-basın arasında uygulanan mesafeli ilişkiden uzaklaşmış, kendi çıkarları doğrultusunda iktidarı denetlemekten vazgeçmiş, iktidar ve hükümet yakınlaşma çabası içine girdiği yeni bir kimliğe bürünmüştür (İrvan, 1994-1995: 77).

Medya mülkiyet/sahiplik yapısını tarihsel boyutuyla incelediğimizde; Türkiye’de gazetecilik alanında geleneksel sahiplik yapısının bir aile işletmesi olan gazetenin baş yazarının aynı zamanda gazete sahibi olduğu “gazeteci patron” sistemine dayandığı görülmektedir. Bu dönemde Yunus Nadi *Cumhuriyet*’in, Hüseyin Cahit Yalçın *Tanin*’in, Ahmet Emin Yalman *Vatan* gazetesinin sahibiydi. Bu gazetelerin ortak bir özelliği, aile şirketleri gibi yönetilmesi ve gazetelerin babadan oğula geçmesidir. Her ne kadar 1980 sonrası basının sermaye kompozisyonu değişse de bu konuda meslek dışından basına ilk katılım 1948 yılında iş insanı Sefa Kılıçoğlu’nun *Yeni Sabah* gazetesini almasıyla gerçekleşmiştir. Basın dışından gelen ikinci isim Habib Edip Törehan (*Yeni İstanbul*), üçüncü isim ise Malik Yolaç’tır (*Akşam*). 1961 yılında ise *Tercüman* gazetesi yine basın dışı sektörde yer alan iş insanı Rakıp Kutman’a satılmıştır. Gazetecilerin iş insanlarına satılma süreci 1965 yılında *İstanbul* gazetesinin Kemal Uzan’a satılmasıyla devam etmiş; ancak meslek dışından basın sektörüne ilgi hep kısa süreli

olmuş, çoğunlukla basın işletmeleri 1970’li yılların sonuna kadar gazetecilikten yetişme aile işletmeleri şeklinde varlıklarını sürdürmüştür (Topuz, 2003: 329; Gevgilili, 1983: 38; Bulut, 2009: 67). 1979 yılında Milliyet yayınlarının Karacan ailesi tarafından yüzde 25’lik hissesinin Aydın Doğan’a satılması ve ardından 1982 yılında Kozanoğlu-Çavuşoğlu Grubu’nun *Güneş* gazetesini satın alması, basın dışı sermayenin medya sektörüne yönelik girişimleri olarak değerlendirilmektedir (Kuyucu, 2014: 273). Aydın Doğan ilk hisse senedi alımından yaklaşık bir yıl sonra da *Milliyet* gazetesinin tamamını satın almıştır. Doğan’ın *Milliyet* gazetesinde imtiyaz sahibi olması, Türk medya ekonomisinin kırılma noktalarından birisi olmuştur. Gazetenin 1980 yılında toplam satışlarda yüzde 12,89’luk pay ile en çok okunan üçüncü gazete olması, 1980’lerden başlayarak günümüze kadar Türk medyasında mülkiyet ve kontrolün iş insanlarına geçmesi sürecinin ilk basamağı olarak değerlendirilebilir.

1980 öncesi ve sonrasında yaşanan mülkiyet/sahiplik değişimlerinin basın sektörüne önemli etkilerinden birisi, ekonomik anlamda ucuz girdi sağlamayı hedefleyen ekonomi politikasının basın sektörüne yansımasıdır. Bu politikaya göre, basın sektörünün hammaddesi olarak kabul edilen gazete kağıdına 24 Ocak Kararları öncesinde devlet tarafından verilen ekonomik desteğin kaldırılmasıyla kilo maliyeti 30-55 lira arasında olan kâğıdın karar öncesinde 9 liradan satılırken karar sonrasında kilosunun 41 liraya çıkmasıdır. Gazete kağıdına yönelik yapılan yaklaşık yüzde 300 oranında zam, basın sektöründe maliyet artışlarına neden olmuştur. Kâğıda yönelik devlet sübvansiyonlarının kaldırılması ve kâğıda yapılan yüksek zamlar, gazete çıkarmayı aile işletmeleri için fazlasıyla maliyetli hale getirmiş, bu durum, basın dışı sermayenin sektöre girmesini hızlandırmıştır (Koloğlu, 2006: 142-150).

Kâğıda yapılan zammın gazete fiyatlarına yansımaları, gazetelerin kar oranlarını düşürmüş ve basın işletmelerinin ekonomik yapısını da zarara uğratmıştır. Özellikle 1980 yılından başlayarak 1992 yılına kadar geçen süreçte kâğıda 27 kez zam yapılmış, kâğıt fiyatları bu dönemde 179 kat artmıştır (Kuyucu, 2012: 41). Kâğıt fiyatlarının dalgalı bir seyir izlemesi nedeniyle, basın işletmeleri, yaşanan ekonomik krizden çıkış yolunu ilan ve reklam gelirlerinde aramışlardır. Resmi ilan ve reklamlar, 1980 öncesi yazılı basının en temel gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Ancak yine bu dönemde, basın işletmelerinin eşit rekabet koşulları altında daha kaliteli kamu hizmeti üretebilmeleri için, devlet tarafından verilen kamuya ait ilan ve reklamlar bu başat amaçtan uzaklaşmaya başlamıştır. Bu başat amaç, gazetelerin ekonomik dalgalanmalardan etkilenmemeleri ve gazetelerin varlığını sürdürebilmesi için “yaşatma aracına” dönüşmüştür (Üstün, 2010: 82). 1980 sonrasında kâğıda yönelik devlet sübvansiyonlarının kaldırılması, kâğıt fiyatlarının artması önemli bir gelir kaynağı olarak

görülen resmi ilan -reklamlar ile basın işletmelerinin yayın hayatına devam etmeleri zorlaşmış, bunun neticesinde işletmeler özel sektör reklamcılığına yönelmişlerdir.

Yüksek kâğıt maliyetlerinin yanı sıra, yeni teknoloji transferi maliyetleri nedeniyle ekonomik darboğaza düşen basın kuruluşları, bu durumdan kurtulmak, tirajı ve düşen reklam gelirlerini arttırmak için promosyon-kupon uygulamalarına yönelmişlerdir. Basın kuruluşları bu dönemde, bilinçli okur yerine kitle gazeteciliği sistemi ile okuyucuları çeşitli promosyon uygulamaları ile elde etme/tutma çabası içine giren ticari kuruluşlar mantığı ile yönetilir olmuşlardır. Önceleri *Tan*, *Son*, *Günaydın*, *Bugün* gibi popüler kitle gazeteleri kategorisinde yer alan yayınların başlattığı promosyon-kupon uygulamaları kısa bir süre sonra diğer gazetelerde de yayılmıştır. Sözkonusu promosyon uygulamalarının televizyon reklamları aracılığıyla tüm ülkeye duyurulması, rekabete dayalı bir sektörel krize yol açmıştır. Satışların artmasıyla promosyon uygulamaları arasında paralel bir ilişkinin olması yazılı basının giderek kapitalist pazarın sıradan bir ürünü haline dönüştürülmesine neden olmuştur. Promosyon savaşında artan maliyetleri karşılamak için büyük medya grupları (Doğan, İhlas, Bilgin vb.) sürdürmekte oldukları promosyon uygulamalarını destekler nitelikte satış etkinlik alanları (Showpa, İhlas Pazarlama, Milpa vb.) oluşturmuşlar ve bu yönde holdingleşmeye gitmişlerdir (Tellan ve Güngör, 2009: 337-338).

Korkmaz Alemdar (2009: 620), 80’ler dönemindeki promosyon ile ilgili uygulamaları şöyle açıklamaktadır:

“Neredeyse bütün gazeteler okurlarına belirli bir sayıda kupon karşılığında çeşitli armağanlar veriyorlar. Hele bir dönemin armağanlarının niteliği o kadar değişti ki, gazetelerin haber ya da yorumlar için değil, armağanları için alındığı kanısı yaygınlaştı. Bu çok haksız bir düşünce de değildi. Çünkü armağan verilmediği dönemlerde en çok üç buçuk milyon dolayında olan gazete satışı, promosyon döneminde iki katına çıkmıştır”.

Yoğun promosyon kampanyalarının olduğu dönemde en yüksek gazete tirajı 1996 yılında 6.656.447 olarak belirlenmiş; promosyonu ve lotaryayı en yoğun uygulayan ve bu nedenle tirajı en yüksek olan gazetelerin *Sabah* ve *Güneş* olduğu görülmüştür. (Kuyucu, 2012: 66-67).

Türk basınında tepkiyle karşılanan promosyon uygulamalarının geçmişi, 1930’lu yıllara kadar uzanmaktadır. O dönemde promosyona benzer ilk örnek olarak, Hürriyet’in kurucusu Sedat Simavi’nin Cumhuriyet Halk Fırkası’nın *Karagöz* adlı yayın organında “Harp olursa hangi taraf kazanır” başlıklı ödüllü bir anket düzenlemesidir. Ancak anket Matbuat Umum Müdürlüğü tarafından yaklaşan savaş konusunda kamuoyunun yönlendirilmesini önlemek için durdurulmuştur. Promosyonla ilgili örnekler, çok partili siyasi hayata geçişle birlikte yeniden uygulanmaya başlamıştır. Yeni Sabah Gazetesi’nde “İssız bir adada yaşayabilecek bir kimseye beş yüz liranın verileceği” duyurulmuş; yine “Türkiye’nin en mutlu çiftini arıyoruz” başlığı

altında anket düzenlenmiş ve kazanan çifte otel tatili armağan edileceği vaat edilmiştir. 1960'lı yıllardan sonra ise “Lotarya” adı verilen uygulama hayata geçirilmiştir. Bu konuda ilk öncülüğü de Hürriyet Gazetesi yapmış; bu kapsamda okuyucularına Hürriyet tahvillerinin kupon karşılığında verileceği açıklanmıştır (Alemdar, 2009: 620; Atılğan, 1993: 243).

Promosyon uygulamalarına, kamuoyunun baskısı, basın imajının zedelenmesi ve Avrupa Birliği'ne uyum çalışmaları neticesinde, *4077 Sayılı Tüketici Kanunuyla* kısıtlama getirilmiştir. Bu kanunun 53. Maddesi'nde, kültürel ürün ve hizmetler dışında promosyon verilmesi yasaklanmış, bu ürünler için verilecek kupon sayısı 60 ile sınırlandırılmış, promosyon dolayısıyla gazete fiyatlarının sabit kalacağı ve promosyon bedelinin tüketici tarafından karşılanmaması gerektiği hükme bağlanmıştır²⁶.

Gazetelerin promosyon uygulamalarına başlarken amaçları, kendilerine hedef olarak seçtikleri pazardaki alıcıların sayısını arttırmak ve sonrasında kitlede o gazeteyi okumayı alışkanlık haline getirmektir. Bu amaç, hiçbir zaman istenen şekilde gerçekleşmemiş, tam tersine, sadık bir okuyucu kitlesi yaratılamamış, kitleler promosyon uygulamalarına göre farklı gazeteleri satın almaya devam etmiştir. Bu dönemde kitle gazeteciliği anlayışının egemen olduğu sistemde “bilinçli okur” kitlesi gazetelerden yavaş yavaş uzaklaşmıştır.

1990'lı yıllarda promosyon giderlerinin ve reklam maliyetlerinin yüksekliği karşısında zarar eden gazeteler başka gelir kaynağı olarak TV yatırımlarına yönelmiş ve bu durum medyanın sermaye yapısının değişimine neden olmuştur (Kadioğlu, 2007: 509). İktisadi alanda serbest piyasa koşullarının yeniden şekillendiği bu dönemde, aslında sermaye grupları açısından karlı bir yatırım olmaması yanında bir basın yayın organına sahip olmanın farklı avantajları olduğu fark edilmiştir. Bir basın yayın organına sahip olunması siyasal iktidar karşısında anlaşma ve çatışmaya yönelik güç elde etmek, rakip firmalar karşısında rekabet üstünlüğü sağlamak, devlet ihalelerinden ve özelleştirmelerden pay almak, kredi ve teşviklerden yararlanmak, sermaye grubu bünyesindeki başka alanlarda özellikle bankacılık sektöründe faaliyet gösteren firmaların reklamlarını yapmak gibi, faydalar sağlaması, medya dışı sermayenin bu sektöre girmesi için özendirici sebepler olmuştur (Kadioğlu, 2018:115; Sönmez, 2003: 35-40). İnşaat, enerji finans, ticaret ve sanayi alanlarında yatırımı bulunan gruplar, önce basın sektörüne, ardından da 1990'lı yıllarda televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kaldırılmasıyla bu alana girmişlerdir. Artık tekelleşmenin egemen olmasıyla medya endüstrisi yavaş yavaş şekillenmeye başlamıştır.

1990'lı yıllarda, Türkiye'de medyanın mülkiyeti tamamen büyük holdinglerin eline geçmiştir. Bu holdingler, asıl faaliyet alanları olan, profesyonel ticari işletme yönetim

²⁶ T.C. Resmi Gazete, 28.11.2013, sayı: 28835.

anlayışını medya sektöründe de uygulamışlardır. Amacın kâr elde etmek olduğu işletmecilik anlayışının medya sektörüne uyarlanması, daha fazla reklam çekebilmek için reyting ve tirajların yükselmesini sağlayacak okuyucu/izleyici kitlesi yaratmak ve bu kitleyi sunulan ürün ya da hizmetin tüketilmesinde kullanmak için çalışılmıştır. 1990'lı yıllardaki medya gruplarının reklam gelirlerine göre, pazar payı içinde oranları incelendiğinde; Doğan Grubu (%39) birinci sırada yer alırken; ikinci sırada Dinç Bilgin Grubu'nun (%19) ve üçüncü sırada Çukurova Grubu'nun hakimiyeti görülmektedir. Bu üç grubu sırası ile Uzan Grubu (%6), İhlas Grubu (%5), Doğuş Grubu (%3), Erol Aksoy Grubu (%2) ve diğer küçük gruplar (%17) takip etmiştir (Kuyucu, 2012: 255).

2001 yılındaki, Türkiye tarihinin en büyük ekonomik krizi medya gruplarını belirli alanlarda tasarruf tedbirleri almaya yöneltmiştir. Öncelikle krizden etkilenen firmaların reklam giderlerini azaltmaları, medya gruplarının reklam gelirlerinde yüzde 50 oranında düşüş yaşanmasına neden olmuş, medyaya yönelik yatırımlarda da yüzde 52 oranında bir azalma medyana gelmiştir (Bulunmaz, 2010: 61). Krizin etkisiyle medya sahipliği, yeni bir şekilde işlemeye başlamıştır. Kriz döneminde, finansal açıdan sorunlu görülen bankalar ve bu bankaların sahip olduğu medya kuruluşları TMSF'ye devredilmiş ve medya grupları yeni sahiplerini buluncaya kadar TMSF'nin kontrolünde faaliyet göstermiştir (Kadioğlu, 2018: 117). 2002 seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidar olmasıyla TMSF'nin el koyduğu medya gruplarının satışı hızlı şekilde gerçekleştirilmiş; yabancı sermayeye yönelik sınırlanmaların azaltılması sonrasında, yabancı gruplarının Türk medya sistemine dahil olması kolaylaşmıştır.

Türk medya sisteminde mülkiyet/sahiplik yapılarındaki dönüşümün etkileri; Deregülasyon Süreci, Ticari Yayıncılık Anlayışının Gelişimi, Oligopolistik Yapı ve Tekelleşme Süreci, Medya İçeriklerinin Değişimi İzleyici/Okuyucu Kitlesinin Değişimi, Çalışma İlişkilerinin Değişimi başlıklarında incelenmiştir.

2.4.1. Deregülasyon Süreci, Ticari Yayıncılık Anlayışının Gelişimi

Medya sektöründe yaşanan en önemli değişim, medya mülkiyetinin ve bu alana yatırım yapan sermayenin niteliğine ilişkindir. Değişimin ilk göstergesi yasal bir düzenleme olmaksızın çok sayıda ticari radyo ve televizyonların kurulması ve elektronik yayıncılıkta kamu tekelinin kalkmasıdır. 1980'lere kadar telekomünikasyon hizmetleriyle radyo-televizyon yayıncılığı devletin tekelinde iken, bu tarihten sonra devlet, elinde bulunan telekomünikasyon kurumları ve kamu yayın kuruluşlarını özelleştirmiş ve ticari yayıncılığın önünü açmıştır. Bunun yanı sıra, devlet özel teşvikler ve hukuki düzenlemelerle birlikte farklı kesimlerin oluşturduğu

konsorsiyumların ticari yayıncılık hizmeti için ihaleye girmelerini kolaylaştırmıştır (Geray, 2003: 74; Öztekin, 2007: 56).

Tüm dünyada uygulama alanı bulan deregülasyon süreci Dahlgren'e (2000: 24) göre, üç alanda etkisini göstermektedir. Birincisi, kamu hizmeti olarak yayıncılık alanının sona erdirilmesi; ikincisi, yayıncılık alanında özelleştirmeyi arttırması ve üçüncüsü ise, medya sektörüne ulus ötesi sermayenin girişini engelleyen hükümlerin ortadan kaldırılmasıdır. 1980 sonrasında uygulanan deregülasyon politikasının temel dinamiği medya alanında teknolojik gelişmelere duyulan ihtiyaç olarak gösterilmiştir. Söz konusu ihtiyaç, iletişim alanında olumlu değişimlere neden olsa da, teknoloji anlamında gelişmiş bir haberleşme ağının kurulmasını finanse eden büyük sermaye gruplarının piyasaya girişlerini de kolaylaştırmıştır. Serbest rekabet sürecinin ekonomik, toplumsal ve kültürel alanda özgürlük sağlayacağı varsayımıyla yürütülen deregülasyon politikalarıyla ticari yayıncılığın önünü açılma, kamusal tekellerin kaldırılmış, bu durum medyanın mülkiyet yapısını da değiştirmiştir. Mülkiyet yapısının değişimi, beraberinde sermayenin kompozisyonunu, sektörün dinamiklerini ve genel görünümü de tamamen değiştirmiştir. Bu değişim söyleminin altında yatan neden; büyük sermaye gruplarının sektöre girmesini hızlandırmak ve "global bir medyanın" oluşumuna katkı sağlamaktır (Kaya, 2013: 155).

1990'lı yıllarda tüm dünyada iletişim ortamında yaşanan köklü değişimler sonucunda radyo-televizyon alanında kamu tekeline yasayla son verilmesi, bazı ülkelerde aşamalı bir seyir izlemiştir. Örneğin Fransa'da önce kamunun program yapma tekeli kaldırılmış, daha sonra özel yayın kuruluşlarının kurulmasına izin verilmiştir. Kimi ülkelerde de rekabetçi bir ortamın oluşturulması amacıyla mevcut olan yapıya özel kuruluşlar eklenmiş ya da kamu kuruluşlarının sadece bir bölümü özelleştirilmiştir (Kaya, 2013: 135).

Türkiye'de ilk radyo yayıncılığının başladığı 1927 ve 1961 Anayasası'nda var olan radyo ve televizyon yayınındaki devlet tekeli ve denetimi 1980'lerin sonunda yavaş yavaş kırılmaya başlamış, 1990'lı yıllarla birlikte, ticari televizyonların kurulması ve radyoların açılması, kitle iletişim anlayışında yeni bir döneme girilmesine yol açmıştır.

Radyo ve televizyon yayıncılığıyla ilgili ilk düzeleme, 1961 Anayasası'nda yapılmıştır. Anayasanın 121. Maddesinde "*Radyo ve televizyon istasyonlarının ve televizyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanun idaresi ve kanunla düzenlenir. Her türlü radyo ve televizyon yayımları tarafsızlık esasına göre yapılır. Devlet tarafından kurulan veya Devlettten mali yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır*" şeklinde bir hükme yer verilmiştir²⁷. Bu maddeyle televizyon ve radyo yayıncılığı "özerk" bir yapıya kavuşturulmuştur. Kanunda

²⁷ T.C. Resmi Gazete, 31.06.1961, Sayı 10816.

yazan Radyo ve TV’de özerklik ile yayınlarda serbestlik uygulamasından değil, tam tersine sınırları belirlenmiş bir sorumluluk anlayışınla tarafsız, ilkeli ve eşitlik prensibine uygun yayınların varlığından bahsedilmektedir. TRT açısından özerklik, yayınların siyasal iktidarların propaganda aracı haline getirilmesini önlemek, siyasi iktidarlara karşı net bir tavır sergilenmek amacıyla önemlidir. Siyasi iktidarların baskısından kurtulabilmek için TRT bu dönemde devlet güvencesinde tekel konumuna getirilmiştir.

Başlangıçta özerk ve tarafsız olduğu kabul edilen Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, 1971 yılındaki askeri muhtıra öncesi yaşanan olaylardan sorumlu tutulmuş ve aynı yıl 121. Madde değiştirilmiştir. İlgili madde değişiklikle *“Radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Kanun, yönetim ve denetimde ve yönetim organlarının kuruluşundan tarafsızlık ilkesini bozacak hükümler koyamaz. Her türlü radyo ve televizyon yayınları tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Haber programlarının seçilmesinde, işleminde ve sunulmasında ve kültür ve eğitime yardımcılık görevinin yerine getirilmesinde devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, insan haklarına dayanan milli güvenliğin ve genel ahlakın gereklerine uyulması, haberlerin doğruluğunun sağlanması ile organların seçimi, yetki, görev ve sorumlulukları kanunla düzenlenir. Devlet tarafından kurulan veya devletten mali yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır”*²⁸ denilerek devlet tekeli anlayışı daha güçlü hale gelmiştir.

Bu anayasa değişikliği, TRT’nin yapısı ile ilgili bir sorunu gündeme getirmiştir. TRT’nin 1961 Anayasası’nın 121. Maddesi’nde “özerk” ve “tarafsız” olduğu belirtilmesine rağmen, 1971 yılında yapılan değişiklikle özerklik kavramı maddeden çıkarılmış sadece TRT’nin tarafsızlığına vurgu yapılmıştır (Canoruç, 2009: 27). TRT’ye yönelik yapılan anayasal düzenlemeler çerçevesinde, bu kurum, devlet tekeline, tarafsız ancak özerk olmayan bir yapıya bürünmüştür.

1982 Anayasası’nın da 133. Maddesi’nde yapılan radyo ve televizyon yayıncılığıyla ilgili düzenlemede, *“Radyo ve televizyon istasyonları ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir”*²⁹ hükmü ile radyo ve televizyon üzerindeki devlet tekeli daha güçlü hale getirilmiştir.

Türkiye’de 1961 Anayasası ve 1971’de yapılan değişiklik ile 1982 Anayasa’nda net şekilde belirlenen TRT’nin devlet tekeline olan yayıncılık anlayışı, 1990’lı yıllarla birlikte ticari televizyonların yasal boşluktan faydalanarak yayına başlamasıyla bu alanda bir değişim

²⁸ T.C. Resmi Gazete, 12.10. 1941, Sayı:13964

²⁹ T.C. Resmi Gazete, 9.11.1982, Sayı: 17863

yaşanmıştır. Yasal bir dayanak olmadan kurulan televizyon kanalları, denetim olmadan oluşturulan reklamları da kullanarak ekonomik ve toplumsal yapıyı etkilemiştir.

Anayasa'nın 133. Maddesi'nde yapılan değişiklikle "*radio ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir*"³⁰ ifadesiyle özel TV kanallarının önü açılmış, ancak kanun bir yıl sonra çıkarılmıştır.

Türkiye'nin ilk ticari televizyon kanalı, Uzan Grubu'na ait Magic Box şirketinin kurduğu Star 1 kanalı, bu dönemde yayın hayatına başlamıştır. Star 1 kanalı 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayına başlayarak günde beş saati aşmayan yayınlar yapmış, Eylül ayından itibaren yayın süresini haftada 82 saate çıkarmış ve düzenli haber yayınına geçmiştir (Yengin, 1994:117). Star 1 olan kanalın adı sonradan İnterstar olarak değiştirilmiş, ilgili şirket 1992 yılında Tele On kanalını kurarak faaliyetlerine devam etmiştir. Yasal düzenlemeler yapılmadan fiilen yayın tekeli elinde bulunduran Star1 Kanalı'nın, Uzan Ailesi ve Ahmet Özal'ın ortaklığında kurulması ve dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın TV kanalına yönelik destekler nitelikte tutumu, bu kanalın meşruluğu konusunda etik bir tartışmayı gündeme getirmiştir.

Yasal boşlukları kullanarak yayın hayatına başlayan başka bir kanal da 1993 yılında Erol Aksoy tarafından kurulan ve Türkiye'nin üçüncü ticari kanalı olan SHOW TV'dir. Aynı şirket, 1993 yılında şifreli olarak yayın yapan Cine5 kanalını kurmuştur. Sonrasında Dinç Bilgin ATV'yi, Doğan Grubu Kanal D'yi, İhlas Grubu TGRT'yi, Kadir Has HBB'yi ve Samanyolu Yayın Grubu'nun STV'yi, Uzan ortaklığından ayrılan Ahmet Özal, Kanal 6'yı kurmuştur.

Söz konusu ticari yayıncılık anlayışı, dönemin siyasetçilerinin Radyo ve TV kanallarını kamuoyuna yönelik propaganda aracı olarak görmeleri (Star 1'in ANAP'ı destekleyici programlara yer vermesi), Avrupa şirketlerinin Türkiye genelinde yapılacak programlara altyapı ve teknik donanım için gerekli ekipmanları satabilme arzuları ve ticari şirketler için de kârlı bir yatırım olması sebebiyle desteklenmiştir Ülkede uygulanan deregülasyon politikaları uyarınca, Radyo ve TV kanalları en yüksek izlenme oranına sahip olma düşüncesiyle programlarında şiddete ve cinselliğe yönelik içerikleri kullanmıştır. Kitle iletişim araçları, siyasi arenada ve rakipler karşısında kullanılan bir silah olarak görülmüştür. Sözü edilen bu gayri hukuki durum, 1993'de Anayasa'nın 133. Maddesi değiştirilerek, Radyo-TV yayınlarında devlet tekelinin kaldırılması ve 1994 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurumu Kanunu ile yasal bir zemine oturmuştur.

³⁰ T.C. Resmi Gazete, 10.7.1993, Sayı: 21633

2.4.2. Oligopolistik Yapı ve Tekelleşme Süreci

Akademik alanyazında medya sektöründe genel olarak tekel (monopol) ve oligopol piyasaların varlığından söz edilmektedir. Serbest piyasa koşulunda hem ürün hem de hizmet sektörü iki farklı yapı sergilemektedir. Birinci yapıda kendi kâr marjını arttırmak isteyen firmalar, pazarda hali hazırda bulunan rakipleri ve potansiyel rakipleri ile ekonomik bir mücadele içerisine girerler. Bu mücadele, üretim aşamasından, tüketiciyle buluşma noktasına, hatta tüketici memnuniyetine kadar devam eder. Bu mücadelede üstün olan taraf, ekonomik faaliyetine devam eder, kaybeden taraf ya piyasadan çekilir ya da başka bir firma ile birleşme yoluna gider. İkinci yapıda ise, firmalar pazarda var olabilmek için birbirlerine belirli bir pazar payı bırakırlar ve ekonomik alanda işbirliği yaparak kapitalist pazar ruhunu geliştirmeye çalışırlar. Medya alanı da bu ikili yapı içerisinde ekonomik faaliyetlerini yürütür. Medya ya fiyat-ürün farklılaşması, dağıtım, promosyon gibi alanda piyasada rekabet içerisinde yer alır ya da abonelik ücretleri, gazete fiyatları, reklam tarife anlaşmaları gibi kartel anlaşmalarından fiyat sözleşmelerine değin, tüm alanda bir işbirliği içerisine girer (Tellan, ve Güngör, 2009: 333). Bu açıdan bakıldığında, medya sektöründe tekelci piyasanın varlığından bahsedilse de, Türkiye'deki medya sektörünün oluşum ve gelişim aşamaları incelendiğinde oligopolistik piyasa yaklaşımının sektörü açıklamada daha uygun olduğu görülmektedir (Sayılğan, 2009: 81; Söylemez, 1998: 38).

Oligopol, az sayıda şirketin oluşturduğu ve bu şirketler arasında fiyat, üretim, reklam, dağıtım konusunda karşılıklı bağımlılık ilişkisi bulunan bir piyasa olarak tanımlanabilir. Bir endüstrinin büyük bir kısmının az sayıda ama güçlü şirketler tarafından paylaşılması oligopolistik piyasayı oluşturur (Sloman, 2003: 211). Oligopolistik piyasada benzer nitelikte ürünler ya da hizmetler tüketiciye sunulur ve piyasanın kontrolü, bu şirketler tarafından sağlanır. Özellikle gelişmiş ülkelerde, bu piyasa, artan teknoloji ve kâr oranları sayesinde büyük sermaye gruplarının kendi içerisinde bütünleşmesiyle oluşmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise piyasaya giriş için belirli bir ekonomik yeterliliğe ihtiyaç olduğundan, teknolojik yetersizlik ve üretim maliyetlerinin yüksekliği, medya sektöründeki şirketlerin önünde bir engel oluşturmaktadır (Chomsky, 2005: 80).

Medya alanında sermaye büyüklüğü, sermayeye duyulan ihtiyaç ve piyasaya hakim olma isteğinin yanında oligopolistik piyasaya yönelimin ekonomik ve siyasal nedenleri de ön plana çıkmaktadır (Tellan ve Güngör, 2009: 40; Kejanlıoğlu vd. 2001: 145s). Ekonomik anlamda 1950'ler ve sonrasında başlayan, basında kâr amaçlı bir yönetim anlayışının neticesinde, gazetecilik geleneğinden gelen küçük aile işletmelerinin yerini, büyük sermaye grupları almıştır. Böylelikle, görsel ve işitsel iletişim sektöründeki ürünlerin metalaştırıldığı,

kamusal hizmet anlayışı yerine kâr elde etmenin temel amaç olduğu, serbest rekabet koşullarında izleyici/okuyucu aleyhine ve sektör dışı firmaların lehine gelişen ticari bir ortam yaratılmıştır (Tellan ve Güngör, 2009: 340). Bu koşullarda, yazılı ve görsel basında kullanılan teknolojilerin sürekli gelişmesi, üretim maliyetlerinde artışa sebep olmuştur. Kâğıt fiyatlarındaki artış, promosyon giderleri, ilan ve reklam gelirlerinin yetersizliği ve dağıtım sorunları eklenince artan maliyetler sonrası sektörde yer alan küçük ölçekli medya grupları, piyasadan silinmiş ya da başka büyük gruplara ve holdinglere eklenilerek oligopol piyasasında yerlerini almışlardır.

Medyanın oligopolistik yapısının siyasal nedenleri incelendiğinde; büyük medya şirketlerinin genel anlamda, politik destek açısından hükümete bağımlı olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Karşılıklı bağımlılık ilişkisine göre, siyasal iktidar, egemenliğini sürdürmek için medyaya; basın dışı sermaye grupları da medya dışındaki faaliyetlerinin düzenli yürümesi için hükümetlerle iyi ilişkiler kurmaya muhtaçtır. Siyasal iktidar tarafından özellikle görsel ve işitsel medyaya yapılan teşvikler ve sübvansiyonlar karşılıklı ilişkilerin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Uygulanan politikalar aracılığıyla siyasal iktidarın medya üzerindeki denetimi ve kontrolü sağlaması, mesleki etik kodlarını olumsuz yönde etkilemiş, medyanın kamunun sözcüsü olma işlevini de etkisiz hale getirmiştir.

Türk medyasının mülkiyet yapısı incelendiğinde, medya tekellerinden daha çok medya sektörünün faaliyet alanları içerisinde bulunan uluslararası sistemle bütünleşmiş holdinglerin oligopolleşme eğilimlerinden ve piyasa üzerinde yatay, dikey ve çapraz tekelleşme sürecinden bahsedilmesi gerekmektedir.

Medya grubunun yine medya sektörü içerisinde birbirinden farklı çeşitli alanda etkinlik göstermesi olarak ifade edilen *yatay tekelleşme*, Türkiye’de medya alanında en çok görülen tekelleşme türüdür. Bu tekelleşme türü medya grubunun TV, radyo, gazete, dergi gibi çeşitli işitsel ve görsel iletişim alanında faaliyette bulunmasıdır. Bu tür tekelleşmede medya grubu, kendi kaynakları ile büyüme sürecine girebildiği gibi, ayrıca sektörde faaliyet gösteren firmaları devralma yoluyla da büyüebilmektedir. Doğan Holding’in medya alanında Kanal D’yi, ardından da Star TV’yi alması yatay tekelleşmeye örnek gösterilebilir. Yatay tekelleşme, tüm sektörlerde olduğu gibi, medya sektöründe de kaynakların etkin kullanımına dayalı kapsam ve ölçek ekonomilerden faydalanma oranı yüksek olan işletmeler için önemli olsa da, sektörde rekabetin azalmasına, benzer ürün çıktılarının oluşmasına neden olabilmektedir (Doyle, 2002: 258).

Bir sermaye grubunun medyaya yönelik faaliyet alanlarını üretimden, dağıtıma kadar tüm aşamalarını tek elden gerçekleştirmesi *dikey tekelleşme*dir. Bu tekelleşme türünde medya

grubu, ürettiği tüm ürünlerin malzeme ve teçhizatlarını kendi kurduğu şirketler bünyesinde temin etmekte ya da bu malzemeleri üreten şirketleri bünyesine dahil etmektedir. Bu tekelleşme türüne örnek bir gazetenin kâğıt fabrikasını satın alarak sermaye ve mülkiyet entegrasyonunu sağlaması verilebilir (O’Sullivan, Dutton ve Rayner, 1998: 39). Türkiye’de medya sektöründe incelenen dönemler açısından pazar payı en yüksek olan beş grubun dikey tekelleşme sürecinde pazarlama, film/müzik prodüksiyon şirketleri, reklam/ilan alanında, haber ajansı sahiplikleri, TV ve radyo yayıncılığı alanında faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Medya grubunun birbirinden farklı medya ve diğer iş alanlarında etkinlik göstermesi *çapraz tekelleşme* olarak ifade edilmektedir. Çapraz tekelleşme, televizyon ve radyo yayıncılığı ile yazılı medyanın ve yeni iletişim teknolojilerinin oluşturduğu medya alanları arasındaki sahiplik ve sermaye entegrasyonudur (Darendeli, 2007: 119). Bunun yanı sıra, kitle iletişim alanında faaliyet gösteren medya grupları aynı zamanda otomotiv, finans, ticaret alanlarında da yatırımlara sahip olabilmektedir. Türkiye’de 1990’lı yıllarda, çoğunlukla karşılaşılan çapraz tekelleşmeye en iyi örnek, Doğan ve Bilgin Gruplarıdır. Bu gruplar, finans alanında faaliyette bulunurken, basın dışı sermaye olarak yazılı basında ve görsel işitsel medya alanına girmişler, hatta iki sermaye grubu birleşerek BİRYAY adı altında dağıtım tekeli oluşturmuşlardır.

Liberal siyaset kuramı, medyayı kamu kaynaklarını kullanmaksızın, özerk bir alanda tarafsız olan ve tekeli olmayan bir yapıda sistemin işleyişini değerlendiren ve bu işleyişle ilgili sorunları çözmeye yeten bir kurum olarak görmektedir. Medyanın tekelleşmesinin çoğulculuğu ve demokrasinin işleyişini sektörel boyutta engellediği ileri sürülmektedir. Erdoğan’a (2002: 422-423) göre, liberal görüşün “*eğer sayıca çok firma olursa, sayıca çok düşünce üretilir*” fikrine dayanan görüşü geçersizdir. Çünkü, benzer üretim tarzındaki niceliksel çokluk asla niteliksel farklılığı ifade etmeyecek, dolayısıyla medya tekelinin olması veya olmaması düşünsel bağlamda bir demokratik çoğulculuk yaratmayacaktır. Çoğulculuğun sağlanması için medyanın içerik, kaynak ve dağıtım hususlarında çoğulculuğun olması tekelleşmeyi önlemede büyük önem taşımaktadır (Yazıcı, 2013: 55).

Yine benzer şekilde, medya tekelleşmesi için “*düşünce ve ifade özgürlüğünü kısıtlar söylemi*” ile düşünsel ve soyut bir alanda ciddi bir bilinç yönetimi yapıldığı ifade edilmektedir. Medyada tekelleşmenin olmaması çok sayıda firmanın sektörde yer alması, izleyici/okuyucunun ifade özgürlüğünün garantisi değil, tam tersine firmaların ifade özgürlüğünün garantisidir. Medya alanında temel sorun tekelleşmenin olması değil, üretim biçimi ve ilişkilerinin egemen doğasıdır (Erdoğan, 2002: 422). Her ekonomik sistem içerisinde olduğu gibi, iletişim alanında da örgütlü yapılar söz konusudur ve bu örgütlü yapılar, mülkiyet yapısının şekillenmesinde ve uygulanmasında bir etkili rol oynamaktadır. Kapitalist sistem

içerisinde oluşturulan piyasa, siyasal ve ekonomik kurumsal çevrenin dışında serbest bir karakter özelliği taşımamaktadır (Erdoğan, 1997). Başka bir ifadeyle, medyanın tekelleşmesi sektörde yer almak isteyen basın dışı büyük sermaye gruplarının önünü açarken, aynı zamanda üretim/hizmet açısından da niteliksel olarak bir daralmayı beraberinde getirir. Ancak birleşme, devir, satın alma gibi yollarla veya gizli anlaşmalar çerçevesinde medya mülkiyet yapılarında değişim, sadece tekelleşmeyi belirleyen bir süreç değil, bunun yanı sıra sektörde bulunan yapıların yönetsel süreçleri ve dinamikleri de tekelleşmeyi etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Yine aynı noktadan hareketle, tekelleşme, medya endüstrisinde istihdam olanakları açısından farklılık yaratmıştır (Picard, 1998: 195-197). Bu farklılık, esnek istihdam ve taşeron sisteminin yerleşmesine ve çalışma koşullarının ağırlaşmasına neden olmuştur. Kaya (2013: 12), medya alanındaki sermaye yapılarının hem görsel hem de işitsel alanda işbirliklerine dayalı ve piyasaya kontrolünün birkaç büyük grubun hakimiyetinde olduğunu; ancak bu grupların devir, birleşme gibi holdingleşme süreçlerinde ortaklık kurarken hangi şartlarda ve koşullarda anlaşma sağladıklarının da tekelleşme sürecinde etkili olduğunu ifade etmiştir.

Türkiye’de tekelleşme kavramı, basım ve kâğıt alt sektörlerinin ara mallar üreten sektör olarak toplam imalat sanayi içindeki paylarının oranı açısından değerlendirildiğinde; medya endüstrisinin ekonomik faaliyetlerini doğrudan etkileyen her iki alt sektörde, 1976-1985 yılları esas alındığında, bu alanlarda kapasite kullanım oranı, ithalat yönlü artmıştır. Ancak, üretim maliyetleri içerisinde işçi ücretleri, kâğıt alt sektöründe nisbi olarak sınırlı kalmış, basım alt sektöründe ise büyük oranda düşüş yaşanmıştır. Türkiye’de neoliberalizmle radikal dönüşüm yaşayan ekonomi politikaları sonucunda, basım sektöründe yaşanan değişimler imalat sanayiindeki değişimlerle paralellik göstermiştir. 1980 öncesi ve sonrasında, kâğıt-basım alt sektörlerinin karşılaştırması yapıldığında, özellikle 1985 yılında basım sektöründe diğer sektörlerde olduğu bir tekelleşme eğilimi gözlenmemiştir. 1965-1995 arasında yazılı basında dört büyük firmanın tekelleşme ölçütlerinde orta düzeyde bir tekelleşme ve dönem sonunda alt düzeyde bir tekelleşme görülmüştür. 1990 sonrasında ise, Doğan ve Bilgin Gruplarının medya alanına girmesi ve pazar paylarını arttırmaları, sektörde tekelleşme düzeyini artırmıştır (Ersoy, 1994: 8-9; Ekzen, 1999: 88-89).

Splichal (1999: 18-19) medyanın tekelleşme sürecinde, demokratik ve çoğulcu bir medya yapılanması için medyadaki tek yönlü ve benzer nitelikteki içerikler yerine, izleyici/okuyucunun siyasi ve kültürel mesajları karşılaştırıp eleştireceği bir düşünsel ortamın yaratılması gerektiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, medyada çoğulculuğun tesis edilebilmesi için siyasi iktidarın medya sektörüne yönelik tekelleşmeyi önlemek için

düzenlemeler yapması ve tedbirler alması, demokratik bir medya yapılanması için önemlidir (Humphreys, 1999: 4).

Türk hukuk sistemi içerisinde tekelleşmeyi önlemede yasal tedbirlerin alınmasında geç kalındığı ve alınan önlemlerde siyasal iktidarın ve sermaye çevrelerinin etkili olduğu ifade edilmiştir. Alınan tedbirler Pekman'a (2005: 278) göre, büyük sermaye gruplarının belirlediği piyasa koşullarına göre oluşturulmuştur. Nitekim 3984 Sayılı Yasa'da, medya sahiplerinin gücünü sınırlandıran hüküm 4756 Sayılı Yasa ile değişime uğramış ve sınırlandırmalar geçersiz kılınmıştır. 3984 Sayılı Kanun'un ilk halinde, medya sahiplerinin ve bir radyo ve televizyon istasyonuna ortak olanların, kamu ihalelerine katılmasını ve menkul kıymetler borsasında işlem yapmasını yasaklayan hükümler değişime uğramış; çapraz medya tekelleşmesini engellemek için, gazete sahiplerinin radyo ve televizyon kuruluşlarındaki hisse oranını yüzde 20 ile sınırlandıran düzenleme yürürlükten kaldırılmıştır. Yine aynı şekilde bu kanunla sınırlandırılan yabancı sermaye oranı yüzde 20'den, yeni yasada, yüzde 25'e çıkarılmıştır.

4756 Sayılı Kanun 'la yapılan değişiklikle izlenme ve dinlenme payı ile ilgili olarak, *“Bir gerçek veya tüzel kişiliği veya bir sermaye gurubunun yüzde 50'sinden fazlasına sahip olduğu bir televizyon veya radyonun yıllık ortalama izlenme veya dinlenme payı yüzde 20'yi geçerse Üst Kurul tarafından yapılan bildirimden itibaren doksan gün içerisinde, ortak bulunduğu televizyon veya radyodaki hisselerinin bir bölümünü halka arz ederek veya bir kısım hisselerini satarak, sermaye payını yüzde 50'nin altına indirir. Yıllık izlenme veya dinlenme oranının aşımı birden fazla televizyon ve radyodaki hisselerin toplamı nedeniyle meydana gelmişse, bu oran %50'nin altına indirecek biçimde yeterli sayıda şirketi satar. Bu yükümlülüğün ihlali durumunda kuruluşun yayın izni iptal edilir”* ifadesine yer verilmiştir. Bu hükümle belirlenen oranın gerçekçi olmaması, mevcut pratikler çerçevesinde ülkede izlenme ve dinlenme oranının yüzde 20'yi geçmediği bir ortamda yapılan düzenlemeler, sermaye gruplarının medya sahipliğinin meşruiyetine zemin hazırlamıştır (Kaymas, 2008: 89-90).

Yapılan araştırmalar sonucunda Türkiye'de izlenme oranının yüzde 14 ile yüzde 16 arasında olması ve bu oranı da sadece bir yayın kuruluşunun oluşturduğu düşünülürse sınırın uygulanabilirliği mümkün değildir. Batılı ülkelerde, bu soruna şöyle bir çözüm bulunmuştur: ölçümlerde yayınların ulaştığı kişi sayısı dikkate alınmış ve kişinin sahip olacağı kanal sınırlandırılmıştır. Yine benzer şekilde, “izlenme oranı” yerine “izlenme payı”nın dikkate alınması ve izleme ölçütünün düşürülmesinin daha uygun olacağı kanaatine varılmıştır (Güler, 2011: 56). Söz konusu hükümler, Anayasa Mahkemesi'ne açılan dava sonucunda iptal edilmiştir. 2004 yılında açılan dava sonrasında kaldırılan hükümlerin yerine, düzenleme

yapılması için mahkemece dönemin siyasal iktidarına süre verilmesine rağmen, gerekli düzenlemelerin yapılmadığı görülmektedir.

Yasal boşlukları gidermek amacıyla, 3 Mart 2011’de yayınlanan *6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*’la yabancı sermayeyle ilgili önemli değişiklikler yapılmıştır. *3984 Sayılı Kanun*’da öngörülen, yabancı sermayeye yönelik yüzde 25’lik sınır, yüzde 50 olarak genişletilmiştir. Eski yasada, yabancı sermaye için özel ve tüzel kişiliklerin ortak olabileceği radyo ve TV kuruluşu konusunda sınırlandırmalar mevcutken, yeni yasada, aynı sermaye grubunun iki adet medya hizmet sağlayıcı kuruluşu ortak olabileceği yönünde hüküm getirilmiştir.

Bununla birlikte, 4054 Sayılı *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu*’nda radyo ve televizyon yayıncılığı yapan şirketlerin rekabeti engelleyecek şekilde tekelleşmek ve mal ve hizmet piyasasındaki hakim durumu tek başına ya da anlaşma yoluyla ortaklık kurduğu şirketler ile kötüye kullanılması yasaklanmıştır (Darendeli, 2007: 123). Söz konusu düzenleme için denetim görevi, Rekabet Kurulu’na verilmiştir. Ancak, ilgili Kanun, 7 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe girmesine rağmen, Rekabet Kurulu’nun üç yıl sonrasında gecikmeli olarak çalışmaya başlaması, medya sahiplerinin sektör içindeki rekabetlerinin yasal olarak düzenlenmesinde boşluk yaratmıştır. 1999 yılı ve sonrasında etkin olarak çalışmaya başlayan kurul, dağıtım alanında kartel ve tekelleşmeyi önlemede idari para cezaları uygulamaya başlasa da, aldığı kararların çoğunlukla sektörün diğer önemli sorunlarına yönelik çözümler üretmediği konusunda eleştirilmiştir (Kaymas, 2008: 91; Pekman, 2005: 182).

2.4.3. Medya İçeriklerinin Değişimi

1980’li yıllarda başlayan “Küreselleşme” süreci, toplumları ekonomik-siyasal-kültürel alanda zorunlu bir birlikteliğe itmiştir. İnsanlar, bilgi teknolojilerinin gelişimiyle hızlı bir iletişim ağı sayesinde her yerden her an bilgiye ulaşabilme imkanına sahip olurken; diğer yandan iletilen her içerikte özgürlük adı altında egemen değer yargıları ve yaşam tarzları aktarılmıştır. Kapitalist sistem içerisinde iletişimde üretim, dağıtım ve tüketim süreçleri güç ve iktidar ilişkisi çerçevesinde yeniden düzenlenmiş ve hukuki bir zemine oturtulmuştur.

Deregülasyon koşulları altında ve piyasa güçlerinin egemen olduğu alanlarda, medyada içerik oluşumu konusunda iki yaklaşımın varlığı söz konusudur (Belsey ve Chadwick, 1995: 463-467). Birinci yaklaşım, içeriği, belirleyen süreci piyasa dışı güçlerin piyasaya kabul edilemez müdahalesi olarak görmektedir. İkinci yaklaşıma göre, içerik meselesi tirajlar ve reytingler ile ölçülen tüketici doyumunu açısından değerlendirilmektedir. Bu yaklaşıma göre, *en iyi gazete, en çok satan gazetedir, en iyi televizyon kanalı da en çok izleyicinin tercih ettiği*

televizyon kanalıdır. Araştırmacılar bu yaklaşımın ilkinin tamamıyla reddetmişler, ikinci yaklaşımı ise içerik sorununu sadece nicel açıdan tanımlaması nedeniyle eleştirmişlerdir. Her iki yaklaşımın olumsuz değerlendirdiği nokta, içerikler belirlenirken, medyanın faaliyet gösterdiği ülkelerdeki anayasal düzenlemelerin dikkate alınmamasıdır. Ülkelerde anayasal düzenlemelerle belirlenmiş olan, basına yönelik olumsuz hükümler, sansür, araştırmacı gazetecilik ve editoryal yorumları engelleyen her türlü eylem, demokratik ve özgür bir basın oluşmasına engeldir. Medya sahiplerinin belirlediği manüplatif içerikleri, medyadaki taraflı tartışmaların ve doğruluğu sorgulanmayan haberler yapılması, demokrasinin amaçlarına hizmet etmeyeceği açıkça görülmektedir (Belsey ve Chadwick, 2002: 425-426).

Medyada içerik sorununu belirleyen bir başka unsur da, piyasa mekanizmasının işleyişine paralel olarak, reyting ve tiraj ölçümleridir. Ticari kaygılarla yönetilen medyada geleneksel olarak haber ve bilgi önemini kaybetmekte, mesleki etik ilkeleri olumsuz etkilenmektedir. Bu olumsuzluklar, geleneksel medya anlayışında izleyici/okuyucuya yönelik kamusal hizmet veren medyayı, neoliberal anlayış içerisinde medya içeriklerini bir metaya dönüştürmüştür. Bu durum, medyadaki ‘demokratik katılım’ ve ‘çokseslilik’ anlayışıyla çelişecek şekilde büyük holdinglerin denetiminde ve sermayenin çıkarlarına hizmet edecek şekilde medya içeriklerinde kalite, çeşitlilik, kamusal ilkesini ortadan kaldırmıştır. Ayrıca, medya sektöründeki ticari yayıncılık anlayışıyla siyasal iktidarın destekleyici uygulamaları (teşvikler, krediler, yardımlar vb.) birleşince kamusal yayıncılık ve kamusal içerik anlayışı hızla sona ermiştir. Neoliberal anlayışta “küçülen devlet” söylemiyle, medya alanında devletin üretim ve dağıtım sisteminde özelleştirmeyi destekleyecek politikalar yapılması, içeriklerin çeşitlenmesine hizmet edecektir. Aslında var olan, sistemin işleyişini destekleyecek enformasyonun yaratılması ve dağıtılmasıdır. Örneğin Bagdikian (2004: 7-8), ABD medya piyasasında 2003 yılından bu yana beş büyük oluşum olan *Time Warner*, *Walt Disney*, *New Corporation*, *Viacom*, *Bertelsmann* gibi şirketlerin gazeteden, film stüdyolarına kadar farklı alanlardaki hakimiyetinden bahsetmektedir. Medya şirketleri oluşturdukları oligopolistik yapılarla, “ne tür içeriklerin daha çok izleyici çektiği” konusunda reyting ölçümlerinde birlikte hareket etmektedirler. Böylece, aralarında kısıtlı şekilde oluşan rekabet, medya içeriklerinin benzer nitelikte olmasına yol açmakta; medya sektörüne girecek yeni oluşumların bu içerikleri çeşitlendirmesi engellenmektedir.

Ticari TV ve radyoların kurulması, “en çok izlenme mantığı” ile eğlence ağırlıklı programların hazırlanması medya kuruluşlarının yayın ilke ve politikalarını büyük bir dönüşüme uğratmıştır. Dönemin televizyonlarında bireysel sorunların istismarı, reyting kaygısıyla mahrem yaşantıları ihlal eden nitelikte programlar yer almıştır. Bu programlarda

yaratılan toplum görüntüsünün, gerçek dünyada varolan ekonomik, kültürel ve politik süreçten bağımsız bir anlatım biçimiyle kurgulandığı görülmektedir (Çelenk, 2005: 207). Özellikle 1990'lı yıllarda kanal sayılarının artması, program tür ve formatlarını da değiştirmiştir. Yabancı yayın kuruluşlarıyla etkileşimin artması, TV alanında yabancı tür ve formatların taklit edilmesine, bu tür ve formatların içerisine yerel içerikler eklenerek melez bir yapı oluşturulmuştur (Özsoy, 2011: 127). Dönemin izleyici kitlesi, var olan toplumsal sorunlardan kaçmak için, eğlenceye yönelmiş; tüketim, bireyselleşme, rekabet, imge üretimi gibi yeni dünya düzeni kavramları ile egemen ideolojinin söylemleri doğrultusunda neoliberal kültüre eklemlenmiştir.

Ticari televizyonların artması, yazılı basın üzerinde birtakım olumsuzluklara yol açmıştır. Bu noktada, okunma oranı düşen gazeteler, varlıklarını sürdürebilmek için görsel medyayla rekabet etmek zorunda kalmıştır. Bu rekabet, beraberinde gazetelerin de magazinleşmesine yol açan uygulamaları getirmiştir. Bu anlamda gazeteler, rekabet koşulları altında daha çok eğlendirici, komedi ve drama programları yayınlamakta; bunları yayınlarken de hikayeyi görsel olarak destekleyecek unsurlara yer vermektedirler. Dağtaş (2006: 124) medyada magazinleşme olgusunu, 1980'li yıllardan itibaren sağ politikaların ekonomi alanındaki yansımalarıyla ilişkilendirmiştir. Öncelikle İstanbul gibi metropollerle birlikte şekillenmeye başlayan *yeni orta sınıfın* hedef kitle olarak seçilmesi, bu kesimin yaşam tarzlarına ve özel hayatlarına ilişkin içeriklerin oluşturulması, dönemin temel özelliğidir. Medyada yaşanan ticarileşme, bir yandan sansasyonelliği pekiştirirken bir yandan da medyada var olan magazinleşme olgusunun yayılmasına neden olmaktadır (Tokgöz, 2010: 24). Magazin aracılığıyla yaratılan söylem, gerçek dünyayı nedensellik ilişkileri dışında yapılandıran, olay ve olguları bağlamından koparan, ideolojiyi eğlence unsurları ile aktaran yapılarıyla egemen ideolojinin bir üreticisi/ taşıyıcısı olmuştur (Dağtaş, 2006: 107).

Türkiye'de izleyicilerin hangi medya içeriklerini tercih ettiği konusunda yapılan araştırmalar, 1970'li yıllarda başlamış olsa da, özellikle radyo-televizyona yönelik izler kitle araştırmaları, TRT ve üniversite işbirliğiyle, ancak 1980 sonrasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmalar kentsel alana yönelik olduğu gibi, sayısı az da olsa kırsal alana yönelik araştırmalar da yapılmıştır. TRT'nin tekel konumunda olduğu 1970-1980 arası dönemde, radyo ve televizyonda en çok izlenen programlar konusunda yapılan araştırmalarda, müzik ve eğlence yayınlarının birinci sırada olduğu belirlenmiştir. Bunu haber ve güncel programlar izlemiştir. Yine 1990'lı yılların başında ticari televizyon ve radyo yayınlarında daha çok eğlence, magazin ve müzik ağırlıklı içeriklerin yoğun olmasıyla izlerkitle tercihleri bu yöne doğru evrilmiştir (Aziz, 2013: 254). Yine bağımsız araştırma şirketi AGB Neilsen tarafından Türk

televizyonlarında 1995-1998/2001-2002 yılları arasında en çok izlenen program ve alt program türleri araştırılmıştır. Buna göre, izleyiciler 1995 yılında en fazla haberleri sonrasında mizah ve reality show programlarını takip etmişlerdir. 1998 yılında haberlerin izlenme oranı düşüş yaşamış; bunun yerine spor programları ve yerli diziler tercih edilmiştir. 2000 yılında ise en çok izlenen program türü yarışmalar olmuştur. Bunu, sırasıyla yerli diziler ve mizah programları izlemiştir. 2002 yılındaysa dünya kupası nedeniyle spor programları en yüksek izlenme oranına sahip olurken, yerli dizilerin de yaygın şekilde izlendiği görülmektedir (İlhan ve Ünlü 2019: 1365-1366).

Medya alanında izleyicilere yönelik yapılan araştırmalar, izleyicinin hangi tür program içeriklerini tercih ettiğinin belirlenmesi, sunulan programa yönelik tepkilerini ve beğenilerini belirleyip, bu doğrultuda düzenleme yapmak amacıyla yapılmaktadır. Ticari yayıncılık yapan medyada durum farklı şekilde işlemektedir. Ticari yayıncılıkta izleyicinin kim olduğu ve hangi içeriklere yöneldiğini bilmek, piyasa mantığında ekonomik bir faaliyet olarak değerlendirilmiştir. İzleyici ölçümlerindeki temel amaç, reklamverenler açısından düşünüldüğünde üretilen ürün ve hizmetin en kısa zamanda tüketici kitleye ulaşmasıdır (Çaplı, 2002: 159).

Dönem itibariyle medya içerikleri değerlendirildiğinde medya alanında, kamu yayıncılık ilkesinin geçersiz kılındığı, medya sahiplerinin ve egemen ideolojinin çıkarları doğrultusunda magazin ve eğlenceye yönelik yayıncılık egemen olmuştur.

2.4.4. İzleyici/Okuyucu Kitlesinin Değişimi

1990'lı yıllarda medya büyük sermayeye eklemlenerek piyasa mekanizmasının kuralları doğrultusunda ticari bir kuruluş olarak varlığını sürdürmüştür. Bu ticarileşme sonrası medyadaki rekabet ortamında kar oranını yükseltmek için çalışanlara yönelik güvencesiz bir istihdam politikası yaratılmış, gazeteci pratikleri değişime uğramış ve sunulan içeriklerin değişimiyle izleyici/okuyucu kitlesinin kimliği de farklılaşmıştır.

Medyanın, iletişim alanı dışında faaliyet gösteren sermaye gruplarının denetime girmesiyle, izleyici/okuyucu kitlelerini de içine alacak düzeyde medyanın işlev ve sorumlulukları yeniden tanımlanmıştır. Kitle iletişim araçlarına sahip olan sermayenin, ekonomi alanındaki güçlü yapı ve dinamikleri, medyanın örgütsel yapısını ve işleyişini belirlemektedir. Kapitalist pazar ilişkileri içerisinde ekonomik, ideolojik perspektifte oluşturulan medya içeriği, pazar tarafından alınır ve satılır bir emtiaya dönüşürken; sistem içerisinde izleyici/okuyucu da emtia formunda değerlendirilir. Ticari yayıncılık anlayışı içerisinde, medya ekonomisinde izleyicinin reklam gelirleri karşılığında reklam verenlere satılması süreci çerçevesinde bu dönüşüm

gerçekleşir. Reklam verenlere satılan izleyici emtiası, kapitalist üretim sisteminin işleyebilmesi için tüketime yönlendirilerek değişim değeri yaratılmaya çalışılmaktadır (Golding ve Murdock, 2014: 58; Yaylagül, 2006b: 297).

Sistemin işlemesindeki itici güç, iletişim araçları ya da ileti değil, sunulan mala izleyicilerin para ödemesi, zamanını harcaması, üretimi için enerji harcanmasıdır. Üretim sonrasında beklenen kâr olmazsa ne izleyicinin ne malın ne de iletişim araçlarının anlamı kalır. Bu açıdan bakıldığında, izleyici piyasada üretilen mal için tüketime yaptığı katkı oranında bir değer kazanır (Erdoğan ve Alemdar, 2005:292). Ancak söz konusu izleyici kitlesi sadece reklam verenlerin beklentilerine cevap verebilecek nitelikte olanlardır. Düşük alım gücüne sahip olan izlerkitle reklamverenlerin ilgisini çekmez. İş sahibi olmayanlar, azınlıklar, alt gelir grupları, yaşlı nüfus gibi yeterince tüketim davranışı göstermeyenler piyasa koşullarında hedef kitle olarak değerlendirilmez. Medya alanında çeşitlilik çoğu zaman nüfus içindeki çeşitliliği yansıtmamaktadır. Örneğin İngiltere’de radikal basının çöküşü, okuyucu kitlesinin azlığından değil, nitelikli yüksek alım gücüne sahip kitlelerin yer almadığı bir sistemde, reklam gelirlerindeki azalmadan kaynaklanmıştır. Basının ticarileşme sürecinde, maliyetlerdeki artış, reklam verenlere bağımlılığı da artırmıştır. Bu noktada İngiltere’de çıkarılan radikal işçi gazetelerinin tirajları yüksek olmasına rağmen, bu gazetelerin birçoğu kapanmış; diğerleri de alım gücü yüksek kitleleri çekmek için fiyatlarını arttırmış ya da özel teşviklerden yararlanarak belli kesimlerin etkisi altında faaliyetlerine devam etmişlerdir (O’Neil, 1998: 46).

Kapitalist toplumlarda iletişim, enformasyon ve medya tekeldi sermayenin pazar mantığına göre işlemektedir. Medyadaki amaç toplumsal gerçeklerin ortaya çıkarılması değil, egemen sermayenin kâr oranının arttırılmasıdır. Bu durum, medya içeriklerinin en düşük duyarlılığa hitap edecek şekilde standartlaşmasına, popüler hale gelmesine yol açmakta ve böylece daha fazla izletici/okuyucuya ulaşma imkanı sağlanmaktadır (Yaylagül, 2006a: 129). Kültür endüstrisi içerisinde egemen değerlerin medya aracılığıyla aktarılması ve bu değerlerin toplumun çıkarlarına hizmet edeceği algısının yaratılması, kapitalist üretim ilişkilerinin sürdürülmesine hizmet etmektedir. Bu süreçte, benzer nitelikte kültür, inanç, sanat ve eğlence alışkanlıklarıyla donatılmış standart, edilgen bir kitle yaratılmıştır. Son dönemlerde yeni iletişim teknolojileri ile iletişimin tek yönlü olmaktan çıktığı, izleyicilerin yeni iletilere karşı aktif oldukları ifade edilse de, gerçekte durum farklıdır. Yeni medya teknolojileriyle sunulan yeni iletiler arasında seçim yapma özgürlüğü ancak belirli amaca yönelik üretilmiş ve birbirine benzeyen ürünler arasında yapılabilecek tercihlerde göreceli bir özgürlüğü temsil etmektedir.

Medya alanında tartışılan önemli konulardan birisi de, izlenme oranını (reyting) ölçen kuruluşların ve pazar araştırmacılarının istatistiksel olarak ölçülmesidir. Grurvitch ve Blumler

(2002: 286), izleyici/okuyucunun pazar araştırmalarıyla rakamsal olarak ifade edilmesinde üç sorunun ortaya çıkacağını belirtir. Birincisi, yapılan araştırmalarda, eğer kamu temel alınarak hazırlanan bilgilerin kitleye doğru şekilde aktarılması söz konusuysa, mutlaka yapılması gereken, izleyicinin ne istediği ve nelere gereksinim duyduğu konusunda duyarlılık gösterilmesidir. Ancak piyasa ekonomisi bu duyarlılığı teşvik edecek bir ortam yaratmamaktadır. İkincisi, rakamlar aracılığıyla tanınan izleyici algısı, kitleyi tamamen tekdüze, standart, kitle iletişim araçlarından aldığı her türlü enformasyonu sorgulamadan alan edilgen bir kişiliğe dönüştürmektedir. İzleyici kitlesi toplumsal olaylar konusunda pasif ve olayların nedenlerini, ortaya çıkışlarını sorgulamayan ve sadece sonuca odaklanan insan topluluğu olarak analiz edilmektedir. Üçüncüsü ise, bu araştırmalar, izleyicilerin beklentileri ve izlenimlerini sadece medyanın onlara sunmuş olduğu enformasyona dayalı olarak belirledikleri varsayımıyla sürdürülmektedir. Bu nedenle, izleyicilerin egemen paradigmanın görüşleri doğrultunda bir dünya görüşüne sahip oldukları ve bu gücün egemenliğini sürdürmeye yardımcı kitleler olduğu imajı geçerlilik kazanmaktadır.

Türkiye’de 1980’li yıllarda ekonomik alanda uygulanan neoliberal politikalara paralel olarak kültür, sanat ve medya alanlarında da değişimler yaşanmıştır. Siyaset alanında yaşanan değişimin yanı sıra, ekonomide ihracata dayanan büyüme modelinin benimsenmesine yönelik “gelişmiş teknolojilerin tüketimi, medya içeriklerinde çeşitlenme, küresel formatların paylaşımı” gibi konular, medya alanını da etkilemiştir. Bu dönemde iktidara egemen olan kesimler, kendilerine ait bir kültür formatı oluştururken; diğer kesimler ise kitle iletişim araçlarıyla oluşturulan gündelik yaşam pratikleri arasında tüketime dayalı bir popüler kültür, kitle kültürüne yönlendirilmiştir.

1970’li yıllarda “ortak kültür”, “dayanışma” gibi değerler, 1980 sonrasında yerini “*Türk insanının tek başına birey olma, bireyciliğin ikame edilemez vazgeçilmez olduğu felsefesine bırakmış*” (Vergin, 1998: 33), özgürleşme adı altında yeni bir yaşam tarzı dikte ettirilmiştir. Bunun yanı sıra, tekelleşmenin etkisiyle yaratılan yeni “muhafazakar görüş” (Meier, 2002: 300) güçlendirilmiş ve yerel kültürler aşındırılmıştır. Bahsedilen muhafazakar görüş, küreselleşen neoliberal dinamikler çerçevesinde değişimi öne çıkarak sistemi meşrulaştırmakta, ekonomide neoliberalleşmenin toplumsal, kültürel ve siyasi olmak üzere tüm alanlara yayılmasına öncülük ederek, egemen ideolojiyi desteklemektedir. Bu açıdan bakıldığında, medyada muhafazakarlığın temsili, özellikle liberal öğretinin savunucusu olan siyasal ve ekonomik muhafazakarlığın, 1980 sonrası dönemde ticari yayıncılık anlayışının gelişimiyle başladığı söylenebilir. Dönemin Başbakanı Turgut Özal’ın TRT’de yayınlanan “İcraatın İçinden” programı aracılığıyla halktan uygulayacağı politikalara destek alma çabaları,

medyanın muhafazakâr temsiliyetine örnek teşkil etmektedir. Ayrıca, bu dönemde yayınlanan dini içerikli programlar, kadın programları, farklı ideolojilere sahip katılımcılarla gerçekleştirilen açık oturum programları, sayıca artan reklamlar da bu kategoride değerlendirilebilir. Sözkonusu siyasal çevreler muhafazakâr ideolojisinin inşasında, kitle iletişim araçlarını ve halkla ilişkiler tekniklerini yoğun bir şekilde kullanmışlardır (Doğan, 2003: 57-58).

Seçebilme özgürlüğü vaadiyle yeniden şekillenen izleyicilerin değişiminin döneme özgü koşulları içerisinde incelenmesi gerekmektedir (Çelenk, 2005: 162; Yılmaz, 2009: 152). Darbe dönemi sonrasında, otoriter devlet inşasında, depolitizasyon olarak ifade edilen pasif, uyumlu, itaatkâr, politik talepleri olmayan bir kitle yaratılmak istenmiştir. Aynı noktadan hareketle, darbe sonrasında sivilleşen iktidar, neoliberal politikanın sürdürülmesine yönelik olarak üretken kimlikten (işçi, emekçi) yoksun bir tüketici kitle yaratmıştır. Dönemin koşulları çerçevesinde belirlenen izleyici/okuyucu, siyasal alanda apolitikleşirken; ekonomik anlamda aktif birer tüketiciye dönüştürülmüştür. Buna paralel olarak bireyler, ulusal ve küresel alanda medya pratikleri konusunda değişim göstermişlerdir. İzleyiciler, eğlence ve boş zaman endüstrisine eklemlenerek hazcı bir kimliğe bürünmüş, dönemin toplumsal gerçeklerinden yaşam pratiklerinden bir kopuş yaşanmıştır. Bu doğrultuda izleyiciler, hem yeni teknolojinin olanaklarından yararlanmış hem de bu teknoloji aracılığıyla küresel değerleri içselleştirmişlerdir. Sonrasında, izleyicilerin politik gelişmeleri takip etme isteği en azından tüketici kimlikleriyle daha fazla içeriğe ulaşma çabaları, ticari yayıncılık alanının gelişmesine katkıda bulunmuştur. Tüketici tercihlerinin önemsendiği bu dönemde, TRT'nin ulusal/kamu yayıncılık anlayışı içerisinde oluşturduğu tematik kanalları (GAPTV, TRT-INT) ile alternatif yayınlar sağlanmaya çalışılsa da, sermayenin bu alana girmesine engel olunamamıştır. İzleyicinin, TRT'nin *milli kimlik* inşasında *mesajda kitlesellik* politikasının aksine, etnik-kültürel-cinsel kimlik konularında farklılıklara saygı gösteren bir yayın politikası talebi, ticari yayıncılığın bu yönde gelişmesini teşvik etmiştir.

1990 sonrasında Türkiye'de ticari yayıncılığa geçiş, yeniden yapılanan medya alanında sermaye birikimi ile doğrudan ilişkilidir. Ticari kanalların kurulması, farklılaşan izleyici kitlelerine yönelik farklı formatlarda içeriklerin oluşmasına neden olmuştur. Oluşturulan içerikler, piyasa mekanizmanın ihtiyacı olan *talebin kontrolü sonrası tüketime yönelim* anlayışına uygun bir zemin hazırlamıştır. O dönemde yasal zemini olmadan yayıncılık yapan Star-1 kanalı, izleyiciyi tüketici ve müşteri olarak konumlandırırken, farklı bir algı yaratmak için, “sizin için”, “sizin televizyonunuz” söylemini kullanmıştır. Süreç içerisinde ticari yayıncılık, kamu yayıncılığından farklı olarak, “sizin TV’niz-sizin yayınlarınız” vurgusu

üzerine oturtulmuştur. TRT televizyonu için izleyici, tüketici-müşteri odaklı olmamış; tersine kamusal yayıncılık ilkesi gereği, toplumsal gereksinimler ve toplumun bilinçlenmesine yönelik bir anlayışla yayın yapılmıştır. Televizyon kanallarının sayısının arttığı 1992 yılı ve sonrasında, ticari yayıncılık anlayışına reklam ve tanıtım stratejilerinin eklenmesiyle birlikte, kanallar, tüketici olarak gördükleri izleyici kitlesini yönlendirmek için reklam ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir (Çelenk, 2005: 192).

Bu dönemin önemli gelişmelerinden birisi de, okuyucu profilini belirlemek için yapılan araştırmalar neticesinde yeni tip “köşe yazarı” profillerinin oluşturulmasıdır. Özellikle medya sermayesindeki yapısal değişimle birlikte, gazete sayfa sayılarında, çeşit, kalite ve içeriklerdeki değişime paralel olarak, köşe yazarlarının sayısında da artış gözlenmiştir. Bu köşe yazarlarının yayın kadrolarına dahil edilme amacı, medyada tiraj sorununun yaşandığı dönemlerde tüketime yönlendirilmesi planlanan özellikle ‘genç ve düşük gelirli’ olarak nitelendirilen okuyucu kitlesinin ilgisini gazeteye çekmektir. Bali (1999: 48-56), “yeni aristokrasi süreci” olarak tanımladığı köşe yazarlarını basın dışı alandan gelen gazete patronlarının ilişkileri çerçevesinde ele almıştır. Bu ilişkinin temel noktasını, yakın dostluk kurulan köşe yazarları aracılığıyla ekonomik, siyasî ve toplumsal olaylara ilişkin görüşlerinin okuyucuya aktarılmasına aracılık ederek “saygın ve entelektüel” bir imaj çizerek sahip oldukları holdinglerin reklamını yapmak olarak değerlendirmiştir. Bu süreçte köşe yazarlarının sayıca artması, 1980 sonrasında pazar ekonomisinin yeni hegemonya projesi çerçevesinde, içerikler konusunda egemen ideolojinin taşıyıcısı olmakla ve yeniden üretim sürecine katkı sağlamakla eleştirilmişlerdir (Adaklı, 2006: 308).

2.4.5. Medyada Çalışma İlişkilerinin Değişimi

Medyanın mülkiyet yapısında değişimin yaşanması, haber üretim süreçlerinde ve gazeteci pratiklerinde de değişime neden olmuştur. “Fikir işçisi” olarak nitelendirilen basın çalışanları, haber üretimini medya sahiplerinin beklentileri doğrultusunda şekillendirirken; bir yandan da, siyasal iktidarların ve bu iktidarlar tarafından çıkarılmış yasaların etkisi altında anti demokratik koşullarda faaliyetlerini sürdürmek zorunda kalmışlardır. Bu koşullarda, basın mensuplarının büyük bir bölümünün iş güvencesinden ve sendikalaşma hakkından yoksun olduğu görülmektedir (Kösedağ, 2019: 2481).

Türkiye’de basın çalışanlarının çalışma hayatlarına ilişkin üç düzenleme yapılmıştır. İlki, 1952 yılında 5953 Sayılı *Basın-İş Kanunu* olarak bilinen *Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun*; ikincisi, 1961 yılında yapılan değişiklikle oluşturulan 212 Sayılı *Kanun* ve üçüncüsü 2004 yılında yürürlüğe giren

5187 Sayılı Basın İş Kanunu'dur. Bu yasalar öncesinde, 1938 yılında kabul edilen *3511 Sayılı Basın Birliği Kanunu*, 1946 yılına kadar yürürlükte kalmış; geniş bir uygulama alanına sahip olamasa da basın mensuplarının ortak çıkarları etrafında toplanması açısından önemli sayılmıştır (Özsever, 2004: 33).

5953 Sayılı Basın-İş Kanunu'nda, basın mensuplarının çalışma koşulları, işe giriş ve çıkışları, yıllık ücretli izinleri ve peşin ödeme süreci, başka bir işte çalışma imkanı, kıdem tazminatı, sendika kurma hakkı, cezaevi ve ölüm durumundaki haklarla diğer haklar konusunda düzenlemeler yapılmıştır. Bu kanun, ülkede çok partili sisteme geçilmesiyle çıkarılan ilk iş kanunu niteliğindedir (Atılğan, 2001: 48). Daha sonra, 10 Ocak 1961'de yürürlüğe giren, *212 Sayılı Fikir İşçileri Kanunu* ile basın sektöründe çalışanlara yönelik yeni düzenlemeler yapılmıştır. Yasada, gazetenin kapanması durumunda ve istifa eden gazeteciye kıdem tazminatı verilmesi, gece çalışanlara yönelik izin hakkı, dönem sonunda kâr eden gazetelerin gazetecilere ikramiye verilmesi, yine geciken ödemelerle ilgili gazete sahiplerine yönelik maddi yaptırımların uygulanması gibi konulara yer verilmiştir. Kanunun yayınlanmasındaki temel amacın özellikle basının sermaye grupları için kârlı bir yatırım olarak görülmesi; rekabetin hızlanması ve çalışma koşullarının ağırlaşması olduğu ifade edilmiştir. Bu kanun Basın İlan Kurumu'nun kurulmasını öngören *195 Sayılı Kanun*'un hazırlanması dokuz gazetenin (*Akşam, Cumhuriyet, Dünya, Milliyet, Tercüman, Vatan, Yeni Sabah, Hürriyet ve Yeni İstanbul*) sahiplerini rahatsız etmiş ve bu kanunu protesto etmek için yayınladıkları ortak bildiriyle üç gün gazete çıkarmama kararı almışlardır. Gazeteciler, yayınlanan bildiri karşısında kendi imkanları ile üç gün *Basın* gazetesi adında bir yayın çıkararak duruma tepkilerini göstermişlerdir (Topuz, 2003: 231).

5953 Sayılı Basın-İş Kanunu'nda gazetecilere sendika kurma hakkının verilmesi sonrasında, farklı illerde kurulan sendikalar, Türkiye Gazeteciler Sendikası Federasyonu adı altında birleşmişlerdir. 1961 Anayasası esas alınarak çıkarılan, *274 Sayılı Sendikalar Kanunu* ile ulusal düzeyde sendika kurma olanağı sağlanmıştır. Bu çerçevede, 1952'de kurulan İstanbul Gazeteciler Sendikası, 30 Eylül 1963'te kurulan Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS) adı altında yeniden yapılandırılmıştır (Özsever, 2004: 90). Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın kurulmasıyla çalışma hayatında uygun koşulların hazırlanması konusunda bir beklenti oluşmuştur. Ancak 1983 yılında yapılan düzenlemeyle matbaacılık ve gazetecilik alanında işkolunun ikiye ayrılması, 1984 yılında çıkarılan *2821 Sayılı Sendikalar Kanunu* ve *2822 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev Lokavt Kanunu* ile medya çalışanların sendikal hakları iyice daralmıştır. Süreç içerisinde TGS'nin, çalışanların sosyal haklarını koruma konusunda etkisiz

kalması, sendikaya olan güveni sarsmış, TGS'nin 6000 civarında olan üye sayısı 3500'lere kadar düşmüştür (Adaklı, 2006: 297).

1980'li yıllarla birlikte işleyen piyasa ekonomisi, bireysel ve toplumsal alanda olduğu gibi gazetecilik sektöründe ve gazetecilik mesleğini icra edenler açısından da zorlu bir süreçtir. Bu dönemin dikkat çeken özelliği basın çalışanlarının kadrosuz ve sigortasız çalıştırılmaları, sendikasızlaştırmaya yönelik çabalar, haksız ve tazminatsız olarak işten atılma gibi uygulamalar mesleki alana yönelik tüm hakların gasp edilmesine sürecine yönelik uygulamalardır (Atılğan, 2009: 86-87). Bu süreçte gazetelerin piyasa koşulları gözetilerek ticari bir şirket gibi yönetilmesi, medya patronuyla çalışan gazeteciler arasındaki ilişkileri de etkilemiştir. Bazı iş adamlarının sahip oldukları medya kuruluşlarını başka alandaki faaliyetler için de kullanmaları hem gazetecilerin özerkliği hem de kurum içi özerklik konusunda sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur.

Neoliberal politikalarla örgütlü bir yapının engellenmesi, sendikacılık hareketine etki ettiği gibi, haber pratiklerinde, haber etiği konusunda da olumsuz dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Küreselleşme sürecinde emek piyasasında esnek üretim sürecine geçiş, işgücünde küresel, bölgesel, ulusal ve işletmeler bazında kutuplaşma eğilimi yaratmıştır. Bu eğilim, işgücünü nitelikli/niteliksiz ya da ucuz/pahalı emek olarak bölümlendirmekten ziyade; bütün dünyada bilgi alım ve paylaşım noktasında 'küçük bir elit' işgücü yaratarak, büyük bir kesimi de istihdam dışına itmiştir (Koray, 2000: 168). Ekonomik yapıda kuralsızlaştırma, üretim ve işgücü yapısında değişim, istihdam olanaklarını olumsuz yönde etkilemiştir. Dünyada üretim artışına paralel olarak işgücün artması beklenirken gelişmiş ülkelerde işgücüne katılım oranı azalmıştır (Baştaymaz, 1998: 21). Küreselleşme sürecinde ihtiyaç duyulan en önemli işgücü, üretimde teknoloji kullanabilen ve üretimi yönlendirebilen bir kesimdir. Bu dönemde yaşanan en büyük istihdam sorunu ise, nitelikli işgücü açığının bulunmasıdır. Öte yandan, küresel sistemde istihdam sorununun değişimine paralel olarak, başta sendikalar olmak üzere, emeğe yönelik tüm toplumsal oluşumlar da engellenmiştir. Emeğin hukuki süreçte güvencesinin kalmaması emeğin sermayenin her türlü haksız sömürüne açık hale getirmiştir.

1990'lı yıllarla birlikte bu politikaların etkisiyle medyada esnek üretim, ücret dengesizliği, güvencesiz çalışma, uzmanlaşma, işbölümü gibi kavramlarla karakterize edilmiş ve bu koşullarda çalışan bir gazeteci kitlesi yaratılmıştır. Gazete patronlarının sendikalı çalışan istememesi ve işten çıkarılma dayatması ile gazetecilerin sendikalardan bağı koparılmaya çalışılmıştır. Sendikasızlaşma sürecine verilecek önemli örneklerden birisi, *Milliyet* gazetesinin el değiştirmesi sürecinde yaşanmıştır. 1992 yılında Aydın Doğan yönetimindeki *Milliyet* gazetesinde gazetecilerin noter aracılığı ile sendikadan istifa etmesi sağlanmış ve sendika ile

bağları tamamen koparılmıştır. 1994 yılında yine aynı gruba bağlı Hürriyet gazetesinde de benzer uygulamalar yaşanmış; en son olarak 2001 kriziyle binlerce kişinin işine son verilmiştir. Haksız bir şekilde işine son verilenlerin sendikalı olması dikkat çekicidir (Kadioğlu, 2018: 109; Uçak, 2011: 392). O dönemde işten çıkarılan basın mensuplarının bir kısmı yeniden iş bulamama endişesiyle ilgili gruplara dava açamamıştır. Bunun en çarpıcı nedeni, aynı sektörde tekelleşme koşullarında firmaların kendi aralarında yaptıkları ‘centilmenlik anlaşması’ gereği hizmet akdine son verilen gazetecinin diğer medya grubunda işe alınmamasıdır.

Dönemin koşullar içerisinde değerlendirme yapıldığında, sendikasızlaşma sürecinde iki önemli uygulamanın etkisi hissedilmektedir. İlki, gazete sahiplerinin 212 Sayılı Basın-İş Kanunu’nun 10. Maddesi’nde: “Mesleğe ilk intisap eden gazeteciler için tecrübe müddeti en çok üç aydır. Bu müddet içinde taraflar iş akdini ihbar müddetine ve tazminat mükellefiyetine tabi olmaksızın feshedilebilirler. Bu müddetin sonunda mukaveleli yazılı olarak yapılması mecburidir. Stajyer adedi, mukaveleli yazı işleri kadrosunun yüzde onunu geçemez” hükmü ile stajyerlerin durumu ortaya konulmuştur³¹. Yasadaki bu düzenleme, gazete sahipleri tarafından farklı uygulanmış; bu uygulama ile denetim altına alınan kesim stajyerler değil, tamamıyla iş sözleşmesi kapsamındaki basın çalışanları olmuştur. Sektörde basın çalışanları stajyer kimliği ile uzun süre kadrosuz ve sigortasız çalıştırılmış; stajyerlikten çıkarılmış kesim ise fikir işçisi statüsünde 212 Sayılı Kanun hükümlerine göre değil, 1475 Sayılı İş Kanunu hükümlerine göre iş sözleşmesi imzalamak zorunda kalmışlardır (Kadioğlu, 2018: 109). İkinci uygulamada ise, gazeteye yönelik hizmetlerin ve bizzat gazetecilerin taşeron şirketler aracılığıyla yönetilmesidir. İktisadi anlamda sosyal devlet politikalarından vazgeçilmesi ve özelleştirme neticesinde uygulama alanı bulan taşeron sisteminde esas olan, asıl işletmenin çalışanların maliyetlerinin düşürülmesi ile kârın arttırılmaya çalışılmasıdır (Çelik, vd., 2018: 91). Tüm sektörlerde kullanım alanı bulan taşeron sisteminin basın alanında da uygulamaya geçilmesiyle, gazetecilerin sendikal örgütlenmeleri zayıflamıştır. Bununla birlikte, taşeron sistemindeki gazete çalışanları, basın işkolu dışında kaldıkları için daha düşük ücretlerle istihdam edilmektedir. Kanun çerçevesinde toplu sözleşme hakları ellerinden alınmıştır (Şakar, 2002: 32).

Türkiye Gazeteciler Sendikası’nın yıllık olarak hazırladığı raporunda da benzer sonuçlar açıklanmıştır. Medya alanında çalışanların büyük bir çoğunluğunun değişen sürelerde sigortasız olarak çalıştırıldıkları ve bu çalışma süresinin bir yıldan beş yıla kadar çıkabildiği ifade edilmiştir. Önceleri sigortasız çalışanlar belli bir dönem sonrasında sigortalı olarak kadroya alınmış, ancak bu sefer de asgari ücret koşullarında çalışmak zorunda bırakılmışlardır.

³¹ T.C. Resmi Gazete, 13.6.1952, Sayı: 8140.

Raporda, medyadaki tekelleşme sürecinde, çalışanların düşük ücretli çalıştırılmalarının yanında ikili bir ücret yapısı ortaya çıkmıştır. Gazetede aktif olarak çalışanların (haberi izleyip yazan, fotoğraflayan, yayına hazırlayan vb.) ücretleri asgari ücret düzeyinde iken; üst düzey yöneticilerin ve yazarların yüksek ücret almaları basın etiği açısından olumsuz olarak nitelendirilmiştir³². Özsever (2004: 160-161), bu yapıyla ilgili kesin bir rakam vermenin mümkün olmamasına rağmen, tahmin edilebilir ücretlerden bahsetmiştir. Gazetelerin yayın yönetmenlerinin bulunduğu gruplarda 2002 yılında yıllık ücretlerinin 100 bin TL ile 180 bin TL arasında değiştiği, aylık bazda ise bu oranın 8 bin dolar ve 15 bin dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Küreselleşme sürecinde teknolojinin gelişimi, medya sisteminde otomasyon ve bilgisayar sistemlerinin kullanılması, sektöründe emeğin doğasını ve çalışma koşullarını olumsuz etkilemiştir. Medyanın holdinglere eklenmesiyle medya şirketleri gazetecilerin ücret, sigorta, sendika gibi haklarını bir yük olarak görmüş; bunun yerine ürettiği haber başına para kazanan bir gazeteci kitlesi yaratılmıştır. Tüm kitle iletişim sistemlerini, gazete, dergi veya televizyonu tek çatı altında toplayan medya sistemleri, içerikleri tek bir merkezden üreterek bu merkezlerde istihdam edilen işgücünün sayısını azaltmıştır (Bayram, 2013: 49).

³² TGS, 2001, 114-115; TGS, 1998: 20.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNDE MÜLKİYET/SAHİPLİK DEĞİŞİMİNİN YAPISAL ANALİZİ (1980-2001)

3.1. Türk Medyasının Holdingleşme Süreci

Medya alanında piyasa mekanizmaları doğrultusunda ticarileşmenin en önemli kanıtı holding şeklindeki şirket yapılarının yaygınlaşmasıdır (Demir, 2007: 197). Batılı ülkelerde holdingleşme, medyanın benzer alanda faaliyet gösteren şirket yapılarıyla oluşmuşken; Türkiye’de farklı alanlardan gelen şirketlerin, medyada holdingleşme sürecinde yapılandığı görülmektedir. Bu yapıya bakıldığında, Türkiye’deki medya holdinglerinin asıl faaliyet alanlarının; bankacılık, turizm, ticaret, inşaat, pazarlama, sigortacılık, akaryakıt sektörü gibi geniş bir yelpazeyi içerdiği görülür. Bu holdingler çok kârlı bir yatırım olmamasına rağmen, medya kuruluşuna sahip olmanın farklı avantajlar sağladığını fark etmişlerdir. Özellikle, siyasal iktidar karşısında güç elde etmek, rakip gruplara karşı bir üstünlük sağlamak, özelleştirmeden pay almak, kredi ve teşviklerden yararlanmak, sermaye grubunun bünyesinde başka alanlarda faaliyet gösteren firmaların reklamını yapmak gibi “dışsal faydalar” da medya dışı sermayenin sektöre girmesi için özendirici sebepler olmuştur. Özellikle medya kuruluşları 1990’lı yıllarda uygulama alanı genişleyen neoliberal politikalarla özelleştirmeler kapsamında yaptıkları girişimler sonucu siyasal alanda güç elde etmişlerdir.

Tablo 3.1’de veriler, yukarıda bahsedilen medyanın “karlı bir yatırım olmadığı” görüşünü desteklemektedir. Buna göre, tabloda üç büyük gazeteyi çıkaran grubunun gelirlerine bakıldığında 1990-1995 yılları arasındaki yazılı basındaki kar marjlarının; “gıda, çimento, kimya, metal” gibi sektörlerle oranla daha düşük olduğu görülmektedir. 1995 yılında ise *Milliyet* ve *Sabah* gazetelerinin yılsonu kâr oranları, diğer sektörlerin kar oranına yaklaşmıştır.

Tablo 3.1 1990-1995 Yılları Arasında Yazılı Basın ve Diğer Sektörlerin Yıllık Kâr Marjı ve Kâr Oranları

Yıllar	Hürriyet		Sabah		Milliyet		Diğer sektörlerdeki kârlılık oranı (%)			
	Net Kâr (MilyarTL)	Kâr Marjı	Net Kâr (MilyarTL)	Kâr Marjı	Net Kâr (MilyarTL)	Kâr Marjı	Gıda	Çimento	Kimya	Metal
1990	13.799	4.9	11.549	4.9	3.384	2.3	6.3	9.9	6.8	7.6
1991	34.471	6.5	19.069	3.4	8.719	2.8	6.1	11.2	3.8	3.2
1992	45.133	3.8	38.454	2.9	10.514	1.8	7.8	12.5	4.4	3
1993	102.541	3.8	161.198	5.6	331.595	13.9	9	11.5	5.9	7.4
1994	-649.040	-14.8	104.564	2.2	9.644	0.4	9.7	20.3	7	8.6
1995	1.302.534	13.4	703.577	6.5	210.510	3.0	12.2	15	9.3	7

Kaynak: Bulut, 2000: 141; Sönmez, 1996: 79.

Medya alanı dışında faaliyet gösteren holdinglerin medya sektörüne girmesiyle tekelleşme süreci, promosyon savaşları, ticari radyo ve televizyonların kurulması, dağıtımda ve reklamda yapılan kartel anlaşmaları, medya içeriklerinin magazinleşmesi, gazeteci pratiklerinin değişimi, emek gücünün kontrolü için yapılan sendika karşıtı anlaşmalar, sektörün dinamik tamamlayıcıları olmuştur (Tokgöz, 2010: 41).

Topuz (2003: 347-348) medyanın holdinglere entegre olma sürecinde yaşanan olumsuz etkileri belirli başlıklar altında toplamıştır. Buna göre; holdingleşme sürecinde oluşan tekelleşme eğilimi, düşünce ve ifade özgürlüğünü kısıtladığı için çoğulculuğu da engellemiştir. Piyasada oluşan tekelleşme, medya alanında sendikacılık faaliyetlerini olumsuz etkilemiştir. Tekelleşmeden pay alan sermaye grupları, iktidarı paylaşmak ve hükümetten çıkar sağlamak için, her türlü ödünü vermiş ve bu durum medya çalışanlarını baskı altına almıştır. Büyük sermaye gruplarının yönetimindeki medyada haberciliğinin gelişimi ve içeriklerin oluşturulması olumsuz bir şekilde etkilenmiştir. Yeni oluşturulan medya, dördüncü kuvvet söylemiyle, paralel bir iktidar mekanizması oluşmasına neden olmuştur. Tekelleşme sürecinde sermaye ve kurulan holdingler dışı bağımlı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle medya politikaları, IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşların çıkarları doğrultusunda düzenlenmiştir.

Medya alanındaki büyük holdinglerin egemenliği, bu alana yatırım yapmayı düşünen küçük ve orta ölçekli firmalar açısından da olumsuzluğa neden olmuştur. Holdinglerin finansal açısından güçlü olan yapısı, kapsam ve ölçek ekonomilerden yararlanma düzeyleri ve medyanın her alanında olduğu gibi, dağıtım alanında da sektörel birleşmelerin varlığı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin mevcut yapı içerisinde bir yer elde etmelerini engellemiştir. Holdingleşmenin medya alanında yarattığı tekelleşme sürecinde bu işletmeler ya sektörde varlıklarını sürdürememiş ya da holdinglerin himayesinde yer alarak kurumsal yapılarını değiştirmek zorunda kalmışlardır.

Türk medyasının tarihsel gelişimi incelendiğinde; medyada özellikle yazılı basında 1948 yılına kadar, gazeteci kökenli ailelerin hakimiyetinin söz konusu olduğu görülmektedir. Medyadaki bu hakimiyet Tanzimat, İstibdat ve Meşrutiyet dönemlerinde de benzer nitelikte olmuştur. Cumhuriyet'in ilk dönemlerinden II. Dünya Savaşı sonlarına kadar gazete patronunun aynı zamanda gazetenin başyazarı olduğu gelenek devam etmiştir. Bu geleneği devam ettiren son örnekler arasında: Yunus Nadi (*Cumhuriyet*); Necmettin Sadak (*Akşam*); Halil Lütfü Dördüncü, Zekiye ve Sabiha Sertel (*Tan*); Ahmet Emin Yalman (*Vatan*); Ali Naci Karacan (*Milliyet*); Cihat Baban ve Ziyat Ebüzziya (*Tasvir*); Hakkı Tarık ve Asım Us (*Vakit*); Cemalettin Saracoğlu (*Yeni Sabah*); Selim Ragıp Emeç (*Son Posta*); Etem İzzet Benice (*Son*

Telgraf); Faruk Gürtuna (*Hergün*); Şevket Bilgin (*Yeni Asır*); Sedat Simavi (*Hürriyet*); Falih Rıfkı Atay (*Dünya*) gibi önemli isimler sayılabilir (Topuz, 2003: 329).

1948-1950'lerde Babıali'de medya camiasına sektör dışı iş insanlarının girdiği yeni bir dönem başlamıştır. Yeni dönemi başlatan ilk girişimi Sefa Kılıçdaroğlu, *Yeni Sabah* Gazetesi ile gerçekleştirmiş; ikinci önemli girişim ise, Habib Edip Törehan'ın *Yeni İstanbul* Gazetesi'ni kurması olmuştur. 1955 yılında Semih Tanca, Cemal Hürel, İzzet Zeki Baraz, Reha Özden öncülüğünde *Tercüman* gazetesi çıkarılmış ve 1957 yılında da farklı sektördeki faaliyetleri ile tanınan Malik Yolaç *Akşam* gazetesini satın alarak basın sektörüne dahil olmuştur (Bulut, 2009: 67; Kadioğlu, 2018:103). 1970'li yıllarda meslek dışından gelen iş insanlarının basına yönelik ilgileri artsa da, basındaki geleneksel anlayış devam etmiştir.

Türk medyasında 1980'li yıllara kadar büyük çapta tekelleşme ve ticarileşme süreci tam anlamıyla gerçekleşmemiştir (Demir, 2007:193). 1980 sonrasında Türkiye'nin küresel ekonomiye eklenmesi neticesinde basında yavaş yavaş tekelleşme sürecine girildiği bir dönem başlamıştır. Söz konusu dönemde *Milliyet*, *Hürriyet*, *Tercüman* ve *Cumhuriyet* gibi güçlü basın kuruluşları mevcutken, Aydın Doğan ve Asil Nadir gibi basın dışı alandan gelen iş insanlarının sektöre girmesi, medya alanında dönüşümlere neden olmuştur. Satış bakımından Türkiye'nin en büyük gazetelerinden birisi olan *Milliyet* Gazetesi'nin 1979 yılında Karacan ailesi tarafından Aydın Doğan'a satılması ve 1988 yılında Polly Peck firmasının sahibi Asil Nadir'in birkaç yayın kuruluşunu satın alması Türk basınında basın dışı sermayenin sektöre girmesi ve tekelleşmenin ilk işaretleri olarak kabul edilmektedir. Yine bu dönemde, medya dışı alandan sektöre giriş yapan, Libya'da müteahhitlik işlerini yürüten Kozanoğlu-Çavuşoğlu grubunun 1982 yılında *Güneş* gazetesini kurması da bu oluşuma örnek gösterilebilir.

1970-1990 yılları arasında basın gruplarının sektörel durumları incelendiğinde; Türkiye'de uzun yıllar basının ister sektör içi isterse de sektör dışı alandan olsun birkaç sermaye grubunun elinde toplandığı ve bu grupların tekelleşme sürecinde etkili oldukları görülmektedir. Görgülü'nün (1991:38) düzenlediği veriler çerçevesinde; 1970'e kadar günlük gazete satışları üç büyük grup (VEB, *Hürriyet*, *Tercüman*) tarafından yüzde 69 oranında karşılanırken (toplam satış rakamları, 10.000 adet), bu grupların dışında kalan diğer sekiz gazete de toplam satışın ancak yüzde 12'sine ulaşabilmiştir. Bu dönemde yüzde 69'luk bir pazar payı ile Simavi kardeşlere ait olan VEB grubu ile *Hürriyet* grubunun basının lideri olduğu görülmektedir.

1980 yılına gelindiğinde, üç grubun satış oranı yüzde 73'e çıkmış, küçük gazetelerin sayısı 6'ya ve satış payları da yüzde 6.4'e gerilemiştir. 1985 yılında *Yeni Asır* Grubu'nun *Sabah* Gazetesi'ni yayın hayatına sokmasıyla, sektörde yeni bir güç dağılımı yaşanmıştır.

Böylece aynı yılda dört büyük gazetenin toplam satış payı yüzde 76'ya yükselirken, satışı 10-50.000 arasında kalan gazetelerin sayısı 5'e ve satış oranı da yüzde 4.38'e inmiştir. 1985-1989 döneminde, sonraki zamanlarda ve Mehmet Ali Yılmaz ve Asil Nadir'e satılacak *Güneş* gazetesinin Kozanoğlu-Çavuşoğlu grubu tarafından yayınlanması; Simavilerin VEB grubunun Asil Nadir'e satılması; Enver Ören'in *Türkiye Gazetesi*'ni alması gibi gelişmeler, sektörde değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Türkiye'nin önemli basın kuruluşlarından birisi olan Tercüman Gazetesi, 1983 yılı itibariyle dönemin hükümetiyle birtakım sorunlar yaşamış ve bazı yayın mecralarını kapatmak zorunda kalmıştır. Buna paralel olarak, belirli dönemlerde gazetesinin satış rakamları yüzde 4'ün altına düşmüştür (Görgülü, 1991:38-41).

1990'lı yıllara gelindiğinde; toplam gazete satışlarının yüzde 71'i Asil Nadir (VEB Grubu), Erol Simavi (Hürriyet) ve Dinç Bilgin (Yeni Asır/Sabah) grupları tarafından sağlanmaktadır. Doğan Grubu (Milliyet) yüzde 10.21; Tercüman, Cumhuriyet ve satış rakamı 10 bin ve 60 bin arasında değişen küçük gazetelerin toplam satış payları yüzde 10.66 düzeyindedir. Tablo 3.2'de basın gruplarının yıllar itibariyle gazete satışlarındaki toplam payları görülmektedir (Görgülü, 1991:38-41).

Tablo 3.2 Basın Gruplarının Satıştaki Toplam Payları (1970-1995)

Basın Grupları	1970	1975	1980	1985	1990	1995
VEB grubu	%30,12	%24.38	%26,5	%24.91	%29.23	Günaydın %9.25
Hürriyet Grubu	%28,97	%29.07	%27.33	%18.44	%14.81	%13
Tercüman	%10,89	%16.94	%19.84	%17.77	%4	Zaman %7.85
Yeni Asır/ Sabah	%2,82	%2.30	%3.07	%17.77	%26.99	%15.19
Milliyet	%9.63	%13.67	%12.89	%9.32	%10.21	%10.43
Cumhuriyet	%5.34	%5.7	%4.28	%2.93	%3.72	%1.14
Diğerleri	%12.23	%9.57	%6.44	%4.38	%2.94	Türkiye %8.83

Kaynak: Görgülü, 1991: 39-40; Dursun ve Alemdar, 1999:135.

Medya işletmelerinde tekelleşme düzeyini belirleyen önemli işaretlerden birisi de, pazar mekanizması içerisinde faaliyet gösteren işletmelerin sayısı ve bu işletmelerin pazar paylarıdır (Baytar, 2013: 181). Yazılı basında medya kuruluşlarının pazar paylarını belirleyen göstergeyse reklam gelirleri ve tiraj artışıdır. Medya gruplarının en önemli gelir kaynaklarından biri olan reklam gelirlerinde, özellikle ülke ekonomisinin dalgasız bir seyir izlediği dönemlerde artış yaşanmakta, ayrıca yine bu dönemlerde artan alım gücü, yazılı basında tirajları artırmakta

ve tiraj artışı da reklam gelirleri üzerinde olumlu bir etki yapmaktadır (Sözeri ve Güney, 2011:41). Yazılı basında tekelleşmenin yaşandığı 1990'lı yılların başında, gazete satışlarının büyük bir bölümünü elinde tutan grupların aynı şekilde reklam harcamalarının da büyük bir kısmını ellerinde tuttuğu görülmektedir. Reklam harcamalarında en büyük payı Erol Simavi'nin Hürriyet Grubu yüzde 25.4 ile elinde tutarken; onu sırası ile yüzde 20.38 ile Asil Nadir Grubu ve yüzde 18.85 reklam payı ile Sabah Grubu izlemektedir. Tablo 3.3'de medya gruplarına ait reklam harcamalarından alınan paylar gösterilmektedir.

Tablo 3.3 Medya Gruplarının Reklam Harcamalarından Aldıkları Paylar

Basın grupları	Gazeteler	Reklam Pazar payı
Erol Simavi	Hürriyet, Diğer Yayınlar	%25.34
Asil Nadir Grubu	Tan, Güneş, Günaydın, Diğer Yayınlar	%20.38
Sabah Grubu	Sabah, Bugün, Diğer Yayınlar	%18.85
Doğan Grubu	Milliyet	%9.15
Cumhuriyet	Cumhuriyet	%7
Türkiye	Türkiye	%3.85
Ilıcak Grubu	Tercüman, Bulvar	%3.09
Tüm Diğer Yayınlar	Satış Rakamı 6 bin-10 bin Arasında Olan Gazeteler	%12.34

Kaynak: Görgülü, 1991: 39-43

1990'lı yıllarda gazetelerin toplam satış payları ve reklam gelirleri dikkate alındığında medyanın yapısının tamamen değiştiği, holdinglerin egemen olduğu birkaç grubun sektörde ağırlığının hissedildiği, tekelleşme ve oligopolleşme süreçlerinin yaşandığı yeni bir döneme geçildiği görülmektedir. Bu süreçte, Türk medyasında aile tipi işletme modelinden profesyonel işletmecilik anlayışına geçiş yaşanmış, karar verme ve stratejik politikalar geliştirme işi profesyonel yöneticiler tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Medya, büyük sermaye ve profesyonel işletmecilik anlayışının birleşimiyle mal/hizmet üreten, yatırım yapan ve pazar koşullarına uymaya çalışan bir sektör haline gelmiştir. (Baytar, 2013:169). Basın sermaye ilişkisi açısından yaşanan değişimin en önemli nedeni basın sektörünün piyasa mekanizması içerisinde sermaye gruplarına parasal düzeyde bağımlı olmasıdır. 1990'lı yılların başında popüler gazete ve dergilerin oluşturduğu sektörde yatırım sonrası cironun büyüklüğü bir trilyon TL olarak belirlenmiştir. Bu kazancın yüzde 70'i gazete ve dergi satışlarından, yüzde 30'u ise reklamlardan sağlanmıştır (Görgülü, 1991:29). Ancak enflasyonist ortamda yüksek görülen kazançlar, devletin basın ekonomisine yönelik baskıları, tiraj tıkanıklığı, içeriklerdeki

daralmalar, sermaye grupları-iktidar ilişkilerinden kaynaklanan sorunlar, bu sektörde tekelleşme eğiliminin artışına neden olmuştur.

1990'lı yılların başında Türk medyasında *Hürriyet Grubu*, *Medya Holding*, *İhlas Holding*, *Doğan Grubu*, *Asil Nadir Grubu* ve *Ilıcak Grubu*'nun hakimiyeti sürerken, aynı yıl içerisinde Erol Aksoy, Ayhan Şahenk, Cem Uzan ve Mehmet Emin Karamehmet gibi iş insanlarının da bu alana girmesiyle yeni bir yapılanma dönemine girilmiştir. Tablo 3.4'de 1994 yılı sonunda medyada yer alan grupların sahibi, medya faaliyet alanları ve medya dışı alanları gösterilmiştir (Tuncel, 1994: 36).

Tablo 3.4 1994 Yılı Sonunda Medyadaki Grupların Mülkiyet Yapısı

Şirketler	Sahibi	Medya Faaliyet Alanları	Finans ve Diğer Faaliyet Alanları
Avrupa Holding	Erol Aksoy	Show TV, AKS TV, Aks Radyo, Show Radyo, Alo Show-Cine5	İktisat Bankası, Banque Internationale de Commerce de Paris'in %75 hissesi, The Park Avunue Bank N.A (hisselerin 2/3), Leasing ve Sigorta Şirketleri
Doğan Holding	Aydın Doğan	Kanal D, Milliyet, Hür FM	Alternatif Bank, Dışbank, Doğan Oto, Milpa
Doğu Holding	Ayhan Şahenk	Radyo Kulüp, Hürriyet	Garanti Bankası, Körfez Bankası
Medya Holding	Dinç Bilgin, Hüsnü Özyeğin	ATV, Sabah Gazetesi	Pamukbank Ortaklık), Interbank, Çukurova Çelik (ortaklık)
Çukurova Holding	M.Emin Karamehmet	Bugün Yayınları	Yapı Kredi Bankası, Halk Sigorta
Rumeli Holding	Uzan Ailesi	İnterstar, Kral FM, Kral TV	İmar Bankası, Elektrik, Çimento
İhlas Holding	Enver Ören	TGRT TV, TGRT FM İHA, Türkiye Gazetesi	Gıda Sektörü

Kaynak: Tuncel, 1994: 33-38.

1990'lı yıllarda Türkiye'de ticari radyo ve televizyon yayıncılığının başlamasıyla medya grupları sadece basın işletmeleri olmaktan çıkmış, aynı zamanda faaliyet alanlarına radyo ve televizyon yayıncılığını da ekleyerek oligopolistik bir yapının oluşmasına sebep olmuşlardır. Bu dönemin en önemli özelliği, yayın hayatına başlayan televizyonların yasal düzenleme olmadan kurulmaları, frekans tahsisi konusunda yaşanan sıkıntılar ve yayın içeriklerinin bu medya sahipleri tarafından yayın/habercilik etiği gözetilmeden belirlenmesidir.

Bu koşullar altında Türkiye'nin ilk ticari televizyonu Uzan Grubu ve Ahmet Özal'ın ortaklığında kurulan Star1 Kanalı, 1 Mart 1989'da yayın hayatına başlamıştır. Sonrasında aynı grup bünyesinde Tele-On Kanalı kurulmuştur. Yasal boşlukları kullanarak yayın hayatına başlayan başka bir kanal da 1993 yılında Erol Aksoy tarafından kurulan Show TV ve şifreli olarak yayın yapan Cine5 kanalları olmuştur. Sonrasında Dinç Bilgin ATV'yi, Doğan Grubu Kanal D'yi, İhlas Grubu TGRT'yi, Kadir Has HBB'yi ve Samanyolu Yayın Grubu STV kanallarını, Uzan ortaklığından ayrılan Ahmet Özal, Kanal 6'yı kurmuştur. 1996 yılında Nergis Holding bünyesinde Cavit Çağlar Türkiye'nin ilk haber kanalı olan NTV'yi kurmuştur. Holding, NTV ile birlikte bölgesel yayın yapan Olay TV ve Olay FM kanallarını da kurarak medya alanına yatırım yapmıştır. Genel olarak bakıldığında, 1996 yılı itibariyle, Türkiye'de TRT kurumuna ait yedi TV kanalı olmak üzere toplam 24 ulusal kanal, yayıncılık faaliyetini sürdürmüştür. Bununla birlikte, 15 bölgesel ve 207 yerel televizyon kanalı da yayıncılık yapmıştır. Aynı dönemde, TRT kurumuna ait olan dört radyo istasyonu ile birlikte, toplam 37 ulusal radyo istasyonu mevcut iken; biri kamuya ait olmak üzere toplam 84 bölgesel kanal ile biri kamuya ait olmak üzere toplam 764 yerel radyo istasyonu faaliyetlerini sürdürmüştür (Söylemez, 1998; 84).

2000'li yıllara gelindiğinde, özellikle televizyon yayıncılığı alanında dört büyük medya grubunun piyasanın %90'nına sahip olduğu görülmektedir. Piyasa verilerine göre; Doğan Grubu yüzde 45, Merkez Grubu (Dinç Bilgin) yaklaşık yüzde 21-25, Çukurova yüzde 15 ve Doğu Grubu'nun yüzde 10 ve diğer grupların yüzde 10'luk bir bölümü oluşturmaktadır (Kuyucu, 2012: 259). 2002 yılında, medya gruplarının yazılı basın alanında toplam satış ve reklam payları incelendiğinde, Doğan ve Bilgin gruplarının çoğunlukla bu alanda egemen oldukları görülmektedir (Tablo 3.5).

Tablo 3.5 2002 Yılında Medyadaki Pazar Payları

Medya Grupları	Gazete Sayısı	Ortalama Günlük Gazete Satış Payı	Toplam Reklam Payı
Doğan Grubu	8	%38.4	%39
Merkez (Medya) Grubu	5	%19.4	%19
Çukurova Grubu	3	%9.6	%9
Uzan Grubu	1	%8.6	%6
İhlas Grubu	1	%7	%5
Doğu/ Avrupa Holding Grubu vd. Gruplar	13	%17	%22
Toplam	31	100/3.611.565)	100

Kaynak: Aksoy, 2009: 588-602.

Medya sektöründe yaşanan tekelleşme süreci dağıtım alanında da etkisini göstermiş ve yeni yayınların pazara girişini engellemiştir. 2000 yılı başlarında Türk medya sektöründe söz sahibi olan Doğan ve Merkez Grupları, yazılı ve görsel medyada büyük bir egemenlik sağlamalarının yanında, dağıtım alanında da güçlerini birleştirip tekelleşme yoluna gitmişlerdir. İki medya grubu, sahip oldukları dağıtım alanında ve pazarında tekel konumunda olan BDD ve YAYSAT şirketlerini bir araya getirerek BİRYAY adı altında yeni bir dağıtım şirketi kurmuşlardır. Bu dağıtım şirketleri kendi basın grupları dışındaki yayınların dağıtımını, BİRYAY'ın tüm bölgelerde temsilcilikleri bulunmamasından dolayı, yine YAYSAT ve BDD aracılığı ile yürütmüşlerdir (Uzun, 2009: 448). Tablo 3. 6'da görüldüğü üzere, Doğan ve Merkez Grubu'nun yayıncılık alanında olduğu gibi dağıtım alanında da etkinlik gösterdikleri, bu alanda düapol* bir yapının oluştuğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3.6 Gazete ve Dergi Dağıtımının Pazar Payları

	Doğan Grubu		Merkez Grubu	
Yıllar	Gazete	Dergi	Gazete	Dergi
1996	%55	%70	%45	%30
1997	%60	%67	%40	%33
1998	%65	%67	%35	%33
2004	%63	%70	%37	%30
2005	%60	%68	%40	%32
2006	%61	%66	%39	%34
2007/5	%61	%64	%39	%36

Kaynak: Uzun, 2009: 447-456.

Türk medyasında dönüşümün yaşandığı 1990'lı yıllarda, tartışma yaratan önemli hususlardan birisi de, basın dışı sektörden gelen sermaye gruplarının özelleştirme ihalelerine katılmasıdır. Türkiye'de 24 Ocak Kararları ile uygulama alanı bulan neoliberal politikalar çerçevesinde, IMF ve Dünya Bankası'nın da direktifleriyle KİT'ler özelleştirilme yoluyla sermaye gruplarının denetimine verilmiştir. Bu süreçte özelleştirmenin toplum nezdinde kabulünün sağlanması için, yürütülen “özelleştirme tanıtım kampanyası” giderleri çoğunlukla özelleştirme gelirleri ve yabancı kaynaklı kredilerden sağlanmıştır. 1994 yılında *Özelleştirme Uygulaması Teknik Yardım ve Sosyal Güvenlik Ağı Projesi* kapsamında *Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası*'ndan sağlanan 100 milyon dolar tutarındaki kredinin yüzde 8.8'i reklam için ve yüzde 67'si ise müsteşarlık hizmetlerine ayrılmıştır³³. Yine 1995 yılında Dünya

* Düapol, çok sayıda alıcıya karşın yalnızca iki satıcının bulunduğu piyasadır.

³³ TC. Resmi Gazete, 03.07.1994, Sayı: 21979

Bankası'ndan özelleştirme projesinin tanıtımı için 5.1 milyon dolar kredi alınmış ve bu kredinin 2.4 milyon dolarlık (115.1 milyar) bölümü ile uluslararası kuruluşlardan sağlanan hibenin 61.261 milyon dolarlık (2.9 milyar TL) bölümü kullanılmıştır³⁴.

Başlangıçta özelleştirme ile özel sektörün devlete oranla daha az maliyetle daha çeşitli mal ve hizmet üreteceği temel alanlara yönelmesi sağlanmışken; sonraki dönemlerde bu yönelim ekonomide verimlilik ve üretim artışı gibi gerekçelerle telekomünikasyon ve enerji sektörü gibi alanlara kaymıştır. Alt yapısı devlet tarafından hazırlanan bu alanın özel sektöre açılması, yerli ve yabancı sermaye gruplarının ilgisini çekmiştir. Medya alanına yatırım yapan sermaye grupları da özellikle RTÜK Yasası'nın 29. Maddesi'nde öngörülen medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişine yönelik engellemelerin kaldırılmasıyla enerji, telekomünikasyon ve diğer alanlara yönelmiştir. Tablo 3.7'de 1998 yılı itibariyle özelleştirmeden pay alan bazı medya grupları gösterilmektedir.

Tablo 3.7 1998 Bazı Medya Gruplarının Özelleştirmeden Aldıkları Paylar

Şirket Adı	Devredilen Kamu Payı %	Satın Alan Kuruluş	Medya Grubu	Satış Yılı	Satış Bedeli (TL)
Ray Sigorta	% 49.65	Doğan Şirketler Grubu	Doğan	1992	69.000 000 000
Gaziantep Çimento	% 99.73	Rumeli Holding	Uzan	1992	434.266.895.418
Trabzon Çimento	% 100	Rumeli Holding	Uzan	1992	268.252.782.756
Ladik Çimento	% 100	Rumeli Çimento	Uzan	1993	553.062.592.574
Şanlıurfa Çimento	% 100	Rumeli Çimento	Uzan	1993	551.212.296.776
sBartın Çimento	% 99.78	Rumeli Çimento	Uzan	1993	200.544.522.750
Çukurova Elektrik	% 11.25	Rumeli Elektrik	Uzan	1993	740.332.586.781
Kepez Elektrik	% 25.39	Rumeli Elektrik	Uzan	1993	302.708.401.452
Çeştaş	% 2.29	Çukurova Elektrik	Uzan	1994	250.000.000
Van Çimento	% 100	Rumeli Çimento	Uzan	1995	1.937.588.000.000
Lalapaşa Çimento	% 100	Rumeli Holding	Uzan	1996	10.037.713.260.000
Ergani Çimento		Rumeli Holding	Uzan	1997	5.971.062.000.000
Etibank	% 100	Medya-İpek Holding	Dinç Bilgin	1998	35.702.800.00.000
Havaş	% 40	Park Holding	Turgay Ciner	1998	6.527.577.000.000

³⁴ TBMM Tutanakları, 14.04. 1996: 543-544

POAŞ	% 51	Doğan Şirketler Grubu	Doğan	2000	1.120.000 000.00
------	------	-----------------------------	-------	------	------------------

Kaynak: Adaklı, 2003:178.

Türk medyasında önemli gelişmelerden birisi de ülkede yaşanan 2001 ekonomik krizinin medya sektörünü yeniden şekillendirmesidir. Krizden en fazla etkilenen finans sektöründe yaşanan olumsuzluklar, bu sektörde faaliyet gösteren şirketlerin medya yatırımlarını da etkilemiştir. Kriz sonrasında TMSF (Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu) tarafından finansal açıdan sıkıntı yaratan bankalara el konulmuş, dolayısıyla bu bankaların bağlı olduğu holdinglerin medya işletmelerinin mülkiyeti de fona devredilmiştir. Kriz sonrası *Uzan Grubu*, *Avrupa ve Amerika Holding*, *Olay Medya Grubu*, *Bilgin Grubu*’na ait medya kuruluşları ilk devredilen medya gruplarıdır. Bu dönemde Çukurova Grubu TMSF ile borç anlaşması imzaladığı için, ayrıca İhlas Grubu TMSF’de yayınlanan bir yönetmelik gereği borcunun bir kısmını ödemesi sebebiyle borç yükümlüğünden kurtulmuş ve Fon’a devredilmekten kurtulmuştur. TMSF, 2002’den itibaren elindeki medya kuruluşlarını belli bir süre işlettikten sonra, satışa çıkarmaya başlamıştır. TMSF’nin el koyduğu medya kuruluşları hükümetçe “atanmış yöneticiler” aracılığıyla genellikle uzun süreler hükümet yanlısı yayın yapmışlar; liberal çoğulcu paradigma tarafından “kamu gözcüsü” olarak nitelendirilen medya bu uygulamayla iktidar denetim işlevini yitirmiştir. Sonrasında fonun elinde olan medya şirketleri hükümete yakın olan holdinglere Kamu İhale Kanunu’nda belirtilen esaslar dışında devredilerek medya alanında yeni bir düzen inşa edilmeye çalışılmıştır (Kadioğlu, 2018: 115; Erdem 2015: 44). Tablo 3.8’de TMSF yoluyla el değiştiren medya kuruluşları gösterilmiştir.

Tablo 3.8 2001 Sonrası TMSF Yoluyla El Değiştiren Medya ve İletişim Kurumları

TV Kanalları	Star TV, Show TV, ATV, Skytürk 360, Showmax, TürkÇ TV, Kanal 1, ATV Avrupa, İzmir TV, Teleon, Kral TV, TV Star 2, Star Max, Kral Avrupa, HBB, Star 4, Dizi TV, Max Haber, Star 24, Yeşilçam TV, Metro TV, Fashion TV, Türkiye Nev TV, Futgol TV, Star 3, Star 5, Star 6, Star 7, Star 8, Star Spor, Star Movie, Test Joy TV, Performance Channel AS TV, Einstein TV, Galeri 1, Galeri 2, Kanal 6, Gala TV, Viva TV, Cine 5, Nickelodeon (Türkiye), Showmax, Supersport TV...
Gazeteler	Sabah, Sabah Avrupa, Yeni Asır, Takvim, Fotomaç, Akşam, Güneş, Star Gazetesi.
Radio İstasyonları	Süper FM, Kral FM, Metro FM, Joy FM, Lokum FM, Joy Türk FM, Matrix FM, Rock FM, Radyo Alaturka, Ritmo Latino Radyo, Blue Radyo, King Radyo Gold, AlemFM.
Dergiler	Cosmopolitan, Cosmo Girl, Auto Motor Sporları, Sinema, Harper’s Bazaar, Esquire, Forbes, Sofra, Bebeğim, House Beautiful, Global Enerji, Transport, Touch Star Dergi İstanbul, China Today, Para, Otohaber, Şamdan, Aktüel.

Televizyon Prodüksiyon Şirketleri	Merkez ATV Televizyon Prodüksiyon, Satel, Bilgin İletişim ve Bilişim Prodüksiyon, Lotus Reklamcılık, Kutup Prodüksiyon, Güncel iletişimcilik Filmcilik ve Yayıncılık Uluslararası Radyo ve Televizyon, Video Yapım, Boyut Prodüksiyon ve Yayıncılık, Merkez Sistem Filmcilik ve Yayıncılık, Medya Park, Ultra Film ve Reklam, Prime Prodüksiyon, MBI Reklamcılık ve Filmcilik, Rumeli Teknik Telekomünikasyon, Universal Filmcilik ve Reklam Sanayi, Yıldız Medya Reklamcılık, Merkez Filmcilik Prodüksiyon. Merkez Prodüksiyon ve Tanıtım Hizmetleri, Ciner Televizyon Prodüksiyon, Renk Televizyon Prodüksiyon, Yeni Yayıncılık Prodüksiyon ve Telekomünikasyon, Ciner Televizyon ve Radyo İşletmeleri, Merkez Filmcilik ve Prodüksiyon, Merkez Prodüksiyon ve Tanıtım Hizmetleri, Park Televizyon Prodüksiyon, C Televizyon Prodüksiyon, Vizyon Televizyon Prodüksiyon, Merkez Gösteri Televizyon, Prodüksiyon, ATV Görsel Yayıncılık k Hizmetleri.
Basım-Yayım	Sabah- D'agostini, Sabah Kitapçılık, Binyıl Yayıncılık, Merkez Gazete ve Dergi Basım Yayıncılık, Merkez Kitapçılık Yayıncılık, Merkez Matbaacılık Yayıncılık, Merkez İzmir Gazete Dergi Basım Yayıncılık, MPD Gazete Dergi Dağıtım Hizmetleri, Yayın Pazarlama, Birikim Gazetecilik ve Matbaacılık, Basın Sanayii Limited şirketi, Media Print Center, Doğan Kardeş Matbaacılık, Matbaa Türkiye
Dağıtım Şirketleri	Merkez Dağıtım Pazarlama, Sancak Yayıncılık.
Reklam ve Pazarlama Şirketleri	Prime Medya Reklam, Rumeli Halkla ilişkiler ve Tanıtım
Haber Ajansları	Merkez Haber Ajansı, Sabah Haber Ajansı, Ulusal Medya Haber Ajansı, Star Haber Ajansı.
Telekomünikasyon Alt Yapı Şirketleri	Merkez Teknik Hizmetler San ve Tic. A.Ş., Mobil Hizmetler A.Ş. Merkez Dijital Platform Teknoloji Hizmetleri A. Ş., Merkez Dijital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş., Merkez Bilgi Teknolojileri ve Sistemleri A.Ş., Kablonet ve Interaktif A.Ş.

Kaynak: Kaya, 2015: 278-279; Erdem, 2015: 40-48; Kaymas, 2008: 97.

2001 krizinde diğer medya gruplarına göre daha az etkilenen Doğan Grubu, Bilgin Grubu'na ait medya kuruluşlarını satın almak istemiş; ancak Bilgin Grubu, sahip olduğu medya kuruluşlarını TMSF ile anlaşarak Turgay Ciner'e ait Park Holding Grubu'na kiralamıştır. Doğan Medya Grubu gibi Doğu Grubu da krizde faaliyetlerini sürdürmüş, kriz öncesi dergicilik alanında yaptıkları yatırımı genişleterek, NTV ve Kanal E'yi satın alıp NTV çatısı altında birleştirmiş ve NTV kanalı ile satın aldığı CNBC-e kanalının içeriklerini yeniden yapılandırmıştır (Sözeri ve Güney, 2011: 39).

Türk medya sektöründe yaşanan bir başka gelişme de, yabancı sermayenin medya alanına girmesidir. Türkiye'de 24 Ocak Kararları'nın dayandığı neoliberal politikalar aracılığıyla yabancı sermayenin önündeki sınırlandırmalar kaldırılmıştır. 1980-1990 arasında

yabancı sermayenin sektörel bazda izinleri incelendiğinde; yüzde 60 oranında imalat sanayiinde, yüzde 38 oranında hizmet sektöründe ve yüzde iki oranında ise diğer yatırım alanlarında olduğu görülmektedir (Uras, 1993: 134). Medya alanında ise AB'nin "sermayenin serbest dolaşımı" politikası ile uyum sağlama amacıyla, *6112 Sayılı RTÜK Kanunu* ile mevzuattaki yüzde 25 olan yabancı sermaye izni yüzde 50'ye çıkarılmıştır. Medya alanında sermaye girişi için özellikle ticari yayıncılığın başladığı dönemin Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal'ın girişimiyle Murdoch ve Maxvell gibi önemli medya gruplarının yatırım yapması için çalışmalar başlatılmıştır. Ayrıca Fransa'da medya sektöründe faaliyet gösteren "Hachette ve Europe 1" Grubu, Türkiye'den günlük gazete-dergi grubu, radyo ve televizyon istasyonları satın almak istemiş, ancak bu girişim başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Duran, 1999:30). Türk medya sektöründe gerçek anlamda ilk yabancı sermaye girişi; 1999 yılında Doğan Grubu'nun Time Warner Bros ile yaptığı ortaklıkla CNN Türk Kanalı'nın kurulmasıyla gerçekleşmiştir. Sonrasında CNBC ile Kanal E arasında yapılan bir anlaşma ile CNBC-e kanalı kurulmuştur. Dergicilik sektöründe de ilk yabancı sermaye ortaklığı; Doğan Burda/ Rizzoli ortaklığı ve Bir Numara Yayıncılık/ Hearst ortaklığıdır (Kadioğlu, 2014: 28). 2000 yılı sonrasında yapılan yeni düzenlemelerle, medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişlerinin serbest bırakılması ve medya sektörünün teknik anlamda bir yakınsama sürecini içine alacak şekilde gelişmesi bu sektöre yeni yabancı sermaye girişini hızlandırmıştır.

2000'li yıllarla birlikte medyada oyunun kurallarında değişim yaşanmıştır. Medyaya yatırım yapan sermaye grupları sadece gazete ve dergi yayımlayarak ya da TV kanalları kurarak büyümenin mümkün olmadığını farkına varmışlardır. Satış ve reklam gelirlerine rağmen, medya alanında büyümenin temelini ya sanayi kompleksi haline gelmek ya da içinde bankaların finansal kuruluşların olduğu diğer sektörlerle bütünleşmiş bir holdingin parçası olmak gerektiği görülmüştür. Bu yeni anlayışla şekillenen medya sektöründe etkili olabilmek, izleyici/okuyucuyu çekebilmek için yüksek oranda bir fon akışı yaratmışlardır. Tüm alanlarda teknoloji yenilenmiş, ölçekler büyütülmüş ve medya sektörü Babıâli'den İkitelli de plazalara taşınarak yeni bir döneme geçilmiştir (Sönmez, 2003: 192).

3.2. Türk Medyasında Holdingleşme Sürecinde Medyanın Mülkiyet Yapısının Analizi

Medya alanında yaşanan gelişmeler çerçevesinde Türk medyasının mülkiyet/sahiplik yapısının değişimi tarihsel açıdan incelendiğinde; mülkiyet/sahiplik alanında 1960'lı yıllara kadar aile işletmeciliğinin egemen olduğu, 1960-1980 yılları arasında medyanın holdingleşme sürecine girdiği ve 1980'li yıllardan başlayarak günümüze kadar ise farklı sektörde faaliyet

gösteren holdinglerin medya alanına egemen olmaya başladığı bir dönemin olduğu görülmektedir.

Türk medyasında 1980’li yıllardan itibaren neoliberal politikalar çerçevesinde Türkiye’de medyanın sermaye yapısında bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Bu dönüşüm çerçevesinde, 1980 öncesi birkaç gazetecinin biraraya gelerek oluşturduğu küçük sermayelerle kurulan gazeteler, 1980 sonrası yerini dev holdinglere; gazeteci medya sahipleri yerini iş insanlarına bırakmıştır. Bu süreçte aile işletmeciliği geleneğinden gelen gruplar ya medya sektöründen çekilmişler ya da diğer gruplara entegre olarak varlıklarını devam ettirmeye çalışmışlardır. Bu grup içerisinde Simavi Ailesi, Karacan Ailesi ve Ilıcak Ailesi 1980 öncesi ve sonrasında belirli döneme kadar faaliyetlerine devam edebilmişlerdir. 1990’lı yıllarda aile işletmeciliği geleneğini sürdürebilen Dinç Bilgin ise, “Medya Grubu” adı altında medyada holdingleşme sürecine entegre olarak medya faaliyetlerine devam etmiştir.

1980-2002 yılları arasında ticaret ve sanayi sektöründe de egemen olan ve medya sektörüne yatırım yapan sermaye grupları arasında; *Doğan Grubu*, *Asil Nadir Grubu*, *Çukurova Grubu*, *Doğuş Grubu*, *Medya Grubu (Dinç Bilgin)*, *Uzan Grubu*, *Merkez Grubu (Turgay Ciner)*, *Avrupa ve Amerika Holding Grubu (Erol Aksoy)*, *İhlas Grubu*, *Korkmaz Yiğit Holding*, *Nergiz Holding (Olay Medya Grubu)*, *Çavuşoğlu- Kozanoğlu Grubu* ve diğer gruplar sayılabilir. Bu grupların, ilgili dönemdeki medya sektöründeki faaliyetleri, pazar payları, diğer sektörel yatırımlarla ilişkileri, ekonomik, siyasal ve toplumsal yapılanmalarına yönelik ayrıntılı bir görünüm ortaya konulmuştur.

3.2.1. Doğan Grubu

Doğan Grubu, 1980 sonrası basında mülkiyet/sahiplik yapısının değişerek “holdingleşme” sürecine geçişin en önemli temsilcisi, dönemin en büyük medya gruplarından birisidir. Medya alanında yatırımları aracılığıyla yatay ve dikey olarak tekelleştiği için diğer gruplardan ayrılmaktadır. Doğan Grubu’nun gazete/dergi yayıncılığı ve dağıtımı, kitap yayıncılığı, radyo ve TV yayıncılığı, online hizmetler, reklam üretimi ve müzik yapımı gibi medyanın birçok alanındaki faaliyetleri nedeniyle medya pazarının büyük bir bölümünde hakimiyeti söz konusudur. Grup, ekonomik anlamda faaliyet alanlarını Doğan Yayın Holding A.Ş. (medya ile ilişkili tüm alanlar) ve Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. (bankacılık, finansal hizmetler, sanayi, ticaret, turizm, pazarlama, perakendecilik) olarak yürütmektedir.

Doğan Grubu’nun kurucusu Aydın Doğan, iş hayatına 1961 yılında otomotiv sektöründe kurduğu şirketle adım atmıştır. 1960’lı yıllarda Koç ailesinin İtalyan Fiat firması ile anlaşarak Fiat arabalarını “Murat” adı altında satmaya başlamasıyla, Aydın Doğan, Koç ailesiyle

anlaşarak bu aracın ilk bayilerinden birisi olmuştur (Posta, 27.05.2017). Sonraki dönemlerde enerji, akaryakıt perakendeciliği, finans, internet-eğlence, sanayi, otomotiv, turizm ve gayrimenkul sektörleri vb alanlarda faaliyet göstermiştir. 1974 yılında İstanbul Ticaret Odası Meclis ve Yönetim Kurulu'nda ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yönetim Kurulu'nda görev almıştır. 1979 yılında *Milliyet* gazetesini satın alarak medya sektörüne giriş yapmış, *Türkiye Gazete Sahipleri Sendikası* Başkanı olmuştur. 1998 yılında Tokyo'da yapılan Dünya Yayıncılık Birliği toplantısında Türkiye'den, seçimle ilk kez Yönetim Kurulu Üyeliği'ne giren kişi olmuştur. Benzer şekilde 2004 yılında Dünya Gazeteler Birliği (World Association of Newspapers -WAN) toplantısında seçimle Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı'na getirilen ilk Türk olmuştur (Sözcü, 21.03.2018).

Medyada holdingleşme sürecini başlatan Aydın Doğan'ın, 1979 yılında *Milliyet* Gazetesi'ni satın almasıdır. *Milliyet*'i yöneten Abdi İpekçi'nin öldürülmesi sonrasında gazete sahibi Ercüment Karacan'ın basından çekilme kararı almasıyla gazete, satışa çıkarılmıştır. Bu dönemde Koç ailesinin de desteğiyle Aydın Doğan, 1979 yılında önce *Milliyet*'in yüzde 75'lik hissesini, sonra da 1980 yılında geri kalan hisselerini satın alarak medya dünyasına adım atmıştır (Topuz, 2016: 335). *Milliyet* Gazetesi'nin, gazetecilikten gelmeyen bir grubun eline geçmesi, medyadaki mülkiyet/sahiplik ve kontrol ilişkileri açısından değişime neden olmuştur. Bu dönemden itibaren medya, tekelleşen sermayenin egemen olduğu, diğer sektörlerle işbirliği içerisinde, oligopol piyasasına dönüşen bir sektör olma yolunda hızla ilerlemiştir. Aydın Doğan'ın, bu sürecin, dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın sermaye gruplarına yönelik teşvikleri sayesinde geliştiğini ifade etmesi (Karaca, 2003:102), medya yapılanmasında siyasal erkin önemini ortaya koyması açısından önemlidir. Turgut Özal döneminde medya kuruluşlarına toplam 2.6 trilyon liralık teşvik dağıtılmış, bu teşviklerden 334 milyar 683 milyon TL'lik kısmı *Milliyet* gazetesine verilmiştir (Topuz, 2003: 355). 1980 sonrası, ülkede serbest piyasa ekonomisine geçiş ve siyasal iktidarın desteğiyle yeni iş alanlarının yaratılması ve holdinglerin büyümesiyle medya alanında hakim güç değişmiştir.

Doğan Grubu'nun *Milliyet* Gazetesi'ni satın alınması sonrası yazılı basında en büyük atılımını, 1948 yılında Simavi ailesi tarafından kurulan, 1994 yılına kadar yüzde 25 hissesine Erol Aksoy'un sahip olduğu *Hürriyet* Gazetesi'ni satın alarak yapmıştır. Aynı dönemlerde grup, *Posta*, *Fanatik*, *Radikal*, *Fanatik Basket*, *Gözcü*, *Finansal Forum* gazetelerini basın dünyasına kazandırmıştır.

Doğan Grubu, televizyon alanındaki ilk yatırımını, 20 Eylül 1993'de Doğu Holding ortaklığında kurduğu DTV Haber ve Görsel Yayıncılık A.Ş. (Kanal D) ile yapmıştır. Grup, Kanal D ortaklığında sahip olduğu yüzde 20'lik hissesini 1994 yılında, RTÜK Yasası'nın

getirdiği düzenlemeler sonrasında devretmiş; 1995 yılında Hürriyet gazetesini satın aldıktan sonra yüzde 20 olan Kanal D hissesini Doğu Grubu'ndan tekrarsatın almıştır. Grup, 4 Haziran 1995'de Erol Aksoy'dan Show TV'nin yüzde 50 hissesini satın almış, 27 Ekim 1999 tarihinde ise Kanal D'nin bütün hisselerini devralmıştır (Adaklı, 2003: 232).

Doğan Grubu, 14 Haziran 1999'da ABD'nin önde gelen kuruluşlardan birisi olan Time Warner grubu işbirliğiyle CNN-Türk adında tematik bir haber kanalı kurmuştur. CNN Türk kurulduğu dönemde, CNN'in İspanya'da kurduğu CNN Plus kanalından sonra ikinci büyük yurtdışı yatırımı olarak değerlendirilmiştir (Hürriyet, 11.10.1999). Doğan Grubu yabancı sermayeli ortaklarla kurduğu ilişkiyi yerli sermaye ile de sürdürmüştür. Medya alanında ortaklık kurduğu Çukurova Grubu ilk faaliyet alanı olarak Dijital Hizmetler ve Pazarlama A.Ş. (Digitürk) ile gerçekleşmiş ancak bu ortaklık 2000 yılında sona ermiştir (Adaklı, 2003: 233).

Medyanın holdingleşmesini etkileyen, medya alanında faaliyet gösteren sermaye grupları için önemli olan bir uygulama da özelleştirmedir. Türkiye'de 1980 yılında başlayan özelleştirme, KİT'lerin özel sektöre devredilmesinin, devletin yükünü hafifleteceği ve ekonomide canlanma sağlayacağı düşüncesiyle uygulamaya konulmuştur. Özelleştirme politikalarının desteklenmesindeki temel amaç, özellikle 1970'li yıllardan başlayarak yaygınlaşan arz yönlü iktisat görüşünde, ekonomik yaşamda görülen istikrarsızlıkların nedeninin devletin ekonomiye doğrudan veya dolaylı olarak yaptığı müdahaleler olduğu, serbest piyasa ekonomisine geçişin sosyal refahın artırılması için yeterli olacağı görüşüdür. Bu düşünceden hareketle, Türkiye'de 1980'den başlayarak ortaya konulan siyasal tercih, KİT'lerin özel sektöre satılmasının, toplumda özel mülkiyetin yaygınlaşmasına imkan vereceği ve böylece piyasa ekonomisinin işlemesi için ortamın iyileşeceği yönündedir (Yanardağ ve Süslü, 2002: 3).

Medya grupları, 1990 sonrası dönemde özelleştirme kapsamında özellikle enerji alanındaki kamu kuruluşlarını satın alarak yatırım yapmaya yönelmişlerdir. RTÜK Yasası'nın 29. Maddesi'nde *“bir özel radyo ve televizyon kuruluşunda yüzde 10'dan fazla hissesi olanlar, kamu ihalelerine giremez ve borsada işlem yapamaz”* hükmü yer almasına rağmen, birçok medya grubu yasal olmayan yollarla ihalelere girerek bu alandaki faaliyetlerini genişletmişlerdir. 2002 yılı sonrası, RTÜK Yasası'nda değişiklik getiren 4756 Sayılı Yasa'nın çıkarılmasıyla büyük sermaye gruplarının medya alanında tekelleşmesinin önü açılmıştır. Enerji sektöründe yatırımlarını genişleten en önemli grup Doğan Grubu olmuştur. Bu grup, bu süreçte Trabzon, Rize, Artvin gibi illerin, İstanbul'da da Avrupa yakasının elektrik dağıtım işlerini almıştır. Benzer şekilde Uzan Grubu'nun sahibi olduğu Rumeli Holding, İhlas Grubu, Ciner Grubu ve Çalık Grubu da bu özelleştirme ihalelerine katılan sermaye grupları olmuşlardır.

(Adaklı, 2006: 221). Grup, 2000 yılında Türkiye'nin en büyük özelleştirmelerinden birisi olan Petrol Ofisi Anonim Şirketi'nin (POAŞ) özelleştirilmesiyle POAŞ'ın % 51'lik hissesine sahip olmuştur. 2002 yılında ise POAŞ'ın geri kalan hisselerini satın alan Doğan Grubu, 2010 yılında sahip olduğu hisseleri Avusturyalı OMW Grubu'na satmıştır (Temuroğlu ve Mazıcı, 2018:51). Grubun yaşanan krize rağmen 2001 yılı gelirin yüzde 14'ünün medya alanından, yüzde 25'inin finansal hizmetlerden ve yüzde 60'nın akaryakıt sektöründen gelmesi POAŞ'ın önemini göstermektedir (Sönmez, 2003: 145).

Medya sektöründe holdingleşme sürecinde yaşanan olumsuzluklardan birisi olan sendika karşıtı tutum, Aydın Doğan'ın basın alanına girmesinden sonra, basın çalışanlarını sendikadan tasfiye etmesidir. *Milliyet* ve *Hürriyet* Gazetelerinde başlayan tasfiyeyle birlikte *212 Sayılı Fikir İşçileri Yasası* işlevsiz hale getirilmiştir. Aydın Doğan, ilk sendikasızlaştırma hamlesini 1990 yılında yapmıştır. O dönemde *Milliyet* gazetesinde toplu iş sözleşmesi imzalanmasından sonra, bu sözleşme koşullarının ağır olduğunu belirten Doğan, bir daha toplu iş sözleşmesi imzalamayacağını bildirmiştir. İlk uygulama olarak 1991 yılında *Milliyet* gazetesinden sendikaya üye olan çalışanlarını istifa etmeye zorlanmış ve istifa etmeyenler de tazminatları ödenerek işten çıkartılmıştır. 1994 yılında yine aynı gruba bağlı *Hürriyet* Gazetesi'nde benzer uygulamalar yapılmış, grup son olarak 2001 krizinde binlerce kişinin iş akdine son vermiştir. Yanardağ'a (2008: 22) göre, Aydın Doğan'ın medya sektöründen sendikayı tasfiye etmesiyle gazeteci kimliği ve haberin güvencesi ortadan kalmış, gazetecilik etiğini ve konumunu savunamayan, haklarını arama iradesinden yoksun, gazetecilik mesleğini bireysel ilişkileri çerçevesinde yürüten bir kitle yaratılmıştır.

Doğan Medya Grubu, 1980-2002 yılları arasında, Türkiye'de medya sektöründe istikrarlı seyreden bir grup olmuştur. Grup, 2000 yılı itibarıyla medya alanının yüzde 36'sına hakimdir. Grubun gazetedeki reklam payı yüzde 62 ve dergicilik alanında ise bu oran yüzde 45'i aşmaktadır. Grup, dergicilik alanında Doğan Burda Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. aracılığıyla dördü haftalık, 21'i aylık ve ikisi de özel periyotlu olmak üzere toplam 27 dergi ile faaliyet göstermiş; binden fazla kitap ve dergi ile Doğan Egmont Yayınevi ve Doğan Kitap olmak üzere dergi yayıncılığında büyük bir pazar payı elde etmiştir. YAYSAT dağıtım ağıyla 23 ulusal ve 11 bölgesel gazetenin dağıtımını yapmış, birçok yerli derginin dağıtımını ile yaklaşık 589 yabancı yayının da dağıtımını üstlenmiştir. Doğan Printer Center aracılığıyla Türkiye'de altı şehirde ve Almanya'da Doğan Yayın Holding'e ait olan gazete ve dergilerle anlaşma yaptığı diğer grupların da yayınlarının basımını gerçekleştirmiştir. 1999 yılında Mil-Ha ve Hürriyet Haber Ajansı'nın faaliyetleri bütünleştirilerek Doğan Haber Ajansı (DHA) kurulmuştur. Yine benzer bir yapılanma ile Doğan Grubu, 1999 yılında, *The Financial Times*, *The Wall Street*

Journal ve *Bild* gazetelerinin belirli baskılarını yapan ve *Hürriyet* Gazetesi'nin sekiz dilde olmak üzere 23 baskısını yapan Doğan Medya International'u Avrupa'da faaliyetlerini yürütmek için kurmuştur (Baytar, 2013:189).

2000'li yılların başında medya sektörünün lideri konumunda olan Doğan Grubu, “anti-Doğan cephesi” olarak tanımlanan *Akşam*, *Sabah* ve *Cumhuriyet* gazeteleri ve bu gazetelerin bağlı bulunduğu medya gruplarıyla gazete, dergi ve dağıtım alanlarında bir güç savaşına girmiştir. Bu güç savaşını “fillerin kavgasına” benzeten Sönmez'e (2003: 264) göre; bu savaş, sermaye kesiminin, medya pazarı ya da medya sektörüne yönelik egemenlik savaşı değildir. Bu savaş, sadece medya yatırımı olan holdinglere de ait değildir. Varolan gerçeğin arkasında medya grupları ve bu grupların arkalarında farklılaşmış zihniyet ve beklentileri olan, bu beklentileri siyasi iktidarlara da benimsetmeye çalışan “*sermaye fraksiyonları*” vardır. Medya savaşı gibi görülen aslında, her büyük krizde belirginleşen sermaye grupları içindeki egemenlik savaşıdır. Dolayısıyla, bahsedilen “*Filler Kavgası*”; krize dayanamayıp egemenlik kaybına uğrayanların direncine karşı, piyasadan düşenlerin silindiği ya da yok olduğu, pazara daha çok egemen olmak isteyenlerin katıldığı bir kavgadır.

Doğan Medya Grubu, 2002 yılında yapılan seçimler sonrasında ilk dönemde yeni hükümetle ciddi problem yaşamasa da, 2008 yılında Almanya'da açılan Deniz Feneri Derneği'ne yönelik haberleri yayınlaması nedeniyle hükümetle arası açılmıştır. Grup, AKP iktidarı döneminde tekelleşme iddialarına yönelik yapılan açıklamalara rağmen, 2005 yılında Uzan Grubuna ait olan TMSF'nin satışa çıkardığı Star TV'yi 306.5 milyon dolara satın alarak medya alanında büyümeye devam etmiştir (Milliyet, 27.09.2005).

1980'lerden itibaren basının medyaya dönüşmesinde dönüm noktası olarak kabul edilen, aralarında *Hürriyet* Gazetesi'nin de bulunduğu Doğan Medya Grubu, 2018 yılında medyadaki tüm yatırımlarını Demirören Grubu'na devrederek medya alanındaki faaliyetlerine son vermiştir.

Tablo 3.9 Doğan Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
Televizyon	Kanal D, Star TV, TNT, CNN Türk, Euro D, Euro Star, Kanal D Romanya.
Tematik Kanallar/HD Kanallar	Moviesmart, Movies 24, Comedysmart, Sinema 58 Tv, Sinema Tv2, Sinema Tv Aile, FX, Coolsmart, Beyaz Perde, D Shopping, D Yeşilçam, D Max, Pembe Smart, Discovery World, Discovery Science, Travel and Living, Da Vinci Learning, Football Smart, D Spor, BJK TV, FB TV, GS TV, T.A.Y TV, Eurosport, ESPN CLASSGC, NASN, Cartoon Network, D Çocuk, Nickelodeon, Kidsco, Luli TV, DOG TV, Fashion TV, World Fashion, Style Network, Bebeğim, Dream TV, Dream Türk, D Shopping, Fix Tv, Loca 1, Loca 2, Loca 3, HD Kanallar: Kanal D HD, HD-Tv Smart, Discovery HD, Eurosport HD

Dergi	Pc Net, Elle Dekor, Evim, Maison Française, Auto Show, Blue Jean, Hey Girl, Tempo, Burada, Elele, Elle, Formsante, Seda, Dr. Kuşhan'la Diyet, Lezzet, İstanbul Life, Atlas, Güncel Hukuk, Yacht, Ev&Bahçe, Hello, Capital, Ekonomist.
Dijital Platform	D Smart
Haber Ajansı	Doğan Haber Ajansı (DHA)
Radyo	Radyo D, Slow Türk, CNN Türk Radyo, Radyo Moda, Hür FM, Radyo Forex.
TV ve Müzik Yapımcılığı	D Productions, Kanal D Home Video, DMC
Dergi ve Kitap Yayıncılığı	Doğan Burda Dergi, Doğan Egmont, Doğan Kitap, Bravo.
Dijital Hizmetler	Doğan Platform Doğan Telekom Smile ADSL Birpa Müşteri Hizmetleri (Call Center)
Basım Alanı	Doğan Printing Center (DPC), Doğan Ofset
Dağıtım Hizmetleri	Yaysat (Doğan Dağıtım). Bir-YAY (ortaklık), Dergi Pazarlama Planlama D&R Smile Holding
İletişim/internet Hizmetleri	hurriyet.com.tr, milliyet.com.tr, yenibiris.com, insankaynaklari.com, hurriyetemlak.com, emlak.milliyet.com, hurriyet-oto.com, arabam.milliyet.com.tr, sendeyolla.com, blog.milliyet.com.tr, milliyet internet tv, anneyiz.biz.com, TME web siteleri, Kanald.com.tr, Startv.com.tr, Cnnturk.com.tr, Herevelazim.com.tr, Dreamtv.com.tr, Kanaldhaber.com.tr, Doyun.net, Kanaldhomevideo.com, Gamegarden.net, Sendinle.com, Dsmart.com.tr, Dshopping.com.tr

Kaynak: Sönmez, 2003:138; Topuz, 2003:336; Kaya,2013: 287.

Tablo 3.10 Doğan Holding'in Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Sanayi/Ticaret	Çelik Halat ve Tel Sanayi A.Ş., Ditaş Doğan Yedek Parça ve imalat A.Ş. ve Doğan Organik Ürünler Sanayi ve Ticaret AŞ. Doğan Oto, Milpa ve Hürriyet Pazarlama
Enerji	İş Doğan Yatırım, Petrol Ofisi
Finansal Hizmetler	Ray Sigorta A.Ş., DD Konut Finansmanı A.Ş., Doğan Hayat, Marbleton Property Fund L.P.
Turizm	Milta Turizm İşletmeleri A.Ş., Işıl Tur, Torba Crlia, Bodrum Marina.

Kaynak: Sönmez, 2003:138; Topuz, 2003:336; Kaya,2013: 287.

3.2.2. Asil Nadir Grubu

Medya alanında holdingleşme eğiliminin önemli kırılma noktalarından birisi de, Kıbrıslı iş insanı Asil Nadir'in, 1988 yılında, Simavi Grubu'na ait *Günaydın* gazetesinin de içinde olduğu VEB Grubu'nu satın alarak Türk medyasına giriş yapmasıdır.

Asil Nadir'in iş yaşamına atılması 1960'lı yıllarda “cash-and-carry” konfeksiyon şirketi olan Wear Well'i satın almasıyla başlar. Kısa sürede büyük kazanç elde eden Nadir, 1974 yılı Kıbrıs barış hareketi sonrasında Kuzey Kıbrıs'a dönerek Rumlardan kalan şirketleri yönetmeye başlar. Önce Kuzey Kıbrıs'ta ürettiği tekstil ürünlerini İngiltere'de kurduğu Wear Well şirketiyle Ortadoğu'ya ihraç etmiştir. Ardından 1980'li yıllarda Polly Peck şirketinin hisselerini satın alarak şirketi büyütmüş ve Londra borsasında işlem gören şirketi sayesinde serveti 500 milyon sterlini aşmış ve *Sunday Times* Gazetesi tarafından dünyanın en zengin iş adamları arasında gösterilmiştir. Nadir, 1989 itibarıyla tarım, gıda, tekstil, elektronik, denizcilik, turizm ve medya alanlarındaki yatırımlarıyla Türkiye'de ve dünyada tanınan bir isim olmuştur. Bunun yanında, Polly Peck Grubu'nun gıda sektöründe; Del Monte, Unipac, Meyna, Sunzest, Niksar, Van Den Brink, Frio, Früco, Prevor, Mendelson-Zeller, Stadart Fruit, elektronik sektöründe; Sansui, Vestel, Capetronic, Imperial, Russel Hobbs Tower, hizmetler sektöründe; Voyager Kıbrıs, Pizza Hut şirketleri ile ortalığı içeren geniş bir yatırım alanı bulunmaktadır (Milliyet, 20.01.2001).

Asil Nadir'in, Türk medyasına girişi, dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın teşvikiyle gerçekleşmiştir. Bu durum kulislere Özal'ın kendisine muhalefet olan basın karşısında kendini desteklemek için bir medya yaratmak isteği olarak görülmüştür. Nadir, Özal'ın desteği ile Haldun Simavi'den 40 milyon dolara *Günaydın*, *Güneş* ve *Tan* gazetelerinin de bulunduğu *Ulus*, *Kocaeli*, *Sakarya*, *Express* ve *Günaydın Kıbrıs* olmak üzere yedi gazetenin, VEB Holding ve Web Ofset şirketler topluluğunda yer alan on dokuz şirketi alarak Türk medya sektörüne hızlı bir giriş yapmıştır. 1989 yılında *Nokta*, *Ekonomik Panorama*, *Gelişim Spor*, *Bando Ev Kadını*, *Kadınca*, *Erkekçe*, *Marie Claire*, *Mimarlık*, *Turist Pasaport*, *Beyaz Dizi*, *Hıbrır* dergilerinin de bulunduğu Gelişim Yayınlarını, Ercan Arıklı'dan satın alarak medya alanında büyümeye devam etmiştir (Kuyucu, 2013: 30; Topuz, 1989:76). Nadir, VEB Grubu'nu ve Gelişim Yayınları'nı almadan önce, iletişim alanına ilk yatırımını, 1988 yılında merkezi Paris'te bulunan ve Gökşin Sipahi tarafından kurulan SIPA-Press'in yüzde 50 hissesini satın alarak yapmıştır (Görgülü, 1991:38).

Türk medya alanında 1988-1991 yılları arasında Asil Nadir gibi bir iş insanının sektör dışı alandan gelmesi, sermaye basın ilişkilerinde ve medyanın tekelleşmesi konusundaki tartışmaları beraberinde getirmiştir. Özellikle 1979'da *Milliyet* gazetesinin Aydın Doğan'a satılması ve ardından 1988'de Asil Nadir'in *Günaydın* gazetesini satın alması neticesinde medyanın bu grupların elinde toplanması tartışmaları daha da ileri bir boyuta taşımıştır. O dönemlerde gazete satışlarına bakıldığında bu grupların Türk basın sektöründeki hakimiyetleri açıkça görülmektedir. 1980'li yıllarda Hürriyet ve VEB Grubu'nun yanı sıra Tercüman Grubu

da dahil olmak üzere, toplam gazete satış paylarının yüzde 73'üne sahiptir. Yine 1990 verilerine göre toplam gazete satışlarının yüzde 71'i Nadir, Hürriyet ve Sabah'tan oluşan 3 büyük grup tarafından gerçekleştirilmiştir. (Görgülü, 1991: 40-41).

Asil Nadir'in Türk medyasındaki parlak dönemi 1991 yılında Londra'da Polly Peck firmasının paravan şirketler aracılığıyla hisselerini yapay olarak yükselttiği gerekçesiyle İngiliz hükûmetiyle sorunlar yaşaması ve şirketinin büyük bir mali krize girmesiyle son bulmuştur. Aynı dönemde *Günaydın* ve *Tan* gazetelerinde çalışan gazeteciler maaş ve tazminatlarını alamadıkları için icraya başvurmuşlardır. Günaydın gazetesinde çalışanların yönetime el koymasıyla *Yeni Günaydın* ve *Süper Tan* gazeteleri çıkarılmıştır. Sonrasında bu gazeteler 1993 yılında Kutman yayıncılığa devredilmiştir (Topuz, 2003: 331).

Asil Nadir, yaklaşık iki yıl süren medya sektörüne 60 milyon dolarlık, basın o tarihe kadar hiç görmediği büyüklükte, bir yatırım yapmıştır. Turgut Özal'ın desteğiyle Türkiye'de yeni bir medya yapılanmasında önemli bir yer tutan Nadir Grubu, yaşadığı mali kriz sonrasında medya alanındaki tüm yatırımlarını kaybetmiştir.

Tablo 3. 11 Asil Nadir Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
Gazete	Günaydın, Tan, Ulus, Sakarya, Yeni Meram, Güneş
Dergiler	Nokta, Tan, Ekonomik Panorama, Gelişim Spor, Ev Kadını, Erkekçe, Marie-Claire, Mimarlık, Turist-Pasaport, Beyaz Dizi, Hıbrır.

Kaynak: Kuyucu, 2013:30.

Tablo 3.12 Asil Nadir Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Sanayi/Ticaret/Elektronik	Vestel Elektronik Sanayi, Vestel Goldsatar, Vestel Elektronik Gereçler, Unipack Paketleme, Aselsan A.Ş., Copetonic/Taiwan- Hongonk, Su ve Şişeleme Sanayi A.Ş., Nadir Dış Ticaret, Prestij Kozmetik Sanayi, Kaynak Gıda Pazarlama
Turizm	Ulusal Gemi Sanayi, Voyager Aegepan Turizm,
Finansal Hizmetler	Impexbank
Tarımsal Hizmetler	Meysin A.Ş. Meyna A.Ş.
Basım Yayım	A-N Graphics, Medya Print

Kaynak: Topuz, 1989: 78-79.

3.2.3. Çukurova Grubu

Çukurova Grubu, medya alanında holdingleşme sürecindeki önemli yapı taşlarından birisidir. Grubun önemli bir özelliği, gelişmiş iletişim teknolojisi olanaklarına sahip olması ve bu teknolojinin getirdiği avantajları, çalıştığı tüm alanlarda yatırıma dönüştürülebilmesidir.

Çukurova ortaklığında ilk sanayi yapılanması Karamehmet Zade Hafız Mehmet Bey ve Eliyeşil Sadık Paşa tarafından, milli mücadele sonrasında gerçekleştirilmiştir. 1925 yılında Mavromati İplik Fabrikası'nı satın alan ortaklar, fabrikanın 1942 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla "Çukurova Sanayi İşletmeleri" adını almasından sonra, Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşlarından birisi haline gelmiştir. Grup, 1954 yılında kurulan Pamukbank Çukurova'ya ortak olmuş, 1960'lı yıllarda ise hisselerin tamamını alarak bankacılık sektörüne de giriş yapmıştır. 1979 yılında, Ayhan Şahenk'ten, Yapı Kredi Bankası hisselerinin bir bölümünü, 1980 yılında ise hisselerin tamamını satın alarak bankanın yönetimini ele geçirmiştir. Benzer şekilde, 1964 yılında İnterbank'ın yüzde 13'lük hissesini ve ardından hisselerin tamamını satın almıştır. Banka 1990 yılında Cavit Çağlar'a satılana kadar, faaliyetlerine devam etmiştir (Topuz, 2003: 340). 1925 yılında Çukurova Sanayi İşletmeleri adı altında yapılanma sürecinden başlayarak 2002 yılına kadar Çukurova Grubu yurt genelinde ve yurt dışında 150'den fazla sayıda şirketiyle sanayi, ticaret, turizm, inşaat, ulaşım, gemicilik, sermaye piyasası, finansal hizmetler gibi birçok alanda faaliyet göstermiştir. 2000 yılı itibarıyla Çukurova Grubu'nun sektörel bazda yatırımları incelendiğinde, yatırımların yüzde 45'nin bankacılık-finance alanında, yüzde 32'sinin telekomünikasyon ve bilişim sektöründe, yüzde 12'sinin sanayi ve ticaret alanında, yüzde 4'ünün sigortacılıkta ve yüzde 7'sinin ise diğer alanlarda ise olduğu görülmektedir (Sönmez, 2003: 215). Şirketin yine 2000 yılında açıkladığı rakamlara göre, şirkette 32 bin kişi istihdam edilmekte, bu sayı grupla etkileşim sağlayan taşeron, bayii, iş ortağı ile birlikte 100 bini aşmaktadır. Grup, dolar bazında toplam varlıklarının 24 milyar 200 milyon dolar, toplam öz kaynakları 2 milyar dolar ve 2000 yılına ait toplam gelirlerinin ise 8 milyar 600 milyon dolar olduğunu açıklamıştır (Haskebabçı, 2003: 133).

Çukurova Grubu'nun basın alanına girişi, 1977 yılında *Akşam* Gazetesi'ni satın alarak olmuştur. Ancak 12 Eylül 1980 darbesinden, sonra ülkede yaşanan toplumsal kargaşa ve ekonomik krizden etkilenen grup, gazeteyi satarak bu alandan çekilmiştir (Kuyucu, 2012: 421). Medya sektörüne yönelik yaptığı ikinci girişim ise 1997 yılında yine *Akşam* Gazetesi'ni o dönemki sahibi olan Ilıcak Grubu'ndan tekrar satın almasıdır. Grup, Ilıcak Holding'e bağlı *Güneş*, *Alem*, *Takip* gibi gazete ve dergileriyle, radyo alanında Alem FM'i de bünyesine katmış, Show TV'nin ve aynı zamanda *Tercüman* Gazetesi'nin isim hakkını da satın almıştır. Çukurova Grubu *Stuff*, *FourFourTwo*, *Platin*, *Autocar* dergilerini, SkyTürk, LigTV, Spormax, TürkMax

gibi televizyon kanallarını ve Lig Radyo adlı spor kanalını da gruba ekleyerek medya alanında yeniden yapılanmaya gitmiştir.

29 Ekim 2000’de, Dinç Bilgin, Sabah ve ATV ile birlikte medyadaki tüm hisselerini Mehmet Emin Karamahmet, Turgay Ciner ve Murat Vargı’nın kurduğu MTM şirketine devretmiştir. Dinç Bilgin’in Etibank hisselerine el konulmasından sonra, elden çıkarmak isteği ATV, Yeni Asır, 1 Numara Yayıncılık, Takvim, Yenibinyıl ve Sabah gazeteleri ile Atel telefon şirketini de bu gruba satmıştır. Ancak Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’nun (BDDK), bu şirketler üzerinde ihtiyati tedbir kararının bulunması nedeniyle istenen değişime onay vermemiştir (Haskebabçı, 2003.109).

Çukurova Grubu, Türkiye’de teknoloji alanındaki en önemli girişimi olan Süperonline ile internet hizmetini sağlamış, kendi grup bünyesindeki şirketlerinin yazılım ve donanım altyapısını sağlamanın yanında, tüm Türkiye’de 2000’li yıllarda yüzbinleri aşan abone sayısı ile önde gelen internet servis sağlayıcı şirketi olmuştur. Yine aynı yıl içerisinde ilk dijital platform olan Digitürk markasını oluşturmuş, özellikle uzun yıllar Lig TV kanalıyla Türkiye futbol liginin tüm maçlarının yayın hakkını alarak bu platformda liderliğini sürdürmüştür (Bulunmaz, 2011: 240). Çukurova Grubu, iletişim teknolojisi alanında en büyük yatırımı, 1994 yılında Turkcell ile gerçekleştirmiştir. Murat Vargı’nın ortaklığıyla kurulan bu iletişim şirketiyle 11 Temmuz 2000 tarihinde New York Borsası’nda işlem gören İlk Türk şirketi olmuştur. Turkcell, kuruluş döneminde 3 milyon dolar yatırımla başlamış, 2000 yılında 17 milyar dolara ulaşan piyasa değeri ile başarılı şirketler arasına girmeyi başarmıştır (Haskebabçı, 2003: 80). Medya alanında yatırımlarına devam eden grup, 5 Haziran 2002’de Türksat Uydu ve kablolu yayın sisteminde yer alan haber kanalı SkyTürk’ü de bünyesine katmıştır.

2000’li yıllarda *Forbes* Dergisi’nin açıkladığı 8 milyar dolar servetiyle Türkiye’de birinci ve dünyada 27. en zengin isim olarak belirlenen Mehmet Emin Karamahmet, aynı yıl Türkiye’de yaşanan bankacılık krizinden etkilenmiş, sahibi olduğu Pamukbank ve Yapı Kredi Bankası’na BDDK tarafından el konulmasıyla sıkıntılı bir döneme girmiştir. Pamukbank’ın ilk olarak 1992 yılında mali durumunun kötü olması sebebiyle Hazine tarafından gözetim altına alınmasıyla başlayan süreç, 19 Haziran 2002’de BDDK tarafından el konulmasıyla devam etmiştir. BDDK’nın yaptığı açıklamada; *“742 sayılı kararı ile Bankalar Kanunu’nda belirlenen hükümler çerçevesinde grubun, alınması istenen tedbirleri almadığı, bu tedbirler alınmış olsa dahi mali bünyesinin güçlendirilmesine imkân bulunmadığı, yükümlülükleri toplamının varlıklarının toplam değerini aştığı, faaliyetine devamının mevduat sahiplerinin hakları ve mali sistemin güven ve istikrarı bakımından tehlike arz ettiği”* gerekçesi ile bankaya el konulduğu bildirilmiştir. Aynı dönemde Çukurova Grubu’nun Yapı Kredi Bankası ile birleşme talebi de,

grubun Bankalar Kanunu'ndaki banka kurucularında aranan nitelikleri kaybetmesi nedeniyle reddedilmiş ve Yapı Kredi Bankası'nın hisseleri TMSF'ye devredilmiştir (Hürriyet, 19.06.2002). Çukurova Grubu, bu süreçte 2002-2004 yılları arasında BDDK ve TMSF ile anlaşma yoluna gitmiş, kurumların sözkonusu alacaklarının yeniden yapılandırılması ve erken ödeme kolaylıklarından yararlanması konusunda, 31 Ocak 2002 tarihinde bir sözleşme imzalanmıştır. 4 Ağustos 2004'de yapılan ek protokol gereği, *“TMSF ile Çukurova Holding'in sahip olduğu hisselerinin üçüncü kişilere satışına Çukurova'nın karar vereceği, belirlenen sürelerde satış olmaz ise iki tarafın da anlaşacağı üçüncü tarafa satışın gerçekleşeceği”* bildirilmiştir. Grup, sözleşme kapsamında taksitlere bölünen borcu 31 Ekim 2006 tarihinde ödemiştir. Ek protokol gereği Yapı Kredi Bankası'nın Çukurova Grubu'nda olan yüzde 44.53'lük ve TMSF'de olan yüzde 12.89'lük ve toplamda yüzde 57.4'lük hisseleri Koç Grubu ve Unicredito ortaklığına devredilmiştir (Hürriyet, 09.05.2005).

Çukurova Grubu'nun, 2002 yılında Pamukbank ve Yapı Kredi Bankası'nın TMSF'ye devredilmesiyle başlayan sancılı süreci, karşılıklı anlaşmalarla olumlu bir sonuca taşınması, grubun hem medya alanında hem de medya dışı ticari alanda iktisadi bütünlüğünü koruması açısından önemli olmuştur.

Tablo 3. 13 Çukurova Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
Televizyon	Show TV, Cine5, Playboy TV, Süper Sport, Maxi TV, Lig Tv. SATEL (Sabah Grubu ile Ortak)
Yazılı Basın	Bulvar, Tercüman, Güneş, Akşam
Dergi	Alem, Takip, Zümrüt, Platin, Arabesk, Autocar, Stuff, Fourfourtwo
Radyo	Alem, Yeni Radyo- Romantik Radyo, Show Radyo, Viva
Dijital Platform	Digitürk, Digitürk Euro
İletişim ve Teknoloji	A-Tel, Ascot Telekom, Azercell, Bilpa-Bilgi Corbuz İletişim, Ericsson Çukurova, European Telecommunication, Geocell-Gürcistan, Global Bilgi, GT Mobile, Hobim Bilgi, Inta Uzat Sistemleri, K'cell-Kazakistan, Kktcell-Kuzey Kıbrıs, KVK, Mapco İnternet, Mobicom, Moldcell, Platco İnternet, Sayot, Superonline, Superonline Kıbrıs, Topaz Telekomünikasyon, Turkcell İletişim, Turkcell Telekomünikasyon, Verinet Uydu Haberleşme.

Kaynak: Baytar, 2013:193; Kaya, 2013:284; Kuyucu, 2012:428.

Tablo 3. 14 Çukurova Holding'in Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Holdingler	Çukurova, Endüstri, Fintur, Sinai ve Mali Hizmetler, Uluslararası Yatırımlar, Turkcell Holding, Yapı Kredi
Bankacılık ve Sigortacılık	Bank Kreiss AG., Banque De Commerce Et De Placements, Baytur SA., Bayturtrading SA., Cukurova Investments, Genborsamenkul, Genel Yaşam, Halk Reasürans, Interlease Uluslararası Finansal Kiralama, Yapı Kredi Bankası ve İştirakleri, Türkiye Genel Sigorta,
Sanayi ve İnşaat	Agrosan Kimya Sanayi, Auer İmalat, Atkasan Packaging, Baytur İnşaat, Bayındır İşleri, BMC Sanayi ve Ticaret, Comag Madencilik, Çimsataş, Çukurova Çelik Endüstrisi, Çukurova Kimya, Çukurova Makine İmalat, Çukurova Sanayi İşletmeleri, Çukurova Ziraat Endüstrisi, Çumopar Otomotiv Parça Sanayi, Daussan Çukurova Kimya Döküm, Demir Toprak, Ekova, Embo, Emaye ve Botalı Eşya Sanayi, Eterplast, Etken Tekstil, İntercon, İsedas, Maysan Makine, Maysan Halla, Nissan Otomotiv, Kaplamin Ambalaj, Kara Fashion, Noksel Çelik, Ompaş Otomotiv, Ova Packaging, Selkasan Kağıt, SPA Packaging, Topaz Maden
Taşımacılık	Akşam Denizcilik, Anadolu Uluslararası Ticaret, Barbaros Denizcilik, Batu Denizcilik, Çukurova Havacılık, Doğu Denizcilik, Ege Liman Hizmetleri, Geden Lines, Genel Denizcilik, Interdepo Uluslararası Özel Antrepo İşlemciliği, Liman İşletmeleri, Ören Denizcilik, Pegasus Havayolları, Preveze Beynelminel Nakliyat, Seydi Rewsis Denizcilik
Dış Ticaret ve Pazarlama	Auer, Avor Gıda Tekstil, Çukurova Dış Ticaret, Çukurova İthalat ve İhracat, Çukurova Tüketim, Borak SA, Ege Demir, Ege Endüstri Ürünleri, Equipment And Parts Export, Eterparl Endüstri, Kartur İthalat, Lukova, Sanayi Mamulleri Yatırım, Sınova Limited, Sovtur, TAPP Ticaret, Ukrtur Import, Uluslararası Depoculuk
Turizm	Akdeniz, Marmara, Anadolu, Atik Paşa, Club N, Dersaadet, Enternasyonel, Karyel Otel Marmaris, Köroğlu, Kumköy, Netzel Turizm, Port Göcek, Portville, Sultanahmet Turizm, Swissotel Göcek Marina, The INN

Kaynak: Baytar, 2013:193; Kaya, 2013:284; Kuyucu, 2012:428.

3.2.4. Doğuş Grubu

Ayhan Şahenk tarafından, 1951 yılında, doğrudan Adnan Menderes'in teşvikiyle kurulan Doğuş Grubu, yaklaşık 18 bin çalışanıyla otomotiv, inşaat, medya, turizm, gayrimenkul, enerji gibi altı ana sektörde ve 300'ün üzerindeki şirketiyle faaliyet gösteren, önemli sermaye gruplarından birisidir (Doğuş Grubu, 2021).

Grup, baraj ve otoyol gibi kamu projeleri kapsamında inşaat sektörüne yönelmek üzere 1966 yılında Doğuş İnşaat ve Ticaret A.Ş.'ni kurmuştur. Şirket, 1966 ile 1980'li yıllar arasında Hasan Uğurlu Barajı, İskenderun 3. Demir-Çelik Fabrikası ve Kesiksu Barajı gibi kuruluşların inşaat işlerini yürütmüştür. 1966 yılında, turizm alanında Antur ve 1974'te ise gıda alanında

Filiz markalarını oluşturan Doğu Grubu, 22 Haziran 1975’de holdingleşme sürecini tamamlamıştır. Gıda ve turizm sektörüne girişinden sonra finans sektöründe de yapılanma yolunu seçmiş ve bu yapılanmayla birçok ortaklık, satın alma ve birleşme yoluyla ekonomide önemli adımlar atmıştır. Grup, finans alanında ilk olarak 1975 yılında, Yapı Kredi Bankası hisselerinin bir kısmını ve 1980 yılında ise İmar Bankası’nın tüm hisselerini satın almıştır. Kısa bir süre sonra, Yapı Kredi hisselerinin önemli bir kısmını Çukurova Grubu’na, ardından İmar Bankası’nı da 1983 yılında Uzan Grubu’na devretmiştir. Aynı yıl içerisinde Sabancı ve Koç Holding ortaklığında kurulan Garanti Bankası’nın hisselerini satın almış, 1987’de Katar ortaklığı ile Körfezbank’ı, 1994’te Bank Ekspresi ve 1997’de ise Osmanlı Bankası’nı alarak finans alanında büyümeye devam etmiştir. Grup, 2001 yılı itibariyle tüm bankacılık faaliyetlerini Osmanlı Bankası altında birleştirmiştir.

Doğu Grubu, küresel düzeyde yabancı sermayeye yönelik ortaklıklar konusunda diğer gruplara oranla daha fazla girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimlerin ilk örneği, 1994-1996 yılları arasında İtalyan markası olan Barilla ile anlaşarak yüzde 50’lik kısmını Filiz Gıda markasına dahil etmiş, 1995 yılında ise Lamb Weston şirketiyle ortaklık kurarak Bolpat Bolu Patates Fabrikaları A.Ş.’yi kurmuştur. Benzer şekilde yabancı sermayeye yönelik ortaklık girişimini otomotiv sektöründe de gerçekleştirmiştir. Otomotiv sektöründe General Motors ve Opel temsilciliklerini almasının yanında, Genoto’yu satın alarak Audi, Seat, Skoda, Porsche ve Scania markalarının Türkiye temsilciliklerini de üstlenmiştir. 1999 yılında Volkswagen Şirketiyle yaptığı ortaklık anlaşması sonrasında Doğu Otomotiv Holding A.Ş.’yi kurmuştur (Doğu Otomotiv, 2021).

Doğu Grubu, Türkiye’de 1980 sonrası yaratılan ekonomi politik iklimde medya ve iletişim sektörüne yatırım yapmanın sağladığı avantajları fark etmiş ve bu alanlarda da yatırımlara yönelmiştir. Doğu Grubu’nun medya sektörüne yönelik ilk girişimi, 16 Eylül 1993’de Doğan Grubu ile beraber DTV Haber ve Görsel Yayıncılık A. Ş.’yi kurmasıyla başlamış ve bu ortaklıkla Kanal D’nin hisselerinin bir kısmını eline geçirmiştir. 1995 yılında ise elinde tuttuğu Kanal D’deki bütün hisselerini Doğan Grubu’na devretmiş ve 1999’da Cavit Çağlar’dan NTV’yi satın almıştır. 1999’da NTV ile faaliyetlerine başlayan yayın grubu; TV’den internete, radyodan dijital yayınlara, medyanın birçok çok alanında faaliyet göstermiştir (Doğu Yayın Grubu, 2021). 1999 yılında satın aldığı Kanal E’yi, 16 Ekim 2000 tarihinde CNBC ortaklığında CNBC-e adıyla yeni bir kanal olarak hayata geçirmiştir. Radyo alanındaysa, 1999 yılında aldığı Radyo-Pop ulusal radyo kanalının formatını değiştirerek NTV radyoya dönüştürmüş ve 2000 yılında satın aldığı Radyo-2000 kanalının adını Radyo Eksen olarak yeniden değiştirip yayın hayatına başlatmıştır (Kuyucu, 2013: 472).

Doğuş Grubu, geleneksel medya alanlarına yönelişinin ardından dijital medya alanında da faaliyet göstermiştir. Grup, 1999 yılında “İksir” adı altında internet erişim hizmeti sunan bir şirket kurmuş; daha sonra bu şirketi Çukurova Grubu’nun dijital hizmeti olan Superonline şirketiyle birleştirmiştir. Ancak bu dijital hizmet girişimi kısa sürmüş, 5 Aralık 2001’de grup bu alandan çekilme isteği doğrultusunda Çukurova ile bir anlaşma imzalamış ve anlaşmada İksir abonelerini Superonline aboneleri ile birleştirme kararı almıştır (NTVmsnbc, 10.11.2020).

Doğuş Grubu’nun kurucusu Ayhan Şahenk’in vefatının ardından grup Ferit Şahenk tarafından yönetilmeye başlanmıştır. Medyada ikinci kuşak olan Ferit Şahenk sayesinde grup, Türkiye’nin 2001 ekonomik krizini iyi bir kriz yönetimi politikasıyla atlarmayı başarmış ve medyaya yönelik yatırımlarına devam etmiştir. 2001 yılı sonrasında Doğuş Grubu ticaret ve sanayi alanında yeni yatırımlara yönelmiş ve medya alanında da birçok tematik TV, radyo ve internet kanalı kurmuş, yerli ve yabancı birçok dergiyi de piyasaya sürmüştür.

Tablo 3. 15 Doğuş Grubu’nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	NTV, Star TV, CNBC-e, NTV Spor, Kanal TV, e2, NBA T
Radyo	NTV Radyo, NTV Spor, Virgin Radio, Kral FM, Radyo Ekzen
İnternet	ntvmsnbc.com, oley.com, ntvspor.net, ixir, zeplin, doğuş iletişim
Dergi	Vogue, National Geographic, National Geographic Kids
NTV Yayınları	NTV Kitapları, NTV Tarih, NTV Bilim

Kaynak: www.doğuşgrubu.com.tr

Tablo 3. 16 Doğuş Grubu’nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Sanayi/Ticaret/İnşaat/Enerji	Somtaş, Filiz Gıda San. A.Ş., Tansaş, Doğuş İnşaat, Houston Enerji, Jeeves International
Turizm	Datmar Tur, Hyatt Regency, Antalya Sheraton, Antur Tatil Köyü ve 5 adet marina, Marmara Grand Azur
Finansal Hizmetler	Garanti, Osmanlı Bankası, Körfezbank, Garanti Hayat Sigorta, Garanti Leasing, Garanti Güvenlik, Garanti Portföy Yönetimi, UGBI (KKTC), Garanti Holding, Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş., Garanti Sigorta, Doğuş Sigorta, Garanti Teknoloji, DOC Finans, Aktif Leasing, United Garanti Bank International
Otomotiv	Doğuş Motor, Doğuş Otomotiv, Doğuş Ağır Vasıta, Genoto, Genpar, Katalonya Oto, Yüce Auto, Volkswagen, Seat, Audi, Scania, Saab, Porsche Distribütörlüğü
Tekstil	Gucci ve Armani Franchising

Kaynak: Adaklı, 2001. 163-168.

3.2.5. Medya Grubu (Dinç Bilgin)

2000’li yıllara kadar Türk medyasında sahiplik/mülkiyet yapısındaki değişim sürecinde gazetecilikten gelen aile yapılanmasının son temsilcisi olan Dinç Bilgin’in, İstanbul medya piyasasında yer alması Sabah Grubu ile olmuştur. Grup, 1990’lı yıllarda medyada çapraz tekelleşme çerçevesinde diğer sektörlere özellikle finans sektörüne yatırımlar yaparak genişlemeye devam etmiştir.

Dinç Bilgin’in basın sektörüyle tanışması, babası Şevket Bilgin’in ve Abdi Sokullu’nun ortak girişimiyle 6 Ekim 1924’te Asır gazetesinin mirası üzerine kurulan *Yeni Asır Gazetesi* ile olmuştur. 1960’lı yıllarda, DP politikalarını desteklemeleri sonucu *Yeni Asır Gazetesi* 27 Mayıs İhtilal sonrasında sıkıntılı bir dönem yaşamıştır. Gazetenin reklam gelirleri azalmış, satış gelirleri düşmüş, hatta insanlar DP sempatzanı olarak damgalanan *Yeni Asır Gazetesi*’ni ceplerinde taşımamaya başlamışlardır (Münir, 1993: 36). Yaşanan sıkıntılar sonrasında o dönemde İngiltere’de bulunan Dinç Bilgin’in ülkeye dönmesiyle birlikte 65 yıllık taşra, küçük, yarı profesyonel sistemle çalışan *Yeni Asır Gazetesi*’nden *Sabah* gazetesine uzanan yeni bir medya yapılanma yolculuğu başlamıştır.

Bilgin, *Yeni Asır Gazetesi*’nin yönetimini devralmasıyla birlikte, gazetenin tirajlarını arttırmak ve bölgedeki hakimiyetini güçlendirmek için yeni pazarlama stratejileri geliştirmeye çalışmıştır. İzmir piyasasında rakiplerinin pazar paylarını ele geçiren Bilgin, rakibi olan *Demokrat İzmir Gazetesi*’ni alarak adını Rapor olarak değiştirip bir ekonomi gazetesine dönüştürmüştür. 1980 yılında *Ege Gazetesi*’ni satın almasıyla İzmir’de tek el konumuna gelmiştir. Bilgin, İzmir basınında göstermiş olduğu başarıyı İstanbul’da da gerçekleştirmek istemiş ve 1982 yılında Kemal Uzan’la ortak bir gazete çıkarmayı planlamış ancak bu girişim imtiyaz sahibinin kim olacağı konusunda anlaşmaya varılmaması nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Sonrasında İstanbul’da tekrar gazete çıkarma planı çerçevesinde sermaye eksikliğini tamamlamak için, *Rapor Gazetesi* karşılığında sanayici Selahattin Beyazıt’tan 100 milyon liralık çek, Citibank’tan 200 milyon ve Yapı Kredi Bankası’ndan 100 milyon ve Gameda dağıtımdan ise 175 milyon liralık bir avans almıştır. Bilgin, tüm nakit sıkıntılarına rağmen, aldığı avanslarla Sabah gazetesinin ilk sayısını 22 Nisan 1985’de çıkarmayı başarmıştır (Münir, 1993: 68-74). Rahmi Turan, Zafer Mutlu, Aydın Öztürk gibi deneyimli gazetecilerin transferiyle Sabah, piyasanın güçlü gazetelerinden birisi olmuştur. Bilgin, gazeteyi yayınlayan şirket olan Sabah Yayıncılık’ı 18 Nisan 1985 tarihinde kurmuştur. *Sabah Gazetesi*, Türk basınında yeni teknolojileri kullanması ve yüksek ücretle kadrosuna dahil ettiği önemli gazetecilerin varlığıyla rakiplerine üstünlük sağlamıştır. Kurulduğu andan itibaren *Sabah*’ın tirajı 350 bini bulmuş ve sonraki dönemde bu tiraj 500 binlere kadar çıkmıştır (Adaklı,

2006:167-168). Sabah Gazetesi'nin başarısının diğ er bir nedeni de d onemin Başbakanı Turgut  zal'ın iktidarıyla iyi ilişkiler kuran medya gruplarına verdiği teşvik belgelerinden yararlanmasıdır.  zal h uk metinin 1980'li yıllarda Sabah Yayıncılık A.ř. 'ne modernizasyon yatırımı için verdiği iki teşvik belgesinin toplam değerinin 1 milyar 684 milyon TL olduğu ifade edilmektedir (Tellan vd.,2000: 124-125).

Dinç Bilgin, *Sabah* Gazetesi'nden sonra medya alanında yatırımlarını genişletmek üzere 1987 yılında Gelişim Yayınları sahibi Ercan Arıklı ve İktisat Bankası sahibi Erol Aksoy ile Söz Gazetesi'ni çıkar mış; ancak, bir yıl boyunca yayınlanan gazete tiraj düşüklüğü nedeniyle kapan mıştır. Bilgin, ardından 7 Mart 1989'da *Buğ n* Gazetesi'ni kurarak medya alanında        gazete girişimini gerçekleştirmiştir. Bilgin, dergi alanında ilk yatırımı Ercan Arıklı'nın ortaklığıyla "1 Numara Yayıncılık" adı altında gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda, aralarında *Aktüel*, *Cosmopolitan*, *Gezi* ve *Otomobil* gibi 30'a yakın dergi yayınlamıştır. Grup, Erol Aksoy ortaklığı ile 19 Aralık 1994' de *Yeni Yüzyıl* Gazetesi'ni ve 24 Ağustos 1994'de ise ilk pazarlama ve reklam şirketi olan MEPAş'ı kurmuştur (Adaklı, 2003: 137).

1985 yılında topladığı paralarla yola çıkan Bilgin, sekiz yıl sonra Türk medya sektöründe en büyük iki basın grubundan birisi olmuştur. 1992 yılında grubun medyadan elde ettiği gelir 589 milyar liraya yüksel miş ve 1560 kişilik bir çalışan grubuyla basın piyasasının yüzde 40'ının sahibi olmuştur. Sabah Grubu kurumsallaşmasının temellerini 1989 yılında atmış ve grubundaki bütün şirketleri "Medya Holding" bünyesinde toplamıştır. Holding bünyesinde yapmakta olduğu yatırımları finanse etmek için, 1990'da Sabah Yayıncılık A.ř.'nin yüzde 15 hissesini borsada satışa sunmuş, holdingin yüzde 10'luk hissesini ise 1991 yılında 9 milyon dolara Çukurova Holding'in sahibi Mehmet Emin Karam Mehmet'e satmıştır. 1992'de ise hisselerinin yüzde 12'sini halka arz ederek satıştan elde ettiği geliri grubun genişleme projelerinin finansmanı için kullanılmıştır (Münir, 1993: 188-189).

Medya Grubu, 1990'larda yükselen bir değer olan televizyon yayıncılık sistemine de entegre olmaya çalışmıştır. Grup, 2 Temmuz 1993'te deneme yayınına başlayan ve 9 Eylül 1993'te normal yayına geçen ATV ile televizyonculuk alanında büyük bir başarı elde etmiştir.

Medya Grubu, ayrıca medya piyasasında rakibi olan Doğan Grubu ile belirli ortalıklara imza atmış ve bu çerçevede, 1996 yılında ortak olarak kurdukları B RYAY ile dağıtım alanında bir kartel yaratmış; aynı zamanda B MAş ortaklığı ile reklam pazarını da kontrolü altına almıştır. Medyanın farklı alanlarına yönelerek genişleme yoluna giden Sabah Grubu, medya holdinglerinin medya dışı alanlara yönelmesi trendine uyum sağlamıştır. Bu  er evede 2 Mart 1998'de Cavit  ağlar'a ait olan Nergiz Holding ile birlikte Etibank Bankacılık A.ř.'yi satın almıştır. Bu ortaklık ile Etibank'ın yüzde 35'lik hissesine sahip olan grup, Bilgin'in şahsi olarak

aldığı yüzde 14'lük hissesiyle birlikte Etibank'taki hissesini yüzde 49'a çıkarmıştır. 1999'da ise tüm hisselerini satın alan grup, Etibank'ın tek sahibi olmuştur (Milliyet, 28.10.2000).

2000 yılı, Dinç Bilgin ve grubu için olumsuz bir yıl olmuştur. 27 Ekim 2000 tarihinde BDDK, grubun finansman ayağı olan Etibank'ın "kötü yönetim" ve "banka kaynaklarının kendi çıkarları doğrultusunda kullanılması" gerekçesiyle TMSF'ye devredildiğini açıklamıştır. Bu dönemde, Etibank ile yolsuzluk yaptığı gerekçesiyle hakkında soruşturma başlatılan Bilgin, tutuklanmış ve 10.5 ay cezaevinde kalmıştır. Etibank'a el konulmasından bir süre önce Turgay Ciner'le yüzde 50 ortaklığa giden Dinç Bilgin, cezaevine girmesinin ardından, Sabah Yayıncılık'taki hisselerini Mehmet Emin Karam Mehmet'in sahibi olduğu Çukurova Holding'e ve Murat Vargı'nın sahibi olduğu MV Holding'e devretmiştir. Bilgin, böylece medya sektöründen çekilirken, Sabah Yayıncılık'ın yeni yönetimi Karam Mehmet ağırlıklı olmak üzere, Çukurova Holding, MV Holding ve Ciner'in sahibi olduğu Park Holding'in ortak olduğu MTM Yatırım AŞ'ye geçmiştir (Milliyet, 30.10.2000; Hürriyet., 28.10.2000). Ancak BDDK'nın bu devir işlemine onay vermemesiyle Bilgin, kısa bir süre sonra, tekrar gazetesinin ve holdinge bağlı şirketlerinin yönetiminin başına geçmiştir. Grup, tekrar Turgay Ciner ile ortaklık anlaşması yaptığını kamuoyuna duyurmuş, ancak sonrasında Medya Grubu, Ciner'in o dönemde tüm medya kuruluşlarını tek çatı altında birleştirdiği Merkez Grubu'nun kontrolüne geçmiştir. 2007 yılında ise tekrar TMSF'ye geçen Medya Grubu, yapılan ihale sonrasında 1.1 milyar dolara medya sektörüne ilk defa giriş yapan Çalık Grubu'na geçmiştir (Kuyucu, 2013: 375).

Tablo 3.17 Medya Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	Atv, Atv Avrupa, Kiss TV (Eski Adı Prima), NTV (Doğu Grubu ile Ortak), Yeni TV (Bölgesel-İzmir)
Radyo	Kiss FM, Radyo Sport.
Gazete	Sabah, Takvim, Fotomaç, Yeni Asır, Bugün
Dergi	1 Numara-Hearst Yayıncılık A.Ş., Power, Sinema, Para, Aktüel, Othaber, Esquire, Bazaar, Cosmopolitan, PC Magazin, Gezi, Gurme, House Beautiful.
Basım Yayımları	Sabah- D'agostini, Sabah Kitapçılık, Binyıl Yayıncılık
Prodüksiyon	Netpaas Network Reklam Film Yapım Yayın Medya Pazarlama A.Ş. (ortak).
Telekomünikasyon ve İnternet	Türkport, ZD- Net, A-tel (%50 Çukurova Grubu ile ortak), SATEL A.Ş. Bünyesinde Studio 1, Sports İletişim, Avrupa Elektronik
Dağıtım	Birleşik Basım Dağıtım ve BİRYAY, GAMEDA (Gazete Dergi Pazarlama).

Kaynak: Adaklı, 2001: 163-168.

Tablo 3.18 Medya Grubu’nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Finansal Hizmetler	İnterbank, Etibank, Yapı Toko Bank-Rusya, Bank Kreis AG Almanya, İnter Oversea- İzlanda, İnter Capital- İzlanda, Halk Sigorta (Çukurova Ortaklık)
Sanayi/Ticaret/Bilişim	Çukurova Çelik, Centron A.Ş., Secura Card.

Kaynak: Adaklı, 2001: 163-168.

3.2.6. Uzan Grubu (Rumeli Holding)

Uzan Grubu, 1990-2000 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte başta ticaret, sanayi, finansal hizmetler, spor kulübü işletmeciliği ve medya dahil olmak üzere, ülkedeki tüm ekonomik faaliyet alanlarında en çok yatırım yapan holdinglerden birisi olmuştur.

Uzan Grubu’nun birinci kuşak temsilcisi olan Kemal Uzan’ın medyaya girişi, 1965 yılında *Yeni İstanbul* gazetesini almasıyla başlamıştır. Yayın politikası gereğince politika, ekonomi ve güncel konulara ağırlık veren gazetenin, Uzan Ailesi tarafından alınmasından sonra, 1 Nisan 1973’de adı *İstanbul* Gazetesi olarak değiştirilmiştir. *İstanbul* Gazetesi ile Babiali’ye basın dışı sermaye olarak giren Uzan, gazeteyi 1981 yılında Alaettin Koçak’a satarak medya alanındaki ilk girişimini sonlandırmıştır (Taşlıcalı, 2002:37-38).

Uzan Ailesi’nin medyaya yönelik diğer bir yatırımı da Şevket Rado’nun sahibi olduğu *Ses* ve *Hayat* dergilerini satın almasıdır. Uzan Grubu’nun medya alanındaki en büyük yatırımı, dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın desteğiyle ve Ahmet Özal ile ortaklıkla kurulan Türkiye’nin ilk ticari TV kanalı olan Star1 televizyonudur. Söz konusu dönemde Anayasa’nın yayıncılıkla ilgili 133. Maddesi’ndeki: “*Radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eli ile kurulur ve İdareleri tarafsız bir kamu tüzelkişiliği halinde düzenlenir.*” hükmüne rağmen, yasal boşluktan faydalanarak kurulan kanalın yayınları uydu aracılığıyla Almanya üzerinden yapılarak kuruluşu ile ilgili yasal bir zemine oturtulmaya çalışılmıştır (Maraşlı, 2017:385). Star1 kanalının ardından Teleon adlı ikinci bir televizyon kanalını kuran grup, 1992’de Süper FM ve Metro FM kanallarını kurarak, radyoculuk sektörüne de yatırım yapmıştır. Uzan Grubu, 8 Mart 1999’da *Star* Gazetesi’ni çıkararak yazılı basın alanında da faaliyetlerine devam etmiştir. *Star* Gazetesi’nin kurulduğu tarihte gazete ve dergi dağıtım piyasasında hakim olan BBD, BİRYAY ve YAYSAT, gazetenin ülkedeki dağıtımını engellemişlerdir. Bu dağıtım engeline yönelik olarak Uzanlar, Rekabet Kurulu’na başvuruda bulunmuşlar ve başvuru sonucunda Kurul 14 Aralık 2000’de verdiği kararla gazetenin dağıtımını engelleyen üç dağıtım şirketine para cezasını da içeren çeşitli yaptırımlar uygulamıştır (Rekabet Kurulu, 00-49/529-291).

Uzan Grubu, yükseliş dönemi olarak ifade edilen 1990'larda futbol sektörüyle de yakından ilgilenmişlerdir. Bu çerçevede Uzanlar, İstanbulspor ve Adanaspor yönetimini üstelenmişler; 1999-2001 yılları arasında Türkiye Futbol 1. Ligi maçlarının yayın haklarını Teleon üzerinden şifresiz olmak üzere, 120 milyon 500 bin dolar karşılığında satın almışlardır (Milliyet, 29. 07. 1999).

1993 yılı Uzan Grubu'nun telekomünikasyon yatırımlarının hız kazandığı bir yıl olmuştur. Grup, 1 Temmuz 1993'de Detecol, Alcatel, Siemens, Teletaş ve Simko ile birlikte, Telsim GSM operatörünü kurmuştur. Telsim'in kurulduğu günden itibaren abone sayılarında artış yaşanmış; 1994 yılında 168 bin dolaylarında olan abone sayısı, 1995'de 320 bine, 1996 yılında ise 1 milyon 300 bine ulaşmıştır. Uzan Grubu, genişleme stratejisi gereğince, 1998 yılında Telsim ile ABD'nin önde gelen şirketi Motorola ve Nokia arasında Türkiye'de cep telefonu sistemi kurmak için 560 milyon dolarlık malzeme alımı için "satıcı kredisi" sağlamaya yönelik anlaşma imzalamış, ancak bu anlaşma sonrasında hukuki sıkıntılar yaşanmıştır. Bu anlaşma çerçevesinde Motorola, Türkiye'ye 19 Ağustos 1999 tarihinde 123 milyon dolarlık, 20 Eylül 1999 tarihinde 380 milyon dolarlık, 1 Şubat 2000 tarihinde 270 milyon dolarlık, 29 Eylül 2000 tarihinde 700 milyon dolarlık malzeme içeren, satıcı kredisi yollamıştır. Ancak belirlenen süreler içerisinde Motorola'nın 2.7 milyar dolar olarak açıkladığı borcun Uzan grubunca ödenmemesiyle gruba dolandırıcılık, sahtekârlık iddialarıyla dava açılmıştır. 2002 yılına kadar süren davanın sonucunda New York Eyalet Mahkemesi, Uzanları 4.2 milyar dolar para cezasına çarptırmış ve tüm aile üyelerinin tutuklanmasına yönelik bir karar vermiştir (Milliyet, 08.08.2003; Şener, 2004; 132-133).

Uzan Grubu, Doğan Grubu'nda olduğu gibi, 1980 sonrası uygulanan politikalar çerçevesinde KİT'lerin özelleştirilmesine çok yatırım yapan holdinglerden birisi olmuştur. Süleyman Demirel döneminde özelleştirme ihaleleri aracılığıyla, Trabzon, Gaziantep, Urfa ve Bartın çimento fabrikaları satın alınmıştır. Ancak özelleştirme konusunda en önemli yatırımları, 1993 yılında, devlete ait olan Kepez Elektrik'in yüzde 25.9 ve Çukurova Elektrik'in yüzde 11.25 hisselerinin satın alınmasıyla gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, küçük yatırımcılarının hisselerini toplayan grup, şirketlerdeki hisselerini yüzde 60'a çıkararak enerji sektöründe büyük bir pazar payı elde etmiştir. Aynı yıl içerisinde Türkiye'de demir çelik sektörünün ilk özel kuruluşu olan Metaş'taki kamu hisselerini 57 milyon 900 bin Dolar bedelle alan Uzanlar, sanayi ve ticaret alanlarında yatırımlarını sürdürmüştür (Cumhuriyet, 27. 10.2009).

Uzan Grubu, medya alanında televizyon hizmetlerinin özelleştirilmesinden de yararlanmıştır. Bu noktada, 1997 yılında Rumeli Holding bünyesinde Aktif Kablo TV Teknik Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. kurulmuş; grup, Aktif Kablo ile İstanbul'un belirli

alanlarında Adana ve Konya'nın tamamında kablolu televizyon şebekesinin işletme hakkını devralmıştır (Adaklı, 2006:183).

Uzan Grubu, finans alanındaki yatırımını, 1984 yılında Doğu Grubu'nun Başkanı Ayhan Şahenk'ten 21 milyon dolara İmar Bankası'nı satın alarak gerçekleştirmiştir. Grup, 1985 yılında Adabank'ı satın aldıktan sonra, Kıbrıs'ta Rumelibank'ı almış ve 1992 yılında ise İmar Bank Off Shore Bankası'nı kurmuştur. Ancak, Rumelibank, TMSF'nin, 3 Temmuz 2003 tarihinde İmar Bank'a el koymasından sonra, Kıbrıs Merkez Bankası'nın Rumelibank'tan istediği sermaye artırımını talebini gerçekleştiremediği için, 10 Haziran 2005'den itibaren bu bankanın lisansı iptal edilmiştir (Vatan, 01.09. 2003). Adabank ise belirli dönemlerde yapılan ihalelerde, ihaleye katılan grupların tekliflerinin yetersiz bulunması sonucu yine devletin yönetiminde kalmıştır (Kuyucu, 2013: 444).

Uzanların farklı sektörlerde yatırım yaparak büyümesi süreci, AKP iktidarının 2003 yılında gruba yönelik yaptığı müdahalelerle sekteye uğramıştır. 12 Mayıs 2003'de Çukurova ve Kepez Elektrik'in imtiyaz sözleşmeleri iptal edilmiş; 14 Şubat 2004 tarihindeyse daha önce TMSF'ye devredilen İmar Bankası'nın mudilerine TMSF tarafından ödeme yapılmaması nedeniyle Uzan Grubu'nun medya, GSM, çimento ve diğer alanlarda faaliyet gösteren 219 şirketine el konulmuştur (Hürriyet, 14.02.2004). Uzan Grubu'na ait medya şirketleri de TMSF'nin hazırladığı protokolle 2005 yılında satışa sunulmuştur.

Tablo 3.19 Uzan Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	Star, Kral, Teleon, Kanal 6.
Radyo	Süper FM, Metro FM, Kral FM, Radyo Blue, Joy FM, Lokum FM
Gazete	Star Gazetesi
Basım Yayım/ Reklamcılık /Pazarlama/ Prodüksiyon	TV Prodüksiyon, Medya Pazarlama, Reklamcılık, Basım, Birikim Gazetecilik ve Matbaacılık, Park Medya Filmcilik, Park Medya Yapımcılık, Ulusal Basım Gazetecilik
Haber Ajansı	Ulusal Medya Haber Ajansı.
Telekomünikasyon ve İnternet	Telsim, Rumeli Telekom, Rumeli Teknik, Uniteli Aktif Kablo, Kartel/Kazakistan, Artel/Azerbaycan, JPP/Ürdün, Rumeli Tanıtım , KKTC Telsim

Kaynak: Kuyucu, 2013:440-441.

Tablo 3.20 Uzan Grubu’nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Sanayi/Ticaret/ İnşaat	Şanlıurfa Çimento, Gaziantep çimento, Trabzon Çimento, Bartın Çimento, Van Çimento, Gümüşhane Çimento, Edirne-Lalapaşa Çimento, Rumeli Çimento, Ergani Diyarbakır Çimento, Ladik çimento, Metaş, Aysan, Demaş, Limaş, Merkez Yatırım, Yapı Ticaret, Standart İnşaat, Tuncel Pamuk İplik.
Enerji	Çukurova Elektrik, Kepez Elektrik, Rumeli Elektrik
Finansal Hizmetler	İmar Bankası, Adabank, Rumeli Bank, Rumeli Sigorta, Rumeli Hayat Sigorta, Ulus Factoring
Spor Grubu	Adanaspor, İstanbulspor
Diğer Faaliyet Alanları	Mavi A.Ş, Rumeli Havacılık.

Kaynak: Kuyucu, 2013:440-441.

3.2.7. Merkez Grubu (Ciner Medya Holding)

Turgay Ciner yönetiminde, Park Holding bünyesinde, 1978 yılında kurulan grubun ana faaliyet alanları madencilik, enerji, cam, kimya, medya, denizcilik, turizm ve diğer ticari sektörlerdir (Ciner Group, 2021).

Grup 1990’lı yılların başında özelleştirme projeleri kapsamında başta enerji ve madencilik olmak üzere, farklı alanlarda yatırım yapmıştır. Özelleştirme kapsamında aldığı Çayırhan Termik Santrali, Bilecik-Bozüyük ve Akyazı-Pazarköy Hidroelektrik Santralleri’nin işletmesiyle, bu işletmeleri Türkiye’nin en verimli termik santralleri haline getirmiştir. Aynı zamanda Çayırhan/Beypazarı alanlarında madenlere yönelik yatırımlar yaparak kurduğu işletmeleri Avrupa’nın en verimli yer altı işletmeleri yapmıştır (Sönmez, 2003: 205). Turgay Ciner’in özelleştirme kapsamında yaptığı önemli yatırımlardan birisi de, 1959 yılında devlet eliyle kurulan havayolu taşımacılığında yer hizmeti veren HAVAŞ’ı (Havaalanları Yer Hizmetleri A.Ş) satın almasıdır. Grup, 1995 yılında özelleştirme kapsamında 36 milyon dolara HAVAŞ’ın önce yüzde 60 hissesini, 1998 yılında geri kalan yüzde 40’lık hissesini 27.1 milyon dolara satın almıştır. Bu satın alma süreci öncesinde 1997 yılında İsviçre Havayolları (Swissair) ile işletme ortaklığı kurulmuştur (Sabah, 04.12.2015). Grup, denizcilik alanında yapılan özelleştirme faaliyetlerine de yatırım yapmıştır. Bu çerçevede Park Denizcilik adı altında 1997 yılında özelleştirme ihalesine katılmış ve Hopa Limanı’nın işletme hakkını almıştır (Ciner Group, 2021).

2007 yılı sonrasında medya alanında “Ciner Medya Grubu” olarak faaliyet gösteren grup, daha önce medya sektöründeki faaliyetlerini “Merkez Grup” adıyla gerçekleştirmiştir. Merkez Grubu’nun medya sektörüne yönelik ilk girişimi 2000 yılında Medya Grubu’na (Dinç

Bilgin) ait olan Sabah Gazetesi ve Sabah Pazarlama'ya ortak olmasıyla başlamıştır. Sonrasında bu gruba ait olan ATV, BBD ve Bir Yayıncılığın hisselerine de ortak olmuştur. Bu ortaklık ile Sabah Yayıncılık'ın ana sözleşmesinde; *“A grubu hisselerinin çoğunluğuna sahip olan, 7 kişilik yönetim kurulunda da çoğunluğa sahip olur”* ibaresinin yer aldığı için grup Sabah gazetesinin çoğunluk hisselerine ve yönetimine de sahip olmuştur (Hürriyet, 21.10.2000). Merkez Grubu'nun ortağı olan Bilgin'e ait Etibank'a TMSF tarafından el konulmasıyla grubun elinde bulundurduğu medya organlarının yüzde 10'luk hissesi borç karşılığında TMSF'ye rehin verilmiştir (Milliyet, 30.10.2000). Bu süreçte Medya Grubu, Sabah Gazetesi'nin yayıncılık, reklam, satış ve yayın haklarını beş yıllık süre ile Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık şirketine devrettiği bildirmiştir (Cumhuriyet Gazetesi, 30.11.2000). 30 Kasım 2000 tarihli Sabah gazetesinde devir konusuna açıklık getiren Bilgin, Etibank'ın Fon'a devredilmesi sonrası borçlarını ödeyebilmek için, medya alanındaki bütün şirketlerini, Sabah dahil bütün gazetelerini, ATV dahil televizyonlarını ve Aktüel dahil tüm dergilerin yönetimini Türkiye'nin en güçlü mali kuruluşlarının oluşturduğu MTM Haber Yatırım ve Ticaret A.Ş. adlı konsorsiyuma bıraktığını belirterek medya alanından çekilmiştir (NTVmsnbc, 20.12.2000). Merkez Grubu, 2005 yılında TMSF ile 433 milyon dolar karşılığında yaptığı anlaşmayla Sabah'ın ATV'nin yeni sahibi olmuştur (Medyatava, 2012).

2007 yılı, tüm medya grupları için olduğu gibi Merkez Grubu için de önemli bir yıl olmuştur. 1 Nisan 2007'de TMSF Turgay Ciner ile Dinç Bilgin arasında imzalanan protokolün varlığını gerekçe göstererek, ikinci kez Merkez Yayın Holding şirketine el koymuştur. Bunun üzerine, medyaki şirketlerini kaybeden Merkez Grubu yeniden yapılandırma sürecine girmiş, 14 Eylül 2007 tarihinde Ciner Yayın Holding'i kurarak medya alanındaki faaliyetlerine devam etmiştir (Kuyucu, 2013:459).

Tablo 3.21 Merkez Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	ATV, Kanal 1, Türkçe TV
Radyo	Radyo City, Marmara FM
Gazete	Sabah, Takvim, Pas Fotomaç, Yeni Asır
Medya Şirketleri	Merkez Gazete Dergi, Merkez İzmir Gazete, Merkez ATV, Merkez Televizyon, Yeni Yayıncılık, Merkez Reklam, Merkez Haber Ajansı, Merkez Dağıtım, Merkez Pazarlama
Dergi	Newsweek, Empire, Rolling Stone, FHM, Geo, OK., Mother & Baby, Food & Travel, Marie Claire, Süper Dergi ve Marie Claire Maison, HT Hayat, HT Kulüp, HT Emlak, Business HT

Kaynak: Kuyucu, 2013: 454.

Tablo 3.22 Merkez Grubu’nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Enerji ve Maden	Park Termik, Park Teknik, Eti Soda, Silopi Elektrik Üretimi, Park Toptan Elektrik Enerji Satışı, Konya Ilgın Elektrik, Kazan Soda Elektrik
Ticaret, Sanayi ve Hizmetler	Park Elektrik, Park Tıp Sağlık, Eti Hava Taşımacılığı A.Ş., Havaş Lares Park Hotel, Denmar Park Sigorta, Park İnşaat, Park Cam, Park Holding
Ciner Shipping	Ciner Denizcilik, Ciner Gemi Park Denizcilik

Kaynak: Kuyucu, 2013: 454.

3.2.8. Avrupa ve Amerika Grubu (Erol Aksoy)

Çalışma hayatına bankacılık sektörü ile adım atan Erol Aksoy, 1980 yılında Koç Grubu’nun Garanti Bankası’nın hisselerinin çoğunluğunu ele geçirmesiyle bu bankanın genel müdürü olmuştur. Ardından Çukurova Grubu’na bağlı İnterbank, Yapı Kredi ve Pamukbank’ta çeşitli görevlerde bulunmuştur. Bankacılık alanında yükselişini, 1927 yılında Denizli’de kurulmuş olan İktisat Bankası’na, 1984 yılında ortak olmasıyla yapmış ve 1988 yılında, İktisat Bankası’nın hislerinin tamamına sahip olmuştur. Bu dönemde siyasette de faaliyet göstermeye başlayan Aksoy, Turgut Özal’ın desteğiyle ANAP’ın kuruluşunda görev almış, ancak kurucu üyeliği MGK tarafından veto edilmiştir (Bianet, 26.03.2021). Erol Aksoy, bir süre bankacılık alanında Özal’ın danışmanlığını üstlenmiştir. Yurt dışında bankacılık alanında da faaliyetlerine devam eden Aksoy, Paris’te bulunan Banque Internationale de Commerce de Paris Bankası’nın hisselerinin yüzde 75’ini, İktisat Bankası’nın denetimine geçirmiştir. Bu bankanın yanı sıra, bu bankanın Londra’daki kolu olan BIC International Credit Ltd of London’un da Yönetim Kurulu Başkanlığı’nı yürütmüştür. Erol Aksoy, Fransa’dan sonra 1990 yılında ABD’de de bir banka satın almış ve NewYork ‘ta faaliyet gösteren The Park Avunue Bank N.A hisselerinin üçte ikisine sahip olmuştur. Erol Aksoy’un o dönemde bankacılık alanındaki faaliyetleri ekonomi kulislerinde bir Türk vatandaşı tarafından yapılan en büyük yatırım olarak değerlendirilmiştir³⁵. Aksoy, 1992 yılında tüm yatırımlarını Avrupa & Amerika Holding çatısı altında birleştirmiştir.

Erol Aksoy, medya alanına yönelik ilk girişimini Türkiye’nin ikinci ticari kanalı olan Show TV’yi kurarak gerçekleştirmiştir. Aksoy, Show TV’nin Türkiye organizasyonunu yürütmek üzere Aks Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik Sanayi A.Ş ’yi kurmuş ve Fransız Eutelsat F2 uydusunu kiralayarak 7 Şubat 1992’de ilk sinyallerini Paris’ten veren Show TV kanalını hizmete sokmuştur (Kuyucu, 2013:400). Grup, yayıncılık alandaki faaliyetlerini, 20 Eylül 1993’de kurduğu Türkiye’nin ilk şifreli kanalı olan Cine 5 ile sürdürmüştür.

³⁵ <https://www.biyografya.com/biyografi/20754>.

Grup, medya alanında genişleme sürecine yazılı basın alanını da dahil etmek için girişimlerde bulunmuştur. Bu çerçevede, 1993 yılında yaptığı anlaşma ile Hürriyet Gazetesi'nin halka açtığı yüzde 30'luk hissesinin yüzde 25'ini; Show TV hisselerinin yüzde 20'si karşılığında alarak Hürriyet'e ortak olmuştur. Sonraki dönemlerde gazetenin tamamını almaya yönelik girişimlerde bulunan grup, daha sonra bu girişimden vazgeçmiştir. Gazetecilik alanında yatırımlarına devam eden Aksoy, Dinç Bilgin, Ercan Arıklı ortaklığıyla dergi formatına yakın bir gazete olan Söz Gazetesi'ni kurmuş; ancak gazetenin ömrü kısa sürmüştür. 1996 yılı itibarıyla grup, Show Radyo, Alo Show, AKS -TV, Marie Claire, Mepaş Pazarlama, Universal Yayıncılık, Uluslararası Moda Yayıncılık, İletişim-Eksen Yayıncılık gibi medya kuruluşlarını da bünyesine katmıştır (Topuz, 2003:334).

Grup, 2001 yılında yaşanan ekonomik krizlerden olumsuz etkilenmiştir. 2000 yılında BDDK tarafından Demirbank'a el konulması, grubun sahip olduğu İktisat Bankası'nı da etkilemiştir. Çünkü ilgili dönemde İktisat Bankası, elinde 4 milyar dolarlık devlet tahvili bulunan Demirbank'tan sonra en fazla devlet tahviline sahip olan ikinci banka konumundaydı. Aksoy'un İktisat Bankası 1,5 milyar dolarlık devlet tahvili almış; 2001 krizinde döviz kurunda yaşanan artış sonrası, bankadan kredi kullananlardan 70 trilyon liralık para çekme talebi gelmiş, ama bu talebin 40 trilyonu karşılanabilmiştir. Bunun üzerine Aksoy, Merkez Bankası'ndan elindeki tahviller karşılığında 30 trilyon lira istemiş, ancak bu talebe olumsuz cevap verilmesi nedeniyle banka ekonomik sıkıntıya girmiştir. 2001 kriziyle bankacılık sektöründeki bankalardan sermaye yapılarını güçlendirmeleri istenmiş, aktif ve sermaye yapısı yetersiz görülen bankalar TMSF'ye devredilmiştir. İktisat Bankası da diğer bankalarda olduğu gibi, 5 Mart 2001'de fona devredilmiş ve bankacılık lisansı, 7 Aralık 2001 itibarıyla iptal edilmiştir. Banka, 4 Nisan 2002'de Bayındırbank ile birleştirilmiştir (Hürriyet, 11.07.2001; Akyazan, 2006:156)

İktisat Bankası'na el konulmasıyla birlikte, grubun başta Show TV ve Cine5 olmak üzere, medya varlıklarına da el konulmuş ve TMSF tarafından 2008 yılı itibarıyla satışa çıkarılmıştır (Mediacat, 2008). Erol Aksoy'un eski patronu olduğu İktisat Bankası'nın TMSF'ye devriyle birlikte, fonun yönetimine geçen medya şirketleri şunlardır: Multikanal Pazarlama ve Dağıtım Şirketi: Cine5, Palboy TV, Super Sport, Maxi TV, Viva TV, Gala TV, Radyo 5, Mepaş Medya Pazarlama, İnteraktif Komünikasyon Sanayi, Show Basın, Marie Claire, Marie Claire Maison, OUI Mariage, Beyaz Butik, Voyager, Adres, Eksen Yayıncılık Pazarlama.

Tablo 3.23 Avrupa ve Amerika Grup Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	Cine 5, ShowTV, Maxi TV, Playboy TV, Multicahannel TV
Radyo	Radyo Viva, Show Radyo, Radyo 5, Radyo Nostalji
Gazete	Hürriyet (%25), Söz (ortaklık)
Dergi	Marie Claire, Beyaz Butik, Voyager, Adres, Mutfak
Basım Yayın	Aksoy Yayıncılık
Medya Şirketleri	Aks Radyo Yayıncılık San. ve Tic., Anadolu Radyo ve Görüntü Hizmetleri A.Ş., Cine Beş Filmcilik ve Yap. A.Ş., Cinedigital İletişim Hizmetleri Ticaret A.Ş., Cine Müzik Yayıncılık Yapımcılık ve Reklamcılık A.Ş., Direknet iletişim Satış ve Pazarlama A.Ş., Erdem Radyo Yayıncılık ve Reklamcılık A.Ş., Gala Televizyon Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş., Kutay Özel Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş., Kidnet Elektronik Tic. ve Yayın. Servisleri A.Ş., Kablotel Interaktif İletişim Sistemleri San.ve Tic. A.Ş., Medya iletişim Hizmetleri San. ve TİC.A.Ş., Multikanal Pazarlama Dağıtım ve Tic. A.Ş., Multimedya Basım Yayıncılık ve Ticaret A.Ş., Öner Radyo ve Televizyon Yayıncılığı San. ve Tic. A.Ş., Radyocenter Reklam Pazarlama, Spor ve Çocuk Televizyon Reklamcılık ve Yapımcılık A.Ş., Uluslararası Moda Yayıncılık ve Ticaret A.Ş., Universal Yay. San. ve Tic. A.Ş., Viva Yayıncılık Yapımcılık ve Reklamcılık A.Ş.

Kaynak: Kuyucu, 2013: 403.

Tablo 3.24 Avrupa ve Amerika Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Enerji	Çaba Çanakkale Balıkesir Enerji Dağıtım ve Ticaret A.Ş., Entel Enerji Telekomünikasyon İnşaat San. ve Tic. A.Ş., Tekaş Elektrik Dağıtım ve Ticaret
Finansal Hizmetler	Avrupa ve Amerika Holding A.Ş., Data Sigorta Aracılık Hizmetleri Limited Şirketi, Emek Hayat Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş., İfk Dış Ticaret Ltd., Uzman Sigorta Aracılık A.Ş., Uzman Sigorta Aracılık A.Ş. Banque Internationale de Commerce de Paris Bankası, BIC International Credit Ltd of London, The Park Avunue Bank N.A
Teknoloji Şirketleri	Apaz İletişim Sistemleri ve Bilgi Hizmetleri Dağıtım ve Tic. A.Ş., Anet İletişim Sistemleri Bilgi Hizmetleri ve Yatırımları A.Ş., İnfoplus Elektronik Tic.ve Yay. Servisleri A.Ş., Pasaj Elektronik Pazarlama ve Tanıtım Hizmetleri A.Ş., Voyagerclup Turizm İletişim ve Basım Yayın. Reklam. Tic. A.Ş.
Diğer Şirketler	Çanka İnşaat Turizm Basım Yayıncılık ve Ticaret Limited, Ergür Kablo ve Bakır Sanayi A.Ş., Msm Mali Sistemler Müşavirlik, Radyo Reklam Organizasyonu Pazarlama Basım Dağıtım A.Ş., Showpa Televiz. Paz. Tur. Otel. Ins. ve Tic. A.Ş.

Kaynak: Vatan Gazetesi, 27.06 2004.

3.2.9. İhlas Grubu (Enver Ören)

Temelleri 1970 yılında Türkiye Gazetesi'nin kurulmasıyla atılan İhlas Grubu bankacılık, sigortacılık, otomotiv, enerji dağıtım, sağlık, pazarlama, taşımacılık, özel okul işletmeciliği, elektronik sanayi ve medya sektörlerinde faaliyet gösteren önemli kuruluşlarından birisidir. Grup, tüm şirketlerini, 1993 yılında, *İhlas Holding* çatısı altında birleştirmiştir.

Grubun kurucusu olan Enver Ören'in medyaya girişi 1970'li yıllarda birkaç arkadaşıyla birlikte kurduğu *Hakikat* Gazetesiyle başlamıştır. Gazetenin adı sonradan *Türkiye* Gazetesi olarak değiştirilmiştir. Ören, 1978 yılında Japonya'da düzenlenen Uluslararası Gazete Sahipleri Federasyonu'nun kongresine katılmış ve kongrede *Asahi Shimbun* Gazetesi'nin abonelik sisteminden etkilenmiş ve bunu Türkiye'ye döndükten sonra gazete dağıtım sistemine entegre etmeye çalışmıştır. Bu sistemle birlikte *Türkiye* Gazetesi, mevcut günlük gazete satışının yüzde 90'ını elden dağıtım modeli ile abonelerine ulaştırmayı başarmıştır (İhlas Holding, 05.03.2021). Gazete'nin ofset sistemine geçişiyle faaliyet gösterdiği alanlar genişlemiş; Ankara, Erzurum, Samsun illerinde ve yurtdışında da Frankfurt'ta yeni bürolar açılmıştır. 1980'li yılların ortalarında gazetenin sayfa sayılarını arttırarak yeni bir sayfa yapısı düzenlemiş; resmi rakamlara göre 1989 yılı itibariye gazetenin tirajının 300 bini aştığı görülmüştür. Aynı yıl içerisinde Türkiye gazetesi yeni bir oluşuma imza atmış; Türkiye'de ilk sesli kitap uygulamasını faaliyete geçirmiş ve bu kasetlerin üretimini kendi fabrikasında gerçekleştirmiştir (Adaklı, 2003: 159).

Medya yatırımlarına devam eden grup, 1 Ocak 1993 tarihinde Türkiye'nin ilk özel haber ajansı olan İhlas Haber Ajansı'nı (İHA) kurmuştur. Grup, aynı dönemde muhafazakar bir hedef kitleye hitap eden TGRT adlı bir televizyon kanalının kurulmasına öncülük etmiştir. 4 Ekim 1993 tarihinde de TGRT Haber TV A.Ş. tüzel kişiliğinin altında faaliyet gösteren TGRT FM'i medya grup bünyesine eklenmiştir (İhlas Holding, 05.03. 2021).

İhlas Holding, 1995 yılında diğer medya gruplarında olduğu gibi finans alanına da yatırım yaparak, İhlas Finans adında bir oluşum gerçekleştirmiştir. Ancak İhlas Finans'ın faaliyet izni, 2001 krizi sonrasında, Bankalar Kanunu'nun 20/6'ncı Maddesi'ndeki "*borçların alacaklara ödenmesi hususuna yönelik şartların gerçekleşmemesi*" nedeniyle BDDK'nın 10 Şubat 2001 Tarih ve 171 Sayılı Kararı ile iptal edilmiştir (BDDK Raporu, 30.07.2001). İhlas Finans, tasfiye sonrası BDDK ile ödemelere yönelik hazırladığı protokolle devlete ve hesap sahiplerine olan belirli oranda borçlarını, 2002-2007 yılları arasında ödediğini, kalan borçlarının da kademeli olarak ödeneceğini ilan etmiştir (İhlas Finans, 31.12.2019). Ancak gazetelerde "İhlaszedeler" olarak tanımlanan kesimlere yönelik halen bir ödeme planının yapılmadığı; İhlas Finans'ın 500 milyon dolarlık varlığına karşılık 800 milyon dolar borcu

bulunduğu, bu sebeple bahsedilen ödemelerin mümkün olamayacağı ifade edilmektedir (Sözcü, 15.01.2019; T24, 12.01.2019). İhlas Holding, 2001 yılında finans alanında yaşanan olumsuzluklar nedeniyle kamuoyunda sarsılan imajını düzeltmek için, yeni bir yapılanmaya gitmiş, bu çerçevede İhlas Yayın Holding'i kurmuş, holdingin faaliyet alanını da her türlü yazılı görsel işitsel yayıncılık, haber ajansı, reklamcılık olarak açıklamıştır.

İhlas Holding, 8 Mayıs 2006'da yaptığı açıklamayla, TGRT'de sahip olduğu hisselerini, Rupert Murdoch'a ait ABD'li medya devi News Corporation'ın Hollanda'daki iştiraki olan News Netherlands'a sattığını açıklamıştır. Grup, satış işlemi sonucunda TGRT'de hiçbir hissesinin kalmayacağını belirtilerek, varılan anlaşmaya göre TGRT markasının İhlas Holding A.Ş. uhdesinde kalmaya devam edeceğini, alıcıların sadece geçiş dönemi süresince logoyu kullanabileceklerini belirtmiştir. Açıklamada ayrıca, İhlas Yayıncılık'ta yer alan TGRT Haber TV ve TGRT FM radyosunun İhlas grubu bünyesinde ulusal yayın yapmaya devam edeceği bildirilmiştir. (CNNTürk, 2006). İhlas Holding yaşadığı finansal kriz döneminde kademeli olarak küçülmeye gitmiş ve medya alanında da faaliyetlerine sınırlamalar getirerek yatırımlarını sürdürmüştür.

Tablo 3.25 İhlas Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	TGRT Haber
Radyo	TGRT FM
Gazete	Türkiye Gazetesi, Turkey, Textile Exports, Automotive Export
Dergi	Yemek Zevki, Türkiye Çocuk, Tekstil&Teknik, Konfeksiyon Teknik, Ofis Partner, Toyuncak, IT Network, Home Textile, Automotive Exports, Made İn Economic Newspapare, Decor, Diğer Süreli Yayınlar
Diğer Faaliyet Alanları	İhlas Haber Ajansı (İHA), TGRT Pazarlama, İhlas Reklam Ajansı, İhlas Net.

Kaynak: Adaklı, 2001: 163-168.

Tablo 3.26 İhlas Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
İnşaat/Madencilik	İhlas İnşaat, İhlas Madencilik
Pazarlama/Üretim	İhlas Pazarlama, İhlas Ev Aletleri Bisan, Kristal Kola
Sağlık/Turizm	Türkiye Hastanesi, İhlas Armutlu Tatil Köyü, Kuzuluk Tatil Köyü, Kuzuluk Termal Otel
Eğitim	İhlas Eğitim Kurumları

Kaynak: Topuz, 2003:331-332.

3.2.10. Korkmaz Yiğit Holding

Korkmaz Yiğit, Türk medya sektöründe 1980’li yıllarda yaklaşık bir yıl süren medya serüveniyle bu alanında en hızlı yükseliş ve en hızlı düşüş yaşayan iş insanıdır (Kuyucu, 2013:413). Asıl mesleği mimarlık Yiğit, 1980’lere kadar Anadolu’da küçük taahhüt işleri yapmış, sonraki dönemlerde İstanbul’da büyük konut projeleriyle gündeme gelmiştir.

Korkmaz Yiğit’in yükseliş süreci, Doğu Holding’den Bank Ekspres’i satın almasıyla başlamıştır. 1997 sonrasında Yiğit, grubuna Bank Ekspres, Ekspres Yatırım, Ekspres Leasing, Ekspres Factoring ve Ekspres Danışmanlık şirketlerini de ekleyerek yeni yatırımlara imza atmıştır. Bankacılık alanında önemli yatırımlarından birisi de TMSF’nin elinde bulunan Türk Ticaret Bankası’nın yüzde 84.52’lik hissesini 600 bin dolara satın almasıdır³⁶.

1997 sonrasında yatırımlarını holding bünyesine toplayan Yiğit, aynı yıl içerisinde medya alanında yeni yatırımlara yönelmiştir. Holding, 1996 yılında Ahmet Özal tarafından kurulan Kanal 6’yı satın almış, Kanal E ve Kanal 4 gibi yeni kanallar kurmuştur. Basın sektöründe ise 1997 yılında *Yeni Yüzyıl* Gazetesi’ni gruba eklemiş ve 1998 yılında ise *Milliyet* Gazetesi A.Ş. ve AD Yayıncılık A.Ş.’nin toplam 310 milyon dolar değerindeki hisselerini satın almıştır (Milliyet, 08.10.1998).

1998 yılında Türkiye’de “Türkbank Skandalı” olarak tarihe geçen, aralarında Alaadin Çakıcı, Hayyam Garipoğlu, Yavuz Ataç ve ANAP eski Milletvekili Mehmet Kocabaş’ın yanı sıra Korkmaz Yiğit’in de önemli aktörlerinden birisi olduğu olay, grubun krize sürüklenmesine neden olmuştur. Bu süreçte Türk Ticaret Bankası’nın özelleştirilme ihalesine girmek isteyen gruplara, Yiğit’i desteklemek adına, Alaaddin Çakıcı’nın müdahale etmesi ve bu müdahalenin kayda alınıp CHP Milletvekili Fikri Sağlar tarafından basına servis edilmesi sonucunda kamuoyunda büyük bir tepki ile karşılanmıştır. Kaset skandalı sonrasında Merkez Bankası, Türkbank’ın satışını durdurmuş; grup ve şahıslar hakkında Türkbank ihalesine fesat karıştırıldığı gerekçesiyle Cumhuriyet Savcılığı’na suç duyurusunda bulunulmuştur. Kısa süre sonra da TMSF Bank Ekspres hisselerini gruptan geri almıştır (Milliyet, 31.12.1998). Bu süreçte Korkmaz Yiğit ile Aydın Doğan arasında yapılan *Milliyet* Gazetesi’nin hisselerinin tamamının satışına yönelik anlaşma iptal edilmiş ve grup tarafından Kanal E’nin Ayhan Şahenk’e satılması yönünde karar alınmıştır. Grup, yaşanan olumsuzluklar sonucunda medya sektöründen çekilmiştir (Hürriyet, 21.10.1998).

³⁶ www.turkcebilgi.com/korkmaz

Tablo 3.27 Korkmaz Yiğit Holding'in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	Kanal 6, Kanal E, Kanal 4
Gazete	Yeni Yüzyıl, Milliyet

Kaynak: Kuyucu, 2012:414-415.

Tablo 3.28 Korkmaz Yiğit Holding'in Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Finansal Hizmetler	Bank Expres, Expres Yatırım, Expres Leasing, Expres Factoring, Express Danışmanlık

Kaynak: Kuyucu, 2012:414-415.

3.2.11. Nergis Holding (Olay Medya Grubu)

Nergis Holding'in kurucusu Cavit Çağlar, iş hayatına 1967 yılında Uygun İpek Şirketiyle adım atmıştır. 1979 yılında Nergis Tekstil'i ve 1983 yılında Yeşim Tekstil'i kuran Çağlar, 1980'li yıllarda 30 şirket ve 16 binin üzerinde çalışanıyla Türkiye'nin önemli holding patronlarından birisi olmuştur. Çağlar, 1987 yılında milletvekili seçilmiş ve 1992 yılında ise Demirel hükümeti döneminde Hazine'den ve Ziraat Bankası'ndan sorumlu Devlet Bakanı olarak görev yapmıştır³⁷.

Cavit Çağlar'ın medya sektörüne girişi, 1987 yılında kurduğu Olay Basım Yayıncılık AŞ'nin yayınladığı *Olay Gazetesi* ile olmuştur. Medya alanındaki yatırımlarına Bursa'da yerel yayın yapan Olay TV ve Olay Radyo'yu da ekleyerek Olay Medya Grubu adı altında faaliyetlerine devam etmiştir. Bu süreçte Çağlar, 1996 yılında Türkiye'de "24 saat haber" anlayışıyla yayına başlayan NTV haber kanalını ve ulusal yayın yapan Radyo Pop ve POP TV müzik televizyonunu kurmuştur.

Çağlar, finansal alandaki ilk yatırımını Çukurova Grubu'nun elinde bulunan İnterbank'ı 16 Şubat 1996'da alarak yapmıştır. Ardından 2 Mart 1998'de özelleştirme kapsamında Dinç Bilgin ile ortaklık kurarak Etibank'ı hazineden satın almıştır. Ancak 1991-1999 yılları arasında elinde bulunan İnterbank'tan Çağlar'ın yurtdışı Off- Shore merkezlerine kayıtlı paravan şirketlerine 9.115 milyar TL karşılığı 136.266.238 ABD Doları tutarında açık döviz kredisi kullandığı tespit edilmesi üzerine, TMSF, 7 Ocak 1999 tarihinde İnterbank'a el koymuştur (Milliyet, 28.05.1999). Holding, TMSF'nin İnterbank'a el koyması sonrasında yaşadığı ekonomik krizde NTV haber kanalını ve ona bağlı Radyo Pop'u 1999 yılında Doğu Grubu'na satarak medya alanında küçülmeye gitmek zorunda kalmıştır. Daha sonra, TMSF'nin yaptığı

³⁷ <https://www.haberler.com/cavit-caglar-kimdir-cavit-caglar-hayati-ve-13818089-haberi/>.

açıklamayla 7 Mart 2008’de Çağlar’a ait olan Olay Radyo ve Olay Televizyonculuk A.Ş. ile Olay Basın Yayıncılık A.Ş firmalarına da el konulduğu bildirilmiştir (Cumhuriyet, 02.10.2009). TMSF ile yapılan protokol sonucunda TMSF’nin elinde olan Olay Medya Grubu 13 Aralık 2010 tarihinde Çağlar’ın tekrar yönetimine geçmiştir (Kuyucu, 2013:490).

Tablo 3.29 Nergis Holding’in Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
TV	NTV, Olay TV
Gazete	Olay Gazetesi, Olay Trend Gazetesi
Radyo	Olay FM, Radyo POP

Kaynak: www.haberler.com/korkmaz-yigit/biyografisi/

Tablo 3.30 Nergis Holding’in Medya Dışı Faaliyetleri

Sektör	İşletme
Finansal Hizmetler	İnterbank, Etibank (Dinç Bilgin ile ortaklık)

Kaynak: www.haberler.com/korkmaz-yigit/biyografisi/

3.2.12. Çavuşoğlu ve Kozanoğlu Grubu

Ömer Çavuşoğlu ve Ahmet Kozanoğlu, Türkiye’de basın sektörünün yatırımcılar için çekici hale geldiği 1980’lerde, 19 Şubat 1982’de Güneş Gazetesi’ni kurarak medya dışı patronajlı medya şirketleri grubunda yer almışlardır. Asıl faaliyet alanı inşaat sektörü olan ikili, Ortadoğu’da büyük başarılarla imza atmış ve şirketlerini holdingleşmeye götürecek yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Finans alanında ise Hisarbank, Odibank ve Eko-Yatırım Şirketi’ni bünyelerine katmışlardır.

Grubun basın alanında yatırımı olan *Güneş Gazetesi* ile Babıali camiasında daha önce görülmemiş reklam kampanyaları düzenlenerek, Avrupalı reklam filmleri, basın ilanları ve Outdoor gibi mecralarda reklamlar yaparak ülkede yeni bir gazetenin gelmekte olduğunu haber vermişlerdir. Bu noktada, Güneş’in başına Tercüman Gazetesi’nin genel yayın yönetmeni olan Güneri Cıvaoglu getirilmiş; yayın politikasına uygun olarak yüksek ücretle basın çalışanları ve yazar kadrosu gazeteye dahil edilmiştir. Okuyucu kitle tarafından beğenilen *Güneş Gazetesi*, ortalama 500 bin tirajla dönemin en fazla satılan gazeteleri arasında yer almıştır (Kahraman, 1996: 216-217). 1982 yılında, bankerlerin çöküş döneminde Çavuşoğlu-Kozanoğlu ikilisi, finansal yatırımları konusunda kriz yaşamış; Hisarbank’ın batmasıyla birlikte, içinde *Güneş Gazetesi*’nin de bulunduğu 27 şirketin kontrolü, 27 Temmuz 1983’de devletin eline geçmiştir. 27 Ekim 1983 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla Hisarbank tüm aktif ve pasifleriyle birlikte Ziraat Bankası’na devrilmiş; *Güneş Gazetesi* de Ziraat Bankası’na ödenmesi gereken borç

karşılığında iş insanı Mehmet Ali Yılmaz'a satılmıştır (Vatan, 06.01.2008). Gazete, 1989 yılında Asil Nadir'in eline geçmiştir.

Çavuşoğlu-Kozanoğlu ikilisi, Türk medyasında 1980'lerde medya, siyaset ve finans üçgeninde ilk ve en hızlı giriş yapan gruplardan birisi olmuş; ancak, finans alanında yaşadıkları olumsuzluklar nedeniyle medya sektöründen çekilmek zorunda kalmışlardır.

Tablo 3.31 Çavuşoğlu ve Kozanoğlu Grubu'nun Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Medya Sektörü	Marka
Gazete	Güneş Gazetesi

Kaynak: Adaklı, 2003: 130.

Tablo 3.32 Çavuşoğlu ve Kozanoğlu Grubu'nun Medya Dışı Yatırımları

Sektör	İşletme
Finansal Hizmetler İnşaat	Hisarbank, Odibank, Eko-Yatırım, Ortadoğu- Libya İnşaat-Müteahhitlik

Kaynak: Adaklı, 2003: 130.

3.2.13. Diğer Holdingler/Gruplar

Diğer holdingler kategorisinde yer alan gruplar da 1980-2002 dönemleri arasında medya sektöründeki yeni yapılanmaya entegre olmuş ve zaman zaman siyasal iktidarların desteğini de alarak izleyici/okuyucu kitlesinin ilgisini çekmeyi başarmışlardır. Medya sektöründe yer alan gruplar ve bu grupların medya sektöründeki mülkiyet ilişkileri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.33 Diğer Holding/Grupların Medya ve İletişim Alanındaki Yatırımları

Holding	Medya Sektörü	Marka	Sermaye Yapıları/ Kurucuları/İmtiyaz Sahibi	Medyaya Giriş Yılı
Dünya Şirketler Grubu	Gazete, Dergi, Dağıtım	Dünya Gazetesi, PC World, Byte Plus, IT Pro, Dünya Gıda Dergisi, Makine Magazin, Dünya İnşaat Dergisi, 1900'dan Fazla Yabancı Yayın Dağıtımı	Nezir Demirkent, Didem Demirkent	1981
Feza Yayıncılık	Gazete, Dergi, Haber Ajansı	Zaman Gazetesi, Zaman Kitap, Today's Zaman, Zaman Kazakistan, Zaman, Amerika, Zaman Avusturya, Zaman Avrupa, Zaman Bulgaristan, Zaman Romanya, Zaman	Fehmi Kuru, Ekrem Dumanlı	1986

		Türkmenistan, Sızıntı Dergisi, Gonca Dergisi Aksiyon Dergi.		
Yeni Dünya Holding	Gazete	Cumhuriyet	İlhan Selçuk, Orhan Erinç, Turgay Ciner, İnan Kırac, M. Emin Karamehmet, Gürbüz Çapan	1992
Samanyolu Yayın Grubu	TV, Radyo, İnternet	Samanyolu TV, Samanyolu Haber, Mehtap TV, Ebru TV, Yumurcak TV, Samanyolu Amerika, Samanyolu Avrupa, Burç FM, Dünya Radyo, Samanyolu Haber Radyo, Samanyolu Mobil, Sporda Bugün, Küre TV	Hidayet Karaca	1993
Yeni Dünya İletişim Grubu (Kanal 7 Grubu)	TV, Radyo, İnternet	Kanal 7, Kanal 7 Avrupa, Ülke TV, Radyo 7, Haber7.com, Cafesiyaset.com, Ekotrend.com, Tümspor.com, Rotahaber.com	Yeni Dünya İletişim Ortakları Grubu, Hayat Görsel Yayıncılık A.Ş.	1993
Meltem Medya Grubu	TV, Gazete, Radyo	Meltem TV, Mesaj TV, Kadirga TV, Marmara TV, Özlem TV, Köy TV, Meltem Radyo, Radyo Kadirga, Yeni Mesaj Gazetesi	Haydar Baş	1994
Raks Grubu	TV, Radyo, Dergi	Genç TV, Number One TV, Discovery Channel, Nickedoleon, Fashion TV, Karadeniz TV, Energy FM, Metropol FM, Number One FM, Radyo Klas, Number One Dergisi (ortaklık)	Kadri Önel	1995
Albayrak Grubu	TV, Gazete, İnternet	TVNET, Yeni Şafak Gazetesi, Yeni Şafak İnternet	Mustafa Albayrak	1997
Bayındır Holding	TV, Radyo	BRT Televizyonu, BRT FM	Kamuran Çörtük	1998
MNG Yayın Grubu	TV	Kanal 8	Mehmet Nazif Günal	1999
Ufuk Güldemir Medya	TV, Gazete, Radyo	Habertürk TV, Yaban TV, Habertürk Radyo, Gazete Habertürk Yarın, Yarın Gazetesi, Haberürk.com	Ufuk Güldemir	1999

Başkent Üniversitesi Medyası	TV, Radyo	Kanal B, Radyo Başkent Ankara, Radyo Başkent Adana	Mehmet Haberal	2000
------------------------------	-----------	--	----------------	------

Kaynak: Bu bilgiler araştırmacı tarafından çeşitli kaynaklardan derlenmiştir.

Tablo 3.34 Diğer Holding/Grupların Medya Dışı Yatırımları

Holding	Medya Dışı Yatırım
Dünya Şirketler Grubu	Medya dışı yatırımı bulunmamaktadır.
Feza Yayıncılık	Medya dışı yatırımı bulunmamaktadır.
Yeni Dünya Holding	Holding yapısı altında birleşen grupların kendilerine ait şirketlerinin medya dışı faaliyet alanları bulunmaktadır.
Samanyolu Yayın Grubu	Yurtiçi/yurt dışı eğitim kurumları ve sağlık hizmetleri.
Yeni Dünya İletişim Grubu (Kanal 7 Grubu)	Medya dışı yatırımı bulunmamaktadır.
Meltem Medya Grubu	Medya dışı yatırımı bulunmamaktadır.
Raks Grubu	Raks Savunma Sanayi, Raks Elektronik, Raks Isıtma ve Soğutma, Rapak Ambalaj.
Albayrak Grubu	Albayrak GYO, Tümosan Traktör, Ereğli Entegre Tesisleri, Trabzon Limanı, Araç Kiralama Şirketleri, Personel Taşımacılığı, Bilgisayar Destek Hizmetleri, Atık Yönetimi, Sayaç Okuma, Otelcilik Hizmetleri.
Bayındır Holding	Bayındır İnşaat, Bayındır Tıp Merkezi, Bayındır Hastanesi, Bayındırbank, Clup Alda, Sağra Grubu, Banka Turca Romania, Bayındır Leasing.
MNG Yayın Grubu	Günal İnşaat Ticaret A.Ş., Turizm, Hava Taşımacılığı, Uçak Bakım ve Enerji Sektörü Yatırımları.
Ufuk Güldemir Medya	Medya dışı yatırımı bulunmamaktadır.
Başkent Üniversitesi Medyası	Eğitim Sektörü.

Kaynak: Bu bilgiler araştırmacı tarafından çeşitli kaynaklardan derlenmiştir.

SONUÇ

Bütün dünyayı etkileyen neoliberal politikalarla ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel alanlarda yaşanan dönüşüm, Türkiye’yi de etkisi altına almıştır. Yeni bir dünya düzeni yaratılmasını amaçlayan neoliberallerin amacı, sermayenin üretim araçları üzerindeki egemenliğini pekiştirmek ve bu egemenliği sürdürebilmek için serbest piyasa işleyişini garanti altına almaktır. Türkiye’nin bu politikalara eklenmesi, 24 Ocak 1980 Kararları ile gerçekleşmiştir. Neoliberalizm, kamu yararı ve kamu hizmeti anlayışını değiştirmiştir, siyasal otoriteler tarafından hazırlanan plan ve programlarla serbest piyasa mekanizması doğrultusunda sanayileşmede özel girişimciliğe destek verilmiş, bazı üretim alanlarında devlet tekelinin kaldırılması öngörülmüş, verimsiz olduğu iddia edilerek KİT’lerin özelleştirilmesinin önü açılmıştır.

Kapitalizmin yeniden yapılanma süreci olan neoliberal politikalar, medya sektöründe de dönüşümlere neden olmuştur. Medyada serbest rekabetin ekonomik, toplumsal ve kültürel alanda özgürlük sağlayacağı varsayımıyla yürütülen deregülasyon politikaları aracılığıyla elektronik yayıncılık üzerindeki kamu tekeli kaldırılmış ve ticari yayıncılık anlayışıyla medyada mülkiyet, içerik ve izleyici yapısı da değişmiştir. Mülkiyet yapısının değişimi, beraberinde sermayenin kompozisyonunu, sektörün dinamiklerini ve genel görünümü de tamamen değiştirmiştir. Bu değişimin altında yatan neden; büyük sermaye gruplarının sektöre girmesini hızlandırmak ve küresel bir medya piyasasının oluşumuna katkı sağlamaktır.

Türkiye’de bu süreçte ilk radyo yayıncılığının başladığı 1927 ve TRT’nin ilk TV yayıncılığına başladığı 1968 yıllarından beri var olan radyo ve televizyon yayınındaki devlet tekeli, 1980’lerin sonunda fiilen kırılmaya başlanmış, 1990’lı yıllarla birlikte ticari televizyon ve radyo kanallarının kurulmasıyla, kitle iletişim alanında yeni bir döneme girilmiştir. Bu dönemde, yasal boşluklardan faydalanarak yayın hayatına başlayan televizyon kanalları, denetim sürecinden geçmeyen reklamları da kullanarak Türkiye’deki yayıncılık sektöründe ekonomik ve toplumsal yapıyı etkilemiştir. Bu dönemde, ilk TV kanalı olan Star 1’in yasal düzenlemeler yapılmadan fiilen yayına başlaması Uzan Ailesi ve Ahmet Özal’ın ortaklığında kurulması ve dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın bu TV kanalına yönelik destekler nitelikteki tutumu, bu kanalın meşruluğu konusunda bir tartışmayı gündeme getirmiştir. Söz konusu gayri meşru durum, 1993 yılında, Anayasa’nın 133. Maddesi’nin değişimiyle son bulmuş; Radyo-TV yayınlarında devlet tekeli kaldırılmıştır. Bu değişiklik, ticari kanalların açılması ve faaliyetlerini sürdürmeleri hukuki bir zemine kavuşmuştur.

Radyo ve televizyon alanında devlet tekelinin kaldırılması, medya alanında faaliyet gösteren sermayenin niteliğini de değiştirmiştir. Özellikle 1980'lerde başlayan 1990'lı yıllarla hız kazanan süreçte sektör dışı alanlarda faaliyet gösteren sermaye grupların önce yazılı basına girmesi, 1990 sonrasında ise TV alanında yatırımlara yönelmeleri medyada mülkiyet yapısının değişimine ve medyada yoğunlaşmanın başlamasına neden olmuştur. 1980 öncesinde aile işletmeciliği olarak şekillenen medya, sektör dışı sermayenin etkisiyle holdingleşmeye başlamıştır. Bu holdingler, bir medya kuruluşuna sahip olmanın sağladığı önemli ayrıcalıkları fark etmişlerdir. Siyasal iktidar karşısında güç elde etmek, rakip gruplara karşı bir üstünlük sağlamak, özelleştirmeden pay almak, kredi ve teşviklerden yararlanmak, sahip oldukları medya aracılığıyla diğer faaliyet alanlarının reklamını yapmak gibi faydalar, sermayenin bu sektöre girmesi için özendirici gerekçeler olmuştur. 1983 yılında kâğıda yönelik olarak yapılan devlet sübvansiyonlarının kaldırılması, resmi reklam ve ilanlardan alınan gelirlerin düşüklüğü ve medya sahiplerinin ekonomik zorluklar yaşaması da basın dışı sermayenin bu sektöre girişini hızlandırmıştır. Turgut Özal'ın iktidarı döneminde, iletişim alanında önemli altyapı yatırımlarının yapılması, medyaya sağlanan yardımlar ve teşvik belgeleri bu alanda özelleştirmenin zeminini hazırlanmıştır. Örneğin, 2954 Sayılı Yasa çerçevesinde TRT yayınlarında, bağımsız şirketler tarafından "kaset teslim" programlar yaptırılmış, bu yolla TRT'nin yapmış olduğu programlar özelleştirilmiştir. 1985-1990 arasında TRT için 101 şirketin 206 adet belgesel, gündüz kuşağı yayınları, eğlence programları formatında satın alma yoluyla dış yapım şirketlerine kaynak aktarımı gerçekleştirilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde; devlet, medya sermayesine yönelik kaynakların tahsisi konusunda medya alanında hem piyasanın düzenli şekilde işlemesine hem de mevcut kaynakların optimal şekilde kullanılmasına yönelik birtakım düzenlemeler üzerine yoğunlaşmıştır. Özellikle Türkiye'de, 1980'li yıllarda serbest piyasa ekonomisine geçiş ve 1990'lı yıllarla birlikte medya alanında özelleştirme politikasıyla, kamu tekelindeki telekomünikasyon altyapısının yeniden düzenlenmesi, kamuya açık her türlü enformasyon ve iletişim kanallarının özel sermayenin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde planlanması ve bu alanların sermaye denetimine verilmesi bu süreci destekler niteliktedir. Burada, neoliberallerce devletin düzenleyici bir rol üstlenmesi gerekliliğinin vurgulanmasının altında yatan nedenin, kapitalizmin sermaye birikiminin sürekli kılınmasının amaçlandığının unutulmaması gerekir. Sistemde, kapitalizm ancak devletle bütünleştiğinde başarı elde edebilecektir. Devlet, liberal kuramın öne sürdüğü gibi bağımsız, bütün toplumu koruyan/kolluyan değil; kapitalist sınıf egemenliğini pekiştiren bir yapıdadır. Dolayısıyla medyadaki mülkiyet ilişkileri, devletin

müdahalesinin sınırlandırıldığı neoliberal anlayış ile devletçi uygulamaların öngördüğü kamusal hizmet anlayışı arasındaki çelişkiler içerisinde şekillenmiştir.

Medya alanında 1980’lerde tartışılan önemli konulardan birisi de; hükümetlerin, kendisine yakın olan basın kuruluşlarına destek vermesi ve bu süreçte yaşanan kutuplaşmalardır. TBMM, *Bazı Gazetelerin Kullandıkları Kredileri Araştırma Raporu*’nda; belirli gazetelere usulsüz ve aykırı fon kaynaklı kredilerin kullandırıldığı açıklanmıştır. Özellikle Tansu Çiller, Turgut Özal ve Süleyman Demirel hükümetleri döneminde medya kuruluşlarına toplam 2,6 Trilyon liralık teşvik dağıtıldığı belirtilmiştir. Raporda, en fazla payı Sabah Gazetesi ile birlikte, Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin aldığı ifade edilmiştir. Söz konusu teşvik ve yardımlar basın-iktidar ilişkisinin yeniden şekillendirmiştir. Yeni medya düzeninde sermaye grubu iktidar-basın arasında uygulanan mesafeli ilişkiden uzaklaşmış; medya, kendi çıkarları doğrultusunda kamu adına iktidarı denetlemekten vazgeçmiş, siyasallarla yakınlaşma çabası içine giren yeni bir kimliğe bürünmüştür. Dönemin siyasetçileri, radyo ve TV kanallarını kamuoyuna yönelik propaganda aracı olarak görmüşler, Avrupa kökenli şirketleri Türkiye genelinde yapılacak programlara altyapı ve teknik donanım için gerekli ekipmanları satabilmek arzusuyla ve ticari şirketler için de kârlı bir yatırım olması sebebiyle liberal medya düzenini desteklenmiştir. Ülkede uygulanan deregülasyon politikaları uyarınca, radyo ve TV kanalları en yüksek izlenme oranına sahip olma düşüncesiyle programlarında her türlü şiddet ve cinsel içerikleri kullanarak, toplumsal sorumluluk bilincinden uzaklaşmışlardır. Kitle iletişim araçları sahipleri tarafından, siyasi arenada ve rakipler karşısında kullanılan bir koz olarak görülmüştür.

Medya alanı dışında faaliyet gösteren holdinglerin medya sektörüne girmesiyle tekelleşme süreci, ticari radyo ve televizyonların kurulması, gazeteci pratiklerinde değişim, dağıtımda, reklam alanında yapılan kartel anlaşmalar, medya içeriklerinin magazinleşmesi, emek gücünü kontrolü için yapılan anti sendikal anlaşmalar sektörün dinamik tamamlayıcıları haline gelmiştir.

Bu süreçte, Türk medyasında aile tipi işletme modelinden profesyonel işletmecilik anlayışına geçiş yaşanmış, karar verme ve stratejik politikalar geliştirme işi, profesyonel yöneticiler tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Medya, büyük sermaye ve profesyonel işletmecilik anlayışının birleşimiyle mal/hizmet üreten, yatırım yapan ve pazar koşullarına uymaya çalışan bir sektör haline gelmiştir. Ticari anlayışla yönetilen medya kuruluşları, kamu yararı-kamu hizmeti anlayışının değişmesi ve teknolojik gelişmelerin de eklenmesiyle neoliberal düşüncenin “serbest girişim özgürlüğü” esas alınarak medyanın toplumsal sorumluluk alanı daraltılmıştır.

1990'lı yılların başında Türk medyasında, Hürriyet Grubu, Medya (Merkez) Holding, İhlas Holding, Doğan Grubu, Asil Nadir Grubu ve Ilıcak Grubu'nun hakimiyeti sürerken, aynı yıl içerisinde Erol Aksoy, Ayhan Şahenk, Cem Uzan ve Mehmet Emin Karamehmet gibi iş insanlarının da bu alana girmesiyle yeni bir yapılanma dönemine geçilmiştir. 1990'larda gazetelerin toplam satış payları ve reklam gelirleri dikkate alındığında, medya alanında birkaç holdingin egemen olduğu oligopolleşme sürecinin yaşandığını daha net görülmektedir. Şüphesiz bu durumda, dönemin istikrarsız seyir izleyen koalisyon hükümetlerinin de önemli etkisi olduğu gerçeğinin göz ardı edilmemesi gerekir. Özellikle, Doğan ve Bilgin'in sahip olduğu gruplarının medya alanında, siyasi iktidarla olan yakın ilişkileri, reklam ve dağıtım alanında oluşturdıkları tekelci yapılarını güçlendirmiş ve dağıtım alanlarında kurdukları BİRYAY adlı dağıtım şirketiyle medya alanında egemenliklerini pekiştirmişlerdir. 2000'li yıllarda, Doğan, Merkez, Çukurova ve Doğu gruplarının televizyon yayıncılığı alanında toplam piyasanın yüzde 90'nına sahip olduğu görülmektedir.

2000 yılı ve sonrasında medyaya yatırım yapan sermaye grupları sadece gazete ve dergi yayımlayarak ya da TV kanalları kurarak büyümenin mümkün olmadığını farkına varmışlardır. Satış ve reklam gelirlerine rağmen, medya alanında büyümenin temelini ya sanayi kompleksi haline gelmek ya da içinde bankaların finansal kuruluşların bulunduğu diğer sektörlerle bütünleşmiş bir holdingin parçası olmak gerektiği görülmüştür. Holdingler yeni anlayışla şekillenen medya sektöründe etkili olabilmek, izleyici/okuyucuyu çekebilmek için yüksek oranda bir fon akışı yaratmışlardır. Tüm alanlarda teknoloji yenilenmiş, ölçekler büyütülmüş ve medya sektörü Babıâli'den İkitelli'ye plazalara taşınarak yeni bir döneme geçilmiştir. Medyada büyümenin temel koşulu olarak görülen finans sektörü ile bütünleşme çabaları ülkede yaşanan 2001 krizi ile sektöre uğramıştır. Krizden en fazla etkilenen finans sektöründe yaşanan olumsuzlar, bu finans kuruluşlarının bağlı olduğu holdinglerin medya yapılarını da etkilemiştir. Kriz ile birlikte fona ilk devredilen medya grupları Uzan Grubu, Avrupa ve Amerika Holding Grubu, Olay Medya Grubu ve Bilgin Grubu olmuştur. Çukurova Grubu ve İhlas Grubu TMSF ile borç anlaşması imzalayarak borç yükümlüklerinden kurtulmuş ve fona devredilmemiştir. Bu dönemde krizden en az etkilenen grup, Doğan Grubu olmuştur.

Aynı dönemde, medya sahipleri için kamu ihalelerine girişin önündeki engelin kaldırılması, büyümeyi hedefleyen medya dışı sektörden gelen sermaye gruplarının, özelleştirme ihalelerinden yararlanmalarının da yolunu açmıştır. Başlangıçta özelleştirme, devlete oranla daha az maliyetle daha çeşitli mal ve hizmet üreteceği temel alanlara yönelmişken; sonraki dönemlerde bu yönelim ekonomide verimlilik ve üretim artışı gibi gerekçelerle telekomünikasyon ve enerji sektörü gibi alanlara kaymıştır. Alt yapısı devlet

tarafından hazırlanan bu alanın özel sektöre açılması, yerli ve yabancı sermaye gruplarının ilgisini çekmiştir. Medya alanına yatırım yapan sermaye grupları da özellikle RTÜK Yasası'nın 29. Maddesi'nde öngörülen medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişine yönelik engellemelerin kaldırılmasıyla enerji, telekomünikasyon ve diğer alanlara yönelmiştir. Enerji sektöründe yatırımlarını genişleten en önemli grup Doğan Grubu olmuştur. Benzer şekilde Uzan Grubu'nun sahibi olduğu Rumeli Holding, İhlas Grubu, Ciner Grubu ve Çalık Grubu da bu özelleştirme ihalelerine katılan sermaye grupları olmuşlardır.

Yeni medya düzeninde kamuoyuna, doğru, güvenilir, yansız bilgi ve haber aktarmak yerine; tamamen piyasada iktisadi, ideolojik, siyasi alanda güçlü olan iktidarların ve sermaye gruplarının beklentilerine karşılık veren içerikler üretilmeye başlanmıştır. Bu süreçte üretilen medya içerikleri, hem bir emtia formatındadır hem de kapitalist materyal ilişkilerin taşıyıcısı durumundadır. Medya, kapitalist sistemin ekonomik ve ideolojik olarak pazarlanmasını sağlamaktadır. Bunu da kültürü, düşünceyi, ideolojiyi ve bilgiyi emtia formatında üreterek yapmaktadır. Sunulan reklamlar aracılığıyla da, kapitalist emtia üretiminin ve tüketimin hızlanmasını sağlanmakta; tüketici emtiası yaratmak içinse izleyicinin/okuyucunun bilinçleri biçimlendirilmektedir. Bu süreçte benzer kültür, inanç ve eğlence alışkanlıkları ile donatılarak standartlaşmış ve küresel değerleri içselleştirmiş edilgen bir izleyici/okuyucu kitlesi yaratılmıştır. Benzer şekilde dönemin izleyici kitlesi varolan ekonomik ve siyasal sorunlardan kaçmak için eğlence içeriklerine yönelmiş; tüketim, bireyselleşme, rekabet, imge üretimi gibi yeni dünya düzenine ait kavramlarla egemen ideolojinin söylemleri doğrultusunda yeni bir kültüre eklenmiştir. Türkiye'de 1970'li yıllardaki "ortak kültür", "ortak değerler" "dayanışma" gibi kimlikler, yerini 1980 sonrasında "*birey olma, bireyciliğin ikame edilemez vazgeçilmez olduğu felsefesine bırakmış*" özgürleşme adı altında yeni bir yaşam tarzı dikte ettirilmiştir. Bunun yanı sıra, tekelleşmenin etkisiyle yaratılan "muhafazakârlık" güçlendirilmiş ve yerel kültürler aşındırılmıştır. Bahsedilen muhafazakârlık, küreselleşen neoliberal dinamikler çerçevesinde liberalleşmeyi öne çıkararak sistemi meşrulaştırmakta, ekonomide neoliberalizmin toplumsal, kültürel ve siyasi olmak üzere tüm alanlara yayılmasına öncülük etmekte, egemen ideolojiyi desteklemektedir. Bu açıdan, medyada muhafazakârlığın temsili, özellikle liberal öğretinin savunucusu olan siyasi ve ekonomik muhafazakârlığın, 1980 sonrası dönemde ticari yayıncılık anlayışının gelişimiyle başladığı söylenebilir. Dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın TRT'de yayınlanan "İcraatın İçinden" programı aracılığıyla halktan uygulayacağı politikalar konusunda destek alma çabaları, medyanın muhafazakâr temsiliyetine örnek teşkil etmektedir. Ayrıca bu dönemde yayınlanan dini programlar, kadın programları, farklı ideolojilere sahip katılımcılarla gerçekleştirilen açık oturum programları, sayıca artan

reklamlar da bu kategoride değerlendirilebilir. Ticari kanalların kurulması farklılaşan izleyici kitlelerine yönelik farklı formatlarda içeriklerin oluşmasına neden olmuştur. Oluşturulan içerikler, piyasa mekanizmanın ihtiyacı olan *talebin kontrolü sonrası tüketime yönelim* anlayışına uygun bir zemin hazırlamıştır. Örneğin, Star-1 kanalı izleyiciyi tüketici ve müşteri olarak konumlandırırken farklılığa vurgu yapmak için, “sizin için”, “sizin televizyonunuz” söylemini kullanmıştır. Ticari yayıncılık kamu yayıncılığından farklı olarak, “sizin TV’niz-sizin yayınlarınız” vurgusu üzerine oturtulmuştur. Televizyon kanallarının artışı, ticari yayıncılık anlayışında reklam ve tanıtım stratejilerinin eklenmesiyle birlikte, kanallar, tüketici olarak gördükleri izleyici kitlesini yönlendirmek için basın reklam ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir.

1990’lı yıllarda kanal sayılarının artması program tür ve formatlarını da değiştirmiştir. Yabancı yayın kuruluşlarıyla etkileşimin artması, TV alanında yabancı tür ve formatların taklit edilmesine, bu tür ve formatların içerisine yerel içerikler eklenerek hibrit bir yapının oluşmasına yol açmıştır. Basın alanında da gazetelerde okuyucunun ilgisini çekebilecek nitelikte olan eğlendirici, mizahi ve dramatik öğelere yer verilmiş, medya magazinleşmiştir. Ülkede yaşanan ekonomik gelişmeler, toplumsal değişimler ve siyasal süreçler genellikle magazinleşen medyanın yayınlarına yansımamakta, eğer bu tür haberlere yer verilecekse de magazin boyutu öne çıkarılarak verilmektedir. Bu durum, haberin tarafsız, doğru ve güvenilir olması ilkelerinin görmezden gelinmesi anlamına gelmektedir. Tiraj ve reyting kaygısıyla yapılan magazinleşen içerikler; reklam, tüketim ve manipülasyona dayalı, ideolojiyi eğlence içerikleriyle izleyiciye taşımıştır. Medyada hem magazinleşen içerikler hem de magazin programlarıyla ön plan çıkan reklamlar aracılığıyla, ürün/hizmeti tüketiciyle buluşturulmakta ve nihayetinde de sermaye sahibine kâr sağlamaktadır. Türkiye’de, holdingler aracılığıyla yaratılan tekelleşme sürecinde birbirine benzeyen, egemen sisteme uygun düşecek, ülkede yeni yaşam değerlerini bir meta haline getirecek her türlü içeriğin üretildiği; reklamverenlerin ve medya kuruluşlarının kârlarını artırmaya yönelik olarak ilişkilerini geliştirdiği bir medya ortamının mevcut olduğu görülmektedir.

1980’lerde yaratılan serbest piyasa mekanizması mantığıyla bireysel ve toplumsal alanda yaşanan gelişmeler gazetecilik mesleği ve pratiklerini de etkilemiştir. Sektör dışından gelen sermaye gruplarının uygulamaları hem gazetecilerin özerkliği hem de kurum içi özerklik konusunda sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Medya kuruluşlarının, ticari bir mantık ile yönetilmesi, gazetecilerin özerk davranmasını sağlayacak hukuksal düzenlemelerin olmaması, gazete sahiplerinin habere müdahalesi ve etik dışı yaklaşımları özerklik konusunda şüphe yaratmaktadır.

Neoliberal politikaların bir sonucu da; medya çalışanlarının kadrosuz ve sigortasız çalıştırılmaları, sendikasızlaştırılmaları, tazminatsız olarak işten atılmaları yeni medya düzeninde sıkça rastlanan uygulamalardır. Neoliberal politikalar sendikacılık hareketlerinin gelişimini olumsuz etkilemiştir. Küreselleşme sürecinde emek piyasasında esnek üretim sürecine geçiş, işgücünde, küresel, bölgesel, ulusal ve işletmeler bazında kutuplaşma eğilimi yaratmıştır. Bu eğilim işgücünü nitelik/niteliksiz ya da ucuz/pahalı emek olarak bölümlendirmekten ziyade; bütün dünyada bilgi alım ve paylaşım noktasında ‘küçük bir elit’ işgücü yaratarak, çalışanların büyük bir kesimini de istihdam dışına itmiştir. Küreselleşme sürecinde ihtiyaç duyulan en önemli işgücü, üretimde teknoloji kullanabilen ve üretimi yönlendirebilen bir kesimdir. Küresel sistemde istihdam sorununun değişimine paralel olarak, başta sendikalar olmak üzere, emeğe yönelik tüm toplumsal oluşumlar da engellenmiştir. Emeğin hukuki güvencesinin kalmaması, emeği sermayenin her türlü istismarına açık hale getirmiştir. Özellikle 1990’larda bu politikaların etkisi ile medyada esnek üretim, ücret dengesizliği, güvencesiz çalışma, uzmanlaşma, işbölümü gibi kavramlarla karakterize edilmiş ve bu koşullarla çalışan bir gazeteci kitlesi yaratılmıştır. Sendikasızlaştırma sürecinde gazeteciler, *212 Sayılı Kanun* hükümlerinde değil *1475 Sayılı İş Kanunu* hükümlerine göre çalıştırılmışlardır. Ayrıca gazeteciler, stajyer kimliği ile uzun süre kadrosuz ve sigortasız çalıştırılmış; stajyerlikten çıkarılmış kesim ise fikir işçisi statüsünde iş sözleşmesi imzalamak zorunda kalmışlardır. Aynı şekilde basın çalışanları tüm olumsuzlara ilaveten bu kez de taşeron sistemine tabi tutulmuşlardır. Taşeron sitemindeki gazete çalışanları, basın işkolu dışında kaldıkları için daha düşük ücretlere istihdam edilmiş ve kanunla belirlenmiş olan toplu sözleşme hakları ellerinden alınmıştır. 1990 sonrası dönemde medyada egemen olan sendikasızlaşma sürecine verilecek önemli örneklerden birisi, 1992 yılında Aydın Doğan yönetimindeki *Milliyet* gazetesinde gazetecilerin noter aracılığı ile sendikadan istifa etmesi sağlanmış ve sendika ile bağları tamamen koparılmıştır. 1994 yılında yine aynı gruba bağlı *Hürriyet* gazetesinde de benzer uygulamalar yaşanmış; en son olarak 2001 kriziyle binlerce kişinin işine son verilmiştir. Dönemde işten çıkarılan basın mensuplarının bir kısmı yeniden iş bulamama endişesiyle ilgili gruplara dava açmamıştır. Bunun en çarpıcı nedeni, aynı sektörde tekelleşme koşullarında firmaların kendi aralarında yaptıkları ‘centilmenlik anlaşması’ gereği hizmet akdine son verilen gazetecinin diğer medya grubundaki faaliyetlerine engel olunmasıdır.

Medya alanında yaşanan dönüşümler tarihsel çerçevede incelendiğinde; 1980’li yıllardan başlayarak günümüze kadar farklı sektörde faaliyet gösteren holdinglerin medyalaşmaya başladığı bir dönemin olduğu görülmektedir. Bu süreçte 1980-2002 yılları arasında incelediğimiz ana faaliyet alanları ticaret ve sanayi olması yanında medya alanında da

faaliyet gösteren sermaye gruplarının çoğunluğu bu süreçte medya sahibi olma avantajlarından yararlanarak iktidarlara ilişkileri doğrultusunda devletin teşvik ve yardımlarından yararlandığı, KİT'lerin özelleştirmesi kapsamında ihalelere katıldıkları ve pay aldıkları görülmektedir. Bununla birlikte medyaya yatırım yapan sermaye grupları, yazılı ve görsel medya faaliyetleri ile yetinmemişler; büyümenin sanayi kompleksi haline gelmenin önemli koşulu olarak, finansal kuruluşlar ile bütünleşmiş holdingleşen bir yapıya dönüşmüşlerdir. Bu süreçte holdingleşen medya grupları, Türkiye’de medya sektöründe hem yatay hem dikey hem de çapraz tekelleşme süreçleri ile medya endüstrisinde dönüşüm yaşatmış; medya alanındaki “özerklik”, “çoğulculuk” gibi kavramlarının gelişimini engellemiş ve medyayı tekdüzeliğe yönlendirmiştir.



KAYNAKÇA

- Açdoyuran, S. (2001). “Radyo- Televizyon Üst Kurulu ve İdari Teşkilat İçindeki Yeri”. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9(1-2): 282-298.
- Adaçay, R.F ve İslantince, H. (2009). İktisadi Düşünceler Tarihi. Ekin Kitabevi, Bursa.
- Adaklı, G. (2001). “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”, *Medya Politikaları*. D. B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk ve G. Adaklı (Der.), İmge Yayınevi, Ankara, 163-168.
- Adaklı, G. (2003). *Türk Medya Sektöründe Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri* (1980-2003). Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Afşar, K.E. ve Özyiğit, M. (2017). “Karl Marx Bir Klasik mi? “Adam Smith ve Karl Marx Üzerinden Kavramsal Bir Karşılaştırma” *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2): 239-262.
- Aksoy, M. (2009). “Basından Medyaya: Küreselleşmenin Bedeli”. *Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın*. K. Alemdar. (Ed.), Gazeteciler Cemiyeti Yayını, Ankara, 588-602.
- Akşin, S. (2020). *Kısa Türkiye Tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Aktan, C. C. (1994). *Çağdaş Liberal Düşüncede Politik İktisat*. Takav Matbaacılık, Ankara.
- Aktan, C. C. (1995). “Klasik Liberalizm, Neo-Liberalizm ve Libertarianizm”. *Amme İdaresi Dergisi*, 28(1): 3-32.
- Aktan, C. C. (2010). “Monetarizm ve Rasyonel Beklentiler Teorisi”. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(1): 168-187.
- Aktan, C. C. ve Yay, S. (2016). “Regülasyonların Politik İktisadı: Regülasyonların Etkileri”. Fayda ve Maliyetleri. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 8(2): 80-102.
- Aktan, C. C. ve Eroğlu, M. Y. (2018). “Avusturya İktisat Okulu: Menger’den Mises’e; Hayek’den Kirzner’e...” *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*. 10(2): 111-142.
- Aktan, C. C. ve Özkıvrak, Ö. (1999). *Devlet mi, Piyasa mı? Kamu ve Özel Sektör Arasında Performans Karşılaştırmaları*, Tosyöv Yayınları, Ankara.
- Akyazan, A.E. (2006). “Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun Bankalara El Koyma ve Denetleme Yetkisi”. *TBB Dergisi*, 63: 146-172.
- Alemdar, K. ve Kaya, R. (1993). *Radyo Televizyonda Yeni Düzen Dünya Deneyi ve Türkiye’deki Arayışlar*. TOBB Yayınları, Ankara.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ümit Yayınları, Ankara.

- Alemdar, K. (2009). “Basında Promosyon. 1980 Sonrası Türkiye’de Muhalif Basın”. Korkmaz A. (Ed.), *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün Bugün Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 620-621.
- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*. Beta Basım, İstanbul.
- Altay, N. (2000). “Türkiye’de İktisadi Dönüşümlerin Sosyo-Ekonomik Sonuçları Üzerine Bir Deneme”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 15(2): 49-68.
- Amin, S. (2000). *Değişim Halindeki Dünya Sistemi*. (Çev. F. Başkaya). Maki Yayıncılık. Ankara.
- Aras, Ö. (2008). *Türk Basınında Mülkiyet ve Sahiplik Yapısı Bağlamında Özelleştirme Uygulamaları: Ciner Medya Grubu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arat, Y. (1991). “Politics and Big Business: Janus-Faced Link to the State”. M. Heper (Ed.), *Strong State and Economic Interest Groups: The Post-1980 Turkish Experience*, Walter de Gruyter, New York, 135-148.
- Arcayürek, C. (1986). *Cüneyt Arcayürek Açıklıyor/10*. Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Armağan S. (1997). “Basın Hürriyeti ve Sınırları”. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 2(1-2): 197-204.
- Arrighi, G. (2001). “Braudel, Capitalism, and the New Economic Sociology.” *Review*, 24(1): 107-123.
- Asker, A. (2009). “Siyasetin Basını Denetimine Örnek: Öncü ve BTV”. K. Alemdar (Ed.), *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün Bugün Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 555-583.
- Atılğan, S. (1993). “Basın Ekonomisi ve Promosyon”. *Marmara İletişim Dergisi*, 3(3): 233-238.
- Atılğan, S. (2001). *Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları*. BAS-HAŞ Yayınları, İstanbul.
- Atılğan, S. (2009). *Türk Basınında Fikir İşçileri ve Yasal Hakları*. Bas-Has Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını. İstanbul.
- Ataay, C. K. (2016). “Hayek ve Friedman’ın Devlet Anlayışı”. *Siyasal Bilimler Dergisi*, 4(1): 129-151.
- Avşar, Z. (2004). “Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları”. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2):121-144.
- Aydın, Y. (2013). “Say Yasası: Keynes’in Yorumu ve Son Dönem Tartışmaları”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 63(1): 81-130.

- Aydoğan, M. (2018). *Türkiye Üzerine Notlar*. Galeati Yayıncılık, Ankara.
- Aydoğan, T. (2012). “Ücretsiz Günlük Gazeteler ve Medya Piyasası”. *Atatürk İletişim Dergisi*, (3): 81-90.
- Ayek, F. A. Von. (1997) *Kanun, Yasama Faaliyeti ve Özgürlük Cilt III; Özgür Bir Toplumun Siyasi Düzeni*. (Çev. M. Öz), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- Aziz, A. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş)*. Hiperlink Yayınları, İstanbul.
- Bagdikian, B. (2004). *The New Media Monopoly*. Beacon Press, Boston.
- Bali, R. N. (1999). “Yeni Aristokratlar: Köşe Yazarları”. *Birikim Dergisi*, 117: 48-56
- Barret B. Oliver (2006). “Ekonomi Politik Yaklaşım”. L. Yaylagül (Der.). *Kitle İletişimin Ekonomi Politikası*. Dalbaz Yayıncılık, Ankara: 1-7.
- Barry, N. (2004), *Modern Siyaset Teorisi*. (Çev. M. Erdoğan ve Y. Şahin), Liberte Yayınları, Ankara.
- Basmacı, G. (2019). “Koalisyon Hükümetlerinde Basın Özgürlüğü: Doğru Yol Partisi ve Sosyal Demokrat Halkçı Parti/Cumhuriyet Halk Partisi Örneği (1991-1996)”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (33): 63-79.
- Başkaya, F. (1986). *Devletçilikten 24 Ocak Kararlarına*. Birlik Yayıncılık, Ankara.
- Baştaymaz, T. (1998). “Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Açmaz: Aşırı İşsizlik ve Kırsal Eksik İstihdam”. *MESS Mercek Dergisi*, 3 (10): 20-25.
- Baykal, M. (2007). “Hukuki Boyutlarıyla Finansal Krizler”. *Bankacılar Dergisi*, 60 (33): 33-48.
- Bayram, Y. (2013). “Küreselleşme Sürecinde Medya Sektörünün Değişen Doğası ve Türk Medya Sektörüne Yansımaları”. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(3): 234-261.
- Baytar, O. (2011). “Küreselleşme Dinamiklerinin Medya Sektörüne Etkileri”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 45-66.
- Baytar, O. (2013). *Teorik ve Pratikte Açından Medya Ekonomisine Bakış*. Çizgi Yayınevi, Konya.
- Behcet, M. (2014). *Olağanüstü Hal Uygulaması ve Teorik Temelleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bek, M. G. (2003). “Avrupa Birliği’nde İletişim Alanının Düzenlenmesi: Kültür Ağırlıklı Politikadan Ekonomi Merkezli Politikaya Doğru”. M. G. Bek (Der.). *Avrupa Birliği Türkiye’de İletişim Politikaları*, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- Belsey, A., ve Chadwick, R. (1995). “Ethics As A Vehicle for Media Quality”. *European Journal Of Communication*, 10(4): 461-473.

- Belsey, A. ve Charwick, R. (2002). “Medyada Kalitenin Bir Aracı Olarak Etik”. S. İrvan (Ed.), *Medya Kültür Siyaset*. Alp Yayıncılık, Ankara, 423-441.
- Besley, T. ve Burgess, R. (2002). “The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence From India”. *The Quarterly Journal Of Economics*, 117(4): 1415–1451.
- Birler, Ö. (2012.) “Liberalizm”. E. Atılgan ve A. Aytekin (Ed.). *Siyaset Bilim Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler*. Yordam Kitap, İstanbul, 299-313.
- Birol S. (2018). *1980 Sonrası Türk Medyasında Sermaye Yapısının El Değiştirmesinin Basında Köşe Yazarlığına Etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boas, T. C., ve Gans-Morse, J. (2009). “Neoliberalism: From New Liberal Philosophy To Anti-Liberal Slogan”. *Studies In Comparative International Development*. 44(2): 137-161.
- Boratav, K. (2011). *Türkiye İktisat Tarihi*. İmge Yayınevi, Ankara.
- Buğra, A. (1997). *Devlet ve İş adamları*. İletişim yayınları, İstanbul
- Bulunmaz, B. (2010). “Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı ve 2001 Krizi Öncesi ve Sonrası Reklam Gelirlerinin Analizi”. *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi*, 24(86): 49-67.
- Bulunmaz, B. (2011). “Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu”. *Öneri Dergisi*, 9 (36), 237-246.
- Bulut, S. (2000). *1980’den Günümüze Basının Mülkiyet ve Sahiplik Yapısında Değişmeler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Bulut, S. (2009). “Osmanlı’dan 1980’li Yıllara Basının Mülkiyet Yapısı”. S. Bulut (Der.). *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi: Ekonomi Politik Yaklaşımlar*. Ütopya Yayınevi, İstanbul: 61-75.
- Burun, F. (2017). *Ekonomi Politikasının Tarihsel Süreci*. Cinius Yayınları, İstanbul.
- Büyükbaykal, C. I. (2011). “Günümüzde Türkiye’deki Televizyon Yayıncılığının Genel Görünümü”. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 3(10), 23-33.
- Can, A. (2011). “Görsel-İşitsel İletişim Özgürlüğünde Tekel ve Oligopol Sorununa Genel Bir Bakış. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 60(2): 197-226.
- Canoruç, M. Ş. (2009). “Anayasal Kurum Olan TRT’nin” Özerkliği”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 16-45.
- Cemal, H., (1990). *Özal Hikayesi*. Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Ceylan, A. (2006), “Tanzimat Dönemi Osmanlı Basım ve Yayımlarında Hukuki Düzen (1839-1876)”, *Türk Hukuk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (1): 139-155.

- Chomsky, N. (2005). *Medya Denetimi*. Everest Yayınları, İstanbul.
- Çakır, H. (2010). “Türkiye’de Özel Radyoculuğun Dünü, Bugünü”. *Radyovizyon Dergisi*, 5-7.
- Çakır, V. ve Gülnar, B. (2007). “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18: 207-223.
- Çankaya, Ö. (1997). *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Çaplı, B (2002). *Medya ve Etik*. İmge Yayınevi, Ankara.
- Çavdar, T. (1992), *Türkiye’de Liberalizm (1860-1990)*. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Çelebi, I. (1991). *Dışa Açık Büyüme ve Türkiye*. E Yayınları, İstanbul.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür: 90’lı Yıllarda Sosyo Kültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Çelik, M., Öztürk, M., ve Kandemir, H. (2018). “Taşeron Çalışanların İş Güvencesi Algılarına İlişkin Alan Araştırması ve 375 Sayılı KHK 23. ve 24. Madde Sonrası Değerlendirme”. *İş ve Hayat*, 4(8): 74-117.
- Dağtaş, E. (2006). *Türkiye’de Magazin Basını*. Ütopya Yayınevi, İstanbul.
- Dahlgren, P. (2000). “Key Trends In European Television”, *Television Across Europe*, a Comparative Introduction. J. Wieten, G. Murdock, P. Dahlgren (Ed.), Sage Publications. London, 23-34.
- Dalgaldere, S. (2011). “Eleştirel Ekonomi Politike Bakış”. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 70-85.
- Darendeli, A.(2007). “Medya Yoğunlaşması. Tekelleşmenin Denetimi ve Çoğulculuğun Kurulması”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2007, (68): 94 134
- De Smaele, H. (2009). “The Enlarged Audio-Visual Europe: The Many Faces of Europeanization”. A. Charles (Ed.), *Media in the Enlarged Europe: Politics, Policy and Industry*, Intellect Books, Chicago, 13-23.
- Deirdre, K. ve Bek-Gencel, M. (2005). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları-Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik*. Ankara Üniversitesi Basım Evi, Ankara.
- Demir, Ş. (2015). “İktidar-Basın İlişkilerinin Osmanlı Devleti’nde Görünümü (1831-1918)”. *International Journal of Social Science*. 33 (1): 367-377.
- Demir, V. (1994). “Türkiye’de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması”. *Marmara İletişim Dergisi*, 7: 179-189.
- Demir, V. (2007). *Türkiye’de Medya ve Siyaset İlişkisi*. Beta Basım Yayım, İstanbul.

- Dikkaya, M. ve Özyakışır, D. (2008). “Türkiye Ekonomisinde Yeni Arayışlar: 1946-1960 Dönemi”. M. Dikkaya, D. Özyakışır, A.Üzümcü (Ed.). *Türkiye’nin Ekonomi Politikası 1923-2000*. Orion Kitabevi, İstanbul, 105-123.
- Djankov, S., La Porta, R. Lopez-de-Silanes, F.; ve Shleifer, A. (2002) “The Regulation of Entry.” *Quarterly Journal of Economics* 117:1–37.
- Djankov, S., McLiesh, C., Nenova, T., & Shleifer, A. (2003). *Who Owns The Media?* Journal of Law and Economics, 48 (October): 341-380.
- Doğan, M. S. (2003). Siyasi Muhafazakârlıkla Örtüşen Toplumsal Muhafazakârlığın Medyatik Tahrifi. *Sosyoloji Konferansları*, (28): 53-60.
- Doyle, G. (2002). *Understanding Media Economics*, Sage Publication, London.
- Duman, M. Z. (2011). “Turgut Özal’ın Politikalarında Ekonomik Rasyonalizm”. *Sosyoloji Dergisi*, (23): 105-123.
- Duran, R. (1999). “Global Medya ve Türkiye: Militarizm ve Milliyetçilik Sizde Kaç Dolar”. *Birikim Dergisi*, 117: 30-33.
- Dursun Ç. Ve Alemdar, K. (1999). “Medya Dünyası”. *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. K. Alemdar. (Ed.), Alfa Yayıncılık, İstanbul, 125-139.
- Dursun D. (2001). *Demokrasi Sorunu ve Türk Demokrasisi*. Şehir Yayınları, İstanbul.
- Dündar, L. (2016). “12 Eylül 1980 Darbesinin Basına Etkileri”. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 16: 125-154.
- Egeli, H. A. (2001). “Dış Ticaret Açısından Sanayileşme Stratejileri ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2): 149-161.
- Ekdi, B. (2004). “Dikey Anlaşmalar Yoluyla Piyasanın Kapatılması. Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu”. Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara, 1-32.
- Ekinci A. (2001). 2001 Krizi Sonrası Türkiye Ekonomisindeki Büyümenin Sırrı: Daha Liberal Bir Ekonomi (?). *Liberal Düşünce Dergisi*, 18 (72), 109-126.
- Ekinci M. B. (2008). “Türkiye’de İktisadi Krizler ve İstatistikler İtibariyle Sektörel Analizler”. M. Dikkaya, D. Özyakışır, A. Üzümcü (Ed.). *Türkiye’nin Ekonomi Politikası 1923-2007* Orion Kitabevi, İstanbul, 239-280.
- Ekzen, N. (1999). “Medya ve Ekonomisi Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma-Toplulaşma Tekelleşme Yapısı (1965-1995)”. K. Alemdar (Ed.). *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. Alfa Yayıncılık, İstanbul, 85-107.
- Eraslan, H. (2009). “Osmanlı’da Yabancı Dilde Basın”. K. Alemdar (Ed.), *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 5-7.

- Erçin, A. (2017). “İngiliz Doğu Hindistan Kumpanyası ve Kumpanyanın Ticari Faaliyetleri (1600-1858)”. *Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi E-Dergi*, 4(2): 111-133.
- Erdal, A. ve Dilek, Ö. (2008). “Kamu Müdahaleciliğinin Yeni Evresi ve Planlı Ekonomi: 1960-1980 Dönemi”. M. Dikkaya, D. Özyakışır, A.Üzümcü (Ed.). *Türkiye’nin Ekonomi Politikası 1923-2007*. Orion Kitabevi, İstanbul, 12-139.
- Erdem, B. (2015). “Türkiye’de Yeni Medya Düzeninin Oluşumunda Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’nun Rolü. *İnsan ve İnsan*”, 2(6):37-54.
- Erdem, B.N. (2017). “Medyadaki Mülkiyet İlişkilerinin Yereldeki Dönüşümü: Haber Medya Grubu Örneği”. *International Journal Of Social Science*, (61):337-362.
- Erdoğan İ. (1997). *İletişim Egemenlik ve Mücadeleye Giriş*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2002). “Tekelleşme Medya ve Medya Pratikleri”. *Toplum ve Hekim Dergisi*. (Kasım-Aralık): 417-424.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2005). *Öteki Kuram*. Erk Yayınları, Ankara
- Eroğlu, C., (2003). *Demokrat Parti Tarihi ve İdeolojisi*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Ersoy, A. (1994) “Tekelleşme Doludizgin”. *Ekonomik Forum*. Kasım: 8-11.
- Fung, A. Y. H. (2006). “Medya Ekonomisinin Politikası ve Medya Politikasının Ekonomisi”. L.Yaylagül. (Çev.ve Ed.). *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası*. Dalbaz Yayıncılık, Ankara, 31-60.
- Gambetti, Z. (2009). “İktidarın Dönüşen Çehresi: Neoliberalizm, Şiddet ve Kurumsal Siyasetin Tasfiyesi”. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (40): 145-166.
- Garnham, N. (2008). “Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma Mı Boşanma Mı?” Çev. S. Çelenk, (Çev. ve Ed). *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, De Ki Yayınevi, Ankara, 115-129.
- Geray, H (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Gevgilili, A. (1983). *Türkiye Basını. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi 1*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Glaeser, E., Scheinkman, J., ve Shleifer, A. (2003). “The Injustice of Inequality”. *Journal of Monetary Economics*. 50(1): 199-222.
- Golding, P. ve Murdock, G. (2014). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”. (Çev. B. Kejanlıoğlu). *Medya, Kültür, Siyaset*. S. İrvan. (Der). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 49-77.

- Göker, G., Doğan, A.ve Demir, M. (2009). “Basın ve Siyaset İlişkisi Kıskaçında Haberde Tarafsızlık İlkesi”. *Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Etik Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*, Elazığ, 233-251.
- Görgülü, G. (1991). *Basında Ekonomik Bağımlılık ve Tekelleşme*. Gazeteci Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Gumbel, W. (1981). “Atatürk’ün Devletçiliği, Alternatifleri ve Geleceği”. *Atatürk ve Cumhuriyet Dönemi Türkiye*. TOBB Yayını. İstanbul, 197-222.
- Gurevitch, M. ve Blumler, J.G. (2002). “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler”. S. İrvan (Ed.). *Medya Kültür Siyaset*. Alp Yayıncılık, Ankara, 263-294.
- Güler, D. (2011). *Türkiye’de İzleyici Ölçümleri ve Sorunları*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi. Ankara.
- Günel, M. (2007). *Para, Banka ve Finansal Sistemler*. Yeni Dönem Yayınevi, Ankara.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Güngör, U. (1993). *Ekonomide Özal’lı Yıllar 1980-1990*. Alfa Yayıncılık, İstanbul
- Gürel, B ve Yörük, E (2018). “Devlet, Sermaye ve Kapitalizmin Tarihsel Sosyolojisi”. *Mülkiye Dergisi*, 42 (2): 209-237.
- Güzelsarı, S. ve Aydın S. (2010). “Türkiye’de Büyük Burjuvazinin Örgütlü Yükselişi: Siyasal ve Yönetmel Süreçlerin Biçimlenmesinde TÜSİAD”. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(20): 44-72.
- Greenwood, D. T.ve Holt, R. P. (2010). “Growth, İnequality and Negative Trickle Down”. *Journal of Economic Issues*. 44(2): 403-410.
- Hardy, J. (2017). “Money, (Co)Production And Power: The Contribution of Critical Political Economy to Digital Journalism Studies”. *Digital Journalism*, 5(1), 1–25.
- Hamelink, C. J. (1983). Emancipation or Domestication Toward a Utopian Science of Communication, *Journal of Communication*, (Summer), 74-79.
- Hamelink, C. J. (1991). “Enformasyon Devriminden Sonra Yaşam Sürececek mi?” *Enformasyon Devrimi Efsanesi*. Y. Kaplan (Der.), Rey Yayıncılık. Kayseri, 11-32.
- Harvey, D. (2008). *Yeni Emperyalizm*, (Çev. H. Güldü), Everest Yayınları, İstanbul.
- Harvey D. (2015). *Neoliberalizmin Kısa Tarihi*. (Çev. A. Onacak), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Haskebabçı, A. (2003). *Gizemli Patron Mehmet Emin Karamehmet*. Karakutu Yayınları, İstanbul.
- Hayek, F. A. (1997). *Hukuk Yasama ve Özgürlük: Özgür Bir Toplumun Siyasi Düzeni*. (Çev. M. Öz,), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2006). *Kitle Medyasının Ekonomi Politikası Rızanın İmalatı*. Aram Yayıncılık, İstanbul.
- Humphreys P. (1996). *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester University Press, UK.
- Humphreys, P. (1999). “Regulating For Pluralism In the Era of Digital Convergence: The Issues of Media and the Future of Public-Service Broadcasting”. *Artículo presentado a la ECRP Joint Research Sessions*, 26-31.
- İlhan, V. ve Ünlü, B. (2019). “Türkiye’de Televizyon Yayınlarının Türlerine Göre İzlenme Oranları: 1995-2010 Yılları Arası Yayınlanan Program Türlerinin Reyting Analizi”. *Journal Of International Social Research*, 12(62), 1363-1377.
- İnce, M. (2018). *Liberal ve Marksist Özgürlük Anlayışlarının Karşılaştırılması*. Akademisyen Yayınevi, Ankara.
- İnuğur, N. (1993). *Basın ve Yayın Tarihi*. Der Yayınları, İstanbul.
- İrvan, S. (1994-1995). Demokratik Sistemde Medyanın Rolü”. *Birikim Dergisi*, (68-69):76-83.
- Kadioğlu, Z. (2007). *Promosyonlar*. Hediye Kitabı, Kitabevi. İstanbul.
- Kadioğlu, Z. (2014). Uluslararası Medya Sermayesinin Yayılmacılığı ve Türk Medyası. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 16-33.
- Kadioğlu, Z. K. (2018). Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010). *İnsan ve İnsan*, 5(16): 100-120.
- Kahraman, A. (1996). *Cici Basının Sefalet ve Rezaleti*. Tüm Zamanlar Yayıncılık, İstanbul.
- Kale, S. ve Eken, M. H. (2017). “Türk Bankacılığında Krizler ve Çıkarılan Dersler. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6(5): 11-23
- Karaca, Emin (2003). *Plazaların Efendisi Aydın Doğan: Bir Medya İmparatorunun Öyküsü*. Karakutu Yayınları, İstanbul.
- Karluk, R. (2007). *Cumhuriyetten Günümüze Türkiye Ekonomisinde Yapısal Dönüşüm*. Beta Basım, İstanbul.
- Kaya, R. (2009). “Türkiye Siyasal Yaşamında 1980’ler Sonrası Gelişmeler ve Medya”. Korkmaz A. (Ed.) *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 223-243.
- Kaya, R. (2013). *Türkiye’de İktidar Yumağı*. İmge Yayınevi, 2. Basım, Ankara.
- Kaya, A. E. E. (2010). “Demokrat Parti Döneminde Basın-İktidar İlişkileri”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Istanbul University Faculty Of Communication Journal*, 1(39): 93-118.

- Kaymas, S. (2008). “Devlet ve Sermaye Sarmalında Türkiye Medyası: Ekonomik Krizler, Medya ve Demokrasi”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (8), 77-107.
- Kazgan, G. (1985). *Ekonomide Dışa Açık Büyüme*. Altın Kitap Yayınları, İstanbul.
- Kejanlıoğlu, B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Kejanlıoğlu, B., Adaklı, G. ve Çelenk, S. (2001), “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”, B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk, G. Adaklı (Ed.), *Medya Politikaları*, İmge Kitabevi, Ankara, 145-205.
- Kepenek, Y. (2005). *Türkiye Ekonomisi*. Remzi Kitabevi. İstanbul.
- Kepenek, Y. ve Yentürk, N. (1997). *Türkiye Ekonomisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Kırmızıaltın, E. (2012). *1980 Sonrası Türkiye Ekonomisi. Türkiye’nin Neoliberal Dönüşümüne IMF ve Dünya Bankası’nın Etkisi*. Maki Basın, Ankara
- Kıyan, Z. ve Yüksel, H. (2011). “GATS ve Küreselleşen Kamu Hizmetleri: Türkiye ve Türk Telekom Örneği”. *Amme İdaresi Dergisi*, 44(1): 25-49.
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlıdan Günümüze Türkiye’de Basın*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. Pozitif Yayınları, İstanbul.
- Koloğlu, O. (2009). “1980 Sonrası Türkiye’de Muhalif Basın”. Alemdar K. (Ed.), *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 347-360.
- Kongar, E. (2001). *21. Yüzyılda Türkiye*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Koray, M. (2000). *Sosyal Politika*. Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Kösedağ, M. S. (2016). “Türk Basın Kanunu’nda Yapılan Değişikliklerin Yazılı Basında Temsili”. *Journal of International Social Research*, 9(43):2023-2051.
- Kösedağ, M. S. (2019). “Türk Basınında Çalışma Hayatı ve İş Güvencesi Sorunu”. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19):2479-2498.
- Kubilay, Ç. (2014). “Demokrat Parti Döneminde Basında İspat Hakkı Tartışmaları”. *İletişim Araştırmaları*, 12(1): 11-43
- Kudret, C. (2000). *Abdülhamit Döneminde Sansür*, Cilt I. Cumhuriyet, İstanbul.
- Kuyucu, M. (2012). *Türkiye’de Medya Ekonomisi*. Esen Yayınları, İstanbul.
- Kuyucu, M. (2013). “Türkiye Basınında Tekelleşme Tartışmaları: Türkiye’nin İlk Medya Holding Patronu Asil Nadir Üzerine Bir İnceleme”. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(5): 18-38.
- Kuyucu, M. (2014). “Türk Medyasının Mülkiyet: Ulusal ve Yabancı Sermayenin Türkiye’deki Medya Yatırımları”. A. Aziz, S. Sungur (Ed.), *İletişim ve... Prof. Dr. Ersan İnal’e Armağan*, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 269- 301.
- Kuyucuklu, N. (1993). *Türkiye İktisadı*. Filiz Kitabevi İstanbul.

- Maraşlı, C. M (2017). “Türkiye’nin İlk Özel Televizyon ile Tanışması: Magic Box / Star 1 Kanalının Yazılı Basındaki Yansımaları Üzerine Bir İnceleme”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 44, 384-403.
- Mazıcı, N. (1996).”1930’a Kadar Basının Durumu ve 1931 Matbuat Kanunu”. *Atatürk Yolu Dergisi*, 5(18), 131-154.
- Mcchesney, R.W (2004), *The Problem of The Media U.S. Communication Politics in the 21st Century*, Montly Review Press, New York.
- Meier, W. A. (2002). “Media Ownership–Does It Matter”. R. Mansell, R. Samarajiva, A. Mahan (Ed.), *Networking Knowledge for Information Societies: Institutions and Intervention*. Delft University Press, Nederland. 298-302.
- Murdock, G. (1997). *Patterns of Ownership: Questions of Control*. Open University Press“Redrawing The Map Of Communication Industries: Concentration And Ownership İn The Privatitization”, M. Ferguson (Der.), *Public Communication-The New Imperatives: Future Directions For Media Research*, Sage, London.
- Münir, M. (1993). *Sabah Olayı*. Altın Kitaplar, İstanbul.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2015). *Hükümetler, Programları ve Genel Kurul Görüşmeleri Cilt 2. (9 Kasım 1989-30 Ekim 1995)*. TBMM Basımevi, Ankara.
- Nikitin, P. (2016). *Ekonomi Politik*. Dolion yayınları. Akara.
- Oğuz, Ş. (2006). Sermayenin Uluslararasılaşması Sürecinde Mekânsal Farklılaşmalar ve Devletin Dönüşümü. D. Yılmaz, F. Akyüz, T. Tören (Der.) *Kapitalizmi Anlamak*. Dipnot Yayınları, Ankara, 147-212.
- O’neil, J. (1998). "Piyasada Gazetecilik Yapmak". (Çev. N. Türkoğlu). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. B. R. Chadwick, (Der). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- O’sullivan, T., Dutton, B. ve Rayner, P. (1998) *Studying the Media*. Arnold Publishers. London.
- Otmanbölük, G. (1986). *Babiali’nin Yarım Asırlıkları*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Öngen, H. B. (2017). “Devlet Güdümündeki Medyadan Özel Sermaye Medyasına Geçiş: Turgut Özal Dönemi Medya Sermaye Yapısının Değişimi”. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (59): 26-40.
- Öniş, Z. (1999). *State and Market The Political Economy of Turkey in Comparative Perspective*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Özaydın, M. M. (2008). “Küresel Etkilerle Şekillenen Sosyal Politika Anlayışı Ekseninde Sosyal Politikaların Geleceğini Tartışmak”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1): 163-180.

- Özsever, A. (2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci: Türkiye’de Basın Çalışanlarının Sorunları ve Bir Model Önerisi*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Özsoy, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici: Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Öztekin, H. (2007). Neo-Liberal Toplumlarda Düzenleyici Devlet Anlayışı ve” Görsel-İşitsel İletişim Alanında Bağımsız Düzenleyici Üst Kurullar: RTÜK Örneği”. *Selçuk İletişim*, 5(1): 52-65.
- Paçacı, İ. (2016). "Bir Siyaset ve Hukuk Etiği Sorunu Olarak 1982 Anayasasının ‘İktidar Prangası’." *İnsan ve İnsan*, 3(10): 20-41.
- Pekman, C. (2005). "Medya Sahipliğinin Düzenlenmesi Sorunu: Küresel Çerçeve ve Türkiye Örneği". M. Gencel Bek. K. Deirdre (Der.), *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikalar: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik*. Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 243-291.
- Picard, R. G. (1998). "Media Concentration, Economics and Regulation", *The Politics of News: The News of Politics*. D. Graber, D. Mcquail, P. Norris), Congressional Quarterly Press, Washington, 193- 217.
- Picard, R. G., & Van Weezel, A. (2008). "Capital and Control: Consequences of Different Forms of Newspaper Ownership". *The International Journal on Media Management*, 10(1), 22–31.
- Picard, R. G. ve Dal Zotto, C. (2016). The Dimension of Ownership And Control of Media. In P. Valcke, M. Sükösd, & R. G. Picard (Eds.), *Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks And Global Trends*. Palgrave, U.K, 54-66.
- Pitelis, C. (1987). *Corporate Capital Control, Ownership, Saving and Crisis*. Cambridge University Press. UK.
- Pool, R. (1993). *Ahlak ve Modernlik*. (Çev. M. Küçük). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Radikal Gazetesi (1995). *Demokrasinin 50 Yılı 1945-1995- 2. Cilt*. Radikal Gazetesi Yayını, 549-1167.
- Rekabet Kurulu (2000). *Rekabet İhlali*. (Karar No:00-49/529-291). RK. Ankara.
- Rubin, I. I (2020). *İktisadi Düşünce Tarihi*. U.S. Akalın. (çev). Astana Yayınları, Ankara.
- Salihpaşaoğlu, Y. (2007). *Türkiye’de Basın Özgürlüğü*. Seçkin Yayınları, Ankara.
- Sallan Gül, S. (2006). *Sosyal Devlet Bitti, Yaşasın Piyasa! Yeni Liberalizm Ve Muhafazakârlık Kışkacında Refah Devleti*. Ebabil Yayınları. Ankara,2006.
- Sarkar, J., Sarkar, S. and Bhaumik, S.K. (1998). "Does Ownership Always Matter? Evidence

- From The Indian Banking Industry”. *Journal Of Comparative Economics*, 26(2): 262-281.
- Sayılgan, E. (2009). “Medya Sektöründe Rekabet Olgusu ve Medyaya Giriş Engelleri”. *Marmara İletişim Dergisi*. (1): 79 89.
- Sjovaag, H. ve Ohlsson, J. (2019). “Media Ownership And Journalism.” In: *Oxford Research Encyclopedia Of Communication*. February: 1-28.
- Sloman, John (2003). *İktisat Mikro*. Çev. A. Çakmak. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Sönmez, M. (1996). “Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları”. *Birikim Dergisi*. 96: 76-87.
- Sönmez, M. (2003). *Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti-Doğan Savaşı*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sönmez, S. (1998). *Dünya Ekonomisinde Dönüşüm*. İmge Yayınları, Ankara.
- Sönmez, S. (2009). “Türkiye Ekonomisinde Neoliberal Dönüşüm Politikaları ve Etkileri”, N. Mütevellioğlu, S. Sönmez (Ed.). *Küreselleşme, Kriz Ve Türkiye’de Neoliberal Dönüşüm*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, .25-72.
- Söylemez, Alev (1998). *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*. Haberal Eğitim Vakfı, Ankara.
- Sözeri, C. ve Güney, Z. (2011). *Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi*. Tesev Yayınları, İstanbul.
- Splichal, S. (1999). “Ownership, Regulation And Socialisation: Rethinking the Principles of Democratic Media”, *The Public*, 6 (2): 5- 24.
- Stiglitz, J. E. (2006). *Making Globalisation Work*. W. W. Norton & Company, USA.
- Şahin, H. (2013). *Türkiye Ekonomisi*. Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Şakar, M. (2002). *Basın İş Hukuku Gazetecilerin Çalışma İlişkileri*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Şen, F. ve Avşar, Z. (2012). “Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35: 42-60.
- Şener, N. (2004). *Uzanlar, Bir Korku İmparatorluğun Çöküşü*. Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- Şenses, F. (2013). “Gelişme İktisadi İktisadi Gelişme- Nerden Nereye?”. F. Şenses (Ed.). *Kalkınma İktisadi Yükselişi ve Gerilemesi*. İletişim Yayınları. İstanbul, 93-128.
- Takım, A. (2012). “Demokrat Parti Döneminde Uygulanan Ekonomik Politikaları ve Sonuçları”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.*, 67(2): 157-187.
- Tanör, B. (2000). Siyasal Tarih (1980-1995). *Türkiye Tarihi 5 Bugünkü Türkiye 1980-2003*, Bülent T., Korkut B., Sina A. (Ed), Cem Yayınevi, İstanbul.
- Taşlıcalı, M (2002). *Beyaz Yakalı Cem Uzan Fenomeni*. Karakutu Yayınları, İstanbul.

- TBMM Raporu (1998). Konya Milletvekili Mustafa Ünalı ve 37 Arkadaşının, Bazı Gazete Kuruluşlarının Amaçları Dışında Fon Kaynaklı Kredi Kullandıkları İddialarını Araştırmak Amacıyla Anayasanın 98 İnci, İttüzüğün 104 ve 105 İnci Maddeleri Uyarınca Bir Meclis Araştırması Açılmasına İlişkin Önergesi ve (10/22) Esas Numaralı Meclis Araştırması Komisyonu Raporu (Rapor no: 650). TBMM. Ankara.
- TBMM Tutanakları. "38. Birleşim 17.4.1996". Cilt 3 dönem, 20 543-544
- Temuroğlu, K. Ş. ve Mazıcı, N. (2018). "Elektrik Dağıtım İhaleleri ve Medya". *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (29): 47-68.
- Tekinalp, Ü. (1984). "Türk Yabancı Sermaye Hukukunun Ana İlkeleri". *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*. 4(1): 39-50.
- Tellan, B., Y. Yazıcıoğlu, ve V. Yanardağ (2000). "Türkiye'de Hükümet ve Medya İlişkileri Açısından Teşvik Politikası Uygulamaları," *Siyasal İletişim: 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri*, İletişim Dergisi Yayınları. Ankara
- Tellan T. ve Güngör N. (2009). "Türk Basınında Tekelleşme ve Oligopolleşme". K. Alemdar (Ed.). *Türkiye'de Kitle İletişimi Dün Bugün Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 330-346.
- The World Bank (2004). *Turkey, Knowledge Economy Assessment Study*, The World Bank, Washington D.C.
- Thweatt, W. O. (2000). "Early Formulators Of Say's Law." J. C. Wood, S. Kates (Ed.). *Jean-Baptiste Say: Critical Assessments of Leading Economists*, Taylor&Francis Group. Newyork. 78-93..
- Tokatlı, O. (1999). *Kırmızı Plakalar: Türkiye'nin Özalp Yılları*. Doğan Kitapçılık, İstanbul.
- Toker, G.H. (2007). *İletişimsel Bellekten Toplumsal Belleğe Yazılı Tanıklıklar: 12 Eylül ile Yüzleşmek*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Tokmakçioğlu, E. (2011). *Türk Basım Tarihi*. İsim Yayınları, Ankara.
- Toköz, E.(2007). *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi. (1914-1997)*. İmaj Yayınevi, Ankara.
- Topuz, H. (1989). *Basında Tekelleşmeler*. TÜSES ve İLAD Ortak Yayını, İstanbul.
- Topuz H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi. Ankara.
- Tuncel, H. (1994). "Bab-ı Ali'den İki Telli 'ye", *Birikim*, (64). 33:38
- Tutar, H. (2007). *Türk Siyasetinde Sancılı Yıllar*. Bizim Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

- Türkiye Gazeteciler Sendikası. (1998). *1995-1998 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu*. TGS. Can Matbaacılık, İstanbul.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası. (2001). *1998-2001 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu*. TGS. Sena Ofset, İstanbul.
- Uçak, O. (18-19 Ekim 2011). “Medyada Fikir İşçilerine Tanınan Haklar Süreci ve Karşılaştırmalı Uygulama Örnekleri”. *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi. Kocaeli, 383-400.
- Uludağ, İ. ve Arıcan, E. (2003). *Türkiye Ekonomisi: Teori, Politika ve Uygulamaları*. DER Yayınları İstanbul.
- Uras, G. (1993). *Ekonomide Özal'lı Yıllar 1980-1990*. Afa Yayıncılık, Ankara.
- Uzun R. (2009). “1980 Sonrası Basında Dağıtım”. *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*. K. Alemdar. (Ed.), Ankara, 447-456.
- Üstün, H. (2010). *Türkiye’de Devletin Yazılı Basına İlan ve Reklam Dağıtım Politikaları ve Basın İlan Kurumu Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Üzümcü, A. (2008). “Türkiye’de Ulusal Ekonominin İnşası: 1923-1945 Dönemi”. M. Dikkaya, D. Özyakışır, A. Üzümcü (Ed.). *Türkiye’nin Ekonomi Politikası 1923-2007* Orion Kitabevi, İstanbul, 65-100.
- Vergin, N. (1998). *Türkiye’ye Tanık Olmak*. Sabah Kitapları, İstanbul.
- Wasko, J. (2004). “The Political Economy of Communications”, J. D. H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger, E. A. Wartella (Ed.) *Sage Handbook of Media Studies*, Sage. London, 309-330.
- Went, R. (2001). *Essays on Globalization: a Journey to a Possibly New Stage of Capitalism*. Routledge, U.K.
- Wolff, D. R. ve Resnick, S. A. (2016). *Çatışan İktisadi Teoriler, Neoklasik, Keynesci ve Marksçı*. C. Evren (çev.), Yordam Yayınları, İstanbul.
- WorldBank- World Development Report (1992). *Development and the Environment*. Oxford University Press, Newyork.
- Yanardağ, M. Ö. ve Süslü, B. (2002). “Türkiye’de Özelleştirmenin Nedenleri ve Uygulamaları”. *Mevzuat Dergisi*, 5 (55): 1-15.
- Yanardağ, M. (2008). *Medya Nasıl Kuşatıldı*. Siyah Beyaz Yayınevi, İstanbul.
- Yanardağ, M. (2014). *Liberal İhanet*. Kırmızıkeçi Yayınları, İstanbul.
- Yaylagül, I. (2006a). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları, Ankara.

- Yaylagül, L. (2006b). “Kapitalizm Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji”. Yaylagül L. (Ed). Kitle İletişiminin Ekonomi Politikliği. Dalbaz Yayınları. Ankara, 289-327.
- Yaylagül, L. (2019a). “Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi”. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 5 (2) :134-152.
- Yaylagül, L. (2019b). Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme Sorunu. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. (48) :404-418.
- Yazıcı, T. (2013). *Medya Mülkiyetine İlişkin Düzenlemeler ve Dünyadaki Örnekler Bağlamında Türkiye İçin Bir Medya Mülkiyeti Modeli Önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler, Ankara.
- Yengin, H. (1994). *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye’de Özel Televizyonlar*. Der Yayınları, İstanbul.
- Yentürk, N. (1997). “Finansal Serbestlik ve Makroekonomik Dengeler Üzerindeki Etkileri”. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*. 8(22): 131-156.
- Yentürk, N. (2003). *Körlerin Yürüyüşü: Türkiye Ekonomisi ve 1990 Sonrası Krizler*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Yentürk, N. (2008). “İmalat Sanayi: Gelişimi Yapısı ve Rekabet Gücü”. G. E. Arslan (Ed.). *Çeşitli Yönleriyle Cumhuriyet’in 85. Yılında Türkiye Ekonomisi*. Gazi Üniversitesi Hasan Ali Yücel Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Ankara.
- Yıldız, F. (2014). Türk Anayasal Tarihi Çerçevesinde Basın Özgürlüğü Üzerine Bir İnceleme. *Journal Of Judgments By The Court Of Jurisdictional Disputes/Uyusmazlık Mahkemesi Dergisi*, (4).430-458
- Yıldız, N. (1996) “Demokrat Parti İktidarı (1950-1960) ve Basın”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 51(1), 481-505.
- Yılmaz, A. (2009). *Türkiye’de 1990 Sonrası Dönemde Özel Televizyon Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yolal, M. (2018). “Nobel Ödülü Sahibi James M. Buchanan’ın Konseptinden Kurallar”. *Electronic Journal Of Social Sciences*, 17(65): 160-179.
- Zürcher, J. E. (2011). *Modernleşen Türkiye’nin Tarihi*. (Çev. Y. Saner), İletişim, İstanbul.

Gazeteler

- Birgün, “12 Eylül Darbesinin Korkunç Bilançosu”, 10.05.2015.
- Cumhuriyet Gazetesi, “Develüasyon”, 1.03.1978.
- Cumhuriyet, “Dinç Bilgin Basından Çekildi”, 30.11.2000.

- Cumhuriyet, “TMSF, Olay Medya'yı satışa çıkarıyor”, 02.10.2009.
- Cumhuriyeti, “Uzan Hanedanının Çöküşü”, 27.10. 2009.
- Hürriyet, “Korkmaz Yiğit Medyadan Çekiliyor”, 21.10. 1998.
- Hürriyet, “Anasol-D Bitti”, 26.11.1998.
- Hürriyet, “CNN-Türk Bugün yayın hayatına başlıyor”, 11. 10. 1999.
- Hürriyet, “Sabah’ı Turgay Ciner Satın aldı”, 21.10.2000.
- Hürriyet, “Fon Medya Devi oldu”, 11.07.2001.
- Hürriyet, “Pamukbank’a el konuldu”, 19.06.2002.
- Hürriyet, “Uzan Grubu’na el konuldu”, 14.02.2004.
- Hürriyet, “Koç Yapı Kredi’yi aldı”, 09.05.2005
- Hürriyet, “12 Eylül darbesinin öncesi ve sonrasında yaşananlar”, 12.09.2015.
- Hürriyet, “Etibank ve Bank Kapital’de gitti”, 28.10.2020.
- Milliyet, “Banka Gitti, Borç Kaldı”, 30.10.2000.
- Milliyet, “Milliyet çoğunluk hisseleri Korkmaz Yiğit’e devredildi”, 08.10.1998.
- Milliyet, “Türkbank İhalesine Gizli Eller”, 31.12.1998.
- Milliyet, “Soygun Meclis’te”, 28.05.1999.
- Milliyet, “Maç yayını iki ay şifresiz”, 29.07.1999.
- Milliyet, “İki bankaya el koydu”, 28.10.2000.
- Milliyet, “Banka gitti borç kaldı” , 30.10.2000.
- Milliyet, “Ceketini aldı ve gitti”, 30.11.2000.
- Milliyet, “Cumhuriyet Gazetesinin yüzde 20’si Ciner’in”, 03.09.2002.
- Milliyet, “Motorola -Telsim İş, Karışık Bir İş”, 08.08.2003.
- Milliyet, “Star TV 306.5 milyon dolara Doğan Grubu’nda”, 27.09.2005.
- Milliyet, “Devlet Nezaretinde Soygun”, 28.05.2021.
- Posta, “Aydın Doğan: İlanla satışlarını arttıran ilk bayi benim”, 27.05.2017.
- Sabah, “Turgay Ciner Kimdir”, 04.12. 2015.
- Sözcü, “Aydın Doğan kimdir? Aydın Doğan’ın sahip olduğu şirketler hangileri?”, 21.03.2018.
- Sözcü, “İhlaszedelerin ölmesini bekliyorlar”, 15.01 2019.
- T. C. Resmî Gazete, “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun”, 13.6.1952.
- T.C. Resmî Gazete, “1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu”, Tarih: 21.09.1980.
- T.C. Resmî Gazete, “Olağanüstü Hal Kanunu”, 27.10. 1983.
- T.C. Resmî Gazete, “13.5.1971 Tarihli ve 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun”, 30.12.1982.

T.C. Resmî Gazete, “T.C. Anayasası”. 9.11.1982.

T.C. Resmî Gazete, “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”, 23.02.1995.

T.C. Resmî Gazete, 25.1.2004. “Türk Vatandaşlarının Günlük Yaşamlarında Geleneksel Olarak Kullandıkları Farklı Dil ve Lehçelerde Yapılacak Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Yönetmelik”. T.C.

T.C. Resmî Gazete “Türkiye Cumhuriyeti ile Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası arasındaki 5 Mayıs 1994 tarihli İkraz Anlaşması (Özelleştirme Uygulaması Teknik Yardım ve Sosyal Güvenlik Ağı Projesi)”, 03.07.1994

Vatan, “Uzanlar’a Kıbrıs Kalkanı”, 01.09. 2003.

Vatan, “TMSF’nin Medya Sektöründeki Ağırlığı Her Geçen Gün Artıyor”, 27.06. 2004.

Vatan, “Kale gibi bankayı batırdı hâlâ krallar gibi yaşıyor”, 06.01.2008.

İnternet Kaynakları

Adaklı, G. (2003). “Hakim Medya Gruplarının Kısa Tarihi”
<http://www.bianet.org/bianet/medya/27919-hakim-medyagruplarinin-kisa-tarihi>.
(erişim tarihi: 13.11.2020).

Altınar, B. (2009) “1 Mayıs ve Basında Grev”, Dördüncü Kuvvet ve Medya,
<http://dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/dkm/article2371.html?sid=13184r> 9. (erişim tarihi: 15. 12. 2020).

“Asil Nadir”. <https://www.milliyet.com.tr/haberleri/asil-nadir>.(erişim tarihi: 20.01.2021).

“Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi (European Convention on Transfrontier Television”
<https://www.rtuk.gov.tr/avrupa-konseyi-ak-mevzuati/4933/3896/avrupa-sinirotesi-televizyon-sozlesmesi-european-convention-on-transfrontier-television.html> (erişim tarihi: 08.03.2020).

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (2001). “Basın Açıklaması”.
https://www.bddk.org.tr/ContentBddk/dokuman/duyuru_0022_01.pdf (erişim tarihi:10.01.2021)

Bianet. “Medya Sermaye İlişkisi Mercek Altında” <https://m.bianet.org/cocuk/medya/1585-medyasermaye-iliskisi-mercek-altinda> (erişim tarihi: 26.03 2021).

Bianet. “Haber Listesi”. <https://m.bianet.org/bianet/medya/1140-basinda-issizlik-sendikayi-hatirlatti> (erişim tarihi: 19.04.2021)

Ciner Group. “Hakkımızda”. <https://www.cinergroup.com.tr/hakkimizda>. (erişim tarihi: 05.01.2021).

- CnnTürk (2006). “TGRT, ABD’li Medya Devi Murdoch’a Satıldı”
<https://www.cnnturk.com/2006/ekonomi/sirketler/07/24/tgrt.abdli.medya.devi.murdocha.satildi/205612.0/index.html> (erişim tarihi: 08.01.2021).
- “Danışma Meclisi Tutanağı”, Sayı: 561 (2003).
https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/DM_/d02/c021/b164/dm__020211640547.pdf (erişim tarihi: 14.11.2020).
- Doğuş Grubu. “Hakkımızda”. <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/hakkimizda>. (erişim tarihi: 13.01.2021).
- Doğuş Otomotiv. “Tarihçe”. <https://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/hakkimizda/dogus-otomotiv/tarihce>. (erişim tarihi: 13.01.2021).
- Doğuş Yayın Grubu. “Sektörler/Doğuş Yayın Grubu”
<https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/dogus-yayin-grubu>. (erişim tarihi: 13.01.2021)
- “Genel Seçim Sonuçları 1999”. <https://secim.haberler.com/1999/> (erişim tarihi: 20.03.2020).
<https://www.biyografya.com/biyografi/20754>. (erişim tarihi: 14.02.2021).
- http://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/RUSYA_Krizi_ve_Turkiye_Uzerine_Muhemel_Etkileri.pdf (erişim tarihi: 01.10.2019).
- <https://www.haberler.com/cavit-caglar-kimdir-cavit-caglar-hayati-ve-13818089-haberi/> (erişim tarihi: 23.12.2020).
- https://www.turkcebilgi.com/korkmaz_yi%C4%9Fit (erişim tarihi: 15.01.2021).
- https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/RUSYA_Krizi_ve_Turkiye_Uzerine_Muhemel_Etkileri.pdf (erişim tarihi: 1.10.2019).
- <https://www.biyografya.com/biyografi/20754>. (erişim tarihi: 14.02.2021).
- İhlas Finans. “Ödemelerle İlgili bilgiler-kamuoyu açıklaması”.
<http://www.ifk.com.tr/detay.asp?ContentID=890>. (erişim tarihi: 31.12.2019).
- İhlas Holding. “İhlas Gazetecilik Türkiye Gazeteciliği” <https://www.ihlas.com.tr/ihlas-gazetecilik-turkiye-gazetesi> (erişim tarihi: 05.03.2021).
- Kızak, E. Bahadır (2016). “1982 Anayasası ve Günümüze Yansıyan Sorunları”
https://Www.Academia.Edu/38245694/1982_Anayasas%C4%B1_Ve_G%C3%Bcn%C3%Bcm%C3%Bcze_Yans%C4%B1yan_Sorunlar%C4%B1 (erişim tarihi: 10.11.2020).
- Mediacat (2008). “TMSF Erol Aksoy’un Show TV’deki hisselerine el koydu”
<https://mediacat.com/tmsf-erol-aksoy%C2%92un-show-tv%C2%92deki-hisselerine-el-koydu/> (erişim tarihi: 12.11.2000).

- NTVmsnbc. “İXİR internet pazarından çekiliyor”. <http://arsiv.ntv.com.tr/news/122944.asp>. (erişim tarihi:10.11.2020).
- NTVmsnbc. “MTM Haber, Sabah Grubu künyesinde”. <http://arsiv.ntv.com.tr/news/52237.asp>. (erişim tarihi: 20.12.2020).
- “Öldürülen Gazeteciler”, <http://www.tgc.org.tr/oldurulen-gazeteciler.html> (erişim tarihi: 01.11.2020).
- “RTÜK Yasası” (2011). <https://tccb.gov.tr/basin-aciklamalari-ahmet-necdet-sezer/1720/4729/rtuk-yasasi.html>. (erişim tarihi: 20.12.2020).
- T24.(2009). “İhlaszedeler Platformu Başkanı: Hem paramızı ödemiyorlar hem de 'FETÖ'cü diyorlar”. 12.01. 2009. <https://t24.com.tr/haber/ihlaszedeler-platformu-baskani-hem-paramizi-odemiyorlar-hem-de-fetocu-diyorlar,796880>. (erişim tarihi: 20.12.2020).
- “Tarihçemiz” <http://www.yaysat.com.tr/corporate/history/> (erişim tarihi: 13.03.2020).
- Türel, O. (1987). “Türkiye’de Sanayinin Gelişimine Genel Bakış”. <https://Www.Mmo.Org.Tr/Kitaplar/1987-Sanayi-Kongresi-Bildiriler-Kitabi1987> (erişim tarihi: 10.08.2020).
- “Türkiye Gazetecilerinin Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi”. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>. (erişim tarihi: 08. 03. 2020).

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI	Seyran EFİLTİ ATAY
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Antalya Lisesi
Lisans Diploması	Uludağ Üniversitesi İİBF Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Sosyoloji
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD
Tez/ Dönem Projesi Konusu	Kurum Kimliği Açısından Çevre Düzenlemelerin Önemi Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Kurum Kimliği ve Kampus Çevre Düzenlemeleri İle İlgili Algı ve Kanaatleri
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Efilti, Atay, S. ve Karavar, H. (2020). Akis Dergisi "Kadınlar Arasında" Bölümünde Kadın Algısı. SEFAD, 45: 355-374, 2021 (ESCI). Efilti, Atay. S. (2019) “Çerçeveleme Kuramı: 27 Nisan E-Muhtıra Haberlerinin Türk Yazılı Basında Sunumu”. Atatürk İletişim Dergisi, 18: 5-24. Efilti, Atay. S. (2018). “ İv. Türkiye’ demedya ve Kadın Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler ve Bu Tezlerde İncelenen Temaların Analizi: 2007-2017 Dönemi”. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi ElektronikDergisi, 6 (2): 1406-1423. Çelik, Y., Efilti Atay S. ve Öz, E.K (2017) “Üniversite Öğrencilerinin AkademikMotivasyonları ile Akademik Performansları Arasındaki İlişki: ManavgatMyo Örneği”. Internationall JournalofAcademikValue Studies, cilt.3, ss.77-85. Efilti, S. (2012).”A Content Analysis About E-Complaints Of The Hospitality Enterprises In Manavgat Regions” Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 16(2): 111-118. Gönen, Y. ve Efilti, S. (2008). “Örgütlerde İnformal İletişimin Söylenti Boyutu”. Standart Dergisi, 47: 108-109. Efilti, Atay, S. (2021). Soğuk Savaş Döneminde Türkiye'de Anti-Amerikan Söylem: Yön Dergisinin Türkiye-ABD İlişkilerine Yönelik Eleştirisi. Soğuk Savaş Dönemi Türkiye'sindeAntikomünizm ve AntiemparyalizmAlgısı (Ed.H. Karavar). Siyasal Kitabevi, Ankara, ss.5-150.	

Efilti, Atay, S. (2020). Siyasette Kadın Temsili Açısından 24 Haziran 2018 Seçim Sonuçlarının Değerlendirilmesi. Güncel Sosyal Bilimler Araştırmaları I. (Ed. Tanyıldızı İ.N. Ve Şahin, D.). AkademisyenKitabevi, Ankara, ss.61- 88.

Efilti, Atay, S. (2018). Siyasal İkna Sürecinde Kapı Aralama, Kapı Kapatma Ve Korku Çekiciliği Tekniklerinin Manavgat Myo Öğrencileri Üzerindeki Etkileri. Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırmalar (Ed. Efilti, Atay S. ve Boz .H.) Gazi Kitabevi, ss.95-118,2018.

Efilti, Atay, S.ve Öz, E. (2017). V. Akdeniz Bölgesi'nde Bulunan Meslek Yüksekokullarının Durum Analizi: Sorunları ve Çözüm Öneriler. (ed. Asutay H.). Balkan Eğitim Araştırmaları TrakyaÜniversitesi Yayınları. Edirne, ss.83-89.

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi Akdeniz Üniversitesi Manavgat Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi

