



SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

SİVAS'TAKİ YEREL RADYO VE TELEVİZYONLARIN EKONOMİ POLİTİK BAĞLAMDA İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Serdar TAMGAÇ

Sivas
Mayıs 2023

SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

**SİVAS'TAKİ YEREL RADYO VE TELEVİZYONLARIN
EKONOMİ POLİTİK BAĞLAMDA İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Serdar TAMGAÇ

Tez Danışmanı:
Doç. Dr. Onur TAYDAŞ

Sivas
Mayıs 2023

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırladığım bu Yüksek Lisans tezinin bizzat tarafımdan ve kendi sözcüklerimle yazılmış orijinal bir çalışma olduğunu ve bu tezde;

- 1- Çeşitli yazarların çalışmalarından faydalandığımda bu çalışmaların ilgili bölümlerini doğru ve net biçimde göstererek yazarlara açık biçimde atıfta bulunduğumu;
- 2- Yazdığım metinlerin tamamı ya da sadece bir kısmı, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmışsa bunu da açıkça ifade ederek gösterdiğimi;
- 3- Başkalarına ait alıntılanan tüm verileri (tablo, grafik, şekil vb. de dâhil olmak üzere) atıflarla belirttiğimi;
- 4- Başka yazarların kendi kelimeleriyle alıntıladığım metinlerini, tırnak içerisinde veya farklı dizerek verdiğim yine başka yazarlara ait olup fakat kendi sözcüklerimle ifade ettiğim hususları da istisnasız olarak kaynak göstererek belirttiğimi,

beyan ve bu etik ilkeleri ihlal etmiş olmam halinde bütün sonuçlarına katlanacağımı kabul ederim.

.. / .. / 2023

Serdar TAMGAÇ

ÖNSÖZ

Çalışma boyunca seçtiğim konunun belirlenmesi, geliştirilmesi, planlanması ve yürütülmesi konusunda her türlü bilgi birikimini bana sunarak, yardımlarını ve desteğini esirgemeyen, çok değerli hocam ve aynı zamanda danışmanım Sayın Doç. Dr. Onur TAYDAŞ'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Lisansüstü eğitime başladığım günden itibaren büyük bir sabır ile hiçbir zaman desteğini esirgemeyen sevgili eşim Kıymet'e, birlikte öğrencilik yaptığımız canım oğlum Serhat Efe'ye ve prensesim Zeynep'e sonsuz teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vii
GÖRSEL LİSTESİ	ix
ÖZET.....	xi
ABSTRACT	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1.KAVRAMSAL AÇIDAN EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM	3
1.1. Ekonomi Politik Kavramı.....	3
1.2. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım	7
1.2.1.Medyada Araçsalıcı ve Yapısalıcı Yaklaşım	11
1.3. Medyada Sahiplik ve Kontrol.....	18
1.4. Medyada Gelişme, Bütünleşme ve Tekelleşme	20
İKİNCİ BÖLÜM	27
2. TÜRKİYE’DEKİ ÖZEL RADYO TELEVİZYONLAR VE YEREL MEDYA.....	27
2.1. Radyo Televizyonun Tanımı Ve Tarihçesi	27
2.1.1. Radyo	27
2.1.2. Televizyon	28
2.2. Türkiye’de Radyo Yayıncılığı.....	30
2.2.1. Türkiye’de İlk Düzenli Radyo Yayınlarının Başlayışı.....	31
2.2.2. TRT Yönetimindeki Radyo Yayınları	32
2.2.3. TRT Dışındaki Kurum Radyoları	34

2.3. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı	35
2.3.1. Türkiye’de Televizyon Şebekesi İçin İlk Girişimler	36
2.3.2. İstanbul Teknik Üniversitesi ve İlk Televizyon Yayınları.....	37
2.3.3. TRT’nin Televizyon Yayınlarına Başlaması ve Gelişmesi	39
2.4. Türkiye’de Özel Radyo ve Televizyonların Gelişimi.....	45
2.4.1. Özel Radyo ve Televizyon Yayıncılığı İçin İlk Girişimler.....	47
2.4.2. Özel Radyo ve Televizyonların Kurulması ve Gelişmesi.....	47
2.4.3. Devletin Özel Radyo ve Televizyonları Kapatma Süreci	50
2.4.4. 1990 Sonrası Radyo ve Televizyon Yayıncılığına Getirilen Yasal Düzenlemeler.....	53
2.4.5. Medyaya Yapılan Yatırımlar	55
2.5. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığı	57
2.5.1. Yerellik ve Yerel Medyanın Tanımı	57
2.5.2. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Başlaması.....	58
2.5.3. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının İşlevleri	59
2.5.4. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Sorunları	61
2.5.5. Yerel Medyanın Sahiplik Yapısı.....	62
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	65
3.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR	65
3.1. Araştırmanın Metodolojisi.....	65
3.1.1. Araştırmanın Konusu.....	65
3.1.2. Araştırmanın Amacı.....	66
3.1.3. Araştırmanın Önemi	67
3.1.4. Araştırmanın Varsayımları	67
3.1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	67

3.1.6. Araştırmanın Yöntemi	68
3.1.7. Evren ve Örneklem	68
3.2. Kent Olarak Sivas.....	68
3.3. Sivas Basın Tarihine Kısa Bir Bakış	69
3.4.Sivas Merkezli Kurulan Televizyon Kanalları;.....	71
3.4.1. Sivas Radyo Televizyonu (SRT)	71
3.4.2. SİPAS TV (Vizyon TV, Vizyon58 TV)	74
3.4.3. RTV58	78
3.4.4. TV 58.....	83
3.4.5. 4 Eylül Televizyonu (4 EYLÜL).....	87
3.5. Sivas Merkezli Kurulan Radyo Kanalları	88
3.6. Sivas Medyasında Yoğunlaşma Örnekleri	90
3.6.1. SRT, Yimpaş, Dost Kanal ve Gazete Sivas Yoğunlaşması	90
3.6.2. SİPAS TV, RTV58 ve FM58 Yoğunlaşması.....	91
3.6.3. RTV58, Yılmaz Grup ve TV 58 Yoğunlaşması.....	91
3.7. 6112 Sayılı Kanun	92
3.8. Yerel Radyo ve Televizyonların Politik Anlamda Güçleri	95
SONUÇ.....	101
KAYNAKÇA	105
EKLER.....	113
EK-1; Sivas Dost Kanal AŞ'nin logo ve frekans değişikliği talebi üzerine RTÜK tarafından logo değişikliğinin onaylandığını gösteren 01.06.2003 tarihli üst yazı.....	113
ÖZ GEÇMİŞ.....	115



KISALTMALAR

AŞ.	: Anonim Şirket
BBC	: İngiliz Radyo Televizyon Kurumu
Bkz.	: Bakınız
Çev.	: Çeviren
Der.	: Derleyen
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DVB	: Dijital Görüntü Yayıncılığı
Ed.	: Editör
FM	: Frekans Modülasyon
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
HBB	: Has Bilgi Birikim
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
İBB	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi
NBC	: Ulusal Radyo Televizyon Kurumu
NTSC	: Ulusal Televizyon Standartları Komitesi
PAL	: Faz Değiştirme Satırı
PTT	: Posta ve Telefon Teşkilatı
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
RTYK	: Radyo Televizyon Yüksek Kurulu
s.	: Sayfa
S.	: Sayı
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TGM	: Telsiz Genel Müdürlüğü
TGRT	: Türkiye Gazetesi Radyo Televizyonu
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TSO	: Ticaret ve Sanayi Odası
TTTAŞ	: Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi
TVRO	: Yalnız Televizyon Alıcısı
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri



TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Yıllara Göre SRT'nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar	74
Tablo 2. Yıllara Göre SİPAS TV'nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar	77
Tablo 3. Yıltaş Grubun Sahip Olduğu Şirketler	79
Tablo 4. Yıllara Göre RTV 58'in Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar	80
Tablo 5. Yıllara Göre tv58'in Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar	85
Tablo 6. Yıllara Göre 4 Eylül TV'nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar	87



GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1. 3 Şubat 1993 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	71
Görsel 2. 6 Nisan 1993 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	72
Görsel 3. 27 Şubat 2020 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	72
Görsel 4. SRT'nin ilk spikerlerinden Ali İzgi'nin katıldığı program	73
Görsel 5. Srt Ana Kumanda Odası (2009)	73
Görsel 6. 28 Nisan 1995 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	75
Görsel 7. Sipas TV Ana Kumanda Cihaz Listesi	76
Görsel 8. 17 Mayıs 1995 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	78
Görsel 9. Sistem Fiyat Teklifi	81
Görsel 10. Kanal 58 Ana Kumanda Odası	82
Görsel 11. TÜRKSAT ile yapılan SNG, UP-LINK kapasite talep yazışmaları	82
Görsel 12. Naklen Yayın Aracı İçeriden Görünüm	83
Görsel 13. 22 Mayıs 2007 Tarihli Test Yayını	84
Görsel 14. 14 Kasım 2012 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı	84
Görsel 15. tv58 Televizyonunun 2011 Tarihli Yayın Planı	86
Görsel 16. 4 Eylül Tv Ana Kumanda Odası	87
Görsel 17. Sivas Dost Kanal AŞ'nin 2008 yılı SGK Tahakkuk Bildirimi	89
Görsel 18. Büyük Birlik Partisi Genel Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu'nun, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları	97
Görsel 19. 1994 yılında Dönemin İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın SRT'ye Konuk Olduğu Programdan Görüntü. 98	

Görsel 20. İBB Belediye Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları	98
Görsel 21. Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan'ın, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları	99



ÖZET

Türkiye’deki radyo yayıncılığı batılı ülkelerle aynı döneme denk gelse de televizyon yayıncılığının başlaması batılı ülkelere oranla çok geri kalmıştır. Türkiye’de ilk radyo yayını 1927 yılında gerçekleştirilmiştir. 1952 yılında kapalı devre deneme yayını olarak başlayan televizyon yayıncılığı uzun süre devlet tekelinde devam etmiştir. 1990’lı yılların başlarından itibaren özel radyo ve televizyonların yayına geçmesiyle devlet tekeli ortadan kaldırılmış ve özel radyo ve televizyonlar birbiri ardına yayına geçmiştir.

1980’li yıllarda medyada başlayan değişim ve dönüşümler, teknolojik gelişmelerin yanında medyanın sahipliği noktasında önemli gelişmelerin yaşanmasına sebep olmuştur. Ticari bir meta olarak basın, kısa sürede büyük yatırımcıların ilgisini çekmeyi başarmıştır. Buna bağlı olarak çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren sermaye sahipleri medya sektörüne yatırım yapmaya başlamıştır. Basın bir sektör olarak diğer alanlarla bütünleşmiş ve “medya” ortaya çıkmıştır. Özellikle kitle iletişimi anlamında ticari radyo ve televizyonların yayın hayatına başlamasıyla medya holdingleri oluşturulmuş ve medya, büyük holdinglerin kontrolünde bir iş kolu haline gelmiştir. Özel yayıncılıkla birlikte medya konumuna geçen Türk basını, büyük holdinglerin ilgisini çekmektedir. Basın, temel işlevi olan enformasyondan uzaklaşıp adeta çıkarların ve kârın kollandığı, bu amaçla mücadelelerin yapıldığı bir alana dönüşmüştür.

Türkiye’de televizyon yayıncılığı açısından en önemli gelişme yerel radyo ve televizyonların yayın hayatına başlamasıyla yaşanmıştır. Yerel radyo ve televizyonlar yerel halkın sosyal yaşantısının vazgeçilmez birer parçası haline gelmişlerdir. Medyanın mülkiyetine odaklanan araçsalci yaklaşım çerçevesinde, Sivas medyasının ekonomi politik yapısını inceleyen bu çalışma, kuramsal olarak eleştirel ekonomi politik yaklaşıma dayanmaktadır. Çalışmanın amacı, Sivas’ta kurulan yerel radyo ve televizyon kanallarının mülkiyet yapılarının incelenmesi ve medyanın ekonomi politığının üretimde nasıl bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktır. Özel radyo ve televizyon yayıncılığının başladığı 90’lı yıllardan günümüze, Sivas merkezde faaliyete başlayan bütün yerel radyo ve televizyonlar

araştırmanın evrenini ve örneklemine oluşturmaktadır. Yöntem olarak, belge taraması, kaynak inceleme ve gözlem tercih edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bilgilere göre; Sivas'ın ilk yerel televizyon kanalı SRT, ilk özel radyo istasyonu ise ‘‘Sivas FM’’ logosuyla kurulmuştur. Sivas'taki yerel televizyonların gelişmesi RTV58 televizyonunun YILTAş Grup sermayesine dâhil olmasıyla başlamıştır. Günümüz itibariyle Sivas'ta holding ya da büyük bir sermaye grubuna bağlı olan radyo ve televizyon kanalı bulunmamaktadır. Sivas medyasında bütünleşmeler ve kısmi bölünmeler grlmştir. Kurulduğu yıllarda Sivas yerel medyası yörenin her şeyi konumundayken zamanla bu işlevini ve özelliğini yitirerek yeni medya düzenine ayak uyduramamış ve sistemin dışında kalmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomi Politik, Medya, Yerel Medya, Mülkiyet, Yoğunlaşma

ABSTRACT

Although radio broadcasting in Turkey coincided with the same period with western countries, the beginning of television broadcasting was very backward compared to western countries. The first radio broadcast in Turkey was made in 1927. Television broadcasting, which started as a closed circuit trial broadcast in 1952, continued for a long time under the state monopoly. Since the beginning of the 1990s, the state monopoly was abolished with the broadcasting of private radios and televisions, and private radios and televisions started broadcasting one after another.

The changes and transformations that started in the media in the 1980s have led to significant developments in the ownership of the media, as well as technological developments. As a commercial commodity, the press has managed to attract the attention of large investors in a short time. Accordingly, capital owners operating in various sectors have started to invest in the media sector. As a sector, the press was integrated with other fields and “media” emerged. Especially in the sense of mass communication, with the start of broadcasting of commercial radio and television, media conglomerates were formed and the media became a business line under the control of large holdings. The Turkish press, which has become a media with private broadcasting, attracts the attention of large holdings. The press has moved away from its main function of information, and has turned into an area where interests and profits are sought and struggles are made for this purpose.

The most important development in terms of television broadcasting in Turkey has been experienced with the start of local radio and television broadcasting life. Local radio and television have become an indispensable part of the social life of the local people. This study, which examines the political economy of Sivas media within the framework of the instrumentalist approach focusing on the ownership of the media, is theoretically based on the critical political economy approach. The aim of the study is to examine the ownership structures of local radio and television channels established in Sivas and to reveal how the political economy of the media is a determinant in production. From the 90s when private radio and television broadcasting began to the present, all local radios and televisions that started to

operate in the center of Sivas constitute the universe and sample of the research. As a method, document scanning, source review and observation were preferred.

As a result of the study, the following information was obtained; Sivas's first local television channel, SRT, and the first private radio station were established with the logo of "Sivas FM". The development of local televisions in Sivas started with the inclusion of RTV58 television in the capital of YILTAŞ Group. As of today, there is no radio or television channel affiliated with a holding or a large capital group in Sivas. Integrations and partial divisions were seen in Sivas media from time to time. In the years when it was founded, Sivas local media was in the position of everything in the region, but over time it lost this function and feature, could not keep up with the new media order and remained outside the system.

Keywords: Political Economy, Media, Local Media, Ownership, Concentration

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları, bireylerin haber ve bilgi alma ihtiyacından doğmuş ve insan hayatında önemli bir yer edinmiştir. Medya, sağladığı bilgi akışıyla toplumları etkisi altına alan, kamuoyu oluşturarak kitlelere yön vermektedir. Bireylerin toplumsal yaşamı algılamasında aracı rolü üstlenmektedir.

Radyo ve televizyonlar evlerin başköşesine kurularak etkinliğini arttırmıştır. Televizyon izlemek modern toplumların en popüler etkinliği haline gelmiştir. Hem parasız hem de ulaşılabilir olması, kitle kültürünün merkezine de televizyonu koymaktadır. Hatta zamanla bireylerin boş vakitlerini televizyona göre ayarladıkları tartışılmaz bir gerçek olmuştur.

Küreselleşen dünyada toplumların enformasyon, eğitim ve eğlence gibi gereksinimleri televizyon tarafından karşılanır hale gelmiştir. Televizyon, uluslararası duygu ve düşünce aktarımı aynı zamanda kültür alışverişinde de etkin bir araçtır. Televizyon uzakları yakın ederek dünyanın herhangi bir bölgesindeki o ana ve mekâna, izler kitlesini dâhil etmektedir. Televizyon sayesinde, farklı coğrafyada yaşayan toplulukların yaşantısı benimsenmiş ve dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanlar zamanla birbirine benzeyerek tek tip insan modelinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla birlikte evrenselleşen dünyada, farklı coğrafyalarda yaşayan bireyler kendi topraklarında yaşanan gelişmeleri daha çok merak etmeye başlamışlardır. Yerel medya sayesinde, yöre halkı kendi örf, adet ve kültürlerini başka insanlara aktarabilmekte ve geleneklerini gelecek kuşaklara aktarabilmektedir.

Ancak medyanın var olabilmesi için ekonomik ve politik şartların oluşması yani ekonomi politiğinin olması gerekmektedir. Medya reklam gelirlerine bağımlı hale gelmiştir. Ekonomik çıkarlar göz önünde bulundurulduğunda, önemli bir gelir kaynağı olan reklam, medyanın içeriklerini de yön vermektedir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler ve küresel ekonomi politikaları medya alanında da yapısal dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Medya büyük sermayedarların (holdinglerin) kontrolünde şirketler haline gelmiştir. Medya maddi ve kültürel yapılanmasını kapitalist düzene göre şekillendirmiş ve bu doğrultuda bir üretim gerçekleştirmiştir.

Kapitalist üretim sisteminin içerisinde yer alan ve bu sistemin kurallarına göre faaliyet gösteren yerel basını bu yapılanmanın dışında bırakmamak gerekmektedir. Radyo ve televizyonların hayatımıza girmesiyle birlikte medyada yaşanan ekonomi politik değişim ve dönüşüm Sivas medyası üzerinden incelenmiştir. Sivas'ta yerel medyanın sınırlı sayıda girişimcinin kontrolünde olduğunu, Sivas medyasının sahiplik yapısı ve medya sahiplerinin başka hangi sektörlerde yer aldığı bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm çalışmanın kuramsal yaklaşımını belirlemektedir. Bu bölüm, kavramsal açıdan ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde hem liberal ekonomi politik hem de eleştirel ekonomi politik yaklaşımlarla incelenmiştir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın içinde barındırdığı araçsalci yaklaşım merkeze alınmıştır.

İkinci bölümde, öncelikle radyo ve televizyonun tanımı yapılarak elektronik yayıncılığa giden yolda radyo ve televizyonun icat edilmesi ve geliştirilmesi izlenmiştir. Daha sonra dünyada ve Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığının bibliyografisi ele alınmaktadır. Ardından özel radyo ve televizyon yayıncılığının tarihi ve türleri içerisinde yer alan yerel radyo ve televizyonlara yer verilerek işlevleri ve sorunları incelenmiştir.

Üçüncü ve son bölüm araştırmanın inceleme konusunu oluşturmaktadır. Araştırmanın konusu olan Sivas il merkezinde yayın yapan yerel radyo ve televizyonların kuruluş ve yakın dönem sahiplik yapıları ele alınmıştır. Yoğunlaşma biçimleri anlatılarak, ardından araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde Sivas medyasında görülen yoğunlaşmalara yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.KAVRAMSAL AÇIDAN EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM

1.1. Ekonomi Politik Kavramı

İnsanlık, tarih boyunca çeşitli dönemlerden geçmiştir. Her devirin kendine özgü üretim biçimi, bölüşüm yöntemleri ve güç ilişkileri bulunmaktadır. Kendi arasında üretim ve tüketim yapan ilkel toplumlarda insanlar avcılık ve toplayıcılıkla hayatını idame ettirmiştir. Bu sistemde herkes çalışmakta ve tüketime ortak olmaktadır. Üretim araçlarındaki gelişmeler sayesinde bireyler ihtiyaçlarından fazlasını üretmeyi başarmıştır. Bu durum bir kesimin diğerlerini köleleştirmesi olarak ortaya çıkarmaktadır. Zamanla hiyerarşik örgütlenmeler neticesinde Feodal toplum tipi gelişme göstermeye başlamıştır. Toplumun geneli üretime katılırken, paylarına ise geçimini sürdürebileceği miktarda üretim çıktısı düşmektedir. Tekrardan ürün miktarındaki artış sebebiyle kapitalist yapının ilk göstergesi olan tüccar sınıfı ortaya çıkmıştır. Feodal toplumun meydana getirdiği kapitalist sınıf önce ekonomik güce sonrasın da ise siyasal güce hâkim olmuştur. Farklı sınıfsal ayrımlar ortaya çıkmış, egemenler ve egemenin hükmettiği kişiler, zengin ve fakir gibi birbirinin zıttı gruplar ortaya çıkmıştır. Eşit olmayan bu durumda, hâkim grubun menfaatlerini kollamak için toplumun siyasal örgütlenişi olan devlet oluşmuştur. Ekonomi politik kavramı, tarihsel olarak üretimin, değişimi, bölüşümü ve tüketimin irdelenmesidir (Yaylagül 2006: 123-125).

Ekonomi Politik, Yunan dilindeki “Politeia” ve “Oikonomia” kelimelerinin bir arada kullanılmasıyla türemiştir. “Politeia” terimi, Yunancada kent ve devleti ifade etme biçimi olan “Polis” sözcüğünden ortaya çıkmıştır. “Oikos” ev ekonomisi, “Nomos” ise yasa anlamını taşımaktadır. “Oikonomia” terimi bu iki farklı sözcükten türemiştir. “Politeia” ve “Oikonomia” sözcükleri bir araya getirilerek “Ekonomi Politik” kelimesi kullanılmaya başlanmıştır. Ekonomi kendi anlamında kullanılarak yine ekonomiyi ifade ederken, politika sözcüğü eklenerek “Ekonomi Politik”

terimi ortaya çıkmış devletin ekonomik yapısına niteleyen bir hal almıştır (Doğan 2011: 21).

Türk Dil Kurumuna göre ekonomi politik: “*Toplumsal üretim ilişkilerinin gelişmesine bağlı olarak bu gelişmenin farklı evrelerinde mal ve hizmetlerin üretim, dağıtım ve değişim koşullarını etkileyen yasaları saptayan ve irdeleyen bir tür iktisat bilimi*” olarak açıklanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr>).

Terim olarak ekonomi politik ilk kez 1615 yılında, Fransız asıllı ekonomist Antoine de Monchretien tarafından, milletin içinde bulunduğu durumu, Fransa Kralı XIII. Louis’e aktarmak üzere yazmış olduğu raporda kullanılmıştır. Ekonominin sözcük anlamı “evin içindeki düzen”, politik sözcüğünün anlamı ise milletin yönetimine ait her şeyi anlatmaktadır. Bu bağlamda ekonomi politik, milletin geçerli olan düzeni ve prensiplerinin incelenme biçimidir (Barjonet 1967: 7).

Kapitalizmi analiz eden ekonomi politik, terim olarak ilk defa 17. yüzyılda kullanılmaya başlansa da bilim olma vasfını 18. yüzyılda kazanmıştır. Ekonomi politik, 19. yüzyılda Filozof Adam Ferguson, klasik iktisatçılar Adam Smith ve David Ricardo’nun yapmış oldukları çalışmalar, ekonomi politiğin bilim vasfını kazanmasında önemli bir rol üstlenmiştir (Uzun 2017: 12).

En geniş tanımla ekonomi politik, çalışma alanında kapitalist toplumdaki üretimi ve bölüşümü irdelemektedir. Bireylerin varlıklarını idame ettirebilmeleri için gerekli olan kaynakların üretimini ve değişimini inceleme sahasına alan bilim dalıdır. Ekonomi politik, kitle iletişim araçlarının sahiplik ve kontrol yapısı ilişkilerinden hareketle üretimin örgütlenme tarzına, endüstrileşmesine, uluslararası pazardaki payı ve konumuna, pazarın tekelleşme durumuna bakmaktadır (Kellner 2008: 151). Aynı zamanda ekonomi politik, medya mesajlarının kültürel üretim ve dağıtım süreçlerini çalışma alanına dâhil etmektedir (Fung 2006: 44).

Ekonomi politik, Marksizm ile gelişme göstermeye başlamıştır. Ekonomi politiğin bir bilim olarak temellerini atan Karl Marks ve Friedrich Engels, klasik iktisatçıların teorilerine karşı eleştirel bir teoriyle altyapı, üstyapı ve artı değer kuramlarından beslenen ekonomi politik yaklaşımını geliştirmişlerdir (Aras 2008: 7).

Ekonomi politik üretimin sosyal yapısını araştırmaktadır. Ekonomi politik, tarihseldir ve toplumları oluşturan sınıfları incelemektedir. Üstyapı, altyapının

temelleri üzerine inşa edilmektedir. Üstyapı siyaset, sanat, din ve bunları karşılayan kurumlardan oluşmaktadır. Üstyapı, kendisini karşılayan ve geliştiren altyapıdan meydana gelmektedir, altyapı üstyapıya etki ederek onun meydana gelmesi ve sağlamlaşmasına katkı sağlamaktadır. Üstyapının altyapıya kuvvetli etkisi vardır (Nikitin 2006: 17).

Ekonomi politiğin sorunsalı toplumdur. Üretim, değişim, bölüşüm ve tüketim toplumsal ilişkiler içerisinde gerçekleşmektedir. Bireyler arasındaki üretim ilişkilerini araştıran ekonomi politik, üretim araçlarının mülkiyet tarzlarını, üretime dâhil olan toplumsal sınıfların kendi aralarındaki ilişkilerini ve maddi malların paylaşımını araştırmaktadır. Ekonomi politik, toplumları oluşturan bireyler arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesinin bilimidir (Aras 2008: 7).

“Üretim ilişkilerinin tümü, toplumun iktisadi yapısını, belirli toplumsal bilinç şekillerine tekabül eden bir hukuki ve siyasal üstyapının üzerinde yükseldiği somut temeli oluşturur. Maddi hayatın üretim tarzı, genel olarak toplumsal, siyasal ve entelektüel hayat sürecini koşullandırır. İnsanların varlığını belirleyen şey, bilinçleri değildir; tam tersine, onların bilincini belirleyen, toplumsal varlıklarıdır” (Marks 1979: 25).

Mosco (1996: 25) Ekonomi politiği, kapitalizmi benimseyen toplumlarda üretimi yapılan kaynakların, dağıtımı ve bu kaynakların tüketilmesini düzenleyen toplumsal ilişkilerin, bilhassa da iktidarla olan ilişkilerinin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır. Egemen yaklaşım çerçevesinde, medya kuruluşlarına kamu adına iktidarı denetleme görevi atfedilmektedir. Basın yasama, yürütme ve yargıdan sonra “dördüncü kuvvet” olarak ifade edilmektedir. Dördüncü kuvvet görevi atfedilen medya, demokratik sistemlerde toplumun sesini mecralarına taşıma, toplumu Hükûmetin eylemleri hakkında bilgilendirme, Hükûmeti denetleme ve gözetim altında tutma vazifelerini yerine getirmektedir (Özer 2010: 15).

Ekonomi politik kuramının kitle iletişimi alanında kullanılması ve gelişmeye başlaması 1960’lı yıllara denk gelmektedir. Bu yıllarda Dallas Smythe, Edward Samuel Herman, Noam Chomsky ve Herbert Schiller’in medya üzerine yapmış oldukları çalışmalar önem göstermektedir. Dallas Smythe metalaşma ve medya bağımlılığı, Herman ve Chomsky ise küreselleşme, devletle ilişki ve medya üzerinde durmuştur. Schiller ise iletişimin uluslararası boyutunu ekonomi politik yaklaşımıyla incelemiştir (Erdoğan, Alemdar 2005: 215-216).

Golding ve Murdock'a (1997: 3)göre, metayı üretip dağıtan medyanın ticari ve endüstriyel kuruluş olduğu gerçeği yatmaktadır. Medyadaki mülkiyet ve sahiplik yapısı, bu yapıların medya çıktılarına yansımaları, uluslararası pazardaki durumu, bütünleşmesi, holdingleşmesi vb. medya pratikleri, medyaya ekonomi politik çerçeveden yaklaşan kuramcılarının temel çalışma alanlarını oluşturmaktadır. Ekonomi politik yaklaşımın ana savunusu, iletişimi ekonomiyle bütünleştirerek ele almaktır.

Ekonomi politiğin odaklandığı başlıca konular arasında, medyanın tekelleşmesi, endüstrileşmesi, diğer endüstrilerle ilişkileri, ticari yapıya bürünmesi, kâr güdüsü, rekabet, reklam ve buna benzer medya uygulamaları gelmektedir. Medya araçlarının kimleri ne kadar ne oranda etkilediği, satın alma ve oy verme eğilimleri ya da bunların aksine herhangi bir etkide bulunup bulunmadığını sorunsallaştırır. Ticari yapısı ve kâr amacı gütmesine bağlı olarak medya, reklamcılarının yaptırımlarına razı gelmekte ve aynı zamanda okuyucu/izleyici kitlesini memnun etmek için faaliyetlerini sürdürmektedir (Fung 2006: 47).

Medya ve kültür endüstrisi, ekonomi ve siyasi oluşumların içerisinde hareket etmektedir. İçerisinde bulunduğu pazar ve siyasal oluşumların sınırlandırdığı ve belirlediği zeminde faaliyetlerini sürdürmektedir. Ekonomi politik bu zeminde üretimi yapılan medya çıktılarının ve kültürel sahadaki üretim ve dağıtım aşamalarını araştırmaktadır. Bu sistem bünyesinde üretilen kültür ürünleri ve medya çıktıları emtia olarak nitelendirilir (Yaylagül 2006: 127).

Ekonomi politik kuramcıları, ekonomi politiği kendi aralarında egemen yaklaşımlar (liberal ekonomi politik) ve eleştirel yaklaşımlar (eleştirel ekonomi politik) başlığı altında ikiye bölmüştür. Liberal ekonomi politik kuramcıları devletin müdahalesinin olmadığı serbest ekonomi pazarına odaklanır. Eleştirel ekonomi politik kuramcıları ise, tüketici egemenliği yerine mülkiyet ve üretimin organizasyonuna odaklanmaktadır. Eleştirel yaklaşımlar, Marksizm'den beslenerek egemen yaklaşımlara eleştiri getirmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Medyanın ekonomi politiği ise yine liberal ekonomi politik kuramcıların medyaya getirmiş oldukları savunulara eleştirel olarak yaklaşmaktadır. Golding ve Murdock (2014: 54), eleştirel ekonomi politiğin esas görüşünü şu şekilde açıklamaktadır; “*Eleştirel ekonomi politik*

özellikle iletişimsel etkinliğin, maddi ve simgesel kaynakların eşit olmayan paylaşımı tarafından yapılandırılma tarzıyla ilgilenir”.

Adam Smith, David Ricardo, Mill ve Keynes gibi liberal görüş yanlısı kuramcıların araştırmalarıyla gelişen liberal ekonomi politik, çalışmalarının merkezine kapitalist üretim tarzını alarak pazardaki değişme üzerine odaklanmaktadır. Egemen ekonomi politikçiler, devlet tarafından yapılan müdahalelere karşı çıkmaktadır. Hükûmetler tarafından özelleştirmeler yoluyla pazar büyütülerek rekabet ortamı sağlanmaktadır. Devlet müdahalesinin olmadığı serbest ekonomi pazarında, pazarın büyüklüğü ölçüsünde tüketicinin seçme hakkı da büyük olmaktadır. Bu yaklaşıma göre medyayı tüketenler birer müşteri olarak nitelendirilmektedir. Liberal ekonomi politik yaklaşımda, medya bir bakıma kamunun gözcüsü konumundadır. Kamunun yerine yöneticileri, yöneticilerin yerine de halkı gözetmektedir. Kamuya dair sorunlar konusunda devlete bilgi vermek ve devletin işleyişi hakkında da kamunun bilgilendirilmesi medyanın görevidir. Kapitalizmin içinde doğup gelişen liberal yaklaşımın özünde devletin ve ekonominin birbirinden ayrı tutulması, birbirlerine müdahale etmemeleri ilkesine dayanmaktadır (Güngör 2013: 340). Liberal ekonomi politikçiler, müteşebbislerin ve seçme serbestisi bulunan tüketicilerin varsayıldığı bir pazardaki mübadeleye, “metodolojik bireycilik” çerçevesinde yaklaşmaktadır (Adaklı 2006: 26).

1.2. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım

Eleştirel yaklaşımlar, konumları bir toplumdan diğerine değişen çeşitli sınıf ve toplumsal yapıların temel ekonomik menfaatlerini etkileyen, insan ilintilerini gündeme getirmektedir. Eleştirel kuramcılar tarafından endüstriyel bir yapı olarak nitelendirilen medyanın hayatta kalabilmesi için ekonomik ve politik şartlarının oluşması şöyle ki ekonomi politiğinin olması gerekmektedir. Medya varlığını sürdürebilmek adına reklam gelirlerine bağımlı hale gelmektedir. Medyanın ekonomik faydaları merkeze alındığında, gelir kaynağının büyük bir bölümünü oluşturan reklamlar, medyanın çıktılarına yön verebilmektedir (Dağtaş, Aydın 2017: 25).

Eleştirel kuramcılar, izleyici/okuyucu üzerine odaklanmaktadır. Liberal kuramcılar, bireylerin tercih konusunda özgür olduğunu savunurken eleştirel kuramcılar ise bireylerin tercihlerinde özgür olmadığını, tercihlerin başkaları tarafından düzenlendiğini söylemektedirler. Eleştirel kuramcı Herbert Marcuse tüketim toplumlarında yapay tercihlerin dayatıldığını vurgulamaktadır. Ayrıca Marcuse (1990: 4-5), bireylerin bunları gerçek ihtiyaçmış gibi idrak edebilmeleri için ikna edildiklerini belirtmektedir.

Toplumsal yapının eleştirisinden yola çıkan eleştirel ekonomi politik yaklaşım, liberal çoğulcu ekonomi politik yaklaşımın karşısında konumlandırılarak Marksizm ekseninde çalışmalarını sürdürmektedir. Eleştirel ekonomi politik, medyanın sahiplik ve kontrol yapılarıyla birlikte, devlet düzenlemesi ve diğer iletişim kurumlarıyla aralarındaki ilintiyi de incelemektedir (Fung 2006: 43).

Golding ve Murdock (2014: 54) eleştirel ekonomi politiği, liberal ekonomi politikten ayırt eden dört farklı özellikten bahsetmektedir. Bu özelliklerden birincisi bütüncül olması, ikincisi tarihsel olması, üçüncüsü kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki dengeyle ilgilenmesi, sonuncu özellik ise adalet, eşitlik ve kamu yararı gibi temel ahlaki sorunlarla ilgilenmek için verimlilik üzerinde durmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği üzerine çalışmalar yapan Vincent Mosco'ya göre, ekonomi politik toplumsal ilişkileri, iletişim kaynaklarının üretilmesini, dağıtılmasını ve tüketilmesini karşılıklı olarak oluşturan iktidar ilişkilerini araştırmaktadır. Mosco, ekonomi politiğin toplumsal değişimi ve tarihsel dönüşümü incelediğini ifade ederek, toplumsal ve kültürel alanları oluşturan toplumsal ilişkilerin bütününe incelediğini belirtmektedir. Toplumsal değerler ve ahlaki ilkelerle ilgili bir ahlak felsefesine bağlı olduğunu savunmaktadır (Mosco 1996 akt. Adaklı 2006: 24-25).

Ana akım ekonomi bilimine majör eleştiri Karl Marks'tan gelmiştir. Marks'a göre eleştirel ekonomi politik kapitalist toplumlarda hâkim olan sömürü düzeni üzerine çalışmalar yapmaktadır (Yaylagül 2006: 81). Marks'a göre, insanlık tarihi sınıf mücadelelerinden ibarettir.

“...bizim, üretim deyince, söz konusu ettiğimiz, toplumsal gelişmenin belirli bir aşamasında üretimdir toplum içinde yaşayan bireylerin üretimidir. Dolayısıyla, genel olarak üretimin sözünü etmek için, ya üretimin değişik aşamalarında gelişmesinin tarihsel sürecini izlemeli, ya da belirli bir tarihsel dönemin ele alındığı, örneğin gerçekte bizim asıl konumuz olan modern burjuva üretiminin ele alındığı baştan belirtilmelidir. Ama üretimin bütün dönemlerinin bazı ortak nitelikleri, bazı ortak belirtileri vardır. Genel olarak üretim soyut bir kavramdır, ama ortak özelliklere dikkati çektiği ve bunları tam olarak belirttiği ölçüde bizi yinelemelerden kurtarmasıyla akla uygun bir soyutlamadır...” (Marks 1979: 247-248).

Üretimden tüketime kadar geçen süredeki bütün ilişkileri kapsayan yapı olarak nitelendirilen üretim biçimi, kendine özgü ekonomik sistemler kurmaktadır. Ekonomik sistem içerisinde, ekonomik ilişkileri denetim altına alan gruptan bir sınıf meydana gelmektedir. Bu sınıf ekonominin kontrolünü sağlayıp maddi güç haline geldiğinde sistemin devamı için kendi ideolojisini oluşturmaktadır. Üretim biçimi, insanların neyi nasıl yaptıklarını ve kendilerini bu yaptıklarıyla nasıl ifade ettiklerini içermektedir (Erdoğan, Alemdar 2005: 191).

Eleştirel ekonomi politik, sistemi totaliter bir bakış açısıyla araştırmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ekonomi politigi, medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısının yanı sıra üretim ilişkileri, kimlere ne kadar ve ne miktarlarda fayda sağladığının üzerinde yoğunlaşmaktadır (Güngör 2013: 137-138). İnsanlar, aralarında zorunlu ve kendi iradelerinin dışında belirli ilişkiler kurmaktadır. Marksist temelde üretim ilişkileri, üretici güçlerin başka deyişle üretimi gerçekleştiren bireylerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için kendi aralarında, ekonomik bağlamda hayatta kalma mücadelesi için kurulan ilişkilerdir.

Marks ve Engels’e göre iki tip üretim aracı vardır. İlki, maddi üretim araçları, ikincisi zihinsel üretim araçlarıdır. Üretici güçler ise üreten bireylerin tamamı ile tanımlanır. Karl Marks, egemenliği ve yönetimi elinde tutan sınıfın düşüncelerinin, bütün devirlerde, yöneten düşünceler olduğunu belirtmektedir. Marks, “Alman İdeolojisi” isimli eserinde maddi üretim araçlarına sahip olan sınıfın, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu sınıflar, zihinsel üretimi kendi menfaatlerine hizmet edecek doğrultuda içerikler üretmektedirler (Murdock 2006: 76-77).

“Egemen sınıfın düşünceleri, her çağda egemen düşüncelerdir: Yani, toplumun maddi egemen gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen fikri güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, bu sayede aynı zamanda zihinsel üretim araçlarının da üzerinde denetim kurar; böylelikle zihinsel üretim araçlarından yoksun olanların düşüncelerini de genel olarak, kendine tabi kılar. Egemen düşünceler, egemen maddi ilişkilerin fikri ifadesinden, düşünceler halinde kavranan egemen maddi ilişkilerden, yani o bir sınıfı egemen sınıf yapan ilişkilerden başka bir şey değildir; yani, onun egemenliğinin düşünceleridir. Egemen sınıfı meydana getiren bireyler, başka şeylerin yanı sıra bilince de sahiptirler; dolayısıyla da düşünürler. Bu nedenle, onlar bir sınıf olarak egemen durumda bulundukları ve tarihsel bir dönemin tüm kapsamını belirledikleri ölçüde, açıktır ki bunu her alanda yaparlar” (Marks, Engels 1992: 70).

Marksist yaklaşımların başlıca kavramlarından olan altyapı ve üstyapı modeli, toplumsal yapıyı temel almaktadır. Bu modele göre altyapı, üstyapıyı belirlemektedir. Medyanın, altyapının mı yoksa üstyapının mı parçası olduğu, Marksizm’in sorunsalları arasında yer almaktadır (Şen 2019: 11). Örgütlenmenin temeli olan altyapı, üretim tarzını meydana getiren üretim güçleri ve üretim ilişkilerinden oluşmaktadır. Üretim tarzlarında toplumun ekonomik altyapısı üzerine inşa edilen üstyapı kurumları mevcuttur. Üretim tarzı olan altyapı, üstyapı kurumlarını da belirleyici özelliğe sahiptir. Bir ulusun kendi içindeki iş bölümü önce sanayi ve ticaret emeğinin, tarım emeğinden ayrılmasına ve buna bağlı olarak kent ile kırsalın ayrılmasına ve çıkarlarının karşıtlığına yol açmaktadır. Daha da gelişme göstermesi ise, ticari emeğin, sanayi emeğinden ayrılmasına neden olmaktadır. Farklı dallardaki iş bölümü beraber emek harcayan bireyler arasında farklı alt bölümleri ortaya çıkarmaktadır. Farklı alt bölümlerin birbirleri karşısındaki durumları tarımsal, sanayi ve ticari emeğin çalıştırılma tarzıyla belirlenir. İş bölümünün her yeni aşaması, bireylerin kendi aralarındaki ilişkilerini de belirlemektedir (Marks, Engels 2013: 31).

Marksist kuramcılar ve düşünürler hem iletişim alanında hem de medyanın kültür üretim etkinliklerinde altyapıyı temsil eden üretim biçimi üzerine yoğunlaşmaktadır (Özdemir 2018: 12). Altyapı, üstyapıyı inşa eden kültür, siyasal ilişkiler, hukuk, devlet, toplumsal statü ve toplumun düşüncelerini belirlemektedir. Altyapı tarafından oluşturulan üstyapı ise, altyapıyı değiştirmek, düzenlemek ve gelişmesini sağlamak için örgütlenmelere giderek, ideolojiler ve düşünceler üretmektedir. Altyapı ve üstyapı kurumları birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir.

Marksist düşünür Louis Althusser, Marks'ın her toplumun yapısını eklemellenmiş "düzey" ya da "kerteler" den oluşmuş biçimde tasarladığını belirtmiştir. Üretici güçler ile üretim ilişkilerinin "birliği" olan ekonomik temel ya da altyapı, altyapı tarafından oluşturulan üstyapı. Üstyapının iki düzeyi vardır. İlki hukuk ve devlet, diğeri ise ideolojilerdir. İdeolojilere, ahlaki, dini, hukuki, siyasi gibi anlayışlar örnek gösterilebilir (Althusser 2000: 25).

1.2.1. Medyada Araçsal ve Yapısal Yaklaşım

Medyanın eleştirel ekonomi politığıne yönelik birçok çalışmalar yapılmıştır. Yapılan bu çalışmaları, araçsal yaklaşım ve yapısal yaklaşım olmak üzere iki ana grupta sınıflandırmak mümkündür.

Araçsal yaklaşımda Amerika kaynaklı, Yapısal yaklaşımda ise Avrupa kaynaklı isimler dikkat çekmektedir. Araçsal olarak anılan Amerikalı ekonomi politikçiler; Noam Chomsky, Edward S. Herman, Herbert Schiller ve Dallas Smythe öne çıkan isimler arasında yer almaktadır. Yapısal yaklaşımı geliştiren Avrupalı Ekonomi politikçiler ise; Armand Mattelart, Nicholas Garnham Peter Golding ve Graham Murdock gibi isimler ön plana çıkmaktadır (Durmuşahmet 2019: 72).

Araçsal yaklaşıma göre medya, kapitalist sınıfın aracı olarak görülmektedir. Bu yaklaşım bir taraftan endüstrinin kapitalist sahiplerinin kimler olduklarına bakarken diğ taraftan da iletişim ve kültür endüstrisinin, egemen sınıfın kontrolü altında olduğunu ve bu sınıfın çıkarlarına hizmet eden bir güç olduğunu belirtmektedir. Araçsal analiz sıklıkla başvuru alan eleştirel ekonomi politik modeldir. Bu yaklaşım özellikle büyük etki ve popülerlik kazanmıştır. Yapısal yaklaşımlara göre medya ideolojik bir güç olarak kabul görmektedir. Yapısal analizde ekonomik dinamikler medya çıktılarına ve medyanın işleyişine etki etmektedir. Kapitalist ekonomik düzen kitle iletişim araçlarının içeriğini işleyişini ve örgütsel yapısını belirlemektedir (Yaylagül 2006: 136). Ayrıca yapısal teorisyenler, medyanın holdingleşmesi üzerinde odaklanmaktadır.

Bugün adına topluca medya denilen kitle iletişim araçlarında imal edilen medya çıktılarının, üreticisine kâr ve birikim sağladığı kabul görmektedir. Medya, sahipleri için karla birlikte, ekonomi dışı birtakım faydalarda sağladığı bilinmektedir. Bu faydaların en bilineni güçtür. İş yapabilme ya da yaptırabilme gücü kimi zaman

zararı bile göze alarak, ekonomik getiriden daha fazla kazanç sağlamaktadır (Uzun 2017: 17).

Amerikan araçsalcı yaklaşım yönteminin varsayımlarıyla hareket eden kitle iletişim araştırmacıları, medyanın olağan görevinin yanında egemen sınıfın ya da sahiplerinin çıkarlarını gözeterek yayın politikalarını geliştirdiğinin belirtmektedir. Araçsalcı yaklaşım, medyayı seçkinlere hizmet eden bir araç olarak görülmektedir (Shoemaker, Reese 2014: 110).

Peter Golding ve Graham Murdock (2014: 54)'a göre, araçsalcı teoriyle hareket eden araştırmacılar, kapitalist egemen sınıfı kamusal enformasyon akışının kendi çıkarlarına hizmet edecek şekilde ticari pazar sisteminde ekonomik güçlerini kullanma biçimi üzerine odaklanırlar ve özel mülkiyetin sahip olduğu iletişim araçlarını sınıf tahakkümünün araçları olarak görürler. Bu yaklaşıma göre medyanın mülkiyet yapısı, üretim sürecini ve yayın politikalarını belirlemektedir.

Ekonomi politik kuramının en bilindik düşünürleri, Edward Herman ve Noam Chomsky Amerikan haber medyasında haber üretiminin ekonomi politliğini araştırdıkları ve adına “propaganda modeli” dedikleri bir model geliştirmişlerdir. Onlar da diğer kuramcıların izinden giderek, medyanın egemen seçkinlere hizmet ettiğini savunmaktadır. Medyanın en önemli işlevleri arasında propaganda yer almaktadır. Bu modele göre, kapitalist toplumlardaki bütün iş faaliyetlerinde görüldüğü gibi iletişim, medya ve kültür faaliyetleri de kapitalist kanunlar çerçevesinde biçimlenmiştir. Medya tıpkı diğer iş faaliyetleri gibi kapitalist sermayenin kontrolünde işleyen endüstri haline gelmektedir. Endüstriye dönüşen medya alanında faaliyet gösterebilmek için büyük sermayeye gereksinim duyulmaktadır. Bu yüzden, kapitalist toplumlarda herkes medya alanında istediği gibi faaliyette bulunamaz ve bulunanların sayısı da sınırlandırılarak tekelin oluşmasına neden olmuştur (Yaylagül 2006: 150).

Herman ve Chomsky'nin tezleri şudur; medya kendisini denetleyen ve finansmanını sağlayan egemen sınıfın ve grupların çıkarlarını gözeterek propaganda yapmaktadır. Medya politikalarının oluşturulması ve dayatılması noktasında önemli bir konuma sahip olan çıkar temsilcilerinin ilkeleri ve önemli gündemleri bulunmaktadır. Normal olarak bu, kaba kuvvet kullanmaktan ziyade aynı çıkarları

benimseyen personelin görevlendirilmesi, editörlerin ve gazetecilerin kurumun işleyiş yöntemiyle uyumlu öncelikleri ve değeri kriterlerini başarılmaktadır (Herman, Chomsky 2012: 15).

Medyanın amacı bir taraftan kitesinin ne göreceği, neyi duyacağı ve nasıl düşüneceği olurken diğer taraftan egemen değerleri topluma kabul ettirebilmek adına kamu rızası üretmektir. Rızanın ikna yoluyla elde edilebileceği ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu yönetme becerisine haiz oldukları savunulmaktadır (Golding, Murdock 2014: 55).

Egemen sınıfın çıkarlarına hizmet etmesi bakımından medya üzerindeki denetim, medyanın devlet bürokrasisinin elinde bulunduğu ülkelerde çoğu zaman resmi sansür yoluyla, medyanın özel mülkiyetin elinde bulunduğu ve resmi bir sansür olmayan ülkelerde ise işleyen bir propaganda sistemi görülmemektedir. Propaganda modeli, güç ve servet eşitsizliğini temel alarak bu eşitsizliğin, medyanın çıkarları ve seçimler üzerindeki geniş boyutlu etkisi üzerine odaklanmaktadır. Paranın ve iktidarın, uygun haberleri seçerken süzgeçten geçirdiğini, Hükûmetin ve egemen sınıfların mesajlarını halka iletebildiğini ortaya koymaktadır. Herman ve Chomsky propaganda modelinin belirlenebilmesi için medyada yayınlanan haberlerin beş adet süzgeçten geçtiğini ifade etmektedir. İşlenmemiş haldeki haberler peş peşe süzgeçlerden geçirilerek basılmaya uygun hâle gelene kadar filtrelerden geçmektedir. Süzgeçler birbirleriyle etkileşim halindedir ve birbirlerini sağlamlaştırmaktadırlar. Propaganda modelinin temel bileşenleri ya da haber “süzgeçleri” şu başlıklar altında toplanmaktadır; Birinci süzgeç, kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyeti ve kâr yönelimi. İkinci süzgeç, iş yapmak için reklamcılık ruhsatı. Üçüncü süzgeç, kitle medyasının haber kaynakları. Dördüncü süzgeç, tepki üretimi ve zorlayıcılar. Beşinci Süzgeç, bir denetim mekanizması olarak anti-komünizm (Herman, Chomsky 2012: 72).

Birinci Süzgeç: Medyanın Büyüklüğü, Mülkiyeti ve Kâr Amaçlı Oluşu; medya sektöründe mecraların çeşitlenerek farklı alanlara genişlemesi ve sermayenin artması, özellikle kamunun tekelinde bulunan telekomünikasyon alt yapısının ve diğer iletim kanallarının özelleştirilmesi sayesinde mümkün olmuştur (Adaklı 2010: 72).

Büyük medya kuruluşları, medya haricinde farklı alanlara da yönelmiş, farklı alanlardaki sermayede aynı şekilde medya alanında faaliyet gösterme başlamıştır. Buna bağlı olarak önemli ölçüde tekelleşmeler ortaya çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları hem endüstrileşen yapısıyla hem de kapitalizmin ticari kazancı temel alan yapısıyla sistem içerisinde kendini konumlandırmıştır (Güngör 2013: 166).

Günümüzde hâkim medyaya bakıldığı zaman oldukça büyük işletmeler olduğu görülmektedir. Bir medya kuruluşuna sahip olabilmek için çok büyük miktarda sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. 19. yüzyılın ortalarından itibaren sermaye maliyetlerinin artmasıyla; teknolojik gelişmeler, geniş okuyucu kitlesine ulaşma ve serbest piyasanın genişlemesi basının endüstrileşmesine yol açmaktadır. Medya şirketlerinin gelirlerinin önemli bir kısmını uluslararası pazarlar oluşturmaktadır. Televizyonlar, televizyonlar için program üreten şirketler, film stüdyoları ve dergiler yurt dışındaki satışlardan ve faaliyet gösterdiği ülkelerdeki bağlı kuruluşlardan gelirler elde etmektedir. Medya şirketlerinin Hükûmetle olan bağlantıları önemli bir yapısal ilişkiyi ortaya çıkarmaktadır. Bu ilişkilerin başında, Hükûmet tarafından düzenlenen yayın istasyonlarının ruhsat ve işletme hakları gelmektedir. Bu yasal bağımlılık, resmi çizgiden sapan medyayı kontrol altında tutabilmek için baskı aracı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu süzgeç medyanın haber tercihlerine etki edebilecek ilk güçlü süzgeçtir (Herman, Chomsky: 83-84).

İkinci Süzgeç: İş Yapmak İçin Reklamcılık Ruhsatı; Reklam veren kuruluşlar, himaye ettikleri medyaya fiili ruhsat verme konumundadırlar. Serbest piyasa şartlarında, reklam verenlerin desteği olmadan medyanın ekonomik olarak ayakta kalması mümkün gözükmemektedir. Haber üretim sürecinde, kitle iletişim kurumuna reklam verenlerin istek ve beklentileri de dikkate alınmaktadır. Programların veya haberlerin ilgi çekmesi dolaylı olarak reklamların izlenmesine katkı sağlamaktadır (Güngör 2013: 141).

Gerek medya şirketleri gerekse reklam verenler, ürün seçiminden sunum biçimine kadar birçok konuda karar alabilmek için izleyicilerinin tercihlerini öğrenmeyi hedeflemektedir. Medya çıktıları amaca uygun araştırmalar sonucunda belirli bir içerik ve kalıp kazanarak konuların sunumunda izleyicilerin beklentileri önemslenmektedir. Medya sermayesi, reklam veren kuruluşlar ve reklam şirketleri

arasında belirlenen uzlaşmalar bir ürünün izleyicilere nasıl satılacağını belirlemektedir (Adaklı 2010: 72).

Medya şirketleri, reklam veren kuruluşların ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve onları desteğini alabilmek için konusunda uzman personel yetiştirmektedir. Medyanın patronu konumunda olan reklam verenlerin tercihi, medya şirketinin ekonomisini büyük oranda etkilemektedir. Medya kuruluşları için izlerkitle ve reklam verenler büyük önem taşımaktadır. Reklam veren kuruluşlar, çıkarlarını gözeterek programlar arasında ayıklama yapmayı tercih etmektedirler. İstisnalar dışında bu kuruluşlar, kültürel ve politik bakımdan tutucudurlar, çoğunlukla ideolojik olarak onlara yakın olan ve çıkarlarını gözetecek medya şirketlerini himaye etmektedir. Mali performans ve kamu denetiminin azalması, reklama muhtaç bir medya sisteminin zamanla reklam süresinin uzamasına ve kamuoyunun sorunlarını gündeme getiren programların türdeş olandan farklı bir duruma gelmesine ya da tamamen ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Reklam veren kuruluşlar, “satın alma psikolojisi” ile ters düşen ve rahatsızlık verebilecek ağır programlardan kaçınarak kendi ilkelerine hizmet eden programları tercih etmektedir. Satış mesajının yayılması ruhuna uygun düşecek ve insanları rahatsız etmeden eğlendirecek programlar hedeflenmektedir (Herman, Chomsky 2012: 86-87).

Üçüncü Süzgeç: Kitle Medyasının Haber Kaynakları: Kitle medyası, haber programlarını doldurmak adına sürekli ve güvenilir enformasyona gereksinim duymaktadır. Mali zorunluluk ve çıkar ilişkileri yüzünden medyanın haber kaynaklarıyla olan ilişkisi karşılıklı bağımlılık şeklinde gerçekleşmektedir. Haber kaynakları tarafından üretilen rutin haberler medya kuruluşunun enformasyon sağlayan resmi kaynaklara ve şirketlere aşırı bağımlı hale gelmesine neden olmaktadır (Shoemaker, Reese 2014: 111).

Hükûmet, bürokrasi ve resmî kurumların kaynaklarından enformasyon sağlamak medya kuruluşlarının maliyetlerini aza indirmektedir. Yerel medya kuruluşları için haber ajansları, belediyeler, polis merkezleri, şirketler ve meslek gruplarının basın büroları habercilik faaliyetlerinin kilit noktaları konumunda olmaktadır. Resmî kaynaklardan üretilen haberlere; objektif haber ileticisi, tarafsızlık eleştirisi ve iftira davalarından korunmak için doğruymuş gibi göstereceği

malzemeye ihtiyaç duymaktadır. Böylelikle araştırma masrafı azalmaktadır (Tuchman akt. Herman, Chomsky 2012: 89).

Haber üretiminde zaman zaman uzman görüşlerine gerek duyulmaktadır. Uzmanı tayin eden kesim, uzmanları ücretli danışmanlar olarak işe alarak gerekli destek sağlanır ve böylece taraf tutma yapısal hale gelmektedir. Medyanın uzman olarak nitelendirdiği bu kişiler sürekli olarak halkın karşısına çıkmakta ve düşünceleri için başvurulmaktadır. Bu uzman görüşlerin işin uzmanından alınması yerine hükûmetin ve medya kuruluşunun yakın olduğu çıkar çevrelerinin onayladığı uzmanlardan alınması yoluna gidilmektedir (Güngör 2013: 141).

Güçlülerin dev bürokrasileri medyayı sübvans ederek onlara ham haber malzemesi edinme ve masraflarını azaltma imkânı sağlamaktadır. Sübvansiyonu sağlayan güçler, rutin haber kaynağı haline gelerek, medyada sesini duyurma imkânı kazanmaktadır. Medyayı daha fazla etkilemek ve zorlamak için bireysel ilişkilerini, tehditleri ve ödülleri kullanabilmektedir. Güçlü haber kaynaklarının özel gündemi, medyayı “yönetmek” ve manipüle etmek için medyanın bağımlılığından düzenli olarak faydalanmaktadır (Herman, Chomsky 2012: 92-93).

Habercilik mesleği icra edilirken kişi ve kurumlarla oluşturulan ilişkiler yalnızca para karşılığı bilgi toplamakla sınırlı olmamaktadır. Habercinin, haber kaynaklarında hediye kabul edip edemeyeceği tartışılması gereken konular arasında yer almaktadır. Yapacağı haber karşılığında haberciye şirketler, resmî kurumlar ve hatta hükûmette para karşılığında haber yaptırmaktadır (Sümer 2010: 209).

Dördüncü Süzgeç: Tepki Üretimi ve Zorlayıcılar; Tepki üretimi, medyaya yapılan bir açıklama ya da medyada yayınlanan program veya habere karşı gösterilen olumsuz tepkileri kapsamaktadır. Tepki üretimleri, merkezden ya da yerelden örgütlenebilmekte veya kişisel ya da toplumsal tepkilerden oluşabilmektedir. Eğer tepkiler büyük çapta gerçekleşiyorsa bu medya açısından rahatsızlık veren bir durumdur ve bedeli ağır olabilmektedir (Herman, Chomsky 2012: 95-96).

Medya, içerisinde iki temel prensibi barındırmaktadır. Birincisi reklam verenler ikincisi ise izleyenlerdir. Medya kuruluşu bir yandan izleyenlerini reklam veren şirketlere satarken, diğer yandan reklamları da izleyicisine satmaktadır. Reklam veren kuruluşlar tepki üretebilecek içeriklerden ve izleyici kitlesini

incitebilecek programlardan kaçınmaktadır. Reklam şirketleri, amaçlarına yönelik uygun bir programcılık yapılması yönündeki taleplerini, zorlayıcı olarak medyaya iletmektedirler. Medyanın gücü izlendiği sürece vardır (Yaylagül 2006: 156-157).

Beşinci Süzgeç: Bir Denetim Mekanizması Olarak Anti-Komünizm; En büyük kötülük olarak görülen komünizm, varlıklı sınıfın konumlarını ve statülerini tehdit etmektedir. Bu ideoloji, karşı konumdaki bütün hareketleri düşman olarak ilan etmekte ve toplumu bu yönde seferber etmeye yardımcı olmaktadır. Böylece sosyalist akım ve işçi akımının bölünmesine yardımcı olarak siyasal anlamda denetim mekanizması olmaktadır (Herman, Chomsky 2012: 98-99). Medya kuruluşları ve onların iş birlikçileri, menfaatlerini tehdit eden her türden gelişmeyi komünist akım olarak kamuoyuna bildirmektedir. Bu sayede çıkar sahipleri, toplumda destekçi kazanmakta ve toplumu provokatif eylem ve söylemlere sevk etmektedir (Yaylagül 2006: 157).

Yukarıda detaylıca bahsedilen bu beş süzgeç, damıtılan haber yelpazesini daraltmaktadır. Birincil kaynaklardan gelen ham haberler, medya kuruluşlarının peşinen kabul ettiği süzgeçlerden geçebilmek için başlıca koşulları karşılayacak duruma gelmektedir. Neyin haber değeri taşıyıp taşımadığı bu süzgeçlerden sonra belli olmaktadır. Gerek yurtiçi gerekse yurt dışından gelen muhalif ve güçsüz haber kaynakları, araştırma maliyetleri ve güvenilir bulunmamaları sebebiyle dezavantajlı olmaktadır. Bu tür ham haberler eşik bekçileri ve sermayenin ideolojisi ve çıkarlarıyla uyuşmamaktadır (Herman, Chomsky 2012: 101).

Propaganda modeline göre medya, piyasa sisteminin merkezinde konumlanmaktadır. Kâr temelli işletmeler olan kitle iletişim araçları zengin kişilerin veya başka işletmelerin mülkiyetinde olmaktadır. Bu model medyanın tutumu ve işleyişine dair bir modeldir. Propaganda modeline yönelik eleştiriler yapılarak, model olumlu ama kötümser olarak tarif edilmiştir. “*Propaganda modeline yönelik eleştiriler dört grupta toplanmaktadır;*

- *Model bir komplo teorisi olarak yorumlanmıştır.*
- *Medya profesyonelliğinin ve nesnelliğin göz ardı edildiği bildirilmiştir.*
- *Sürekli muhalefeti ve direnişi açıklamaya yetersiz kaldığı belirtilmiştir.*

- *Propaganda modeli aşırı mekanik ve işlevselci olduğu; mekânı, muhalefeti ve etkileşim olgularını göz ardı ettiği konularından eleştirilmiştir”* (Yaylagül 2006: 158).

1.3. Medyada Sahiplik ve Kontrol

Kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği, medyanın mülkiyetini ve medyanın kontrolünü de araştırma sahasına almaktadır. Bununla birlikte medyanın endüstri haline gelmesi ve farklı endüstrilerle ilişkilerini, yoğunlaşmasını ve holdingleşmesini kapitalist düzende incelemektedir. Temeline medyanın ekonomik kontrolünü alan eleştirel ekonomi politik, medyanın sahiplik yapısı ve pazarın kontrolüne odaklanmaktadır (Adaklı 2001: 152). Medyanın sahiplik yapısı ve kontrolüne yönelik yapılan eleştiriler, oligopol örgütlenmelere karşı çıkmaktadır. Pazarın açık tutulması ve yeni oyuncuların pazara dâhil edilmesi rekabetçi yapının korunması adına gerekmektedir.

Medyanın sahiplik/mülkiyet yapısındaki değişimler siyasal iktidarla olan ilişkilerine de etki etmektedir. Medya tekelleri, çıkarlarını korumak ve şirket kazancını artırmak adına siyasal baskılar yapan güç odakları haline gelmektedir. Medya girişimcileri, resmi ruhsatlarını güvencede tutmak için Hükûmetle stratejik bir ittifak yapmaktadır. Medya, kamusal çıkarlara hizmet eden bağımsız gözcülükten çıkarak, siyasal iktidarı desteklen bir hal almaktadır. Medya kartelleri, hedefleri ve çıkarları doğrultusunda başkasını gözetmeyen bir yapıya bürünmektedir (Curran 2014: 144).

Sahiplik yapılarını temel alarak şirketler kamu, özel ve karma olarak üç grupta toplanmaktadır. Kamu şirketinde, sermayenin hepsi ya da büyük bir çoğunluğu kamu tüzel kişiliğine aitken, özel şirketlerde sermayenin hepsi ya da çoğunluğu özel şahıslarda toplanmaktadır. Sermayenin bir kısmı özel şahıslarda diğer kısmı da kamu ait tüzel kişiliklerinde toplanırsa bu yapı karma şirketler olarak nitelendirilmektedir (Atılğan 1999: 26).

Kamu hizmeti yayıncılığından ticari medyaya dönüşüm sürecinde başka sektörlerde faaliyet gösteren ticari kuruluşlar, holdingleşme sürecini tamamlayarak medya sektöründe de varlıklarını sürdürmektedir. Sahiplik, “yasal sahiplik” ve

“ekonomik sahiplik” olarak iki düzeyde incelenmektedir. Halka arz edilerek borsaya açılan medya holdinglerinin, ufak miktarlardaki hisseleri satın alınarak ya da borsa dışı hisse satın almalarla, sadece yasal sahiplik unvanı kazanılmaktadır. Ekonomik sahip genel olarak şirketi yönetmektedir. Medya çıktılarında sermayenin ağırlığı yok sayılamaz oranda ortadır (Bilgili 2005: 195).

Pahl ve Winkler, medya sektöründe kontrolü, işletimsel kontrol ve dağıtımsal kontrol olarak ikiye ayırmaktadır. İşletimsel/operasyonel kontrol, editoryal kadronun günlük medya içeriklerinin üretimi ile ilgili rutin kontroldür. Editoryal kadro olarak sayabileceğimiz genel yayın yönetmenleri, program müdürleri ve editörler operasyonel kadronun öznesi durumundadır. Editoryal kadro medya çıktıları ve personel görevlendirme gibi birçok konuda karar verici konumundadır. Dağıtımsal/taahsisat kontrolün ise bütün olarak medya şirketinin yapısı, hedefi, gelişimi ve kaynak tahsisi gibi konularla ilgili kontroldür. Editoryal kadronun oluşturulması, işe alınması ve işten çıkartılması, şirketin genişlemesi veya küçülmesi, yeni satın almalarla bütünleşmeler veya tamamen satmak ve kapatmak gibi yetkiler dağıtımsal kontrolün elinde toplanmaktadır. Bu kontrol düzeyi şirketin yasal sahiplerinde toplanmaktadır ve onların çıkarları doğrultusunda yönünü ve hedeflerini belirlemektedir (Adaklı 2010: 69-70).

Graham Murdock’a göre dağıtımsal kontrol düzeyinde alınan kararlar şunlardır; *“Dağıtımsal kontrol şirket faaliyetlerinin dört temel alanını kapsar.*

1. Ayrıntılı politika ve stratejinin oluşturulması

2. Büyüyüp büyümemeye, nereye doğru genişleneceğine, ne zaman ve nasıl girişimin parçalarını satarak işçi çıkarma, kesinti yapma konularında kararlar alınması.

3. Yeni hisse senedinin ne zaman piyasaya sürülmeye başlanacağı, büyük bir ödünç para aranıp aranmayacağı gibi temel mali politikayı geliştirmek.

4. Hisse sahiplerine ödenen kar paylarının büyüklüğü de dâhil olmak üzere karların dağıtımı ve müdürlere ve anahtar konumdaki yöneticilere ödenen ücret düzeyi üzerindeki kontrol” (Murdock 2006: 68-69).

Graham Murdock işletimsel ve dağıtımsal kontrol düzeyinin altını çizdikten sonra, medya çıktılarında asıl belirleyicinin dağıtımsal kontrol işlevini üstlenen organların olduğunu belirtmektedir. Medyada sahipler ve yöneticiler gibi içsel

kontrol olduğu kadar bazı dışsal kontrollerde mevcuttur. Dışsal kontrollerin başında siyasal iktidar ve devlet gelmektedir. Özellikle radyo ve televizyon yayıncılığının başlamasıyla birlikte birçok yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler hem işletimsel hem de dağıtımsal kontrol açısından etkili olmuştur. Yapılan düzenlemelerle medya bazı konularda sınırlandırılırken bazı konularda da teşvik edilmiştir. Murdock, ne yazık ki bir dizi araştırmacının, dağıtımsal kontrol ve ekonomik sahiplik arasındaki ayrımı yapmada başarısız olduğunu söylemektedir. Medya çıktılarında belirleyici olan gazetecinin, bağlı olduğu medya kuruluşunun çıkarlarını gözetmeksizin üretim yapmaktadır ve daha önemlisi bu davranış işselleştirilerek dağıtımsal kontrolü işlevini üstlenmektedir (Adaklı 2010: 70-73).

1.4. Medyada Gelişme, Bütünleşme ve Tekelleşme

Golding ve Murdock (2014: 56), kültürün eleştirel bir ekonomi politiği için dört tarihsel süreçten bahsetmektedir. Bunlar; medyanın gelişmesi, şirket menziline genişlemesi, metalaşma, devlet ve hkmet müdahalesinin değişen rolüdür.

Medyanın gelişmesi ve şirket menziline genişlemesi sürecinde, reklam gelirleri önemli bir yer tutmaktadır. Endüstriyel yapıya bürünen bu ticari medya sistemi oluştuktan sonra yoğunlaşmalar kaçınılmaz hale gelmektedir. Yoğunlaşma, medya şirketinin, medyanın benzer alanlarında faaliyet gösteren bir başka şirketi satın alması ve bu denetimin tekellerde toplanması olarak tanımlanmaktadır. Medyanın gelişmesi, kültürün endüstrileşmesi sürecinin altını çizerken; şirket menziline genişlemesi ise, iletişim endüstrisinin farklı iletişim mecralarının yanı sıra farklı sektörleri de bünyesine katarak yoğunlaşmalarını, zelleştirme ve tekelleşme teşebbüslerinin medya alanına hâkim olmasını ve kültürel alana müdahale şekillerini ifade etmektedir (Adaklı 2006: 30).

Golding ve Murdock tarafından bahsedilen üçüncü tarihsel süreç ise metalaşmadır. Meta, satılmak amacıyla insan tarafından üretilen her şeydir. Meta retiminde amaç karı en st seviyede tutmaktır. Metalar üretilir, alınır, satılır ve sermayesine kr olarak geri dönmektedir (Yaylağl 2006: 134).

Ekonomi politik yaklaşımın, medya çalışmalarında kullanılmaya başlanması 1970’li yıllara denk gelmektedir. Eleştirel ekonomi politiğin önemli kuramcıları ve

düşünürlerinden olan Graham Murdock’ın kaleme aldığı ve “Büyük Şirketler ve İletişim Endüstrilerinin Kontrolü” isimli çalışmasında, medya kuruluşlarının, emtialar üretilip ve dağıtan endüstriyel ticari yapılar olduğunu dile getirmektedir (Murdock 2006: 61).

Kapitalizmin gelişmesi ve sanayi devrimi ile kültürel ürünler mekanik olarak üretilmektedir. Üretilen ürünler birer emtia ya dönüştürülmüştür (Yaylagül 2006: 134). Dönüştürülen bu süreç kültürel yaşam ve medyanın metalaşması süreci olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçları, kültür endüstrisinin en büyük prodüktörü konumundadır. Metalaşma, kültürün endüstriyel yapılarla birer meta halini almasıdır (Adaklı 2006: 30). Medya, eğlence metalarının yanı sıra izleyici/okuyucu metası da üretmektedir. İzleyiciler/okuyucular birer meta olarak reklam verenlere satılmaktadır (Smythe 2006: 130).

Golding ve Murdock tarafından bahsedilen dördüncü tarihsel süreç ise “devlet ve hükûmet müdahalesinin değişen rolü”dür. Girişimcilere ve sermaye sahiplerine yeni pazarlar açmak, yeni kamusal düzenlemeler yapmak, alternatiflerin artması ve tüketici taleplerinin karşılanması gibi birçok konuda daha iyi hizmet edebilmenin yolu açılmıştır. Tarihsel süreç içerisinde medyada yaşanan dönüşüm ve değişimlerin temelinde dünyada yaşanan ekonomik ve siyasal olaylar yatmaktadır. 1980’li yılların başında başlayan “kuralların kaldırılması” politikası uygulamalarıyla özellikle televizyon yayıncılığı alanında kamu tekelleri kaldırılarak, Amerika ve İngiltere’de özel sektöre açılmıştır. Dönemin yayıncılık politikalarındaki en önemli gündem maddelerinden biri, devletin yayıncılık alanına müdahalesinin sınırlandırılması olmuştur (Golding, Murdock 1983 akt. Adaklı 2006: 31-32).

Neo-liberal politikalarla birlikte, medyaya sahip sermayenin farklı sektörlerle de aktarılması, farklı sektördeki sermayenin de medyaya sektörüne aktarılmasıyla birbiri ile bağlantılı bir yapı oluşturulmuştur. 1980’li yıllarda başlayan özelleştirme uygulamaları medyanın, finans ve endüstriyel sermaye alanındaki büyük şirketlerin bünyesine dâhil olmasıyla sonuçlanmıştır (Curran 2014: 143).

Özelleştirmelerin bir sonucu olarak tekelleşme eğilimi ortaya çıkmaktadır. Tekelleşmeyle birlikte yaşanan değişim ve dönüşümler medyanın mülkiyet yapısının yanı sıra içeriklerine de yansımaktadır. Dolaşımda birçok meta olmasına karşın,

kültürel ürünlerdeki çeşitliliğin tek tipleşmesine aynı tema ve imgelerin yayılmasına yol açmaktadır (Golding, Murdock 2014: 62).

İngiliz sosyolog John B. Thompson, Neo-liberal politikaların medya endüstrisinde oluşturduğu ekonomi politik sonuçları; Yoğunlaşma, Çeşitlenme, Küreselleşme ve Kuralların kaldırılması (Deregülasyon) olarak sıralamaktadır. Thompson'un sıraladığı sonuçlar arasında yer alan yoğunlaşma ise kendi içerisinde “Yatay Bütünleşme” ve “Dikey bütünleşme”, “Çeşitlenme” ya da “Çapraz bütünleşme” ve “Uluslararasılaşma” olarak üçe ayrılmaktadır (Adaklı 2006: 35-36).

Medya endüstrilerindeki bütünleşme ve medya evlilikleriyle başlayan yoğunlaşmalar, tekelleşmeyi ortaya çıkararak medyadaki girişimci sayısının azalmasına yol açmıştır. 1980’li yıllardan itibaren hız kazanan yeni medya düzeni ve deregülasyon süreciyle birlikte medya devlet tekelinden çıkmış, ancak bu kez de sermaye tekeline dönüşmüştür. Sermayenin medya sahipliğine dönüşmesi, medyanın işleyişine, genel kuralların ve hedeflerin değişmesi gerektiğini gündeme getirmiştir. Kazancı en üst seviyeye taşımak, maliyeti ise en aza indirmek sermaye medyasının temel amacı haline gelmektedir. Belirlenen amaç ve ilkeler doğrultusunda medya, hızla gruplaşarak tekel yapılarına bürünmüştür. Buna göre bir medya patronu, gazeteler, dergiler, televizyonlar, haber ajansları, matbaalar ve dağıtım şirketleri gibi benzer sektörlerde faaliyet göstermeye başlamıştır. Bütün bu imkânlar maliyetin düşük olmasına ve kazancın en üst seviyede olmasına etki etmektedir (Güngör 2013: 162).

Yatay Bütünleşme; Medya sektöründe en yaygın olarak görülen bütünleşme biçimidir. Belirli bir alt sektörde benzer üretim yapan kuruluşların, bir yapıda toplanması, yatay bütünleşmeyi teşkil etmektedir. Yatay bütünleşme medya sektöründen bir örnek ile açıklanacak olursa, medya kuruluşun gazete ile birlikte dergi sahibi olması ya da genel izleyici kitlesine sahip olan televizyon kanalının, tematik (haber, spor, müzik, belgesel) televizyon kanal veya radyo sahibi olması yatay bütünleşmelere örnek olarak gösterilebilmektedir (Adaklı 2006: 36).

Dikey Bütünleşme: Bir kuruluş, ürünün üretim zincirindeki bütün aşamalarını başka bir ifadeyle, ürünün temel üretimden başlayıp tüketiciye ulaşması için sağlanan üretim zincirinin her aşamasını kontrol etmeyi amaçlayan bir sistem

kurmuşsa dikey bütünleşme gerçekleşmektedir. Tokgöz (2010: 29)'e göre, dikey bütünleşmenin üç farklı biçimi bulunmaktadır. Dikey bütünleşmenin birinci biçiminde birden fazla gazetenin denetimi tek bir merkezde toplanmaktadır. Dikey bütünleşmenin ikinci biçiminde ise, gazetenin yazı işleri kadrosunun birçoğu değişmekte ya da işten çıkarılmaktadır. Gazeteler, eski özelliklerini yitirerek içerik bakımından birbirinin aynısı olurlar. Dikey bütünleşmenin üçüncü biçimi, kâğıt üretimi, haber üretimi, yayın ve dağıtım olarak üretim zinciri süreçleri bulunmaktadır. Dikey bütünleşme medya sektöründen bir örnek ile açıklanacak olursa, medya kuruluşu gazetesinin basımından, dağıtımına ya da sahip olduğu televizyon kanalı için, bünyesinde film, dizi ve belgesel gibi yapımlar üretilip bunların kopyalanması, çoğaltılması, pazarlanması ve dağıtılması gibi tüm süreçleri kendisi gerçekleştirebiliyorsa burada dikey bütünleşme söz konusu olmaktadır.

Çeşitlenme ya da Çapraz Bütünleşme: farklı iş kollarında faaliyetlerini yürüten kuruluşların aynı çatı altında bütünleşmesidir. Birleşme ve satın almalarla güçlendirilen büyük şirketlerin, farklı iş kollarında da faaliyet göstererek kontrol alanlarını büyütme, çapraz mülkiyet terimiyle ifade edilmektedir (Adaklı 2006: 37). Medya kuruluşunun, gazete, dergi ve kitap gibi yayın alanlarının yanında radyo ve televizyon yayıncılığını da girmesi, çeşitli medya araçlarının tek elde toplanması çapraz bütünleşmeye örnek teşkil etmektedir. Çapraz bütünleşme, medyada bütünleşmenin yerel ve ulusal düzeyde son aşaması olarak görülmektedir (Tokgöz 2010: 30).

Medya endüstrilerinde küreselleşmenin artış göstermesi, medya holdinglerinin dünyanın birçok ülkesinde yayın yapımlarıyla başlamıştır. Deregülasyonlarla, mal ve hizmetlerin dünya pazarında gümrükler olmadan serbestçe dolaşabilmesi hedeflenmektedir. Bu ifadeye göre, uluslararası medya oluşumlarını engelleyen bütün güçlükler aşılmalıdır. Böylelikle tek tip medya yapılanması ve tek yönlü enformasyon akışı meydana gelecektir (Çelik 2015: 738).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşımçı Hamelink, 1990'lı yıllardan itibaren dünya iletişim endüstrilerinde dört esas yaklaşım olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşımlar küreselleşme, deregülasyon, sayısallaşma ve birleşmedir (Hamelink 1994 akt. Yaylagül 2013: 218).

Medya endüstrilerinin de deregülasyon eğilimi, 1970'li yıllardan itibaren özellikle Avrupa ülkelerinde tekel konumundaki kamu yayıncılığından, özel yayıncılığa başlama sürecini ifade etmek için kullanılmaktadır (Adaklı 2006: 39). Deregülasyon başka bir ifadeyle kuralların kaldırılması ve serbestleşmesi ise 1980'li yıllardan itibaren kamusal güç ve kamu kaynaklarının, siyasal iktidar tarafından özelleştirme uygulamaları ile özel sermayeye devredilmesi ve devletin özel sermayenin önünde bir engel teşkil etmemesi anlamına gelmektedir. Sayısallaşma, bilgisayar sistemlerinin gelişmesi ve iletişim süreçlerinde, bilgisayarın etkin olarak kullanılmasıdır. Sayısallaşma ile elektronik iletişim sistemleri daha ileri bir seviye olan bilgisayar teknolojisine eklemlenmiştir (Yaylagül 2013: 218).

Adaklı (2006: 46)'ya göre, üzerinde ideolojik tartışmaların yapıldığı küreselleşmenin tanımı henüz yapılamamıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak dünyanın sınırları ufaltılmış, bilgi sınır ötesi her alana ulaşılır hale gelmiştir. Küreselleşme, küresel olma durumu, globalleşme ve dünya genelinde varlık gösterme olarak tanımlanmaktadır. Kapitalizmin gelişme evrelerinden biri olarak görülen küreselleşme, 1980'li yıllarla birlikte dünyada etkin bir hale gelmiştir. Küreselleşmenin bir neticesi olarak ulus devletler, otoritelerini çok uluslu sermayelerle paylaşmak zorunda kalmıştır. Çokuluslu iletişim holdingleri dünyanın genelinde iletişim içeriklerinin üretimi, dağıtımı ve tüketimini hâkimiyetleri altına almıştır. Teknolojinin, dünyada yaygın hale gelmesi ve pazar sisteminin oluşması küreselleşme olarak kavramsallaştırılmaktadır. Küreselleşme sürecinde kazananlar (merkez) olduğu kadar kaybedenlerde (çevre) olmaktadır. Uluslararası ticaret yolları, iletişim kanalları, üretim ve dağıtım organizasyonları merkez ülkelere ait çokuluslu şirketlerin kontrolündedir (Yaylagül 2013: 221).

Sektörde yaşanan mülkiyet yoğunlaşması beraberinde bazı sorunları da getirmektedir. Bu sorunların başında tek seslilik ve siyasal iktidarla olan ilişkiler gelmektedir. Medyada sadece bir görüşe yer vermek, demokrasiye zarar veren bir durumdur (Olkun 2013: 14).

Medya ve iktidar ilişkileri çoğu zaman tartışmalara açıktır. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın medya alanında yaptığı çalışmalarda, kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı ve bu yapı nedeniyle ortaya çıkan medya ve iktidar ilintileri

incelenmektedir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın diğer bir sorunsalı, medya mülkiyetine sahip olanların iktidarla bir olup toplum yararını gözetmeden medyaya yön vermesi ve bu doğrultuda yayın yapması olarak kabul edilmektedir (Güngör 2013: 135).

Medya ve iktidar ilişkilerinde her iki tarafta karlı çıkmaktadır. Kârlılıklar arasında farklı sektörlere giriş için kolaylıklar, maddi destekler ve istenilen medya çıktıları gösterilebilir. Ekonomi politik kuramı, medya sermayesini elinde bulunduranların ve medya çıktılarının, ekonomik iktidara sahip olanlara arka çıkacağı düşüncesine yönlendirmektedir. Ekonomi politik yaklaşım çerçevesinden bakıldığında medya sahiplik yapısındaki değişmeler iktidar ilişkilerini çok fazla etkilemez zira her medya girişimcisi sermayenin çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir (Shoemaker, Reese 2014: 106). Medya bir yandan ekonomi ve siyasi yapının içerisinde hareket ederken öte yandan siyasal düzenin sistemine uygun bir yayın politikası izlemektedir (Yaylagül 2006: 127).



İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜRKİYE’DEKİ ÖZEL RADYO TELEVİZYONLAR VE YEREL MEDYA

Bu bölümde öncelikle radyo ve televizyonun tanımı yapılarak Türkiye’deki radyo ve televizyon yayıncılığının bibliyografisi ele alınmaktadır. Ardından özel radyo ve televizyon yayıncılığının tarihi ve türleri içerisinde yer alan yerel radyo ve televizyonlara yer verilmektedir.

2.1. Radyo Televizyonun Tanımı ve Tarihçesi

2.1.1. Radyo

Radyo yayını, aktarılacak istenilen iletinin elektromanyetik dalgalar vasıtasıyla alıcısına aktarılması olarak tanımlanmaktadır. Radyo yayıncılığı, kaynaktan çıkan ses ya da müziğin çeşitli yöntemlerle modüle edilerek elektromanyetik dalgalar vasıtasıyla vericiler kullanılarak uzaya gönderilmesi işlemidir. Radyo alıcısı ise, uzayda bulunan elektromanyetik dalgaları insanın işitebileceği ses dalgalarına çeviren elektronik cihazdır (Aziz 1981: 7). Radyo vericisinden yayılan frekansla, karşı konumda olan alıcının frekansları senkronize olmak zorundadır. Frekans burada taşıyıcı konumdadır. Frekansa yüklenen ileti alıcı tarafından çözümlenerek ses ya da müzik yayınına dönüşmektedir. Radyo sadece kulağa yönelerek duyuları harekete geçirmektedir. Dinleyiciler, radyonun verdiklerini duyma yetisiyle alabilmektedir. Radyo ve televizyon okuma yazma gibi bir üstünlük istemez (Tokgöz 2010: 116).

Radyo, diğer kitle iletişim araçlarının erişim sağlayamadığı mahallere daha az maliyetli ve daha basit yöntemlerle ulaşabilmektedir. Radyolar, dünyanın hemen hemen her bölgesinde taşıtlarda, ulaşım araçlarında, işyerinde, sokakta ya da evde kısacası istenilen her yerde rahatlıkla ulaşılabilen kitle iletişim aracıdır. Televizyon yayıncılığında kullanılan sahne, dekor ve görsel efektler maliyeti artıran önemli giderler arasında yer almaktadır. Radyoda ise; ses, müzik ve yapay yollarla

oluşturulan seslerin maliyeti oldukça düşüktür ve bu sayede radyo dinleyicisinin hayal gücüne hitap etmektedir (Özdurdu 2011: 9).

Radyo tekniği ile ilgili ilk teknik icat, 1860 yılında telsizin ilim babası olarak nitelendirilen Maxwell tarafından gerçekleştirilmiştir. Maxwell çalışmaları sırasında radyo dalgalarının var olduğunu keşfetmiştir. Telsiz telgraf üzerine yapmış olduğu çalışmalarla bilinen Guglielmo Marconi, 1895 yılında kablo ya da herhangi bir iletken kullanmadan sadece radyo dalgalarını kullanarak bir yerden başka bir yere havadan ses aktarılmasını gerçekleştirmiştir. Radyonun gelişmesindeki itici güçlerin başında haberleşme, uzaklara haber iletme ve uzaklardan haber alma arzusu gelmektedir. Buna karşın yapılan ilk radyo denemelerinde müzik yayını gerçekleştirilmiştir (Türkmen 1994: 3).

Teknik olarak ilk radyo yayınının 1906 yılında gerçekleştirildiği varsayılsa da düzenli olarak radyo yayınları 1920'li yıllarda gerçekleşmiştir. Radyo dinleyicisine yönelik ilk yayın, keman soloları ve dini bilgiler içermektedir. Sürekli ilk radyo yayını, Amerika'nın Pittsburgh kentindeki Westinghouse fabrikası radyosu olan KDKA adlı istasyonda 2 Kasım 1920 tarihinde başlamıştır. Bu istasyon profesyonel radyo yayıncılığının ilk örneği olmaktadır (TRT Akademi, 2020: 7).

2.1.2. Televizyon

Televizyon terimi, Yunancadan “tele” (uzak), Latince'den görme anlamı taşıyan “vision” (görüntü) sözcüklerinden meydana gelmiştir. Sistem bütünlüğü bağlamında düşünüldüğünde televizyon; gerçekleşen bir olayın, elektronik yöntemler sonucunda hem sesli hem de görüntülü olarak elektromanyetik dalgalar vasıtasıyla bir noktadan başka bir noktaya nakledilmesidir. Küreselleşen dünyada toplumların enformasyon, eğitim ve eğlence gibi gereksinimleri televizyon tarafından karşılanır hale gelmiştir. Televizyon, uluslararası duygu ve düşünce aktarımı aynı zamanda kültür alışverişinde de etkin bir araçtır. Televizyon uzakları yakın ederek dünyanın herhangi bir bölgesindeki o ana ve mekâna, izler kitlesini dâhil etmektedir (Geyik 2008: 1). Bu bazen sıcak bir haber, bazen futbol maçı ya da gezi programı hatta tarihsel bir sinema filmi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Televizyonda yayılım, stüdyo ortamı veya kendi doğal ortamlarında kamera ve mikrofon ile kaydedilen görüntü ve sesin, televizyonun kumanda merkezinden

çeşitli araçlar vasıtasıyla izleyicisine ulaştırılması için yapılan işlemler bütünüdür. Televizyon yayının kumanda merkezinden alıcılara ulaştırılması için birçok yöntem geliştirilmiş ve geliştirilmeye de devam etmektedir. Uydu teknolojisiyle beraber Radyo Link veya kablo ile aktarım yöntemleri tercih edilmemeye başlamıştır. Bunun yerine uydulardan yeryüzüne gönderilen sinyaller (downlink) karasal vericilerle iletilmiştir (Korkut 2022: 32).

Televizyon yayınları, radyo yayınlarından farklı olarak ses ve görüntünün eş zamanlı olarak aktarılması ile oluşmaktadır. Bu iki elektronik medya aracı teknik olarak birbirinden temel farklarla ayrılmaktadır. Görüntüyü nakletmek için yapılan çalışmalar, televizyonun karmaşık teknik yapısı nedeniyle bu buluş radyoya nazaran daha ağır ilerlemesine neden olmuştur. Televizyon alanında yapılan ilk teknik buluş, 1873 yılında İrlandalı telgraf operatörü Andrew May tarafından gerçekleştirilmiştir. May, yılında yapmış olduğu buluşla, ışık dalgalarını elektrik akımına çevirmeyi başarmıştır (Aziz 1981: 12).

Dünyada ilk televizyon yayını 1923 yılında Amerika’da Siyah-Beyaz olarak başlamıştır. 1928 yılında NBC yayın kuruluşu, kıyılar ötesi yayın gerçekleştirmiştir. Yine 1928 yılında, Londra’dan gönderilen bir görüntünün New York’tan izlenmesi sağlanmıştır. Elektronik tarama tekniğinin kullanılmaya başlaması ile ilk düzenli ve programlı televizyon yayınları, 1936 yılında İngiltere’de başlamıştır. 1936 yılında, İngiltere Kralı VI. George’un taç giyme merasimi televizyon tarafından yayınlanmıştır (Jeanneney 2006: 261). 1936 yılında İngiltere’de başlayan ilk televizyon yayıncılığı, İkinci Dünya Savaşı nedeniyle gelişim gösterememiş, gelişimini savaş sonrasına bırakmıştır.

1938 yılında, Fransa’da Georges Valensi tarafından ortaya sürülen ikili uyumluluk ilkesine göre; renkli yayınlar, siyah beyaz televizyonlar tarafından da izlenebilmelidir. Aynı zamanda siyah beyaz yapılan yayınlar da renkli televizyonlar tarafından siyah beyaz olarak görüntülenebilmelidir. Renkli televizyon yayınlarına 1954 yılında Amerika’da, 1967 yılında İngiltere ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) geçmiştir. 1993 yılında “Digital Video Broadcasting- DVB” projesi kapsamında Almanya’da gerçekleştirilen “Sayısal Televizyon Yayıncılığı”

alışmalarına 35 lke iştirak etmiş ve proje geliştirilerek dünya genelinde sayısal televizyon formatı standart hale getirilmiştir (Korkut 2022: 37-41).

En bilindik ve en önemli kitle iletişim aracı olarak tanımlanan televizyon, izler kitlesini etkileme, yönlendirme ve kendine has kültür oluşturma gücü ile bireylerin yaşamını en çok etkileyen icat olarak gösterilebilir. Televizyon içselleştirildiği günden itibaren en etkin iletişim araçlarının başında yer almaktadır. Televizyon yayınlarının yaygın hale gelmesi gündelik hayatı da etkilemektedir. İnsanlar artık gündelik yaşamını televizyon yayınlarının, gününe, saatine ve program tiplerine göre tasarlama ihtiyaı duymaktadır (Aziz 1999: 36).

2.2. Türkiye’de Radyo Yayıncılığı

Türkiye’deki ilk radyo yayını, 1921 yılında Fransız işgal kuvvetleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu yayınlar Fransızlara ait donanma gemilerinden yapılarak İstanbul halkına bando müziği dinlettirilmiştir (Kocabaşoğlu 1980: 7).

Dünyada radyo yayınlarının başladığı yıl olan 1920’li yıllar, Türkiye’nin milli mücadele dönemi olmuştur. İstanbul, İtilâf Devletlerinin işgali altına girmiştir. İşgal sonrası Fransız komutan General Charpie, Türkiye’ye telsiz telefon hediye etmiştir (TRT Akademi, 2020: 8). Hediye edilen telsiz telefonla, kimya ğretmeni Rüştü Uzel ve öğrencileri deneme yayını için hazırlıklar yapılmıştır. 19 Mart 1923 tarihinde, Türkiye’de deneme olarak yapılan ilk radyo yayını İstanbul’da gerçekleştirilmiştir. Öğretmen Okulunun bodrumunda yapılan denemeler davetliler ve basın huzurunda, kimya ğretmeni Rüştü Uzel başkanlığında bir ekip tarafından başarılmıştır (Gülizar 1985: 2738).

19 Mart 1923 tarihinde bir Türk ğretmen tarafından gerçekleştirilen ilk radyo yayını, 20 Mart 1923 tarihinde yayınlanan Tevhid-i Efkâr Gazetesi’nde şu haberle duyurulmuştur.

“Darülmuallimin muallimlerimizden Rüştü Bey, bir aydan beri İstanbul halkına dahi, Avrupa ve Amerika’da birdenbire fevkalade taammüm eden telsiz telefon hakkında bir fikir verebilmek için tecrübeler yapmaktadır.” (Tevhid-i Efkâr, 20 Mart 1923).

Kurtuluş savaşı sırasında telgrafla iletişim kurmanın önemi anlaşılmış ve bu konudaki eksiklikleri giderebilmek için Cumhuriyetin ilk yıllarında girişimlerde bulunulmuştur (Özçağlayan 2002: 531). 4 Şubat 1924 tarihinde, 406 sayılı numaralı “Telgraf ve Telefon Kanunu” yürürlüğe girmiştir. Kanundaki birinci maddeye istinaden telsiz istasyonlarının işletilmesi; Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi (PTT) yükümlülüğüne bağlanmıştır. 26 Şubat 1925 tarihinde kabul edilen, 85 sayılı “Telsiz Tesisi Hakkında Kanun” ile Ankara’ya büyük bir telsiz merkezi ve memleketin çeşitli bölgelerinde dâhili telsiz şebekesi tesisi kurulması kararlaştırılmıştır. Bu işlemlerde kullanılmak üzere iki milyon iki yüz elli bin lira bütçe ayrılmıştır. PTT, Milli Müdafaa ve Bahriye Vekâletlerinin temsilcilerinin içerisinde bulunduğu komisyon, telsiz şebekesi kurulması için ihale yapmıştır. Açılan ihaleyi Fransız şirketi kazanmıştır (Gülizar 1985: 2738).

2.2.1. Türkiye’de İlk Düzenli Radyo Yayınlarının Başlayışı

Türkiye’de radyo yayıncılığı alanındaki ilk denemeler 1920’li yılların başlarında yapılmış olsa da ilk programlı ve düzenli radyo yayıncılığının 6 Mayıs 1927 tarihinde, İstanbul’da yapıldığı kabul edilmektedir. Dünyada radyo yayınlarının 1920 yılında başladığı anımsanırsa, yedi yıl gibi kısa bir süre sonra radyonun Türkiye’ye girişi ileri bir adım olarak görülmektedir (Aziz 1981: 112).

Türkiye’de ilk radyo yayını devlet tarafından değil, devletten destek görmüş “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi” (TTTAŞ) tarafından yapılmıştır. Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketinin deneme yayınları, İstanbul Hasdal’daki vericiye radyo yayını yapacak ilave donanımın eklenmesiyle başlamıştır. 1927 yılında hizmete alınan verici, beş kw gücünde ve uzun dalga bin iki yüz metreden sinyal göndermektedir. Vericinin hemen yanındaki geçici stüdyoda başlayan ilk radyo yayınları, İstanbul Sirkeci’de bulunan Büyük Postanenin üst katındaki küçük bir odanın stüdyoya dönüştürülmesiyle, 19 Nisan 1927 tarihinden itibaren deneme yayınları buradan devam etmiştir. İstanbul’dan kısa bir süre sonra 18 Kasım 1927 tarihinde Ankara’da radyo yayınları başlamıştır (TRT Akademi, 2020:9). Radyonun yaygınlaşması ve halkın radyoyu benimsemesi için çalışmalar yapılmıştır. Radyo alıcılarının yaygın olmaması nedeniyle o dönemdeki radyo yayınları İstanbul Büyük

Postane binasının kapısına yerleştirilen hoparlörden halka müzik dinletilmiştir (Gülizar 1985: 2738).

Türkiye’de ilk düzenli radyo yayıncılığına geçiş, 6 Mayıs 1927 tarihinde, İstanbul’da, Eşref Şefik’in bu anonsuyla başladığı kabul edilmektedir (TRT Akademi, 2020: 9).

“Alo alo, muhterem sâmiin... Burası İstanbul Telsiz Telefonu... 1200 metre tûl-u mevç, 250 kilosikl... Bugünkü tecrübe neşriyatımıza başlıyoruz...”

1927 yılında başlayan şirket radyosu dönemi, 1936 yılında gelindiğinde devlet radyosu dönemi yayıncılığına geçerek son bulmuştur. Artık Türkiye radyo yayıncılığında devlet yönetimi ve tekeli başlamış oluyordu (Gülizar 1985: 2739-2740).

2.2.2. TRT Yönetimindeki Radyo Yayınları

Çok partili siyasal hayata geçişle birlikte radyo yayınlarının partici bir yaklaşımla kullanılması, haber ve yorumlarda siyasal iktidarların övgüsünü yapması, Hükûmetin propaganda aracı olarak görülmesi ve muhalefet partilerine söz hakkı tanımaması gibi nedenler Anayasal düzenlemeleri zorunlu kılmıştır (Aziz 1991: 89). 1960 yılında Türkiye’de artan siyasi, ekonomik ve toplumsal hareketliliğe bağlı olarak sıkıyönetim ilan edilmiştir. Verilen emirle, 27 Mayıs 1960 tarihinde sabaha karşı radyolar Türk Silahlı Kuvvetleri’nin idaresine geçmiştir. Harekât ilk olarak İstanbul Radyosundan duyurulmuştur. Her devirde propaganda aracı olarak kullanılan radyo, Milli Birlik Komitesi’nin çalışmalarını duyurarak bu rolünü sürdürmüştür. 1961 yılında halk oylaması sonucunda kabul edilen yeni Anayasa’da, toplumun haber alma özgürlüğüne önem veren sadece yazılı basını değil radyo ve televizyonu da içeren düzenlemeler yer almaktadır (TRT Akademi, 2020: 54).

1961 Anayasası madde 121;

“Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi özerk kamu tüzelkişiliği halinde kanunla düzenlenir. Her türlü radyo ve televizyon yayınları tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Radyo ve televizyon idaresi kültür ve eğitime yardımcılık görevinin gerektirdiği yetkilere sahip kılınır. Devlet tarafından kurulan veya devletten mali yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır.”

1961 Anayasasının 121. maddesinde geçen, “*Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir*” hükmü kapsamında, Türkiye radyolarını tek çatı altında toplayacak ve televizyon yayınlarını başlatacak olan özerk kamu tüzel kişiliği için Türkiye Radyo Televizyon Kurumu – TRT’nin kuruluşu ile ilgili kanun tasarısı hazırlanmıştır. 24 Aralık 1963 tarihinde TBMM’de kabul edilen 359 sayılı “Türkiye Radyo- Televizyon Kurumu Kanunu” 2 Ocak 1964 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanmıştır. 1 Mayıs 1964 tarihinde “Türkiye Radyo Televizyon Kurumu” kurulmuştur (TRT Akademi, 2020: 56).

TRT’nin kurulması ile radyo yayınlarında büyük bir gelişim sağlanmıştır. Bu gelişmeler; radyo yayınlarının yaygınlaştırılması, yayın sürelerinin uzatılması, teknik donanım ve stüdyoların yenilenmesi olarak sıralanabilir. Yayın süresinin sınırlı olması, nitelikli programcı ve araştırmacının bulunmaması nedeniyle radyo yayınları başlangıçta haber ve müzik yayınlarından oluşmaktadır. Zamanla bahsedilen eksiklikler giderilerek eğitsel, kültürel ve belirli izleyici gruplarına seslenen kuşak yayınların yapımı Türk radyoculuğunda programcılık yönünden bir aşama olarak kabul edilmektedir (Aziz 1981: 118-120).

TRT’nin kuruluş döneminde Türkiye radyoları, toplam güçleri üç yüz kw’ın altında olan iki adet vericiyle yayın yapmaktadır. Bu oran 1970 yılında on dört vericiyle 1.206 kw’a, 1975 yılında ise on yedi vericiyle toplamda 4.285 kw’a yükseltilmiştir. Yayılım gücü bakımında, komşu ve diğer Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye’nin iyi durumda olduğu söylenemez (Kocabaşoğlu 1985: 2736).

İl radyolarının kurulmasıyla, radyo istasyonu sayısındaki artış beraberinde yayın gün ve saatlerindeki artışa bağlı olarak iş gücünü karşılayabilmek adına personel sayısı da artmıştır. Başlarda nitelikli personel bulunamazken artan ilgi ve alaka neticesinde TRT sınavla personel alır hâle gelmiştir (Aziz 1981: 123).

TRT’nin ekonomik ve teknik gücü eski yıllara oranla kıyaslanamayacak derece artış göstermiştir. Gelir kaynakları arasında reklam gelirleri, diğer gelirlerden daha fazla yer tutmuştur. Emsal olarak, 1980 yılında radyo-televizyon ruhsat gelirleri 1,4 milyar iken reklam gelirleri ise 2,2 milyar olarak tespit edilmiştir (Kocabaşoğlu 1985: 2737).

12 Mart 1971 muhtırasıyla TRT tarihinde yeni bir dönem başlamıştır. 12 Mart yönetimi *"Hiçbir radyo televizyon kuruluşu özerk olamaz"* diyerek, TRT'nin geleceğini bu sözlerle ortaya koymuştur. 1961 Anayasasının 121. maddesinde geçen *"özerk kamu tüzel kişiliği"* ifadesi, 20 Eylül 1971 tarihinde yürürlüğe giren, 1488 sayılı kanun ile *"Radyo ve televizyon istasyonları, ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir"* olarak değiştirilmiştir. 8 Mart 1972 tarihli ve 1568 sayılı yasayla yürürlükte olan 359 sayılı TRT kanununda bazı değişiklikler yapılarak ek ve geçici maddeler eklenmiştir. Bu değişikliklerden en önemlisi, TRT'nin özerkliğinin sona ermesi ve "tarafsız" bir kamu tüzel kişiliği durumuna getirilmesidir (Gülizar 1985: 2746).

9 Eylül 1974 tarihinde il ve bölge radyoları TRT1 adıyla 24 saat kesintisiz ortak yayına geçilmiştir. 1 Ocak 1975 tarihinde TRT radyoları kanallara ayrılarak; TRT1 eğitim, haber ve eğlence yayınları, TRT2 kültür sanat yayınları, TRT3 ise Batı Sanat Müziği yayınları ile yayına başlamıştır (TRT Akademi, 2020: 64).

1984 yılında TRT radyolarında Stereo yayın dönemi başlamıştır. 18 Ekim 1987 tarihinde TRT1, TRT2 ve TRT3 radyo postaları Radyo- 1, Radyo- 2 ve Radyo- 3 olarak yeniden düzenlenmiştir. Aynı tarihte Türk Halk ve Türk Sanat Müziğine yer veren Radyo- 4 yayına başlamıştır (TRT Akademi, 2020: 73). 12 Mayıs 1993 tarihinde FM bandından yayına başlayan Radyo- 2'nin adı, TRT FM olarak yeniden düzenlenmiştir (TRT Akademi, 2020: 76).

2.2.3. TRT Dışındaki Kurum Radyoları

Türkiye'de 1950 yılından itibaren çeşitli kamu kuruluşları tarafından kurulup işletilen radyo istasyonları bulunmaktadır. Kendi kamu hizmetlerini topluma aktarmak için radyolar araç olarak kullanılmaktadır. Bu hedef doğrultusunda eğitsel yayınlar müzik yayınları ile desteklenmektedir. Bu radyoların başında uzun süre yayın yapan ve geniş dinleyici kitlesine sahip polis ve meteoroloji teşkilatının radyoları gelmektedir.

Polis Radyosu, başta başkent Ankara olmak üzere, İstanbul ve İzmir'de 1954 yılından itibaren yayın yapmaya başlamıştır. Polis radyosunun kuruluş amacı, polis hizmetlerini halka götürürken radyo yayınlarından faydalanmaktır. Türkçe müziklerden oluşturulan yayınlarda bilgilendirici ve uyarıcı anonslara da yer

verilmiştir. Kamu kuruluşları tarafından kurulup işletilen diğer bir radyo istasyonu da “Meteoroloji Radyosu”dur. Meteoroloji Genel Müdürlüğü tarafından, hava durumu ile ilgili bilgileri halka ulaştırmak amacıyla kurulan bu radyo istasyonunda müzik yayınlarına da yer verilmektedir (Aziz 1981: 128-129).

2.3. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı

Türkiye’de radyo yayınlarının başlaması, batılı ülkelerle aynı döneme denk gelse de televizyon yayınları batılı ülkelere oranla çok geriden başlamıştır. Dünyada düzenli televizyon yayını ilk kez 1936 yılında İngiltere’den gerçekleştirilmiştir. Bunun ardından diğer gelişmiş ülkelerde televizyon yayınlarını başlatmıştır. Türkiye’de televizyon yayınlarının başlaması çok daha geç tarihlerde, batılı ülkelerin televizyon yayınlarının başlamasından hemen hemen otuz yıl sonra, 1968 yılında yapılmıştır (Aziz 1991: 89).

1960’lı yıllarda televizyon kitle iletişim aracı olarak dünyada altın çağını yaşarken Türkiye’de televizyon yayıncılığının gerekli olup olmadığı tartışılmıştır. Henüz radyo yayınlarının ülke genelinde dinlenememesi, televizyon ile alakalı yatırımların büyük bir maliyet gerektirmesi gibi nedenlerden dolayı televizyon yayıncılığının devlet tarafından ele alınması gecikmiştir. 1961 Anayasasıyla, Türkiye’nin hem ekonomik açıdan hem de sosyal açıdan kalkınmasını hızlandırmak amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuştur. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1962-1967), eğitim ve ulusal bütünlüğün sağlanması konusunda etkili bir araç olan radyolardan yararlanılması ve ülkenin her bölgesine radyo yayınlarının ulaştırılması hedeflenmiştir. Bu sebeple Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında yayın konusundaki öncelik radyo yayıncılığına verilmiştir, televizyonun yayınlarının başlatılmasına yönelik herhangi bir planlama yapılmamıştır (Aziz 1981: 115). 9 Nisan 1963 tarihinde Almanya ile yapılan sözleşme kapsamında “Televizyon Eğitim Merkezi” kurmak için gerekli araç ve gereçler temin edilmiştir. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Televizyon hizmetlerinin öngörülmemesine karşın böyle bir anlaşmanın yapılmasının bir nedeni vardır, bu anlaşmayla Türkiye’de televizyon yayıncılığı değil sadece kapalı devre Televizyon Eğitim Merkezinin kurulması sağlanmıştır (Türksezer 1994: 7).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1968-1972) televizyon şebekesi kurulması meselesi “beşer yıllık üç plan döneminde gerçekleştirilmesi” ve Türkiye’nin coğrafi durumu göz önüne alınarak, az sayıda güçlü televizyon vericisi yerine, çok sayıda düşük güçlü televizyon vericisi kurulması kararlaştırılmıştır (Oskay 1971: 19). Televizyon teknik ve yapım olanakları yönünden gelişmesi ise Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planına (1973-1977) alınması ile başlamış; özellikle 1980’li yılların sonlarına doğru önemli gelişmeler kaydedilmiştir (Aziz 1999: 89).

1950’li yıllarda Türkiye’de televizyon yayıncılığı konusunda herhangi bir girişim yokken sayısı az olsa da televizyon alıcıları ve evlerin çatılarında televizyon antenleri görülmeye başlanmıştır. Türkiye’ye komşu ülkelerin birçoğunda televizyon yayınları başlamıştır. Sınır hattında yaşayan bazı kimselerin, komşu ülkelerdeki yayınları izleyebilmek için televizyon alıcısı satın aldığı görülmektedir. Balkan ülkelerinden yapılan televizyon yayınlarını izleyebilmek için İstanbul’da, Arap ülkelerinin televizyon yayınlarını izleyebilmek için Adana’da vatandaşlar evlerinin çatılarına televizyon anteni kurmuşlardır (Oskay 1971: 18). 1968 yılı öncesi resmî bir kayıt olmamasına rağmen Türkiye’deki televizyon alıcı sayısının yedi bin civarında olduğu belirtilmektedir. 1971 yılına değin vergi alınmadığı için televizyon alıcı sayısının belirlenmesini güçleştirmektedir. Televizyonun yaygın olmayışı ve cihazların pahalı olması gibi nedenlerden dolayı televizyon alıcı sayılarının az olduğu söylenebilir. Daha sonraki yıllarda güçlü vericiler, nitelikli programlar, yayın sürelerinin uzaması, yerli televizyon montajının başlaması ve taksitli satışlar televizyon alıcısındaki sayının hızla artmasına sebep olmuştur (Aziz 1981: 126).

2.3.1. Türkiye’de Televizyon Şebekesi İçin İlk Girişimler

1950’li yıllarda dönemin siyasal iktidarı televizyonu, devamlı gündemde tutarak siyasi bir vaat olarak konumlandırmıştır. Türkiye’de bir televizyon şebekesi kurma arzusu Amerikan şirketlerinin girişim ve teklifleriyle Türkiye gündemini meşgul etmektedir. Henüz radyolarını düzene koyamamış bir ülkenin, televizyon kurma girişimlerinde bulunulması pek de mümkün gözükmemektedir. 1950 yılında, Amerikalı bir şirket, İstanbul’da televizyon kanalı kurmak için Hükûmetle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Daha kapsamlı ve ciddi bir girişim 1952 yılında yapılmıştır. Amerikan heyeti, incelemeler yapmak üzere Türkiye’ye gelmiştir. 1955

yılında ise, iki Amerikalı şirket General Electric ve NBC, İstanbul’da bir televizyon istasyonu kurmak için girişimde bulunmuşlardır. Ancak görüşmeler neticesinde bir sonuç alınamamış ve televizyon konusu gündemi meşgul etmeye devam etmiştir (İlaslan 2014: 490-492).

Türkiye’de ilk Televizyon yayını, 1954 yılında İstanbul Üniversitesinde yapılmıştır. Kapalı devre olarak başlayan yayında İTÜ’nün Elektrik Fakültesinde bulunan yüksek frekans laboratuvarından yararlanılmış ve bu laboratuvar çalışmaları içinde televizyon yayını gerçekleştirilmiştir (Oskay 1971: 18). İTÜ’nün televizyon düşüncesi 1950’li yıllara dayanmaktadır. Rektör Emin Onat, gelişmiş ülkelerde televizyondan ilim ve fen sahasında yararlanıldığını ve İstanbul Teknik Üniversitesi’nin de bu yeni teknolojiye en kısa zamanda yararlanmaya başlayacağını ve Türkiye’nin teknik konuda kalkınabilmesi için İTÜ’ye önemli bir görev düştüğünü duyurmuştur. Teknik alanda yapılacak olan araştırma ve geliştirme çalışmalarıyla İTÜ’nün Türkiye’ye önemli katkılar sağlayacağını belirtmiştir. Böylelikle Türkiye’nin kalkınması ve eğitimine katkıda bulunması amacıyla, İstanbul Teknik Üniversitesi televizyon konusunda çalışmaları başlatmış ve neticesinde İTÜ Televizyonu 9 Temmuz 1952 tarihinde ilk yayını gerçekleştirmiştir (İlaslan 2014: 491).

Türkiye’de önem taşıyan diğer bir televizyon tesisi ise, “Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi” bünyesinde oluşturulan “Televizyon ve Eğitim Enstitüsü”. Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisinin bir televizyon tesisi kurması fikrini ortaya atan Yılmaz Büyükerşen olmuştur. Büyükerşen, televizyonla uzaktan eğitim düşüncesi ile ATV (Atatürk Televizyonu ya da Akademi Televizyonu) stüdyosunu kurulmasını sağlamıştır. 1971 yılında, Akademinin Batı Almanya’da bulunan mezunlarının bağışlarıyla yayın için gerekli olan bazı ekipmanlar temin edilmiştir. Akademide bulunan bir salon stüdyoya dönüştürülerek, Türkiye’nin ilk kapalı devre televizyonu, eğitim çalışmalarına başlamıştır (Türksezer 1994: 6).

2.3.2. İstanbul Teknik Üniversitesi ve İlk Televizyon Yayınları

İTÜ Elektrik Fakültesi tarafından 9 Temmuz 1952 tarihinde laboratuvar çalışmasının ürünü olan ilk kapalı devre deneme yayını, Türkiye’de televizyon yayınlarının başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir. Elektrik Fakültesi, Yüksek

Frekans Bölüm Başkanı Mustafa Santur, bölüm öğrencilerine eğitim vermek amacıyla televizyon uygulama laboratuvarının kurulması fikrini gündeme getirmiştir. Santur, 16 Temmuz 1951 tarihinde Elektrik Fakültesi Dekanlığına hitaben gönderdiği yazıda şunları ifade etmektedir;

“Son yıllarda mühim inkişaflar gösteren televizyon alanındaki tedrisatımızı geliştirmek, ileride memleketimize de girmesi mukadder olan televizyon tekniğinde tecrübeli elemanlar yetiştirmek maksadıyla çok yüksek frekans laboratuvarımızda küçük mikyasta bir tecrübe televizyon tesisi kurmak münasip olacaktır. Böyle bir tesis için gereken bazı cihazların isim ve özellikleri ilişik şartnamede gösterilmiş bulunmaktadır. Bu cihazların satın alınması için gerekli muamelenin yapılmasını derin saygılarımla rica ederim.” (Serim 2007: 26-27).

Önerinin olumlu karşılanması üzerine hemen çalışmalar başlatılmıştır. Santur yayın cihazlarını almak üzere araştırmalar yapmış ve ihale sonucunda merkezi Hollanda’da bulunan Philips şirketinden yaklaşık 65 bin liraya yayın için gerekli olan cihazlar satın alınmıştır (Öngören 1982: 267). Alınan cihazların kurulumu yapılarak, İTÜ’nün Taşkışla binasından 1952 yılı mart ayında deneme yayınları başlatılmıştır (Uyguç, Genç, 1998: 47).

Deneme yayınlarının resmi açılışı, 1952 yılının Nisan ayında yapılmıştır. İlk konuşmayı ünlü gazeteci Burhan Felek canlı yayında yapmıştır. İTÜ’nün Taşkışla binasında cuma günleri 17.00’de başlayıp 18.00’de sona eren deneme yayınlarını izlemek isteyenler, Üniversitenin Taksim Gümüşsuyundaki binasının konferans salonuna gelmek zorunda kalmışlardır. Konferans salonuna televizyon alıcıları yerleştirilmiştir (Cankaya 1997: 30). Deneme yayınlarının ardından düzenli yayınlara geçilmiştir. 5 Aralık 1963 tarihinde Maçka stüdyolarına taşınarak daha programlı ve daha geliştirilmiş bir yayıncılık yapmıştır (Uyguç, Genç 1998: 47). Yayınların içeriğini, çeşitli müzik dallarında konserler, tiyatro ve kültürel programlar oluşturmaktadır. İTÜ televizyonunda yayın saatlerinin artması ve programların çeşitlenmesi ülkedeki televizyon alıcı sayısının artmasını sağlamış (Aziz 1981: 129).

1960’lı yılların başında ortaya çıkan siyasi olaylardan İTÜ Televizyonu da etkilenmiştir. 2 Mayıs 1960 tarihinde polis tarafından kapatılmış tekrar yayına başlaması ise ancak beş ay sonra Milli Birlik Komitesi’nin kararıyla olmuştur (Kıvanç 2002: 39). Askeri yönetimde Başbakanlık Müsteşarlığı görevini yürüten ve

darbe bildirisini 27 Mayıs 1960 tarihinde sabaha karşı radyodan okuyan Alparslan Türkeş, televizyon hakkındaki ilk açıklamayı şu ifadeleri kullanarak yapmıştır. *“Yurtta derhal televizyon şebekesi yapılmalıdır. Bu konuda Hükûmetin teşebbüsleri vardır. Bir Japon firmasıyla müzakereler yapılmaktadır ve yakında yurdumuzun belli başlı merkezlerinde televizyon istasyonları faaliyete geçecektir.”* (Milliyet, 01.09.1960).

6 Mart 1970 tarihinde İTÜ Televizyonunun yayınları öğrenci olayları nedeniyle kesintiye uğramıştır. Bu olay üzerine İTÜ Televizyonu yönetimi, TRT yönetimiyle irtibata geçerek Ankara Televizyonu yayınlarının, PTT Radyo Linkleri aracılığı ile İstanbul’a ulaştırılmasını ve İTÜ Televizyonu vericisinden aktarılmasını teklif etmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda TRT ile İTÜ arasında İstanbul’da televizyon yayınlarının gerçekleştirilmesi bir protokolle belirlenmiştir. İTÜ tarafından, 1971 yılına kadar canlı olarak yapılan deneme yayınları 30 Ağustos 1971 tarihinde yapılan protokol neticesinde TRT’ye devredilmektedir. Televizyon yayıncılığında kullanılan cihazlarında TRT’ye devredilmesiyle Türkiye’nin ilk televizyon kanalı olan İTÜ Televizyonunun yayın hayatı son bulmuştur (Türksezer 1994: 5).

2.3.3. TRT’nin Televizyon Yayınlarına Başlaması ve Gelişmesi

1927 yılında “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi” ile başlayan Türkiye’deki elektronik yayıncılık serüveni, 1964 yılında “Türkiye Radyo Televizyon Kurumu” ile kamusal ve kurumsal bir kimliğe kavuşmuştur (Kejanlıoğlu 2004: 295).

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1962-1967) yayın konusundaki öncelik radyo yayıncılığına verilerek, televizyon yayınlarının başlatılmasına yönelik herhangi bir planlama yapılmamıştır. Planda öngörülmediği halde, Televizyon Eğitim Merkezinin kurulması için Federal Alman Hükûmeti ile anlaşma yapılmıştır (Oskay 1971: 18). 9 Nisan 1963 tarihinde Alman Hükûmeti ile Türk Hükûmeti arasında imzalanan “Teknik Yardım Anlaşması” yükümlülüklerine göre, Alman Hükûmeti, Ankara’da kurulacak olan Televizyon Eğitim Merkezinin cihazlarını temin ederek gerekli personelin eğitimini, kapalı devre televizyon yayını yapacak olan bu sistem ile gerçekleştirmeyi hedeflemiştir (Sarmaşık 2000: 20). Aralarında Almanya’nın bulunduğu birçok

Avrupa ülkesinde yayınlar PAL sisteme uyumludur. Almanya tarafından hibe edilen cihazlarla Türkiye’deki yayınlarda PAL sistemine uyumlu olarak başlamıştır.

359 sayılı TRT yasaşı, 1961 Anayasasında “Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir” hükmünün yer aldığı 121. maddeye dayanmaktadır. Türkiye radyolarını tek çatı altında toplayacak ve televizyon yayıncılığı için adımlar atacak özerk kamu tüzel kişiliği için “Türkiye Radyo Televizyon Kurumu” kurulması ile ilgili kanun, 24 Aralık 1963 tarihinde kabul edilerek, Resmî Gazete’nin 2 Ocak 1964 tarihindeki sayısında yayımlanmıştır. 1 Mayıs 1964 tarihinde yürürlüğe giren 359 sayılı kanunla Türkiye yayıncılık tarihinde ilk kez, var olan radyo yayınları ile ileride kurulacak olan televizyon yayınları Anayasa güvencesi altına alınmıştır (Aziz 1981: 117).

TRT’nin kuruluş aşamaları tamamlandıktan sonra Televizyon Dairesi Başkanlığı kurulmuştur. Almanya protokolüyle Türkiye’ye armağan edilen Televizyon Eğitim Merkezinin cihazları, Ankara Mithatpaşa’da kiralanarak Bodrum katlarına yerleştirilmiştir. Televizyon Dairesi Başkanlığı, Almanların armağan ettiği teknik donatılarla ve nicelik bakımından yetersiz personelle teknik çalışmalar başlatılmıştır. TRT elindeki kısıtlı imk nlarla stüdyo hazırlığı yaparken, Almanya hiç hesapta olmayan bir davranışla kapalı devre televizyon sistemine ek olarak bir de televizyon vericisi hibe etmiştir. Bu gelişmenin ardından, iktidarın baskısı ve kamuoyunun da etkisiyle artık televizyon yayınlarının gerçekleştirilmesi TRT Yönetim Kurulunca benimsenmiştir. TRT yönetimi tarafından görevlendirilen Mahmut Tali  ng ren idaresinde yüz on sekiz gün sürecek olan kapalı devre televizyon eğitim yayınları, 6 Ekim 1967 tarihinde gerçekleştirilmeye başlamıştır ( ng ren 1985: 2750).

Bir yandan kapalı devre yayınları bir yandan da gerekli personelin eğitimi devam ederken, TRT yönetimi almış olduğu ani bir kararla hazırlıkların bitmesini beklemeden, Ankara Televizyonu deneme yayınları başlatılmıştır (Cankaya 1997: 76).

Tüm bu eksikliklere rağmen, Alman H k meti tarafından hediye edilen yayın cihazları ve beş kw gücündeki televizyon vericisi ile TRT Ankara Televizyonu, ilk test yayınına 31 Ocak 1968 tarihinde başlamıştır. Haftalık    gün üçer saat olarak

gerçekleştirilen televizyon test yayınları, 1972 yılında haftada beş gün ve toplamda yirmi saatte ulaşmıştır. Daha sonra da 1974 yılı mart ayında haftada altı gün, aynı yılın nisan ayında ise yedi gün ve toplamda altmış saate çıkarılmıştır (Rigel 1991: 148).

Deneme yayınları Ankara halkı tarafında büyük bir ilgiyle takip edilmiştir. Konutlarında televizyon alıcısı bulunmayan vatandaşlar, televizyon yayınlarını ancak mağaza vitrinlerindeki alıcı cihazlardan, otel lobilerinden, pastane ve kahvehane gibi mekânlardan seyredebilme imkânı bulabilmiştir (Serim 2007: 51). Ankara'da yaşayan yaklaşık bir milyon iki yüz yetmiş bin kişiye hitap eden deneme yayınları 1972 yılına kadar devam etmiş ve bu tarihten itibaren televizyon yayınları hızla yayılmaya başlamıştır (Aziz 1981: 123).

1 Eylül 1970 tarihinde yayına geçmesi planlanan İzmir Televizyonu teknik arıza nedeniyle 7 Eylül 1970 tarihinde paket program yayınına başlamıştır. 30 Ağustos 1971 tarihinde İstanbul Televizyonu, İTÜ Televizyon vericisi üzerinden Ankara bağlantılı yayınlara başlamıştır. 1 Ekim 1971 tarihinde Ankara-İstanbul ve Ankara-İzmir arasındaki Radyo-Link hatları tamamlanmıştır. Ankara, Eskişehir, Bursa, Balıkesir ve İzmir Radyo-Link hatlarının bitmesiyle, Şehirlerarası ilk naklen yayın yine bu yılda gerçekleştirilmiştir. 3 Ekim 1971 tarihinde naklen yayınlanan ilk futbol karşılaşması “Karşıyaka – İstanbulspor” ve 6 Ekim 1971 tarihindeki Akdeniz Olimpiyatları İzmir’den naklen yayınlanmıştır. 1 Aralık 1971 tarihinde İstanbul Televizyonu, 6 Aralık 1971 tarihinde ise İzmir Televizyonu, merkez televizyon şebekesine bağlanmıştır. Radyo-Link hattı güzergâhında bulunan Eskişehir Televizyonu, 4 Aralık 1971 tarihinde Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi’nin televizyon vericisi merkez televizyon şebekesine bağlanmıştır. 3 Mart 1972 tarihinde deneme yayınlarından çıkılarak reklam yayınlarına başlanmıştır. 23.12.1977 tarihinde ise Sivas Televizyon verici istasyonu otuz kw güçle yayına başlamıştır (TRT Kurumsal 2022).

Merkez Televizyon şebekesine bağlı olan illerde Ankara’da yapılan naklen yayınlar seyredilmektedir. Radyo-Link hatlarının olmadığı başka bir deyişle merkez televizyon şebekesine bağlı olmayan illerde ise Ankara Stüdyosunda hazırlanan ve paket program yayını adı verilen programlar TRT’nin illerde ve bölgelerde kurduğu

vericiler vasıtasıyla yayınlanmaktadır. 1980’li yıllarda paket program yayını yapan televizyon istasyonu kalmamıştır (Aziz 1981: 116).

TRT’nin özerk yapısı, Kurum ile Hükûmetler arasında anlaşmazlıklara neden olmuştur. Bu anlaşmazlıklar nedeniyle TRT Kanununda dönemsel değişiklikler yapılmıştır. Özerklik, TRT’nin yönetiminin, program ve haber yönüyle içeriğinin ve mali yapısının Hükûmete bağlı olmaması anlamını taşımaktadır (Cankaya 1997: 24).

1960, 1971 ve 1980 yıllarındaki askeri darbeler ülke genelinde olumsuzlukların yaşanmasına sebep olmuştur. TRT’de bu darbelerden payını fazlasıyla almıştır. Ele geçirilen ve yasası değiştirilen kurumların başında TRT gelmektedir. Darbeci askerler tarafından hazırlanan bildiriler en yaygın ve en hızlı kitle iletişim araçları olan TRT radyoları ve Televizyonlarından okunmuştur. 12 Eylül 1980 sabahında TRT radyosunda önce İstiklal Marşı, ardından Harbiye Marşı ve Kenan Evren İmzalı “Milli Güvenlik Konseyi” bir numaralı bildirisi okunmuştur (Tosun 2022). Yine meşrulaştırma propagandaları da TRT üzerinden yapılmıştır.

12 Mart 1971 muhtırasıyla TRT tarihinde yeni bir dönem aralanmıştır. 1961 Anayasasının 121. maddesinde geçen “özerk kamu tüzel kişiliği” ifadesi, 1488 sayılı numaralı kanunla “Radyo ve televizyon istasyonları, ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir” olarak değiştirilmiştir. 8 Mart 1972 tarihinde 1568 sayılı yasa ile yürürlükte olan 359 sayılı TRT kanununda bazı değişiklikler yapılarak ek ve geçici maddeler eklenmiştir. Bu değişikliklerin en önemlisi, TRT’nin özerkliğine son verilerek, “tarafsız” bir kamu tüzel kişiliği durumuna getirilmesidir (Gülizar 1985: 2746).

12 Eylül 1980 tarihinde gerçekleşen askeri darbe ile Hükûmetin görevine son verilerek parlamento lağvedilmiştir. 7 Kasım 1982 tarihinde yapılan halk oylamasıyla 1982 Anayasa’sı kabul edilmiştir. 1961 Anayasa’sı yürürlükten kaldırılarak, Türkiye’deki radyo ve televizyon yayınları hakkındaki maddelerde de düzenleme yapılmıştır. 1982 Anayasası’nda ilgili düzenleme bu defa 133. Maddede karşımıza çıkmaktadır (Türksezer 1994: 20).

Türkiye’deki radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen 1982 Anayasasının 133. maddesi de 1961 Anayasasının 1971 yılındaki değişikliği ile getirilen hükümler tekrar etmektedir. Radyo ve televizyon istasyonları yine “Devlet eli ile” kurulacağına

ve yayınların “tarafsızlık” ilkesine göre yapılacağına vurgu yapılmıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığında Devlet tekelinin devam ettiği görülmektedir (Canoruç 2009: 307-308). 1982 Anayasası’nın 133. maddesi şu şekildedir;

“Radyo ve televizyon istasyonları ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir. Kanun, Türk Devletinin varlık ve bağımsızlığını, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünü, toplumun huzurunu, genel ahlaki ve Anayasa’nın 2. Maddesinde belirtilen Cumhuriyetin temel niteliklerini koruyacak tarzda yayın yapmasını düzenler ve kurumun yönetim ve denetiminde, yönetim organlarının oluşturulmasında ve her türlü radyo ve televizyon yayınlarında tarafsızlık ilkesini gözetir ... ”

Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınları, 1 Mayıs 1964’ten başlayıp 14 Kasım 1983 tarihine kadar, 359 Sayılı “Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu” ile yürütülmüştür. 1982 Anayasasının kabulüyle, 359 sayılı TRT Kanunu ortadan kaldırılarak yerine “Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu” yürürlüğe girmiştir. 2954 sayılı kanun, 14 Kasım 1983 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 359 sayılı kanun sadece TRT kurumunu ilgilendirirken 2954 sayılı kanun Türkiye’deki tüm Radyo ve televizyonları kapsamaktadır (Uyguç, Genç 1998: 78).

2954 sayılı yasanın 6. maddesine göre; *“Yurt içinde yapılacak, radyo ve televizyon yayınları için milli siyasete uygun ilkeler tespit etmek, bu konuda belirtilen görev ve esasların uygulanmasının gözetim, denetim ve değerlendirilmesini yapmak maksadıyla Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu Kurulmuştur.”* Bu maddede Radyo Televizyon Yüksek Kurulu’nun (RTYK) oluşturulduğu belirtilmiştir. TRT ve onun haricindeki tüm radyo ve televizyon yayınlarını düzenleme ve denetleme yetkisi RTYK’ye verilmiştir (Özçağlayan 2002: 537-538).

Kurulun görevleri arasında, gerekli durumlarda TRT Genel Müdürü’nün görevden alınması için Hükûmete teklif götürmek, radyo ve televizyon yayınlarının kanunla belirlenen yayın esaslarına uygun yapılmasını sağlayacak unsurları belirlemek, polis ve meteoroloji teşkilatlarının devamlı veya süreli ikaz ve duyuru amaçlı radyo yayıncılığı yapmalarına izin vermek, kumu kuruluşlarıyla, gerçek ve kişiliklerin kapalı devre yayıncılık sistemini kurmalarına ve işletmelerine müsaade etmek, TRT tarafından kurulacak olan yeni radyo ve televizyon kanallarının açılması yer almaktadır. Ayrıca TRT Yönetim Kurulu Üyeleri ve Genel Müdürünün atanması

ve görevden alınması siyasal iktidardan bağımsız bir yapıya kavuşturularak aday belirleme görevi RTYK'ye verilmiştir (Aziz 1989: 111).

2954 sayılı yasa ile kuruluşu gerçekleştirilen RTYK, 1984 yılında TRT Genel Müdürlüğü için adaylar önermiştir. RTYK tarafından önerilen Tunca Toskay, Bakanlar Kurulunun almış olduğu kararla TRT Genel Müdürü olarak atanmıştır (Serim 2007: 126).

Türkiye'de renkli televizyon yayın denemeleri, 1973 yılında Eskişehir'deki Televizyon ve Eğitim Enstitüsü'nde gerçekleştirilmiştir (Aziz 1981: 134). 1976 yılında oynan İngiltere Kupası Ankara Televizyonundan renkli olarak naklen yayınlanmıştır. 12 Eylül darbesinden sonra Kenan Evren ve Başbakan Bülent Ulusu'nun basın toplantıları, 31 Aralık 1981 yılbaşı programı ve 1983 yılı genel seçimleri öncesindeki açık oturumlar daha çok izleyici çekebilmek adına renkli olarak yayınlanmıştır (Rigel 1991: 150).

9 Temmuz 1984 tarihinde, TRT yayınlarının tamamı renkli olarak yayınlanmaya başlamıştır (TRT Kurumsal 2022). Renkli televizyon yayınlarıyla ilgi çalışmalarına 1982 yılında başlanmış, bir yandan siyah-beyaz yayıncılık devam ederken diğer yandan renkli yayın denemeleri gerçekleştirilmiştir. İlk yıllarda temin edilen sistemin renkli yayına uygun olması teknik altyapıda önemli bir değişiklik olmadan renkli yayınlara geçişi sağlamıştır (Aziz 2006: 185).

Renkli televizyon yayınlarının ardından, TRT yönetimi ikinci kanalın kurulmasına karar vermiştir. Türkiye'nin yeni kanalı TV-2, 15 Eylül 1986 tarihinde deneme yayınlarına başlamıştır. 6 Ekim 1986 tarihinde deneme yayınlarından çıkılarak programlı ve renkli yayına geçilmiştir. İkinci kanalın yayınları İstanbul Televizyonu tarafından yapılmaktadır. İkinci kanalda kültür, sanat ve eğitime yönelik yayınlara ek olarak dönemin TRT yapımı olan dizileri ilk olarak bu kanalda yayınlanmaya başlamıştır. 1987 yılında, TV-1 ve TV-2 yayınları "Intelsat" uydusuyla Türkiye'nin tamamına ulaştırılmıştır. 2 Ekim 1989 tarihinde, Arı Stüdyosunda düzenlenen programın ardından TV-3 ve GAP Televizyonu hizmete geçerek TRT'nin televizyon kanalı sayısı dörde yükselmiştir. 10 Ocak 1990 tarihinde TRT tarafından "Telegün" adı verilen teleteks yayınları başlamıştır. 30 Temmuz 1990 tarihinde, eğitim yönelik yayınlar yapacak olan TV-4, İzmir'den deneme

yayınlarını gerçekleştirmiştir. Aynı yılın şubat ayında TRT-INT televizyonu Avrupa'ya yönelik deneme yayınlarına başlamıştır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu 2023 yılı itibariyle, on sekiz adet televizyon kanalı ve on yedi adet radyo kanalı yayınlarını sürdürmektedir. Ayrıca dijital platformlarda, kırk bir farklı dil ve lehçede dünyanın yedi kıtasına ulaşmaktadır (TRT Kurumsal 2023).

2.4. Türkiye’de Özel Radyo ve Televizyonların Gelişimi

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte, 1980’li yılların sonundaki hızlı değişim dönemi içinde, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de özel radyo ve televizyon yayıncılığı alanında önemli gelişmeler yaşanmaya başlamıştır (Özçağlayan 2002: 552).

Uydu teknolojisinin gelişmesi, Türkiye’de yayıncılık alanında köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Türkiye, uydu işleten Intelsat ve Eutelsat’a üye olarak televizyon yayınlarını uydu üzerinden başlatmıştır. 21 Mart 1984 tarihinde, Ankara’da bulunan Gölbaşı uydu yer istasyonundan Intelsat uydusuna televizyon yayını gönderilmiştir. 1986 yılında Intelsat uydusu da tüm Türkiye’yi kapsayacak şekilde yayın yapmaya başlamıştır (RTÜK 2014: 15-16). Türkiye’de yayıncılık faaliyetleri, devletin kontrolünde olan TRT’nin tekelinde ve bölgesel vericilerle sürdürülmektedir. Bu durum Türkiye’de de çanak antenlerin konutların çatılarında görülmesine ve çoğalmasına sebep olmuştur çünkü Avrupa ve Amerika kaynaklı televizyon yayınları çanak antenlerle rahat izlenebilmektedir.

Dönemin önemli gelişmelerinden biri de TRT’ye ait vericilerin, 21 Ocak 1989 tarihinde Resmî Gazete’de yayınlanan 3517 Sayılı "Radyo ve Televizyon Verici İstasyonlarının Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü Tarafından Kurulması ve İşletilmesi ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" uyarınca PTT’ye devredilmiştir. 3517 Sayılı Yasa Madde 1;

“Radyo ve televizyon verici istasyonlarının, program linklerinin planlanması, projelendirilmesi, kurulması, yenilenmesi ve işletilmesi görev ve yetkisi Türkiye Cumhuriyeti Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü (PTT)’ne aittir.”

TRT’nin yönettiği ve işlettiği, tüm radyo ve televizyon vericileri ve verici istasyonları, Radyo-Linkler, uydu ve yer istasyonları, bunlara ait taşınır ve taşınmaz

bütün demirbaşlar, her türlü cihaz yedekleri ve yedek parçaları, enerji nakil hatları, antenler, araç ve gereçler PTT'ye devredilmiştir.

Bu çerçevede TRT tarafından gerçekleştirilen radyo ve televizyon yayınları, artık TRT tekelinde değil, radyo ve televizyon vericilerini devralmış olan PTT ile ortak olarak yapılmaktadır. PTT, elinde bulunan TVRO (Television Receive-Only-Yalnız Televizyon Alıcısı) ile Türkiye'yi de kapsayan Eutelsat uydusundan adlıği Avrupa ve Amerika yayınlarını, Türkiye'de bulunan abonelerine kablolu yayın sistemi ile dağıtma uygulamaları yapmaktadır (Türksezer 1994: 23). PTT, bu uygulamayı pilot bölge olarak belirlediği Ankara'nın Çankaya semtinden 26 Aralık 1988 tarihinde başlatmıştır. Kablolu televizyon yayının için PTT, ücret karşılığında abone kayıtları yaparak TRT'nin yayın tekelini ihlal etmektedir (Yengin 1994: 87). Anayasa aykırılığını ilk önce kablolu televizyon yayıncılığı oluşturmuştur (Serim 2007: 219).

1980'li yıllarda televizyon yayıncılığı rejiminde yaşanan diğer bir gelişme ise, TRT program üretiminde kurum dışına açılarak özel yapım şirketleri tarafından üretilen programlara yayınlarında yer vermesidir. Yabancı film ve dizilerin Türkçe dublajı TRT dışı özel stüdyolarda da seslendirilmiştir (Mutlu 1999: 63). Kendi öz kaynaklarıyla ürettiği programların dışında, özellikle dramatik ve belgesel yayınların önemli bir kısmı, bu amaç için kurulan özel yapım şirketleri tarafından yapılmıştır (Türksezer 1994: 24).

Türkiye'deki elektronik yayıncılık hizmetleri, 1990'lı yıllara kadar Türkiye Radyo Televizyon Kurumu tarafından yürütülmüştür. Gelişen teknoloji ekseninde haberleşme uydularından yapılan radyo ve televizyon yayınlarının Türkiye'den de izlenebilmesi TRT tekelinin sonra ermesine yol açmıştır (Cankaya 1997: 84). Yayıncılık alanında, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de alternatifler ortaya çıkmıştır. Uzun ve kısa dalgadan yayın yapan yabancı uyruklu radyolar evlerden nasıl dinlenebiliyorsa artık çanak antenler vasıtasıyla çeşitli ülkelerin televizyon yayınları da Türkiye'den izlenebilmektedir (Türksezer 1994: 23). Yabancı yayınlar radyoda pek cazip olmasa da televizyonun ışıltılı dünyası, konutların çatılarında çanak antenlerin görülmesine yol açmıştır.

2.4.1. Özel Radyo ve Televizyon Yayıncılığı İçin İlk Girişimler

Türkiye’de özel radyo ve televizyon yayını yapmak için belediyeler ve özel kuruluşlar, Radyo Televizyon Yüksek Kurulu’na başvurular yapmıştır. İlk girişim 1985 yılında Hürriyet Gazetesi tarafından yapılmıştır fakat izin verilmemiştir (Türkmen 1994: 36). Aynı dönemde, alan dışı büyük sermaye sahipleri ve gazeteler özel radyo ve televizyon yayıncılığı için hem bireysel hem ortak girişle firmalar kurmuş ve bu firmalar tabelalarını da çoktan asmışlardır (Kejanlıoğlu 2004: 280-281).

Türkiye’de elektronik yayıncılıkla ilgili tüm teknik ve kullanım hakları Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’na aittir. Bu hak Anayasa ile güvence altına alınmıştır. Yine Anayasal güvence altında olan “Haberleşme Özgürlüğü”nün TRT’nin tekelinde bulunması, özel yayıncılık isteklileri tarafında eleştirilmiştir. Devlet tekeli savunucuları, tekelin kaldırılmasının, ülkenin güvenliğine ve bütünlüğüne zarar vereceğini belirtmişlerdir (Cankaya 1997: 77).

Belediyeler uydudan aldıkları yabancı yayın yapan kanalları, küçük vericiler vasıtasıyla bölgesindeki izleyiciye ulaştırmaktadır. Yasal olarak mümkün olmayan bu durum karşısında, İçişleri bakanlığı 1990 yılında bir genelge yayınlayarak bu girişimde bulunan belediye vericilerinin mühürlenmesini istemiştir (Kejanlıoğlu 2004: 309). Daha sonra konunun Radyo televizyon Yüksek Kurulu tarafından incelemesi neticesinde, çanak anten kurulmasının sorun teşkil etmediği belirtilmiştir. RTTYK’nın görüş bildirmesinin ardından belediyeler tertibatlarını güçlendirerek tekrardan kurmaya başlamıştır (Yengin 1994: 99).

2.4.2. Özel Radyo ve Televizyonların Kurulması ve Gelişmesi

Türkiye’de özel yayıncılık, özel radyo yayınlarıyla başlamıştır. Özel radyolar Anayasa’nın değişmesini beklemeden yayınlarını gerçekleştirmiştir. Radyolarda, TRT dışı yayınların dinlenmesine 1989 yılında belediye yayınları öncülük etmiştir. Devamın da özel radyo kanalları yayına geçmiştir (Özdurdu 2011: 9). Karasal verici ve düşük bütçelerle kurulan özel radyolara vatandaşların ilgisi her geçen gün artmıştır. Hem kurulum maliyeti hem olsun hem de ekonomik fayda düşüncesi birçok özel radyo yayınının başlamasına sebep olmuştur.

Bütün bu gelişmelerin yanında Türkiye’de, televizyon yayıncılığı tarihin de milat sayılacak bir gelişme 1990 yılında yaşanmıştır. Ortada herhangi bir yasal zemin yokken ve Anayasanın engeline rağmen, Türkiye’nin ilk özel televizyon projesi hayata geçirilmiştir.

Türkiye’nin ilk özel televizyon kanalı, “Magic Box Star1” logosuyla, Almanya çıkışlı olarak 1990 yılında, Eutelsat uydusu üzerinden televizyon yayınına başlamıştır. Star1’in başındaki Magic Box ismi daha sonraki dönemlerde kaldırılmıştır. Bu yayın Türkiye’deki radyo ve televizyon yayıncılığının yeni bir döneme girmesine ve özel yayıncılığının yolunu açan bir gelişme olmuştur (RTÜK 2014: 16).

“Magic Box Incorporated” televizyon şirketi, Cem Uzan ve Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal tarafından 1989 yılında, paravan şirketlerin merkezi olarak bilinen Liechtenstein’da kurulmuştur. Eutelsat uydusundan iki kanal kiralarak Almanya’da Türkiye’ye yayın yapan kuruluş, “Magic Box Star1” logosuyla 7 Mayıs 1990 tarihinde günde beş saat olarak yayın hayatına başlamıştır (Rigel 1991: 164).

Türkiye’ye yönelik başlatılan “Magic Box Star1” televizyonun yayınları ve CNN, BBC, RTL gibi yabancı kanallarda çanak antenle izlenebilmekteydi. Bu durum karşısında, bazıları yayınların yurt dışından yapıldığını belirterek özel kanalları desteklemekte, bazıları ise Anayasal ihlali dile getirmektedir. Magic Box Star 1 kanalı cezai müeyyideleri ortadan kaldırmak için merkezini yurt dışı göstererek uydu üzerinden Türkiye için yayın yapma yolunu tercih etmiş ve yayınların Almanya’daki SAT1 kanalına ait stüdyolardan yapıldığı açıklamıştır (Cankaya 1997: 85).

Star 1 televizyonunun uydu üzerinden Türkiye’ye yönelik başlatılan yayınları büyük seyirci kitlesinin bulunduğu İstanbul’da 60 cm’lik çanak antenlerle izlenebilmiştir. Şirket yöneticileri, yayınların daha çok izleyiciye ulaşması ve buna paralel olarak reklam gelirlerinin artırılması için büyük kentlerdeki belediyeler vasıtasıyla yayınlarının halka ulaşmasını sağlamıştır. İstanbul’da Zeytinburnu, Okmeydanı, Çamlıca, Ümraniye ve Adalar bölgelerine yerleştirilen vericilerle İstanbul halkının çanak antene ihtiyaç duymadan Star1 yayınlarını izlemesini

sağlanmıştır. Söz konusu vericiler yerleştirilirken Adalar ve Bakırköy belediyelerinin imkânlarından faydalanılmıştır (Rigel 1991: 165).

CNN, BBC, RTL gibi ülke dışından yayın yaparak kendini onlarla aynı haklara sahip gören Star1 televizyonunun, Türkiye’den düzenli ve görüntülü haber vermesi, reklamların ve yayınların Türk seyircisine yönelik hazırlanması, Türkiye 1. Ligindeki futbol karşılaşmalarının naklen yayınlanması, Hükûmet yetkilileri başta olmak üzere tüm siyasi parti temsilcileriyle programlar yapılması ve bu programların Türkiye’deki stüdyolardan hazırlayıp uydu üzerinden Almanya’daki merkez stüdyoya gönderip oradan da tekrar yine uydu aracılığı ile Türkiye’deki izleyicisine aktarması bu yayınların ve bu kanalın yasal olup olmadığı tartışmalarını gündeme getirmiştir. Ancak bu tartışmalar bir sonuca varamamış yasal olmayan fiili durum sonucunda devlet tekeli kırılmıştır (Mutlu 1999: 66-67).

Dönemin Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal, 1990 yılındaki yapmış olduğu bir beyanatta, yurt dışından yapılacak olan Türkçe televizyon yayınlarında yasal bir sakınca görmediğini belirterek, “dış memleketlerden bir kanal kiralayan Türkiye’ye yayın yapabilir” ifadelerini kullanmıştır (Yengin 1994: 116).

Star1 televizyonunun ardından bazı özel girişimcilerde televizyon kurmak için çalışmalar başlatmıştır. Uydudan kanal kiralarak yurt dışı üzerinden Türkiye’ye yayın yapmak isteyen televizyon kanallarının sayısı her geçen gün artış göstermiştir.

27 Ocak 1992 tarihinde Star1 televizyonunun sahibi Cem Uzan’ın Teleon logolu ikinci televizyonu ve 1 Mart 1992 tarihinde Erol Aksoy tarafından Show Time logolu televizyon kanalı kurulmuştur. Show Time logosu, Amerika’da benzer bir televizyon kanalı olası nedeniyle Show TV olarak değiştirilmiştir. Türkiye’nin en iyi yayıncılarını bünyesinde toplamayı amaçlamıştır (Türksezer 1994: 26-27)

Star1, TELEON ve Show TV’nin ardından dördüncü özel televizyon kanalı “Kanal 6”, 4 Ekim 1992 tarihinde hizmete girmiştir. Kazakistan özel televizyonu olan “Tan TV” ve “Kanal 6” yapılan ortaklık anlaşması sonucunda kurulmuştur. Türkiye başta olmak üzere, Türki Cumhuriyetler içerisinde yer alan Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan’daki toplam yüz milyon kişiye seslenmeyi hedeflemiştir. 1 Aralık 1992 tarihinde, Bursa’da ticari hayatını sürdüren Göktuğ Şirketler Grubunun

yayın organı olan Flash TV, 22 Nisan 1993 tarihinde İhlas Holding bünyesinde kurulan TGRT, 12 Temmuz 1993 tarihinde SATEL Şirketler Grubuna ait ATV, 19 Aralık 1993 tarihinde aynı zamanda Milliyet Gazetesi'nin sahibi olan Aydın Doğan'ın kurduğu Kanal D yayına hayatına başlamıştır. 1993 yılının mart ayında deneme yayınına başlayan Cine 5, Türkiye'nin ilk şifreli ve paralı televizyon kanalı olmuştur (Yengin 1994: 147-149).

Has Bilgi Birikim (HBB) TV, 9 Ekim 1992 tarihinden itibaren Has Holding Grubu bünyesinde yayınlarını gerçekleştirmiştir. Kuruluş devresinde Almanya üzerinden uydu kiralayarak yayın yapmayı planlayan televizyon kanalı, 1992 yılında İstanbul, Ankara ve İzmir başta olmak üzere büyük şehirlere vericiler yerleştirmiştir. Türkiye'nin ilk stereo yayın yapan televizyon kanalı olma iddiasında bulunmuştur (Türksezer 1994: 29).

2.4.3. Devletin Özel Radyo ve Televizyonları Kapatma Süreci

1992 yılında özellikle radyo yayıncılığı alanında bir patlama yaşanmıştır. Profesyonel radyoların yanında, amatör radyocular tarafından ucuza mal edilen vericilerle yayınlar başlamıştır. Türkiye'de özel yayıncılığın başlamasıyla çevresel ve toplumsal bazı sorunlar gün yüzüne çıkmıştır.

Spikerlerin konuştuğu bozuk Türkçe ve programlardaki seviyesizlik yöresel olarak hoş karşılsa da toplumun genelinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Ağırlıklı olarak müzik yayını yapan radyolar, yayınlanan müzikler nedeniyle sanatçıların kaset ve cd satış oranlarını düşürmüştür. Plak şirketleri ve sanatçılarda bu duruma tepki göstermiştir. Frekans ve kanal tahsisleri yapılmadan başlayan bu korsan yayınlar, sınırlı sayıdaki frekans bantlarını da olumsuz etkilemektedir. Özellikle vericilerde filtre takılı olmaması frekans karmaşasının yaşanmasına neden olmaktadır. Radyo yayınları, başta uçak seferleri olmak üzere ülkenin hava, kara ve deniz haberleşmesini ayrıca askeri ve resmi haberleşme sistemini de olumsuz etkilemiştir. Frekans karmaşasına son vermek için Ulaştırma Bakanlığı tarafından özel radyoların yayınlarının yasaklanması kararı alınmıştır. Frekans dağılımının ve rekabet koşullarının uluslararası kurallar çerçevesinde düzenlenmesi gereksinimi ortaya çıkmıştır (Türkmen 1994: 66).

Telsiz Genel Müdürlüğü'nün (TGM), 1993 yılı ocak ayında yaptığı bir araştırma, Türkiye genelinde yüz on adet çalışan radyo vericisi ve yetmiş altı adet çalışan televizyon vericisi olduğunu ortaya koymuştur. TGM'nin görüşüne göre, uydudan alınan yayınların Türkiye toprakları üzerinde kurulan vericiler vasıtasıyla dağıtıldığını, bu sebeple yurt içi veya yurt dışı diye ayırım yapılamayacağı bildirilmiştir. Özel radyo ve televizyon yayınlarının yasaklanmasını TGM'nin yapmış olduğu açıklama neticesinde benimseyen uzmanlar elektronik kirliliğin had safhaya ulaştığını öne sürmüşlerdir. Radyo ve televizyon bölüm başkanı Oya Tokgöz, 4 Şubat 1993 tarihli milliyet gazetesine yapmış olduğu açıklamada, Yayın hayatında elektronik kirliliğin had safhada olduğunu belirterek, yasal düzenlemeler getirilene kadar, beklemek gerektiğini ifade etmiştir (Türksezer 1994: 32).

Özel radyo ve televizyonların kapatılması için, 1992 yılından itibaren yasal girişimler başlatılmıştır. İçişleri ve Ulaştırma Bakanlıkları tarafından yayınlanan genelgelerle, izinsiz olarak yayıncılık faaliyetlerini sürdüren özel radyo ve televizyon kanallarından bir an önce yayınlarını durdurması istenmiştir. Böylece yasal olmayan yayınların kapatılma sürecine girilmiştir. İçişleri Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve 76 il valiliklerine gönderdiği genelgede, Anayasaya aykırı olarak yayın yapan özel radyo ve televizyon kanallarının kapatılması ve cihazlarına el konulması istenmiştir. Bakanlık genelgesinde, radyo ve yayın hakkının sadece TRT tekelinde olduğunu hatırlatmakta ve mevcut yasalarla izin verilen kamu kuruluşlarının dışında, özel radyo ve televizyon yayınlarının yapılamayacağının altı çizilmektedir. Yürürlükte olan Radyo ve Televizyon Yasası'nın yeniden düzenlenmesi ile ilgili çalışmaların devam ettiğinin belirtildiği genelgede, bazı belirsizlikler nedeniyle başvurulmuş ilgili kurumların görüşlerine de yer verilmiştir. (Türkmen 1994: 41).

Dönemim İçişleri Bakanı İsmet Sezgin, 1 Şubat 1993 tarihindeki açıklamasında, uydu aracılığı ile Türkiye'ye yönelik yayın yapan özel medya kuruluşlarına müdahale edilmeyeceğini belirtmektedir. Başbakan Süleyman Demirel, Başbakanlık binasından ayrılırken gazetecilerin soruları üzerine konuya ilişkin bir açıklama yapmıştır. Demirel, özel radyo ve televizyon kanallarının Anayasa'ya aykırı olduğunu ifade etmiştir. Yurt dışından yapılan yayınların durumu sorulduğunda ise "O iş ayrı, Türkiye Cumhuriyeti'nin Anayasasını yurt içi ve yurt dışı diye ayırıp ona

göre muameleye tabi tutmak olmaz. Anayasaya aykırıdır, aykırıysa aykırıdır işte” yanıtını vermiştir (Milliyet Gazetesi, 2 Şubat 1993).

Ardı ardına yayınlanan genelgelerle yasaklanmaya çalışılan ve “Korsan” olarak nitelendirilen özel radyo ve televizyonlara bir kapatma kararı da Ulaştırma Bakanlığından gelmiştir. Bakan Yaşar Topçu’nun imzasıyla 15 Mart 1993 tarihinde valiliklere gönderilen genelgede, tüm özel radyo ve televizyonlara ait vericilerin sökülmesi ve sorumlular hakkında suç duyurusunda bulunulması istenmektedir. Ulaştırma Bakanlığı, 30 Mart 1993 tarihinde valiliklere yeni bir genelge göndererek özel radyo yayınlarının durdurulması için emir vermiştir. Bunun üzerine Valilikler özel radyo ve televizyon kuruluşlarından yayınlarını yirmi dört saat içerisinde sonlandırmalarını istemiştir. Yurt içinden özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir’de, yayın yapan özel radyolar, kapılarına vurulan mühürle kapatılmıştır. Özel radyoları kapatma kararının alınmasının ardından yeni arayışa giren İzmir’deki radyolar günde üç saat Yunanistan’dan yayın yapacakları bildirmişlerdir. Yurt dışından yayın yapan Süper FM, Metro FM ve Show Radyo dışında, ülke çapında yayın yapan radyolar 1 Nisan 1993 tarihinde kapatılmıştır (Milliyet Gazetesi, 2 Nisan 1993).

Özel radyo ve televizyon kanallarının bakanlıklar emriyle, valilikler tarafından kapatılması kamuoyundan tepkiler yaratmıştır. Radyo yayıncıları “Radyomu İstiyorum” kampanyasını başlatarak kararı protesto etmeleri için dinleyicilerine otomobillerinin antenlerine siyah kurdele bağlamalarını istemişler ve yapılan bu çağrıya tüm Türkiye’den destek gelmiştir. Cumhurbaşkanı Turgut Özal’da bu protestoyu destekleyerek siyah kurdele çağrısı yapmıştır. Özal yapmış olduğu açıklamada, alınan kararın mantıklı olmadığını. Bir senedir bu yayınların devam ettiğini ve bunca zahmete girilerek radyoların kurulduğunu söyleyerek Anayasaya aykırı laflarının bir kenara bırakılması gerektiğini ifade etmiştir (Hürriyet Gazetesi, 5 Nisan 1993).

Başbakan yardımcısı Erdal İnönü yaptığı açıklamada, kapatılan özel radyoların önümüzdeki yirmi gün içerisinde açılacağını bildirerek, “Kimsenin niyeti özel radyoları kapatmak değildi. Sadece karışıklığı önlemek istemiştik. Anayasa’da değişiklik yapılması için tüm partiler aynı görüşte birleşti. Bu konu Anayasa’da yer alan radyo televizyon tekeli ile ilgili yasayı kaldırmak için tasarı hazırlandı. Yani 15-

20 gün içerisinde radyolar özgür bir şekilde müziklerini duyurmaya devam edeceklerdir” açıklamasını yapmıştır (Milliyet Gazetesi, 14 Nisan 1993).

Anayasa değişikliği çalışmalarının başladığı dönemde Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın 17 Nisan 1993 tarihinde vefatı Anayasal değişikliği sekteye uğratmıştır. 16 Mayıs 1993 tarihinde Başbakan Süleyman Demirel Cumhurbaşkanı olarak seçilerek Hükûmet sonlanmıştır. Yeni Hükûmet kurulana kadar Başbakanlık görevini vekâleten Erdal İnönü sürdürmüştür. 50. Türkiye Hükûmetinin güvenoyu almasıyla Başbakanlık görevini 25 Haziran 1993 tarihine Tansu Çiller Üstlenmiştir. Bu mecburi aradan sonra Anayasanın ilgili maddesinin değiştirilmesi için gerekli çalışmalar kaldığı yerden tekrar devam etmiştir. Tansu Çiller, InterStar televizyonunda düzenlenen açık oturum programında, seçildiği takdirde ilk icraatının özel radyo ve televizyonları açmak olacağını belirtmiştir (Türkmen 1994: 53).

2.4.4. 1990 Sonrası Radyo ve Televizyon Yayıncılığına Getirilen Yasal Düzenlemeler

Kuralsızlık içerisinde yayın yapan ilk özel televizyon “Star1”in yayına başlaması ve özel radyo ve televizyonların kurulmasına izin veren Anayasadaki değişikliği kadar aradan tam üç yıl geçmiştir. Daha sonra verilen bu izini düzenleyecek olan 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” da bir yıl sonra yürürlüğe girmiştir (Mutlu 1999: 67).

Özel radyo ve televizyon yayıncılığına yasal bir zemin hazırlanması için önce Anayasanın 133. maddesinde değişikliğe gidilmesi gerekmektedir. 133. Madde, Anayasa Komisyonunda yapılan görüşmeler neticesinde 8 Nisan 1993 tarihinde kabul edilmiştir. Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın vefatı, seçimler ve yeni Hükûmetin kurulması gibi çeşitli nedenlerden dolayı geciken değişiklik, 8 Temmuz 1993 tarihinde TBMM’de kabul edilmiştir. Değişiklik 10 Temmuz 1993 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yapılan Anayasa değişikliği ile Türkiye’deki özel yayıncılık faaliyetleri yasal olarak düzenlenerek ve güvence altına alınmıştır (Cankaya 1997: 93).

1982 Anayasasının 133. maddesi “*Radyo ve Televizyon İstasyonları, ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir*” şeklindedir. Ancak bu madde 1993 yılındaki 3913 sayılı yasa ile, 133. Madde

“Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.” şeklinde değiştirilmiştir (RTÜK 2014: 16). Bu değişiklikle beraber yayıncılıkta TRT tekeli son bularak özel radyo ve televizyon yayıncılığının önü açılmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında yapılan değişiklik, radyo ve televizyon yayıncılığı sektörüne yasal düzenleme zorunluluğu getirmiştir. Bu amaçla 13 Nisan 1994 tarihinde TBMM’de kabul edilen 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun”, 20 Nisan 1994 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 3984 sayılı yasayla yayıncılık alanındaki devlet tekeli kaldırılarak hukuki boyut kazanan ticari yayıncılık dönemi başlatılmıştır (RTÜK 2014: 16).

3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun”un çıkarılış amacı, Birinci Maddede şu ifadelerle belirtilmektedir; *“Bu Kanunun amacı, radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesine ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin esas ve usulleri belirlemektir.”*

Kanunun 5. maddesinde; *“Radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek amacıyla, özerk ve tarafsız bir kamu tüzelkişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur.”* ifadesi yer almaktadır. Üst kurulun göreve başlaması ile Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna ilişkin görevlerin sona ereceği Kanunun 36. maddesi ile hükme bağlanmıştır. Özel ve kamusal yayıncılık faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemek maksadıyla, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulması öngörülmektedir. Bu kanunla, kamu ve özel yayıncılığı düzenleme görevi RTÜK’e verilmektedir. Ulusal, bölgesel ve yerel yayıncılık yapan hizmet sağlayıcı kuruluşların denetimini yaparak, gerekli gördüğü takdirde uyarı, idari para cezası ve program yayını durdurma yetkisi verilmiştir. Kanunun yayıncılar açısından diğer bir önemli maddesi ise, medya hizmet sağlayıcı kuruluşların brüt gelirlerinden kesilecek olan yüzde beş paydır (RTÜK 2014: 17).

3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” Üçüncü Maddesinde sektörü oluşturan kuruluşların lisans tiplerine göre tanımlaması yapılarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre, “Ulusal yayın;

bütün ÷lkeye yapılan radyo, televizyon ve veri yayını, Bölgesel yayın; birbirine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafi bölge alanının asgari yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını, Yerel yayın; mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dâhil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını” (3984 Sayılı Kanun 2022) ifadeleriyle coğrafi sınırlama ve tanımlamalar yapılmaktadır.

3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” yürürlükten kaldırılarak, yerine 15 Şubat 2011 tarihinde kabul edilen 6112 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun” 3 Mart 2011 tarihinde Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla dünyadaki ve Türkiye’deki gelişmelere bağılı olarak yayıncılık sektörüne birçok yeni düzenleme ve yenilikler getirmektedir. Radyo ve televizyon kuruluşlarının ortaklık yapılarındaki kısıtlamalar azaltılarak yoğunlaşmanın önlenmesi çok sesliliğin sağlanması öngörülmektedir. 3984 sayılı yasada yer almayan koruyucu semboller ve izleyici temsilciliğı, 6112 sayılı kanunda belirtilmektedir. Bu değışikliklerle izleyicinin korunması hedeflenmektedir. Sektörü oluşturan kuruluşlar için ürün yerleştirme, isteğe bağılı yayıncılık, platform ve altyapı işletmeciliğı kavramları tanımlanmaktadır. Kanunda belirtilen diğeri bir değışiklik ise yayıncı kuruluşların reklam gelirleri üzerinden ödenen payın yüzde beşten yüzde üçe düşürölmesidir (RTÜK 2014: 18-19).

2.4.5. Medyaya Yapılan Yatırımlar

1980’li yıllarda itibaren yeniden yapılanma sürecine giren basın, günümüzde büyük sermaye sahiplerinin emirlerinde hareket eden bir sektör niteliğı kazanmıştır. Türk basın sektöründe, 1960’lı yıllardan itibaren hız kazanan sanayileşme ve profesyonelleşme olgularının, 1980 yılında yaşanan ekonomik ve politik kırılmalarla dönüşüme uğradığı, 1990’lı yılların başından itibaren şekillenen piyasa yapısıyla birlikte medya holdingi modelinin ortaya çıktığı varsayılmaktadır (Adaklı 2006: 12-13).

1990’lı yılların ortalarında meslekten gazeteci patronların sektördeki hâkimiyeti ortadan kaybolmaya başlamıştır. 1989 yılında Star1 öncölüğünde özel radyo ve televizyon yayıncılığının başlaması, basın piyasasının yerini medya

piyasasına devredeceğinin işaretini vermiştir. Basın sektöründe hâkim olan sermaye grupları teker teker radyo ve televizyon yayıncılığı alanına girerek basın sektörünün, medya sektörüne dönüşeceğinin işaretini vermiştir. “Medya Sektörü” olarak nitelendirilen sektörde bankacılık, finansman, enerji dağıtımı ve inşaat olmak üzere pek çok farklı sektörün bütünleştiği dev holdingler ortaya çıkmıştır (Adaklı 2006: 136).

Basın, temel işlevi olan enformasyondan uzaklaşıp adeta çıkarların ve kârın kollandığı, bu amaçla mücadelelerin yapıldığı bir alana dönüşmüştür. Medyada çıkan haberler, köşe yazarları tarafından hazırlanan metinler ya da radyo ve televizyon programları, çıkar sahiplerinin istekleri doğrultusunda tasarlanmaktadır. Başka bir deyişle medya, çıkar sahiplerini ilgilendiren haber ve programlarda, çıkar sahibinin istediği şekilde haber ve bilgi akışını gerçekleştirmektedir. Çıkar gözetenler yalnız medya sermayedarları değildir. Bu anlamda siyasal elitler, reklam verenler ve yaptırım gücüne sahip olanlar medya çıktılarını etkileyebilmektedir (Uzun 2017: 103-104).

Yatırım yapılan sektörün kârlılık oranı düşük olursa, sermaye sahibi yatırımını daha kâr getiren sektöre yönlendirmektedir. Bu kabul görmüş kapitalizm kuralı medya sektöründe her zaman kabul görmemektedir. Çünkü medya, girişimcisine maddi kazanç dışında başka faydalar ve getirilerde sunmaktadır. Maddi kazanç dışında kitlelere kolayca ulaşma, onlara istediği mesajları iletebilme, etkileyebilme, iktidarı, gücü kullanma, bu gücü rakiplerine ve siyasal iktidara karşı gerektiğinde bir savunma ya da saldırı aracı olarak kullanabilme imkânı tanımaktadır (Sönmez 2003: 32). Medyanın kârından çok, bir silah olarak kullanılma gücüne göz koyan holdinglerin sektöre girişiyle sektör mücadeleleri hızlanmıştır (Sönmez 2003: 32-34). Bu getirilerden dolayı, hiçbir maddi beklenti olmadan medyaya yatırım yapılabilir, hatta zarar dahi öngörülebilir.

Alan dışı büyük sermaye gruplarının medyaya yatırım yapma nedenleri, belirli amaçlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. Girişimcilerin farklı sektörlerden elde ettikleri sermayeyi medya sektörüne yatırma nedenleri, Tuncel (1994: 37)’e göre aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır;

“A) 1. Kitle İletişim araçlarının dördüncü güç olduğu paradigması,

2. Siyasal Çevrelerde itibar veya baskı
 3. Toplumsal denetim
- B) 1. Diğer sektörlerdeki riskin azaltılması
2. Kredi alımında ve devlet ihalelerinde nüfuz
- C) 1. Reklam harcaması yapmak yerine gazete çıkartmak veya radyo ve televizyon yayınlamak
2. Pazarlama
 3. Para Ticareti”

2.5. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığı

2.5.1. Yerellik ve Yerel Medyanın Tanımı

Türk Dil Kurumu Sözlüklerinde Yerel’in tanımı “Sınırlı bir yerle ilgili olan, mahalli, mevzi, lokal”, Yerel Yayın ise “belli bir bölgeye radyo ve televizyon aracılığıyla yayın yapma” olarak açıklanmıştır (<https://sozluk.gov.tr>).

3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un 3. maddesinde yerel yayın şu şekilde tanımlanmaktadır; “*Mülkî taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dâhil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını*” şeklindedir. “*Radyo ve Televizyon yayın İzni ve Lisans Yönetmeliği*” yirmi dokuzuncu maddede “Yerel Yayın” tanımlaması şu şekilde yapılmıştır: “*Herhangi bir ulusal ya da bölgesel yayın şebekesinden bağımsız olarak ve maksimum radyasyon yönünde en çok 30 dBW (erp) etkin yayın gücü veren, radyo için bir, televizyon için en çok üç verici istasyonu ile bir program kanalı üzerinden yapılan, stüdyo-verici veya vericiler arası program iletimi için uydu kullanmayan ve esas olarak bir yerleşim birimini (kent, kasaba ve benzeri) kısmen veya tamamen kapsayan tek bir radyo veya televizyon program kanalını ifade eder.*” Yerel yayın yapan çoğu kuruluşun vericileri yayın yaptıkları binanın çatısında konumlanmaktadır. Vericiler yerleşim alanı içerisinde kalmaktadır. Bu nedenle vericilerden yayılan radyasyon oranı dolayısıyla vericilerin gücü kısıtlanmaktadır. Radyolar için bir verici, televizyon vericilerinin dağıtım antenleri yönlü olduğu için aynı frekanstan en çok üç verici sınırlaması getirilmektedir.

Yerel medya tanımı için iki sınıflandırma yapılabilmektedir. İlki “Coğrafi Yerellik”, diğeri ise “Toplumsal Yerellik”tir (Geyik 2008: 22). Coğrafi Yerellik, siyasi sınırlarla belirlenmiş coğrafik bir bölgeyi ve yayınların iletimi için kullanılan elektro manyetik dalgaların ulaştığı alanı karşılamaktadır. Yerel halkın yaşamını sürdürdüğü, kültürel ve sosyal faaliyetlerini gerçekleştirdikleri yerlerdir. Toplumsal yerellik ise, ortak kültüre ve ortak değerlere sahip, aynı coğrafya içerisinde ya da dışarısında, toplu veya dağınık bir arada olan yerel kimlikler hedef kitleyi oluşturmaktadır. Evrenselleşen dünyada, farklı coğrafyalarda yaşayan bireyler kendi topraklarında yaşanan gelişmeleri daha çok merak etmeye başlamışlardır. Coğrafi sınırlar içerisinde kalan yerel yayınlar, gelişen uydu yayıncılığı nedeniyle izleyicisini kaybederek işlevlerini yerine getiremez bir hal almaktadır. Hem coğrafi yerelliğin hem de hem de toplumsal yerelliğin beklentisi doğrultusunda yerel radyo ve televizyon yayıncıları uydu lisansı alarak coğrafi yerelliğin sınırları ortadan kaldırmıştır.

2.5.2. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Başlaması

1990 yılında Star1 televizyonunun uydu üzerinden Türkiye’ye yönelik yayın başlatmasının ardından, başta büyükşehirler olmak üzere Anadolu’nun hemen hemen her bölgesinde yerel radyo ve televizyonlar yayınlarını başlatmıştır. Özellikle radyo yayıncılığı için, bir kasetçalar ve içerisinde anteni olan bir verici sistemi ile yerel radyolar kurulmuştur.

Belediyeler yasal olmamakla birlikte uydudan aldıkları yerli ve yabancı televizyon yayınlarını kurdukları yer istasyonu sayesinde kamuoyuna aktarmayı gerçekleştirmiştir. Ayrıca mahalli idareler kendi bünyelerinde radyo ve televizyon kanalları kurma eğilimine girmişlerdir (Topuz 1990: 155-156). Bazı belediyeler, bünyesinde kurdukları verici istasyonlarını, kendi çıkar ve amaçları doğrultusunda kullandıkları görülmektedir. Şöyle ki; Sivas’ta, ilçe ve köy dernekleri tarafından organize edilen kültür ve sanat festivalleri Sivas’ın yerel televizyon kanallarında yayınlanmak üzere çekimleri yapılmıştır. Ancak yerel televizyon kanallarının o bölgeye yayınlarının ulaşmaması nedeniyle aynı günün akşamında belediyenin tesis etmiş olduğu verici istasyonundan, gündüz yapılan festival kameradan okutma

yöntemiyle akşam yayınlanmıştır. Bu yayın yöre halkı tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında yapılan değişiklikle, Madde 133 “Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.” olarak düzenlenmiştir. Yapılan Anayasal değişiklik, radyo ve televizyon yayıncılığı sektörüne yasal düzenleme zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Bu amaçla 20 Nisan 1994 tarihinde 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” yürürlüğe girmiştir. 3984 sayılı yasayla yayıncılık alanındaki devlet tekeli kaldırılarak hukuki boyut kazanan ticari yayıncılık dönemi başlatılmıştır (RTÜK 2014: 16).

2.5.3. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının İşlevleri

Radyo ve televizyon kanalları, kamu ya da özel yayıncılık ayrımı yapmadan hizmetlerini sunarken belirli ortak işlevleri yerine getirmektedir. Var olmalarının nedeni bir bakıma bu işlevlerin yerine getirilmesi denilebilmektedir (Aziz 1981: 50).

Ulusal radyo ve televizyonlar genele hitap ederken, yerel radyo ve televizyonlar kurulduğu yöreye ya da kentte yaşayan topluluklara hitap etmektedir. Ulusal televizyonlar izleyicilerini genel ortak payda da konumlandırırken, yerel televizyonlar belirli bir bölgeye yönelik yayınlar yaptığı için işlevsellik olarak farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Ulusal medya kitlesini çoğu zaman bir bütün olarak görmektedir. Hedef kitle siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel çeşitlilikler barındırmaktadır. Bu bakımdan yerel özelliklere bağlı medya tüketicisinin farklı beğeni ve gereksinimleri bulunmaktadır. Yerel televizyonlar, yerel halk ile yerel idareciler arasındaki çift yönlü iletişimi sağlayarak, yerel halk ile yerel idareciler arasında iletişim köprüsü oluşturmaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere yerel radyo ve televizyon kanalları farklı işlevlere sahip olsa da genel olarak ulusal radyo ve televizyon kanalları ile aynı işlevleri taşımaktadır. Fakat yerel radyo ve televizyonların işlevleri yerel özelliklere sahip olmaktadır ve hedef kitlesi o yörenin insanıdır (Bağardı 1999: 93-94).

Bölge halkı sorunlarını yerel medya sayesinde daha iyi ifade edebilmektedir. Bununla beraber halkın sesi olma işlevi de yerel medyada büyük bir sorumluluk bilinci oluşturmaktadır. Yerel radyo ve televizyonlar, yerel öğeleri ve yerel

meseleleri gündeme getirerek, bu meseleler karşısında halkı bilgilendirip bilinçlendirerek kamuoyu oluşturmaktadır (Sözen 2004: 109).

Yerel televizyonlar içerisinde bulunduğu yörenin kültürünü barındırarak toplumun kültürel yapısına da olumlu yönde etki etmektedir. Yerel televizyonlar ait olduğu yörenin değerlerine önem vermektedir. Asırlar boyu devam eden halk ozanlığı geleneği, âşıklar, halk oyunları, ulusal medyada yer bulamayan sanatçılar, bölgenin spor faaliyetleri, unutulmaya yüz tutmuş meslekler, el sanatları, yerelde yaşayan insan hazineleri, ulusal televizyon kanallarında yayınlanan programların yerele uyarlanmış kopyaları, kısacası o bölgenin milli ve kültürel değerleri yerel televizyon kanallarının başlıca başvurduğu kaynaklar arasında yer almaktadır.

Medya temel işlevi olan haber vermenin yanında bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve eğitime gibi önemli işlevleri de barındırmaktadır. Yerel kamuoyu bir bütünün parçasıdır ve ulusal kamuoyunun içerisinde barınmaktadır. Yerel kamuoyu ulusal oranla daha dar alanda ve yerel ölçülerdedir. Dar alanda olduğu için etki gücü daha yüksektir. Yerel kamuoyunun oluşturulması, vatandaşların sorunlardan ve bu sorunların çözüm yollarının duyurulmasıyla başlamaktadır. Amaçlanan hedeflere ulaşılmasında araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Medya kuruluşları arasında ve en etkin araç konumunda olan yerel televizyonlardır. Yerel televizyonlar, kamuoyu üzerinde baskı kurarak, yerel idareciler ve siyasal oluşumlar üzerindeki etkisiyle daha titiz bir çalışma sergilemelerine imkân sağlamaktadır. Yerel televizyonlar, haberleri ve programlarıyla yerel gündem belirlemede daha etkin olmaktadır. Yerel televizyonların bir konuya dikkat çekmesi kamuoyu tarafından o sorunun önemli olduğu değerlendirilmesine yol açmaktadır (Bağardı 1999: 99).

Tokgöz (2010: 113)'e göre; toplumsal kurum olan kitle iletişim araçları haber verme, propaganda, eğitim, eğlence, reklam yapma şeklinde sıralanan işlevleri toplumsal yapı içerisinde gerçekleştirmektedir.

Girgin (1997: 60)'e göre yerel medyanın işlevlerini aşağıdaki gibi sıralamaktadır.

“Yerel medyanın işlevleri şunlar olmalıdır;

- Devlet etkinliklerini duyurmalıdır
- Hükümet icraatlarını bildirmelidir.

- Yerel kamu hizmetlerinin duyurulmasında çaba göstermelidir.
- Yerel ve özel kamu kuruluşları ile görevlilerinin denetçisi olmalıdır.
- Belirli konularda kamuoyu oluşmasına katkıda bulunmalıdır.
- Eğitim görevi üstlenmelidir.
- Yerel yönetim-vatandaş ilişkilerinin gelişmesini etkilemelidir.
- Yurttaşların kültür düzeylerinin yükselmesini sağlamalıdır.
- Demokrasi kültürünün yerleşmesi ve gelişmesine yardımcı olmalıdır.
- Dinlendirici ve eğlendirici yönleri bulunmalıdır.”

2.5.4. Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Sorunları

1990’lı yılların başından itibaren hızla kurulan özel radyo ve televizyonlar zamanla zorluklarla mücadele etmeye başlamıştır. Kimileri bu zorlukların üstesinden gelmiş kimileri de zorlukları aşamayıp ya başkasına devretmiş ya da kapatmak zorunda kalmıştır.

Yerel radyo ve televizyon kanallarının sorunları arasında ekonomik sıkıntılar ilk sırada yer almaktadır. Radyoya oranla televizyon yayıncılığı büyük maliyetler getirmektedir. Yerel televizyonların tek geçim kaynağı, ücretli programlar dışarıda bırakılırsa reklam yayınlarıdır. Yerel medya, üretim ve tüketime az olduğu dolayısıyla reklam yayınlarının olmadığı coğrafyada sermaye sahibine bağımlı hale gelmiştir. Sermaye sahibi de bu durumdan çıkar sağlamaktadır. Yerel medyanın başlıca yayınları arasında müzik programları gelmektedir. Müzik programları nedeniyle, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince telif ücretleri yerel yayıncıları zora sokmaktadır. Maddi açıdan yetersizlikler yaşayan yerel medyanın yıllık brüt reklam gelirlerinden yüzde beşten yüzde üç oranına düşürülen RTÜK katkı payı da ekonomik sıkıntıların yaşanmasına yol açmaktadır (6112 Sayılı Kanun 2022).

Ekonomik sorunlar yerel radyo ve televizyonların teknik araç ve teknoloji yönünden geri kalmalarına yol açmıştır. Yetersiz teknik altyapı ses ve görüntü kalitesinin bozulmasına yol açmaktadır. En büyük sorunlarından bir tanesi de yerel medyada profesyonel anlamda istihdam edilen personelin olmamasıdır. Anahtar personel haricinde genelde deneyimsiz kişiler istihdam edilmektedir. Belirli bir alanda branşlaşma olmadığı için herkes her yerde çalışabilir hale gelmiştir.

3984 sayılı kanundan doğan yükümlülükler yer medya kuruluşlarının sorunları arasında yer almaktadır. Ulusal ve yerel ayrımı yapılmadan tüm hizmet sağlayıcı medya şirketleri Anonim Şirket olarak kurulmuştur. Yine ortaklık yapısı ve hisse oranları kanunda belirtildiği şekliyle sorunlar arasında yer almaktadır. 3984 sayılı yasanın 33. maddesinde belirtilen yayın durdurma ve idari para cezaları ayrıca frekans planlamasının yapılmaması da yerel radyo ve televizyon yayıncılığının sorunlarını oluşturmaktadır (3984 Sayılı Kanun 2022).

2.5.5. Yerel Medyanın Sahiplik Yapısı

Özel yayıncılıkla birlikte medya konumuna geçen Türk basını, büyük holdinglerin ilgisini çekmektedir. Türk basını hem mevcuttaki mülkiyet yapısı hem de sermaye sahibinin çıkarlarını korumayı hedefleyen yayın politikalarıyla, araçsal yaklaşımı destekler bir tutum izlemektedir (Uzun 2017: 101).

Medyanın sahiplik yapısı eleştirel ekonomi politik çalışmalarının temel bir inceleme noktasıdır. Sahipliğin iki düzeyi, yasal sahiplik ve ekonomik sahiplik arasında ayrım yapılması gerekmektedir. Şöyle ki büyük medya holdingleri ele alınacak olursa, halka arz edilerek borsaya açılan medya holdinginin, ufak miktarlardaki hisselerini satın alınarak ya da borsa dışı hisse satın almalarla, sadece yasal sahiplik unvanı kazanılmaktadır. Ekonomik sahip genel olarak şirketi yöneten konumundadır. Küçük medya şirketleri özellikle de yerel medya ele alınacak olursa, çeşitli nedenlerden dolayı bazı ekonomik sahipler, yasal sahiplikten vazgeçmektedir. Bu nedenlerin başında, kimi ekonomik sahiplerin memur olması, kiminin ise sosyal güvence gibi nedenlerden dolayı yasal sahiplikten vazgeçmektedir. 3984 sayılı, “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun” da Kuruluş ve Hisse Oranları 29. Madde ile belirlenmiştir. “c) *Bu Kanuna göre radyo ve televizyon yayın izni, Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre sadece radyo ve televizyon yayıncılığı, haberleşme, eğitim, kültür ve sanat amacıyla kurulmuş anonim şirketlere verilir.*” hükmünde yer alan anonim şirketler Türk Ticaret Kanuna göre en az beş ortak ile kurulabilmekteydi. Ayrıca 3984 sayılı kanun Madde 4/c’de “...*hisse sahipleri ve üçüncü derece dâhil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımları veya bir başka gerçek veya tüzel kişinin haksız çıkarları doğrultusunda kullanılmaması.*” belirtilmektedir. Buradan anlaşılabacağı üzere ortaklarda üçüncü

dereceye kadar kan bağıının bulunmaması gerekmektedir. Tüm bu hükümlerden dolayı ekonomik sahip; kâğıt üzerinde sahiplik yapacak, yasal sahip arayışına girmekteydi. 3984 sayılı kanun yerini 6112 sayılı kanuna devrederek bu hükümler ortadan kaldırılmıştır. Medya hizmet sağlayıcı kuruluş, Türk Ticaret Kanunu'nda yapılan değişiklikle Anonim Şirket tek ortaklı olabilmektedir.





ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

Üçüncü ve son bölüm araştırmanın inceleme konusunu oluşturmaktadır. Araştırmanın konusu olan Sivas il merkezinde yayın yapan yerel radyo ve televizyonların kuruluş ve yakın dönem sahiplik yapıları ele alınmıştır. Ardından araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde Sivas medyasında görülen yoğunlaşmalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

3.1.1. Araştırmanın Konusu

1990'lı yılların başında, Türkiye'de Özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasıyla birlikte Sivas'ta da birçok yerel radyo ve televizyon istasyonu kurulmuştur. Sivas'taki yerel radyo ve televizyon kanallarında da Türkiye'deki bütün özel kanallarla benzer sorunları bulunmaktadır. Radyo ve televizyon sahibinin medya çıktılarına doğrudan hükmettiği kuruluşlarda çalışanlar özgür olamadıkları için bu durumdan rahatsızlık duyabilmektedir. Radyo ve televizyon sahibinin sadece sermayesini ortaya koyduğu kuruluşlarda ise çalışanlar diğer durumun tam aksine daha rahat bir ortamda çalışabilmektedir. Ayrıca Sivas'taki yerel radyo ve televizyon kanalları personel sayısının az olması nedeniyle biçimsel olmayan organizasyon yapısıyla örgütlenmiştir. Kitle iletişim araçları içerisinde önemli bir yere sahip olan yerel radyo ve televizyon kanalları, demokrasinin gelişmesinde önemli bir yerde konumlandırılmıştır. Yerel radyo ve televizyon kanalları, kamuoyu oluşmasında, yöre halkının sorunlarının gündeme getirilmesinde, yörenin kültürünün yaşatılmasında, yerel haber alma ve yörenin arşivi açısından önemli işlevleri karşılayabilmektedir. Araştırmanın konusunu, "Sivas'taki Yerel Radyo ve Televizyonların Ekonomi Politik Bağlamda İncelenmesi" oluşturmaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, özel yayıncılığın başladığı günden itibaren Sivas'ta kurulan yerel radyo ve televizyon kanallarının mülkiyet yapılarını, medyanın ekonomi politığının üretimde nasıl bir belirleyici olduğunu ve mülkiyet yapılarının ortaya çıkardığı yoğunlaşmaları hukuksal düzenlemeler çerçevesinde, toplumsal, siyasal ve kültürel boyutlarıyla yayıncılık açısından araştırmayı amaçlamaktadır.

Özel radyo ve televizyon yayınlarının başladığı 1990'lı yıllarda yerel medya her şeyken, telif ödemediği dönemlerde reytingleri ulusallarla yarışırken, seçim zamanları siyasetçilerin uğrak yeri olurken hatta şehirlerin nabızlarını tutan yegâne merci iken, yaşanan değişimlere ayak uyduramadığında, yasal düzenlemelerin getirdiği telif başta olmak üzere çeşitlik yükümlüklerle sistemin dışında kalmış kârlılıkları da gün geçtikçe düştüğü içinde yavaş yavaş kapanmışlardır. Artık eskisi gibi şehirlerin kalbi olmaktan uzaklaşmış, gün geçtikçe de uzaklaşmaya devam etmektedir. Sosyal medya rekabette önemli bir yerdedir. Ancak o dönemin şartları içinde değerlendirildiğinde ise, bugünün sosyal medyası ya da internet haber sitesi ne ise, yerel televizyonda o'dur. Bu nedenle dönem içinde yerel medyanın öneminin ve gücünün kavranılması, geçirdikleri dönüşümleri ve yaşadıkları sorunların altının çizilmesi amaçlanarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

- 1.Sivas'ta yayın yapan yerel radyo ve televizyonların mülkiyet yapısı nasıldır?
2. Mülkiyet yapılarında ekonomik sahiplik mi yoksa yasal sahiplik mi ön plandadır?
3. Sivas medyasının sermaye sahipleri yayıncılık haricinde hangi iş kollarında faaliyetlerini sürdürmektedir?
4. Sivas medyasında bütünleşme yaşanmış mıdır?
5. Sivas medyasında tekelleşme var mı?
6. Yerel medya, yerel kamuoyu oluşturmada ulusal medyadan daha mı etkindir?

3.1.3. Araştırmanın Önemi

Türkiye’deki yerel radyo ve televizyonların önemi devam etmektedir. Yerel radyo ve televizyonlar, doğru yönetim ve organizasyonla yörenin önemli bir güç faktörü haline gelebilmektedir. Ancak literatür araştırması yapıldığında bu konu hakkında yapılan araştırmaların çok az olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu araştırma ile Sivas’taki yerel radyo ve televizyonlar eleştirel ekonomi politik yaklaşımlar çerçevesinde ele alınarak incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuç ve değerlendirmelerin Sivas medyasının mülkiyet yapısı bakımından, bilgilendirici bir görev üstleneceği ve alana katkı sağlayarak, Sivas medyası hakkındaki bilgi eksikliğinin giderilmesi hedeflenmektedir.

3.1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma için oluşturulan maddeler araştırmanın temel varsayımlarını belirlemektedir.

- 1980’li yılların sonundaki hızlı değişim dönemi içinde yeniden yapılanana sürecine giren yerel medya, günümüzde büyük sermaye sahipleri tarafından yönetilmektedir.
- Endüstrileşen yerel medya, güç sahipleri tarafından ekonomik ve siyasi çıkarlar gözetilerek sahiplenilmiştir.
- Kamuoyu oluşturulmasında Yerel medyanın, ulusal medyaya göre daha farklı işlevleri bulunmaktadır.
- Yerel medyanın haberleri, resmî kurumların basın bürolarında masa başında üretilmekte veya yönlendirilmektedir. Bu durum yerel medyanın tarafsızlığını yitirmesine yol açmaktadır.

3.1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Yapılan bu araştırmanın zaman aralığı, özel radyo ve televizyon yayıncılığının kendini göstermeye başladığı 1990’lı yıllardan günümüze kadar olan dönemi kapsamaktadır. Sivas il merkezinde yayın yapan yerel radyo ve televizyon kanalları esas alınmıştır. Yerel radyo ve televizyonların sahiplik yapıları ve medyada yaşanan yoğunlaşmalar eleştirel ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde incelenerek sınırlandırılmıştır. Araştırmanın kapsamı ve ortaya çıkan bulgular Sivas il

merkezinde faaliyet gösteren yerel radyo ve televizyonlarla sınırlıdır. Bu bağlamda çalışmanın başlangıcında literatür taraması yapılarak konuyla ilgili veriler toplanmaya çalışılmış ve bu veriler doğrultusunda çalışmanın teorik kısmı ortaya çıkarılmıştır.

3.1.6. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kuramsal olarak ekonomi politik yaklaşıma dayanmaktadır ve eleştirel ekonomi politik yaklaşım merkeze alınarak nitel çözümleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu çalışmanın yöntemi, belge taraması, kaynak inceleme, gözlem ve içerik analizidir. Toplanan bilgiler ekonomi politik, eleştirel ekonomi politik yaklaşım, medyada tekelleşme, radyo televizyon yayıncılığına ilişkin kanun, tüzük ve yönetmelikler, iletişim, kitle iletişimi, televizyon yayıncılığı, yerel televizyon yayıncılığı, radyo yayıncılığı, yerel radyo yayıncılığı, kültür gibi konularda yayımlanmış kaynakların taranması yöntemi tercih edilmiştir.

3.1.7. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Sivas'taki yerel radyo ve televizyon kuruluşları oluşturmaktadır. Sivas merkezde faaliyete başlayan bütün yerel radyo ve televizyonlar ise araştırmanın örneklemi belirlemektedir.

3.2. Kent Olarak Sivas

Sivas, tarihin ilk dönemlerinden başlayarak bugüne kadar bulunduğu coğrafyadaki en eski yerleşim yerlerinden biri konumundadır. Yaklaşık beş bin yıllık tarihi bulunan Sivas, topraklarında kurulan beyliklerin ve devletlerin en önemli ve büyük merkezlerinden biri olmuştur. Hititler, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılardan sonra Millî Mücadelede Cumhuriyetin temellerinin atıldığı şehir olarak hep adından söz ettirmiştir (Sivas Valiliği 2022).

1868-1869 yıllarından itibaren eyalet sisteminden vazgeçilerek, vilayet sistemiyle Sivas vilayeti oluşturulmuş ve Sivas merkez sancağına Amasya ve Karahisar-ı Şark sancakları bağlanmıştır. İç Anadolu şehri olan Sivas, 28.619 km² yüz ölçümü ile Konya'dan sonra ikinci büyük il konumundadır. Yukarı Kızılırmak havzasında yer alan Sivas'ın merkez ilçe dâhil on yedi ilçesi bulunmaktadır. Tarih boyunca önemini koruyan Sivas, nüfus bakımından diğer yerleşim bölgelerine

nazaran daha yoğun bir nüfus barındırmıştır. Aldığı dönemsel göçlerle zengin ve farklı bir demografi yapısıyla şekillenmiştir. Sivas turizm çeşitliliği açısından çok yönlü bir cazibe alanıdır. Sivas gezmek, görmek ve ziyaret etmek isteyen farklı kesimlere hitap edecek potansiyeli taşımaktadır (Sivas Çalıştay Raporu 2018: 17-24).

Birinci Dünya Savaşından sonra işgale uğrayan Anadolu topraklarını düşman işgalinden kurtarmak ve Türk halkının yeniden bağımsızlığını kazanması için 4 Eylül – 11 Eylül tarihleri arasında Sivas'ta ulusal ölçekli bir kongre düzenlenmiştir. Bu Kongrede alınan kararlar tüm ulusu kapsar mahiyettedir. Sivas Kongresi'nde alınan kararlar manda yönetimlerinin reddi düşüncesi Millî Mücadele Hareketi'nin dönüm noktası olarak kabul görmektedir (Türkmen 2020: 62-63). On altı delegeden oluşan ve Mustafa Kemal Paşa'nın başkanlığını yaptığı Heyet-i Temsiliye, Büyük Millet Meclisi'nin açılmasına kadar geçen dönem içerisinde geçici hükümet görevini yürüterek Millî Mücadele hareketinin başlatılması, yürütülmesi ve Cumhuriyetin kurulması görevini üstlenmiştir (Kısıklı 2008: 16-17).

3.3. Sivas Basın Tarihine Kısa Bir Bakış

Sivas Vilayet Matbaası, 1878 yılında Vali Ahmet İzzet Paşa tarafından valilik binasının alt katında tesis edilmiştir. Sivas Vilayet Matbaası, 1913 yılında Vali Muammer Bey döneminde valilik binasının yanına yapılan matbaa binasına taşınmıştır (<https://www.sivaskulturenvanteri.com> 2022).

Sivas Kongresi'nin ve milli mücadelenin sesini duyurmak üzere, Sivas'ta "İrade-i Milliye" ismini taşıyan gazete yayınlanmıştır. Sivas Kongresi'nde alınan karar neticesinde yayın hayatına başlayan "İrade-i Milliye" gazetesi, mücadelenin içeride ve dışarıda daha iyi anlaşılması, tanınması, tanıtılması ve doğru algılanması için yoğun bir çalışma sarf ederek, mücadelenin basın hayatındaki temsilciliği görevini üstlenmektedir. Anadolu'da başlayan kurtuluş hareketinin ve Temsil Heyeti'nin başat yayın organı olan "İrade-i Milliye" gazetesinin ilk sayısı 14 Eylül 1919 tarihinde Sivas'tan yayınlanmıştır (İrade-i Milliye Tıpkı Basım 2007: 15). Ayrıca Gaye-i Milliye Gazetesi, Mücadele-i Milliye Gazetesi ve Kızılırmak gazeteleri de Millî Mücadele döneminde Sivas'tan yayınlanmıştır.

Sivas'ta çıkarılan ilk Türkçe resmî gazete “Sivas” gazetesi 12 Ocak 1880 tarihinde yayınlanmıştır (Unbehaun 2001: 18). Sivas'ta özel teşebbüs tarafından yayınlanan ilk Türk gazetesi olma özelliğini taşıyan “Vicdan Gazetesi” nin ilk sayısı 26 Temmuz 1909 tarihinde çıkarılmıştır (Yıldız 2011: 14).

Sivas'ta televizyon yayınları 1977 yılında başlamıştır. Sivas'ın yerel gazetesi olan Anadolu Gazetesinin, 30 Haziran 1977 tarihindeki sayfalarında o döneme ışık tutacak bilgiler yer almaktadır. Haberin detayında, Sivas televizyonu Temmuz (1977) ayında yayına başlayacağı belirtilmektedir. PTT yetkililerinden alınan bilgiler doğrultusunda Avrupa'dan gelecek olan vericiyi temin eden firmanın yüksek ücret istemesi nedeniyle anlaşmanın iptal edildiği bu nedenle başka bir firma ile anlaşmanın yapılacağı ve vericinin bir ay içerisinde Sivas'ta olmasının beklendiği belirtilmektedir. Haberde, bir aydır televizyon yayınlarının olmadığı ve Kayseri'den getirilen yüz watt'lık emanet vericiyle televizyon yayınlarının başlatıldığı ifade edilmektedir. Sivas halkının 29 Haziran akşamından itibaren televizyonları başında toplandığı belirtilerek televizyonun büyük bir gereksinim olduğu ve yayınların ne zaman başlayacağı konusunda halkın bekletişinin olduğu ifadeleri yer almaktadır (Anadolu Gazetesi, 30 Temmuz 1977). 30 Haziran'daki habere hareketle, televizyon yayınlarının bir aydır olmadığı ifadesi daha önceden yayınların izlenebildiği düşüncesini akla getirmekte ve TRT televizyonunun Sivas'ta hangi tarihte yayına başladığı bilinmemektedir.

Günümüzde Sivas'ta resmî ilan alma hakkına sahip dört adet günlük gazete bulunmaktadır. Bunlar; Bizim Sivas Gazetesi, Sivas Ekspres Gazetesi, Sivas İrade Gazetesi ve Sivas Memleket Gazetesi'dir (Basın İlan Kurumu 2022). İnternet haber gazeteciliği yönünden de gelişim gösteren Sivas'ta on beş civarında internet haber sitesi mevcuttur. Sultan Şehir Gazetesi haftalık olarak yayınlanmaktadır.

Sivas merkezli uydudan yayın yapan Kanal 58, Vizyon 58 ve Word Türk televizyonlarının yanı sıra Radyo 4, Radyo Arkadaş, Radyo Bora, Radyo Güneş, Radyo Hilal, Radyo Jest ve Sivas FM radyoları da yayınlarını düzenli olarak sürdürmektedir.

Sivas Gazeteciler Cemiyeti, 4 Eylül Sivas Gazeteciler Cemiyeti, Sivas Gazeteciler Derneği ve Sivas Gazeteci Yazarlar Derneği ve Türkiye Spor Yazarları Derneği Sivas Şubesi de mesleki örgütlenme adına faaliyetlerine devam etmektedir.

3.4.Sivas Merkezli Kurulan Televizyon Kanalları;

3.4.1. Sivas Radyo Televizyonu (SRT)

Sivas'ın ilk yerel televizyon kanalı Sivas Radyo Televizyonu (SRT) logosuyla kurulmuştur. Mega Ajans AŞ bünyesinde faaliyetlerini sürdürmüştür. 3 Şubat 1993 tarihinde limited şirket (Bkz. Görsel.1) olarak kurulan SRT, Ekonomi politik zeminde sermaye sahibi; üç iş insanı Kadir Kuruçay, Ahmet Hasdemir ve Necla Ayan'ın ekonomik sahipliğine dayanan Sivas Radyo Televizyonu, ortaklarından Kadir Kuruçay'ın Yönetim Kurulu Başkanlığında 1993 yılında yayın hayatına başlamıştır.

SAYFA: 68		TÜRKİYE TİCARET SİCİLİ GAZETESİ		3 ŞUBAT 1993 • SAYI : 3213
Sivas Ticaret Sicil Memurğünden Sicil No: 7842 Ticaret Ünvanı MEGA AJANS REKLAMCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİCARET VE SANAYİ LIMITED ŞİRKETİ İlimiz Merkez Taç Sitesi Yanı Kavukcu İshani No 401 numaralı mahalli adres olarak bildirilen ve ana sözleşmelerinin 3. maddesinde yazılı bulunan konularla işgal eden yukarıda ünvanı ve ticaret sicil numarası yazılı bulunan şirketin T.C Sanayi ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğünün 14.1.1993 gün ve	B.14.0.İT.G.0.00.02/75063 sayıları ile onaylı 13 maddelik ana sözleşmeleri aşağıda yazılı bulunduğu üzere keyfiyet Türk Ticaret Kanunu 6762 sayılı ve Ticaret Sicil Nizamnamesi hükümlerine uygun olarak 25.1.1993 tarihinde tescil edildiği ilan olunur.	2.Ahmet Hasdemir İstasyon Cad Taç 2. Apt 7/20 Sivas T.C Uyruklu 3.Necla Ayan Gürselpaşa Cad No 26-7 Sivas T.C Uyruklu Şirketin Ünvanı Madde 2 Şirketin Ünvanı "Mega Ajans Reklamcılık İletişim Hizmetleri Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi"dir. Amaç ve Konusu Madde 3 Şirketin amaç ve konusu başlıca şunlardır.	Reklamcılıkla İlgili Konular 1.Hortürlü reklam ilan tanıtma dekorasyon ve organizasyon işleriyle işgal etmek. Bu konular için makinalarını yedek parça tüm aksesuarlarının imalatını ticaretini ithalat ve ihracatını yapmak. 2.Her türlü reklam ajansları kumak satın almak ortak olma ve ortak almak. 3.Yurt içinde ve dışında reklam konularında televizyon radyo video sinema ve basın ajanslarıyla iş birliği yapmak yaptırmak.	4.Konusu ile ilgili alış broşür dergi kitap takvim gazete çıkarmak dağıtımını sağlamak ithal ve ihracat etmek basım işleriyle uğraşmak. 5.Yurt içinde ve yurt dışında resmi daire bankalar kamu kurum ve kuruluşlar hakiki ve hükmi şahısların ilan reklam işlerini yapmak yaptırmak. 6.Radyo televizyon eğlence yerleri için programlar yapmak yaptırmak 7.Ses ve görüntü veren iletişim tesisleri kurmak kurumuş bulunanları satın almak ortak olmak bu işler için gerekli makina yedek parça aksesuarlarının ticaretini pazarlamasını ithalat ve ihracatını yapmak.
	Limited Şirket Ansesözleşmesi Kuruluş Madde 1 Aşağıda adları, ikametgahları ve uyrukları yazılı kurucular arasında bir limited şirket kurulmuştur. 1.Kadir Kuruçay Çarşıbaşı Mah Haydar Sok Emek Apt A/2 Sivas T.C Uyruklu			

Görsel 1. 3 Şubat 1993 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı

SRT, özel radyo ve televizyon hizmet sağlayıcı kuruluşlara anonim şirket zorunluluğu ve en fazla %20 hisse sınırı getiren 3984 sayılı yasa ile 6 Nisan 1995 tarihinde anonim şirket statüsüne geçmiştir (Bkz. Görsel 2). Tüzel ya da özel kişiliğin en fazla %20 hisseye sahip olası nedeniyle şirkete sonradan üç yasal sahip daha eklenmiştir. Görsel 2'deki Ticaret Sicil Gazetesi kayıtlarına göre, Kadir Kuruçay, Ahmet Hasdemir, Necla Ayan, Şahin Otağ, Şükrü Yılmaz ve Kazım Alegöz şirketin yasal sahipleri konumundadır. Son haliyle SRT, hisse miktarları çeşitli oranlarda değişen altı ortaklı bir yapıya bürünmüştür.

KARANFİL SOKAK NO: 56, BAKANLIKLAR-ANKARA • TELEFON: 417 77 00 / 237 (Danışma); 371 (Abone-Posta) • TELGRAF: SİCİL ANKARA

ŞİRKETLER SIVAS Sivas Ticaret Sicili Memurluğundan Sicil No 8323 Ticaret Ünvanı MEGA AJANS VE REKLAMCIK TİCARET ANONİM ŞİRKETİ İlimiz Osmanpaşa caddesi kavukçu işhanı kat 4 n.402 numaralı mahalli ticari ikametgah olarak bildiren ve anasözleşmesinin 3.maddesinde yazılı bulunan konularla iştigal eden yukarıda ünvanı ve ticaret sicil numarası yazılı bulunan şirketin TC sanayi ve ticaret bakanlığı iç ticaret genel müdürlüğünün 29.3.1995 gün ve B.14.0.İT.G.0.10.00.01/54193 sayılıyla onaylı 16 maddelik tasdiknameleri ve Sivas 3.Asiye Hukuk Mahkemesinin 31.3.1995 gün ve 1995/148-102 sayılı kararları memurluğumuzda mevcut evraklara dayanarak aşağıda yazılı bulunduğu üzere keyfiyet 6782 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve ticaret sicil nizamnamesinin hükümlerine uygun olarak 3.Nisan.1995 tarihinde tescil edildiği ilan olunur.	MEGA AJANS VE REKLAMCIK TİCARET ANONİM ŞİRKETİ ANA SÖZLEŞMESİDİR. KURULUS MADDE 1: Aşağıda adları ve ikametgahları yazılmıştır. kurucular arasında Türk Ticaret Kanununun ana surette kurulus hakkındaki hükümlerine göre bir Anonim Şirket teskil edilmiştir. 1- Kadir KURUCAY Cırsıbaşı Mahallesi Haydar Sokak Emec Apartmanı A/2 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu. 2- Ahmet HASDEMİR İstasayev Caddesi Tac Apartmanı 7/20 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu. 3- Necia AYAN Gürsel Paşa Caddesi No:26/7 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu. 4- Sahin OTAC Meviana Caddesi Esen Sitesi 10.Blok No:2 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu. 5- Sükrü YILMAZ Diriliş Mahallesi Onur Evler Kat:2 No:4 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu. 6- Kazım ALEGOZ İnönü Mahallesi 10.Sokak No:47 SIVAS adresinde mukim T.C. uyruklusu.
--	---

Görsel 2. 6 Nisan 1993 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı

24 Mart 1993 tarihinde Sivas'ın ilk özel televizyon kanalı olarak yayına başlayan SRT, uydu lisansını da alarak yayınlarını 2010 yılından itibaren uydu üzerinden devam ettirmektedir. Son dönemlerinde karasal yayını sonlandırmıştır. Kurulduğu günden bugüne ortaklık ve sahiplik yapısında çeşitli değişimler yaşayan SRT'nin, son dönemine bakıldığında kurucu ortaklardan sadece Ahmet Hasdemir'in, ekonomik ve yasal sahipliği görülmektedir. Ancak 27 Şubat 2020 tarihinde (Bkz. Görsel.3), İstanbul'da yayın hayatını devam ettiren bir gazete şirketiyle çapraz bütünleştiği görülmektedir. Yasal olarak bütünleşme gerçekleşmiş olup, yayın hayatını SZC logosuyla sürdürmektedir (RTÜK 2022).

Sivas Ticaret Sicili Müdürlüğünden İlan Sıra No: 258 Mersis No: 0613009621100010 Ticaret Sicil/Dosya No: 8323 Ticaret Ünvanı MEGA AJANS VE REKLAMCIK TİCARET ANONİM ŞİRKETİ Adres: Osmanpaşa Caddesi Kavukçu İşhanı Kat: 4 No: 402 Sivas Yukarıda bilgileri verilen şirket ile ilgili olarak aşağıda belirtilen hususlar müdürlüğümüze ibraz edilen belgelere istinaden ve Türk Ticaret Kanunu'na uygun olarak 21.2.2020 tarihinde tescil edildiği ilan olunur.	Tescil Edilen Hususlar: Yönetim Kurulu/Yetkililer, Denetçiler, Tek Ortaklık Bilgisi Tescile Delil Olan Belgeler: T.C. Sivas 2. Noterliği nin 20.2.2020 tarihli 04796 sayılı tasdikli, (12/02/2020 tarihli 2017-2018-2019 yılı Olağan Genel Kurul Toplantı Tutanağı) 12.2.2020 tarihli 2017-2018-2019 sayılı Genel Kurul Kararı T.C. Sivas 2. Noterliği nin 20.2.2020 tarihli 04797 sayılı tasdikli, (12/02/2020 tarihli ve 2 nolu Vazife Taksim Kararı) 12.2.2020 tarihli 2 sayılı Yönetim Kurulu Kararı	Yönetim Kurulu/Yetkililer 434*****42 Kimlik No'lu, İstanbul/Küçükçekmece adresinde ikamet eden MUSTAFA ASIM AKGÜL 12.2.2023 tarihine kadar Yönetim Kurulu Üyesi olarak seçilmiştir. Daha önceden Yönetim Kurulu Üyesi Olan 187*****36 Kimlik No'lu Sivas/Merkez Adresinde ikamet eden AHMET HASDEMİR'in Önceki Üyeligi Sona Ermıştır. Yeni Atanan Temsilciler 434*****42 Kimlik No'lu, İstanbul/Küçükçekmece Adresinde ikamet eden MUSTAFA ASIM AKGÜL; 12.2.2023 Tarihine Kadar (Yönetim Kurulu Başkanı) Temsil Yetkili Olarak Seçilmiştir. Yetki Şekli: Münferiden Temsil Yetkilidir.	Görev Değişiklik Daha önceden (Yönetim Kurulu Başkanı) Temsil Yetkili görevi olan 187*****36 Kimlik No'lu Sivas/Merkez adresinde ikamet eden AHMET HASDEMİR'in önceki bu görevi sona ermiştir. Denetçiler Yeni Denetçi Kimlik/Pasaport No/Mersis No: ***** Adı Soyadı/Firma Adı: DMR BAĞIMSIZ DENETİM VE DANIŞMANLIK ANONİM ŞİRKETİ Faaliyet Başlangıç Tarihi: 01.01.2018 Faaliyet Bitiş Tarihi: 31.12.2018 Kimlik/Pasaport No/Mersis No: *****	Adı Soyadı/Firma Adı: DMR BAĞIMSIZ DENETİM VE DANIŞMANLIK ANONİM ŞİRKETİ Faaliyet Başlangıç Tarihi: 01.01.2019 Faaliyet Bitiş Tarihi: 31.12.2019 Tek Ortaklık Bilgisi Şirket tek pay sahibi bir Anonim Şirkettir. Bu pay sahibi, İstanbul/Sarıyer adresinde ikamet eden 264*****44 Kimlik Numaralı BURAK AKBAY'dır. (3/A)25/123972)
--	--	--	--	--

Görsel 3. 27 Şubat 2020 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı



Görsel 4. SRT'nin ilk spikerlerinden Ali İzgi'nin katıldığı program



Görsel 5. Srt Ana Kuman Odası (2009)

Tablo 1. Yıllara Göre SRT'nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar

MEGA AJANS VE REKLAMCILIK TİCARET A.Ş.			
YIL	LOGO	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	LİSANS TİPİ
1993		KADİR KURUÇAY	KARASAL
1996		KADİR KURUÇAY	KARASAL
2000		ERTUĞRUL SOYSAL	KARASAL
2001		AHMET HASDEMİR	KARASAL
2010		AHMET HASDEMİR	KARASAL UYDU
2011		AHMET HASDEMİR	KARASAL UYDU
2014		AHMET HASDEMİR	KARASAL UYDU
2020		MUSTAFA ASIM AKGÜL	UYDU
2021		MUSTAFA ASIM AKGÜL	UYDU

Sivas'ta yayın hayatına başlayan ikinci yerel televizyon SİPAS TV'dir. Sipas Ajans Reklamcılık Yayıncılık Anonim Şirketi bünyesinde faaliyet göstermektedir. 28 Nisan 1995 tarihinde, beş iş insanının yasal sahipliğinde ve ortaklardan Cemalettin Kurt'un ekonomik sahipliğinde yayın hayatına başlamıştır. Görsel 6'daki Ticaret Sicil Gazetesi kayıtlarına göre Yasal sahipler; Cemalettin Kurt, Abdullah Karaca, Turan Ekiz, İbrahim Çongar ve Latif Kurt'tur.

SAYFA: 452	TÜRKİYE TİCARET SİCİLİ GAZETESİ	28 NİSAN 1995 • SAYI : 3777
SİVAS Sivas Ticaret Sicili Memurluğundan Sicil No: 8336 Ticaret Ünvanı SİPAS AJANS REKLAMCILIK YAYINCILIK ORGANİZASYON SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ Sipas Ajans Reklamcılık Yayıncılık Organizasyon Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi Ana Sözleşmesi Kuruluş Madde 1 Aşağıda adlarını soyadları uyrukları ile ikametgahları yazılı kurucular ara- sında Türk Ticaret Kanununun Anonim Şirketlerin anı surette kurulmaları hakkındaki hükümlerine göre bir Anonim Şirket kurulmuştur.	1. Cemalettin Kurt : Üçlerbey Mah. 26 Sokak no: 2/1 Sivas TC uyrukları 2. Abdullah Karaca Yunus Emre Mah. Türk İş Bl. A/Blök Sivas TC uyrukları 3. Turan Ekiz Mevlana Mah. 17. Sokak no: 30 Sivas TC uyrukları 4. İbrahim Çongar Selçuklu Mah. Menekşe Sk. No: 23/6 Sivas 5. Latif Kurt Gökçe Bostan Mah. Gönlü Sk. İhtas Apt. No: 2 Sivas TC uyrukları Madde 2 Şirketin ünvanı Sipas Ajans Reklamcılık Yayıncılık Organizasyon Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi dir.	Amaç ve Konusu Madde 3 Şirketin başlıca amaç ve konuları şunlardır. 1. Yetkili makamlardan izin alınmak kaydıyla özel radyo ve televizyon istasyonları kurmak işletmek bunlarla ilgili tüm faaliyetlerde bulunmak radyo ve televizyon program yapmak. 2. İlgili mevzuat çerçevesinde kalmak kaydıyla yurt içinde ve yurt dışında basın TV radyo ve benzeri tüm yayın organları kurmak ve türlü yayıncılık yapmak. 3. Çarlarındırıma sinema alanında çalışmalar yapmak dizi türü halinde veya bağımsız çizgi filmleri kukla programları çizgi reklamları filmleri üretmek, çoğaltmak dağıtmak bunlarla ilgili her türlü prodüksiyonları gerçekleştirmek bunlarla ilgili ürün makina alet malzeme hazırlık bilgi ve düşüncelerin alım ve satımını ithalat ve ihracatını üretim ve pazarlamasını dağıtımını işletmecilik ve komisyonculuğunu yapmak kiralamak veya kiraya vermek konuyla ilgili tesisler ve stüdyolar kurmak kuruluş test stüdyo ve işletmelere ortak olmak kiralamak işletmek kiraya vermek. 4. Her türlü çizgi film film video filmi televizyon programı ve filmleri pazarlamak çoğaltmak dağıtmak iç ve dış ticaretini yapmak konuyla ilgili tesis ve işletmeler kurmak gösteri ve sinema salonları video kulüpleri açmak işletmek kiralamak kiraya vermek konuyla ilgili yurt içinde yurt dışında bulunan yapımcı firmalardan temsilcilikler ve komisyonculuklar almak. 5. İlgili makamlardan izin almak kaydıyla ilgili mevzuat çerçevesinde yazılı görüntülü ve sesli yayıncılık yapmak ilgili prodüksiyonları gerçekleştirmek bu amaçla tesisler stüdyolar seslendirme stüdyoları montaj atarına ve çoğaltma birimleri platolar kurmak ve işletmek kuruluş tesisleri kiralamak kiraya vermek konu ile ilgili yurt içinde ve yurt dışında bulunan firmaların temsilciliklerini yapmak temsilcilik vermek bunlarla ilgili ürün makina alet malzeme hazırlık bilgi ve düşüncelerin alım ve satımını it-

Görsel 6. 28 Nisan 1995 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısmı

İş insanı Cemalettin Kurt, “Sipas Ajans Reklamcılık Yayıncılık AŞ.” bünyesinde yayıncılık faaliyetlerini sürdüren SİPAS TV ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri arasındaki çapraz bütünleşmeyi gerçekleştirmiştir. Tarihsel sürecine sahiplik yapısı üzerinden bakıldığında, Sivas'taki en istikrarlı televizyon kanalıdır. Ekonomik sahiplik yapısında hiçbir değişiklik yaşanmamıştır. Bazı dönemlerde yasal sahipliğin aile fertleri arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Kurulduğu günlerde “SİPAS TV”, ilerleyen dönemlerde “VİZYON TV” ve son olarak da “VİZYON 58” logosunu kullanmaktadır. Sipas Ajans Reklamcılık Yayıncılık Anonim Şirketi yerel lisansına ek olarak, uydu lisansı da alarak “VİZYON 58” logosuyla TÜRKSAT uydusu üzerinden yayın hayatına devam etmektedir (<https://www.sivasirade.com> 2022). Sivas'ta yayın yapan televizyon sayısındaki azalmaya bağlı olarak yayınlarında araçsal yaklaşımı doğrular bir tutum izlediği görülmektedir. 1996 yılında, “RTV 58 AŞ.” ile yatay bütünleşmiş “RTV 58 TV” kanalı ve “FM 58” radyosunu bünyesine katmıştır.

Yerel radyo ve televizyon kanallarının başlıca sorunları arasında teknik ekipmanların yetersizliği gelmektedir. Dönemin koşullarında yayıncılık için gerekli olan profesyonel cihazlar hem pahalı hem de yeteri kadar bulunamamaktadır.

Yayıncılıkta ekonomi politiğinin yansıması olan bu durum yayınlardaki görüntü ve ses kalitesinin bozuk olmasına neden olmaktadır. Büyük sermayenin sahip olduğu ulusal kanallarda daha profesyonel ve karmaşık bir reji sistemi bulunmaktayken Görsel 7’de görüldüğü üzere yerel televizyon kanallarında daha basit ve ekonomik bir sistem bulunmaktadır.

SİPAS TELEVİZYONU YAYIN MASASI DEMİRBAŞ LİSTESİ

MARKA	MODEL	CİNSİ	ADET
PANASONİC	AV-55	GÖRÜNTÜ MİKSERİ	1
INTER-M	PC 1635	SES MİKSERİ	1
AMİGA	AMİGA-1200	LOGO MİKSERİ	1
VESTEL	DV-F26D	VİDEO	3
SABA	37 EKRAN	TELEVİZYON	2
PANASONİC	TELEFON	TELSİZ TELEFON	1
YOGA	EM020	YAKA MİKROFONU	3
CAROL	CAROL	EL MİKROFONU	5
PANASONİC	M3500	KAMERA SETİ	3
MASA		MASA	2
DÖNER KOLTUK		DÖNER KOLTUK	2
LNB		GÖNDERİCİ LNB	1
LNB		ALICI LNB	1
PAGE	PAGE	RİSİVİR	1
HURMA	100 WATT	TELEVİZYON VERİCİSİ	1

13.11.1999

SİPAS AJANS REKLAMCILIK
YAYINCILIK ORGANİZASYON
SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
TEL: 225 30 11 Site V.D. 771 005 5250

Görsel 7. Sipas TV Ana Kumanda Cihaz Listesi

Tablo 2. Yıllara Göre SİPAS TV'nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar

SİPAS AJANS REKLAMCILIK YAYINCILIK AŞ			
YIL	LOGO	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	LİSANS TİPİ
1995		CEMALETTİN KURT	KARASAL
1997		CEMALETTİN KURT	KARASAL
2007		CEMALETTİN KURT	KARASAL
2009		CEMALETTİN KURT	KARASAL
2011		MURAT KURT	KARASAL
2012		MURAT KURT	KARASAL
2012		MURAT KURT	KARASAL
2013		MURAT KURT	KARASAL
2013		MURAT KURT	KARASAL UYDU
2018		HATİCE KURT	UYDU
2021		HATİCE KURT	UYDU

3.4.3. RTV58

“RTV58 Radyo Televizyon İletişim Sistemleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi”, 17 Mayıs 1995 tarihinde, yasal sahiplik bakımından on bir ortaktan oluşan bir şirket olarak kurulmuştur.

SAYFA: 506	TÜRKİYE TİCARET SİCİLİ GAZETESİ	17 MAYIS 1995 • SAYI : 3787
Sivas Ticaret Sicili Memuruğundan Sicil No: 8335 Ticaret Ünvanı: RTV 58 RAYDO-TELEVİZYON İLETİŞİM SİSTEMLERİ SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ İlimiz merkez Atatürk caddesi ak han Kat:6 numaralı mahalli adres olarak bildiren ve ana sözleşmelerin 3 maddesinde yazılı bulunan ko- nularla işgal eden yukarıda ünvanı ve ticaret sicili numarası yazılı bul- unan şirketin T.C Sanayi ve Ticaret Bakanlığı iç ticaret genel müdürlüğü- nün 18.4.1995 gün ve B.14.0.İT.G.0.10.00.01/54310 sayıları ile onaylı 16 maddelik ana sözleş- meleri ve T.C Sivas 1. Asliye Hukuk Mahkemesinin esas 1995/274 karar 1995/271 sayıları ile onaylı mahke- me kararları aşağıda yazılı bulundu- ğu üzere memuruğumuzda mevcut evraklara dayanarak kayıtlı 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve ticaret sicili nizamnamesinin hükümlerine uygun olarak 19 Nisan 1995 tarih- inde tescil edildiği ilan olunur	RTV 58 Raydo-Televizyon İletişim Sistemleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi Ana Sözleşmesi Kuruluşla İlgili Hükümler Madde 1 Aşağıda adı soyadı ikametgahları ve uyrukları, yazılı kurucular arasın- da Türk Ticaret Kanununun Anonim Şirketlerin anı surette kurulmaları hakkındaki hükümlerine göre bir Anonim Şirket teşkil edilmiştir. 1-Abdulvehabgazi Işık Yenidoğan mah 4 sokak No:7 Si- vas T.C. Uyrukları 2- Aysel Yılmaz Dililiş mah 18 sokak hisar evler Sivas T.C. Uyrukları 3-Cengiz Akıç Bayındırık lojmanları kümbet Si- vas T.C. Uyrukları 4-Necati Şahin Hikmet ışık cad şahin apt No:2 Si- vas T.C. Uyrukları 5-İbrahim Çakmak Altıntabak mah 6 sokak No:18 Si- vas T.C. Uyrukları 6-Hüseyin Ekinci Akdeğirmen mah 13 sokak ikinci apt Sivas T.C. Uy- rukları 7-Osman Çongar Yenidoğan mah 3 sokak No:21 Si- vas T.C. Uyrukları 8- Zeki Bulut Sularbaşı mah 6 sokak delay apt No:1/6 Sivas T.C. Uyrukları 9-Nevzat Yanmaz Çarşıbaşı mah 8 sokak no:18 Si- vas T.C Uyrukları 10-Kadir Bağcıoğlu İnönü mah 10 sokak No:30 T.C Uyrukları 11-Mehmet Dursun Yıldız Mevlana cad Mevlana mah Biçe apt B giriş Sivas T.C Uyrukları	Şirketin Ünvanı Madde 2 Şirketin Ünvanı: RTV 58 Raydo- Televizyon İletişim Sistemleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi dir Amaç ve Konusu Madde 3 Şirketin başlıca amaç ve konuları şunlardır 1-Yetkili makamlardan izin alınmak kaydıyla özel radyo ve televizyon is- tasyonları kurmak işletmek bunlarla ilgili tüm faaliyetlerde bulunmak radyo ve televizyona program yap- mak 2-İlgili mevzuat çerçevesinde kal- mak kaydıyla yurt içinde ve yurt dı- şında basın TV radyo ve benzeri tüm yayın organlarını kurmak ve tür- lu yayıncılık yapmak 3-Cantlandırma sinema alanında çalışmalar yapmak diziler halinde ve- ya bağımsız çizgi filmler kula pro- gramları çizgi reklam filmleri üretmek çoğaltmak dağıtmak bunlarla ilgili her türlü prodüksiyonları gerçekleşt- mek bunlarla ilgili ürün makina alet malzeme hazırık bilgi ve düşünceler- nin alım satımını ithalat ve ihracatını üretim ve pazarlamasını dağıtım ve işletmeciliğini temizlik ve komisyoncu- luğunu yapmak kiralamak veya kira- ya vermek konuyla ilgili tesisler ve stüdyolar kurmak kurulu tesis stüdyo ve işletmelere ortak olmak kiralamak işletmek kiraya vermek 4- Her türlü çizgi film film video fi- lm televizyon programı ve filmlerini pazarlamak çoğaltmak dağıtmak iç ve dış ticaretini yapmak konuyla il- gili tesis ve işletmeler kurmak goste- ri ve sinema salonları video kulüpleri açmak işletmek kiralamak kiraya vermek konuyla ilgili yurt içinde yurt dışında bulunan yapımcı firmalardan temsilcilikler ve komisyonculuk al- mak komisyonculuk temsilcilik ve ba- yilikler vermek bunlarla ilgili ürün ma- kina alet malzeme hazırık bilgi ve düşüncelerin alım ve satımını ithalat ve ihracatını üretim ve pazarlaması- nı dağıtımını işletmecilik ve komis- yonculuğunu yapmak kiralamak kira- ya vermek ve konuyla ilgili tesisler ve stüdyolar kurmak kurulu tesis

Görsel 8. 17 Mayıs 1995 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısım

RTV 58 Anonim Şirketi’ni, Sivas’taki diğer medya şirketlerinden ayıran en önemli özelliği hem yerel televizyon hem de yerel radyo lisansının bulunmasıdır. Şirket televizyon yayınları için “RTV58” radyo yayınları için “FM58” logolarını kullanmaktadır. RTV 58 ve FM58, 3 Mart 1997 tarihinde Ahmet Yiğitsoy, Yakup Ören ve Osman Ülker’in de aralarında bulunduğu beş hissedarın yasal sahipliğinde, aynı zamanda Sipas TV’nin de sahibi olan ekonomik sahip Cemalettin Kurt’a devredilmiştir. RTV 58 Anonim Şirketi, 8 Mart 2006 tarihinde dönemin Sivas Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Osman Yıldırım’a devredilerek (Ticaret Sicil Gazetesi, 8 Mart 2006), Yıltaş Grup bünyesine katılmıştır. Yıltaş Grup; Sanayi, lojistik, medikal, akaryakıt ve gıda olmak üzere birçok sektörde faaliyet göstermektedir (Bkz. Tablo 3). Sivas ve Türkiye açısından önemli bir gün olan 4 Eylül 2006 tarihinde “KANAL 58” logosuyla karasal yayınlarını sürdürmüştür. Karasal lisansına ek olarak, uydu lisansı da alan RTV 58 Anonim Şirketi, 2013 yılında “KANAL 58” logosuyla Türksat uydusu üzerinden yayına başlamıştır. Kanal 58 televizyonu, 2016 yılı sonlarında Ege bölgesinde faaliyet gösteren başka bir gruba

devredilerek logosu değiştirilmiştir. Günümüzde WORLDTURK logosuyla yayınlarını devam ettirmektedir.

Tablo 3. Yıltaş Grubun Sahip Olduğu Şirketler

SAVUNMA SANAYİ	ASELSAN SİVAS
MEDİKAL	ANADOLU TIP TEKNOLOJİLERİ ZARACOMM LENS
İNŞAAT	MAQAM OFİS NOVADA AVM EĞRİ KÖPRÜ KONAKLARI ERGENE VADİSİ KONAKLARI
PREFABRİK	SİVAS PREFABRİK
ELEKTRİK	ESER ELEKTRİK
LOJİSTİK	YILTAŞ LOJİSTİK
AKARYAKIT	KOVALI AKARYAKIT İSTASYONU
OTOMOTİV	TÜVTÜRK ARAÇ MUAYENE SİVAS
AVM	PRİMEMALL
TURİZM	SİVAS TERMAL
BASIN & MEDYA	TV 58 KANAL 58 RADYO 58
GIDA	ÇİÇEK SU ZARA BAL

Kaynak: <http://osmanyildirim.com/hakkinda/> (Erişim Tarihi: 01.04.2023)

Ticaret Sicil Gazetesi kayıtları ve RTÜK Kayıtları incelendiğinde, RTV 58 Anonim Şirketi'nin yayıncılık serüvenini altı döneme ayırmak mümkündür. Bunlar;

- 1) 1995-1997 Yılları arası on bir ortaklı dönem; RTV58 logosuyla karasal yayıncılık.
- 2) 1997-2006 Yılları arası Cemalettin Kurt dönemi; RTV58 logosuyla karasal yayıncılık.
- 3) 2006-2013 Yılları arası Osman Yıldırım dönemi; KANAL 58 logosuyla karasal yayıncılık.
- 4) 2013-2016 Yılları arası Osman Yıldırım dönemi; KANAL 58 logosuyla karasal yayıncılık ve uydu yayıncılığı.
- 5) 2017-2022 (günümüz) Yılları arası; Adem Erdağı dönemi; KANAL 58 sonradan EGE TV ve WORDTURK TV logolarıyla uydu yayıncılığı.

Tablo 4. Yıllara Göre RTV 58'in Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar

RTV 58 RADYO TELEVİZYON İLETİŞİM SİSTEMLERİ SAN. TİC. A.Ş			
YIL	LOGO	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	LİSANS TİPİ
1993		ABDÜLVEHABİGAZİ İŞİK	KARASAL
1997		AHMET YİĞİTSOY	KARASAL
2006		OSMAN YILDIRIM	KARASAL
2013		OSMAN YILDIRIM	KARASAL UYDU
2016		ADEM ERDAĞI	UYDU
2019		ADEM ERDAĞI	UYDU
2022		ADEM ERDAĞI	UYDU

Karasal yayıncılıkta Kanal 58 (Rtv 58), uydu yayıncılığında tv58 televizyonları YILTAŞ Grubun yayıncılık sektöründeki şirketleridir. Uydu kanalı olan tv58 televizyonunun satışının ardından karasal yayın yapan Kanal58'in uydu yayınına başlaması girişimler başlatılmış ve kısa sürede uydu lisansı alınmıştır. Kanal 58 televizyonu, YILTAŞ Grubun sermayesine dayanarak teknik alt yapısını ve stüdyolarını yerel bir televizyon kanalının ötesine taşımıştır. 2014 yılında reji, ana kumanda ve stüdyolar profesyonel Tv yayıncılığı (Broadcast) cihazlarıyla yenilenmiştir (Bkz. Görsel 9). Ayrıca Sivas'ta ilk defa UP-LİNK kullanan SNG araç yine Kanal 58 döneminde faaliyet göstermeye başlamıştır.

MÜŞTERİ BİLGİLERİ

İLGİLİ : Kanal 58 - Sendar TAMGAÇ
KONU : Tv Ekipman
TARİH : 25.06.2014
Teklif No: T009-v4
Tel:

Hazırlayan : Fatih İĞDE
Tel: 0216 576 94 85
Faks: 0216 576 94 88
Gsm: 0532 567 64 63
fatih.igde@avsistek.com.tr



FIYAT TEKLİFİ

Video Switcher

Sıra No	Marka	Model	Açıklama	Fiyat (€)	Adet	Toplam (€)
1	Sony	MVS-3000A	Multi format Switcher	€ 19.318,00	1	€ 19.318,00
2	Sony	ICP-3000	2M/E Control Panel	€ 16.330,00	1	€ 16.330,00
3	Elo	1529L	Touchscreen monitor (third party supply) or PC Monitor (DVI I/P)	€ 900,00	1	€ 900,00

Magicsoft CG HD

4	Magicsoft	MULTILAYER CG	HD Karakter Jeneratörü sistem	€ 7.000,00	1	€ 7.000,00
---	-----------	---------------	-------------------------------	------------	---	------------

AIRBOX Playout HD

5	Playbox	AIRBOX	HD Playout sistem	€ 9.000,00	1	€ 9.000,00
---	---------	--------	-------------------	------------	---	------------

Ingest

6	Metus	7/24 Kayıt	HD 7/24 Kayıt Sistemi	€ 2.500,00	1	€ 2.500,00
---	-------	------------	-----------------------	------------	---	------------

Dağıtım Elemanları

7	Harris	FR6822QXFE	FRAME, 2RU, ETHERNET, HTTP, FANS, ONE	€ 850,00	1	€ 850,00
8	Harris	6822-AC	Power Suplay	€ 368,00	1	€ 368,00
9	Harris	DA-DH6804+D	DUAL RECKLOCKING 3G/HD/SD/SDI DA	€ 1.010,00	4	€ 4.040,00
10	Harris	ARC6800+D	ARC6800+ WITH DUAL REAR CONNECTOR PANEL USING 10X3-PIN AUDIO	€ 210,00	4	€ 840,00

Router

11	Harris	P16X16HSA2OE	PANACEA 2RU ROUTER HD & SDI WITH ANALOG AUDIO AND ENHANCED R/P16X16HSA2OE	€ 6.020,00	1	€ 6.020,00
12	Harris	RCP-48PB	1RU CONTROL PANEL 48 PUSH BUTTONS	€ 667,00	1	€ 667,00

Konverter

13	Blackmagic	CONMASA	Analog to SDI	€ 240,00	2	€ 480,00
14	Blackmagic	CONMASA2	SDI to Analog	€ 240,00	2	€ 480,00

Ses Sistemi

15	Sennheiser	EW-135P	Telsiz El Tipi Mikrofon	€ 917,00	3	€ 2.751,00
16	Sennheiser	EW-112P	Telsiz Yaka Tipi Mikrofon	€ 917,00	2	€ 1.834,00
17	Yamaha	MCP-24 X	24 Kanal Ses Mikseri	€ 1.061,00	1	€ 1.061,00
18	Akg	C411PP	Kablolu Yaka Mikrofonu	€ 240,00	3	€ 720,00
19	JBL	PRX715M/230	Power Monitor	€ 1.561,00	2	€ 3.122,00
20	Shure	SM57-LCE	Cardioid Dynamic	€ 147,00	5	€ 735,00
21	Shure	SM58-LCE	Cardioid Dynamic	€ 147,00	5	€ 735,00

Storage

22	Magnetar	MR-S316S	48Tb SAS External Storage 3U 16Bay	€ 6.800,00	1	€ 6.800,00
----	----------	----------	------------------------------------	------------	---	------------

SNG Video Switcher

23	Fora	XT100	Video Switcher	€ 9.000,00	1	€ 9.000,00
24	Sony	LMD1510W/HDSI	15inch Professional LCD monitor	€ 1.350,00	1	€ 1.350,00

TEKLİF KOŞULLARI

Fiyat teklifimiz EURO (€) Cinsinden Türkiye teslimi verilmiştir.
Ödeme Koşulları : Siparişle Birlikte Peşin

KDV Hariç Toplam Tutar (€)	€ 96.901,00
KDV Hariç İndirimli Toplam Tutar (€)	€ 73.150,00
KDV Dahil İndirimli Toplam Tutar (€)	€ 86.317,00

Avsistek Ses Görüntü Sistem Teknolojileri ve İnşaat San. Tic Ltd. Şti.
Prof.Dr. Ali Nihat Tarlan Cad. Ertaş Sk. No:1 Kat:1 D:2 İçerenköy - Ataşehir / İstanbul
Tel: 0216 576 94 85 - Faks: 0216 576 94 88 - www.avsistek.com.tr - avsistek@avsistek.com.tr

Görsel 9. Sistem Fiyat Teklifi



Görsel 10. Kanal 58 Ana Kumanda Odası

	FİRMANIN İSİMİ: TSK-20.02.2009/09	SAYFA: 1	1 / 1
TÜRKİST GEÇİCİ KULLANIM TALEP FORMU			
TALEP SAHİHİ			
ŞİRKET VE/VEYA KANAL ADI	RTV 58 RADYO TELEVİZYON VE İC. A.Ş. (KANAL 58) SİVAS		
ADRES	ATAATÜRK CADDESİ AKER İŞ MERKEZİ KAT : 4 SIVAS		
TEL / FAX	0346 224 63 66 / 0346 224 63 67		
UPLINK MERKEZİ			
YETKİLİ PERSONELİN ADI SOYAD ÜNVANI	İSPHARDI TAMGAÇ / İP Uplink		
ADRES	ATAATÜRK CADDESİ AKER İŞ MERKEZİ KAT : 4 SIVAS		
İRTİBAT NUMARALARI: TEL / GSM / FAX	0346 224 63 66 / 341 201 60 98 / 346 224 63 67		
TALEP DETAYLARI			
TALEP EDİLEN ÜYDÜ	TÜRKİST 3A ☐ X	TÜRKİST 1A ☐	FARKETMEZ ☐
YATIRIN İÇİRGİSİ			
BANT KANALI	Ku-Band ☐ X	FSS (Ext. Ku Band) ☐	
KAPISMA BÖLGESİ	TÜRKİYE ☐ X	DOĞU ☐	BATI ☐
ÜYER İSTATİSYON KODU			
TARİH	YAYIN BAŞLANGICI	YAYIN BİTİŞİ	BAND GENİŞLİĞİ
06.07.2013	12.00	17.00	3 MHz
			D/L POLARİZASYON
			DOWNLINK POL. YATAY
BAŞVURULACAK BİZİMLER			
PAZARLAMA & PLANAMA: TEl : (312) 583 20 00 Faks: (312) 472 96 92 e-mail: galeci@turkist.com.tr Adres: TÜRKİST A.Ş. Geliştirme Cad. No: 31, Beşiktaş ANKARA ÜYDÜ KOMUNİKASYON GÖZLEM MERKEZİ: Tel: (312) 615 30 88 Faks: (312) 615 31 31 e-mail: urkoc@turkist.com.tr Adres: TÜRKİST A.Ş. Konya Yolu 40. Km. Gölbaşı/ANKARA			
İLETİŞİM BİLGİLERİ			
AÇIKLAMALAR	s.tampac@gmail.com		
İMLAKASE			
ŞİRKET YETKİLİSİ ADI SOYAD ÜNVANI	TARİHİ		
Serdar TAMGAÇ / Teknik Müdür	06.07.2013		

		GEÇİCİ KULLANIM İÇİN FREKANS TAHSİS FORMU		2013-07-06
TALEP BİLGİLERİ				
Yüdü	TURKSAT-3A			
Firma	RTV RADYO TELEVİZYON İLETİŞİM SİSTEMLERİ SANAYİ TİCARET A.Ş. (KANAL 58)			
Talep Sekili	Tax	2013-07-06 11:45		
Açıklama				
TAHSİS BİLGİLERİ				
Yüdü		TURKSAT-3A		
Transponder	Çıkış	İniş	BW SR FFC RF	Bayanlık
TSA 19	14212 DIKEYİ(Doğu)	11662 YATAYİ(Doğu)	3 2222 56	12:00
		12:00		17:00
DÜZENLEYEN				
Nezvac Özen				
SARTIRILAR KURALLAR				
1. Genel olarak bu frekans tahsis formu, "Talep ve Tahsis Kuralları" ile "Sartirilar ve Kurallar" ile birlikte kullanılmak üzere hazırlanmıştır.				
2. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC (90-32435 NÖ) ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				
3. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				
4. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				
5. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				
6. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				
7. Tahsis ve tahsis kuralları, TSK ve SMC'nin ekinde bulunan diğer kurallara göre düzenlenmiştir.				

Görsel 11. TÜRKSAT ile yapılan SNG, UP-LINK kapasite talep yazışmaları



Görsel 12. Naklen Yayın Aracı İçeriden Görünüm

3.4.4. TV 58

Yıltaş Grup bünyesinde karasal yayıncılık faaliyeti gösteren KANAL 58, özellikle şehir dışı ve yurt dışındaki Sivaslılardan olumlu tepkiler alınca uydu yayıncılığı için girişimlerde bulunmuştur. KANAL 58'e yasa gereği uydu lisansı alınamadığı için yeni bir şirkete ihtiyaç duyulmuştur. 15 Ağustos 2006 tarihinde uydu lisansı almak üzere “Dört Eylül Anadolu Televizyon Yayıncılık AŞ”, Yıltaş Grup bünyesinde kurulmuştur. Şirketin yasal sahipleri Osman Yıldırım, Zübeyde Çiçek, Ahat Toy, Hülya Yıldırım, Şükrü Çelikten ve İsmail Hatunoğlu'dan oluşmaktadır (Ticaret Sicil Gazetesi, 15 Ağustos 2006). Ekonomik sahip Osman Yıldırım'dır. Uydu üzerinden yayın yapacak yeni kanalın ismi tv58 olarak belirlenmiştir (Bkz. Görsel 13). Sivas'ın uydu üzerinden yayın yapan ilk televizyon kanalıdır. KANAL58 ve TV58 televizyonlarının içeriği ve ekranı aynı ancak farklı şirket olduğu için logoları farklı kullanılmıştır. “KANAL 58” logosuyla, Sivas Merkeze karasal yayın, “TV 58” logosuyla uydu üzerinden Türkiye ve Avrupa'ya yayın yapmaya başlamıştır. Görsel 14'deki Ticaret Sicil Gazetesi kayıtlarına göre, 14 Kasım 2012 tarihinde Sivas dışında faaliyet gösteren başka bir gruba devredilerek logosu değiştirilmiştir. Zaman içerisinde Dört Eylül Yayıncılık Anonim Şirketi, sahipleri tarafından kapatılmıştır.



Görsel 13. 22 Mayıs 2007 Tarihli Test Yayını

Dörtüylül Anadolu Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi 2012 Yılı Olağanüstü Genel Kurul Toplantı Tutanağı

Dörtüylül Anadolu Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi'nin 2012 Yılı Olağanüstü Genel Kurulu, 23.10.2012 tarihinde Saat: 10.00'de Atatürk Cad. Akar İşhanı Kat:5 Sivas Adresinde, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 19.10.2012 Tarih ve 3622 Sayılı yazılan ile görevlendirilen Bakanlık Temsilcisi Fikri Demirel gözetiminde yapılmıştır.

Toplantının T.T.K.nunun 416.Maddesine istinaden ilansız olarak bütün hissedarların asaleten ve vekaleten katılımı ile yapılacağı tespit edildi. Yapılan incelemede şirketin 1.500.000,00- TL'lik sermayesine tekabül eden 3.000-Adet hissedar 1.050 Adet hissenin asaleten 1.950 adet hissenin vekaleten olmak üzere toplam 3.000- Adet hissenin toplantıda hazır bulunduğu, böylece kanunen gerekli nisabın temin edildiği tespit edildi.

Şirket Yönetim Kurulu Şirket Merkezinde toplanarak aşağıdaki hususlarda kararlar almışlardır.

1- Şirketimiz 2012 Yılı Olağanüstü Genel Kurul Toplantısını 23.10.2012 tarihinde yapmış olup, Genel Kurul sonrası yeni yönetim ve vazife taksiminin aşağıdaki şekilde oluşmasına;

1- Yönetim Kurulu Başkanı : Durdu Özboilat

2- Yönetim Kurulu İl.Başkanı : Turan Özkan

3- Yönetim Kurulu Üye : Hacı Osman Yıldırım

2- Şirketimizin işlemlerini yürütmek üzere 31565145202 T.C. Kimlik numaralı Akpınar Mahallesi Ahmet Yesevi Caddesi Naz Apartmanı 71/24 Çankaya Ankara adresinde ikamet etmekte olan Ünal Özboilat'ın şirketimize Genel Müdür olarak atanmasına;

3- Anasözleşmede yazılı olan bütün konularda 23.10.2015 tarihine kadar münferiden şirketimizi temsile ilzama ahzu kabze Ünal Özboilat'ın yetkili kılınmasına;

Madde 4- Şirket Ana Sözleşmesinin 7 ve 8.maddesinin Tadilatı: Şirket ana sözleşmesinin 7 ve 8.maddesinin eski ve yeni şekli genel kurula okundu. Yeni şekli oy birliğiyle kabul edildi.

Madde 5 - Yönetim ve Denetim Kurullarının 3(üç) yıl için yeniden tespiti. Yapılan açık oylama sonucu Arif Nihat Asya Sokak No: 17 Oran Çankaya Ankara adresinde ikamet eden 31730139760 T.C. numaralı Durdu Özboilat,

Madde 6 - Verilen teklif üzerine şirketin Genel Kurulda yeni ortaklık yapısının görüşülmesi istendi.Yapılan Hisse devirleri sonucu yeni ortaklık yapısı aşağıdaki şekilde oluşmuştur;

1- Durdu Özboilat 1.950 Hisse 975.000,00-TL

2- İlaci Osman Yıldırım 1,050 Hisse 525.000,00-TL

Madde 7 - Dilek ve Temenniler; Dilek ve Temennilerde Söz alan hissedar olmadı.

Madde 8- Kapanış; Gündemde görüşülecek başka madde olmadığından Divan Başkanı tarafından Saat: 11:30'da Genel Kurul toplantısına son verildi. Alınan kararlara ve Yapılan Genel Kurul Toplantısına itiraz eden hissedar olmamıştır. İş bu Tutanak Mahallinde tanzim edilerek yüksek sesle okunup müstereken imza edildi. 23.08.2012 Saat: 11:30- Sivas

Bakanlık Temsilcisi
Fikri Demirel imza
Genel Kurul Divan Başkanı
İlaci Osman Yıldırım imza
Katip Üye
Turan Özkan imza
Oy Toplayıcı
Ünal Akkaya imza

Karar Tarihi : 23.10.2012
Karar No : 30
Kararın Nevi : Vazife Taksimi
Toplantıya Katılanlar : İlaci Osman Yıldırım - Durdu Özboilat - Turan Özkan

Oy Birliği ile karar verilmiştir.
Yönetim Kurulu Başkanı
Durdu Özboilat imza
Yönetim Kurulu İl.Başkanı
Turan Özkan imza
Yönetim Kurulu Üye
Hacı Osman Yıldırım imza

Dörtüylül Anadolu Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi Ana Sözleşmesi'nin 7 Ve 8. Maddesine Ait Tadilat Sözleşmesi

**Eski Şekli
Yönetim Kurulu Ve Süresi
Madde 7**

Şirketin işleri ve idaresi Genel Kurul tarafından Türk Ticaret Kanunu hükümlerine uygun olarak hissedarlar arasından seçilecek en az 3 üyeden oluşan bir Yönetim Kurulu tarafından yürütülür. Yönetim Kurulu Üyeleri en çok 3

(üç) yıl için seçilirler. Seçim süresi sona eren Yönetim Kurulu Üyeleri yeniden seçilebilirler. Genel Kurul, İhtizam görürse Yönetim Kurulu Üyelerini her zaman değiştirebilir.

Görsel 14. 14 Kasım 2012 Tarihli Resmî Gazetenin İlgili Kısım

Tablo 5. Yıllara Göre tv58'in Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar

DÖRT EYLÜL ANADOLU YAYINCILIK A.Ş.			
YIL	LOGO	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	LİSANS TİPİ
2006		OSMAN YILDIRIM	UYDU
2007		OSMAN YILDIRIM	UYDU
2013		OSMAN YILDIRIM	UYDU
2013	UMUT TV	DURDU ÖZBOLAT	UYDU
2013		DURDU ÖZBOLAT	UYDU
2015		DURDU ÖZBOLAT	UYDU

Sivas'taki diğer yerel kanallara oranla TV58, içerik ve program yönünden zengindir. Görsel 15'te sunulan haftalık yayın planına göre; yirmi adet haber bülteni, on yedi adet canlı program yayını ve üç adet içyapım paket program görülmektedir.

19 - 23 EYLÜL 2011 TARİHLERİ ARASI HAFTA İÇİ YAYIN AKIŞI

	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
09.00	HABERLER	HABERLER	HABERLER	HABERLER	HABERLER
09.30	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
09.45	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ
10.00	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)
10.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
11.00	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)	GÜNEBAKAN HAKAN (CANLI)
11.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
12.00	SİVASLI USTALAR	SİVASLI USTALAR	SİVASLI USTALAR	SİVASLI USTALAR	SİVASLI USTALAR
12.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
13.00	HABERLER	HABERLER	HABERLER	HABERLER	HABERLER
13.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
14.00	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)
14.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
15.00	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)	BİZ BİZE (CANLI)
15.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
16.00	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI
16.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
17.00	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI	PROGRAM TEKRARI
17.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
18.00	DOLGU	DOLGU	DOLGU	DOLGU	DOLGU
18.45	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ
19.00	SİYASET ÜÇGENİ (Yeni Bölüm)	SAĞLIK AKTÜEL (Canlı)	BENİM HİKAYEM (Yeni Bölüm)	HUZURA YOLCULUK (Canlı)	BİZİM KÖYLERİMİZ (Yeni Bölüm)
19.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
20.00	ANA HABER	ANA HABER	ANA HABER	ANA HABER	ANA HABER
20.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
21.00	SPORAKTİF (Canlı)	CEMAL ÖZCAN'LA TÜRKÜ KERVANI (Canlı)	FASLI MUHABBET (Canlı)	ŞEHRE DAİR HOŞBEŞ (Canlı)	BAY SHOW (İst. Std. Canlı)
21.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
22.00	SPORAKTİF (Canlı)	CEMAL ÖZCAN'LA TÜRKÜ KERVANI (Canlı)	FASLI MUHABBET (Canlı)	ŞEHRE DAİR HOŞBEŞ (Canlı)	BAY SHOW (İst. Std. Canlı)
22.45	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR	REKLAMLAR
23.00	GECE BÜLTENİ	GECE BÜLTENİ	GECE BÜLTENİ	GECE BÜLTENİ	GECE BÜLTENİ
23.45	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ	TELE-ALİŞVERİŞ
00.00	GECE YAYINI	GECE YAYINI	GECE YAYINI	GECE YAYINI	GECE YAYINI

15.09.2011

* AKIŞ PLANINADA DEĞİŞİKLİK YAPILMAMALI

* CANLI YAYINLAR TAM SAATİNDE BAŞLAMALI VE SAATİNDE BİTMELİ

* REKLAM VE TELE-ALİŞVERİŞ YAYINLARI TAM SAATİNDE YAYINLANMALI

tv 58 DÖRT EYLÜL ANADOLU
TELEVİZYON YAYINCILIK A.Ş.
Atatürk Caddesi Akmer İşhanı Kat:4 SİVAS
Tel:+90 346 224 63 67 Fax:+90 346 224 63 66
Kale V.D. 3 9 3 0 2 4 0 0 0

3.4.5. 4 Eylül Televizyonu (4 EYLÜL)

Onat Medya Radyo ve Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi bünyesinde başka bir şehirde ve farklı bir logoyla yayın yapan televizyon kanalı, 2014 yılında Sivas Eski Belediye Başkanı Doğan Ürgüp’ünde aralarında bulunduğu bir grup Sivaslı iş insanı tarafından satın alınmıştır. “4 EYLÜL” logosunu kullanan kanal, 2014 yılı aralık ayında test yayınlarına başlamış ve 1 Şubat 2015 tarihinde programlı ve düzenli yayınlara başlamıştır. 4 Eylül TV, ekonomik nedenlerden dolayı 28 Ekim 2016 tarihinde ekranlara veda etmiştir.

Tablo 6. Yıllara Göre 4 Eylül TV’nin Sahiplik Yapısı ve Kullandığı Logolar

ONAT MEDYA RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIK AŞ			
YIL	LOGO	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	LİSANSTİPİ
2014		ERSOY YILDIRIM	UYDU
2015		ERSOY YILDIRIM	UYDU



Görsel 16. 4 Eylül Tv Ana Kumanda Odası

1990'lı yıllarda kontrolsüzce çoğalan özel radyo ve televizyonların sayısı günden güne artmıştır. 3984 sayılı kanunla özel radyo ve televizyonlara çeşitli yaptırımlar uygulanarak düzenlemeler getirilmiştir. Özel ve kamusal radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemek maksadıyla, özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde kurulan RTÜK, Sivas'ta bir radyo kanalı ve iki televizyon kanalını yasal şartları yerine getiremediği gerekçesiyle kapatmıştır. Kapatılan televizyon kanalları "Bayrak TV" ve "4 Eylül TV" dir. Kapatılan radyo istasyonu ise Bayrak televizyonuna ait "Bayrak FM"dir.

3.5. Sivas Merkezli Kurulan Radyo Kanalları

Özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasıyla birlikte Sivas'ta da birçok yerel radyo istasyonu kurulmuştur. Radyo yayıncılığı, teknolojik olarak televizyona göre daha basit olduğu için daha az maliyet gerekmektedir. 1990'lı yılların başında bir verici ve bir kasetçalara sahip olan herkes radyo yayını yapmaya başlamıştır. Bu durum ülke genelinde olduğu gibi Sivas'ta da büyük bir sorun teşkil etmektedir. Frekans ve kanal tahsisleri yapılmadan başlayan bu korsan yayınlar, sınırlı sayıdaki frekans bantlarını da olumsuz etkilemektedir. Özellikle vericilerde filtre takılı olmaması frekans karmaşasının yaşanmasına sebep olmuştur. Radyo yayınları, başta uçak seferleri olmak üzere ülkenin hava, kara ve deniz haberleşmesini ayrıca askeri ve resmi haberleşme sistemini olumsuz etkilemeye başlamıştır. 3984 sayılı kanunla özel radyo ve televizyonlara düzenlemeler getirilmiş ve kontrol altına alınmaya çalışılmıştır.

Sivas'ta yayına başlayan ilk özel radyo istasyonu Sivas FM logosuyla kurulmuştur. Kurulduğu günden bugüne Sivas FM ismi değişmemiş ve çizgisini hiç bozmadan istikrarlı bir şekilde yayın hayatına devam etmektedir. Sivas FM'in 2019 yılında sahiplik yapısında değişikliğe gidilmiştir. Bu değişiklikte birlikte, arabesk ve fantezi müziklerle oluşturulan yayın akışı, tasavvuf ve ilahi olarak değiştirilmiştir.

Sivas'ın diğer bir önemli olan radyo istasyonu "Radyo 4" 1994 yılında "Sivas Dost Kanal Yayıncılık Anonim Şirketi" bünyesinde kurulmuştur. Günümüzde Yönetim Kurulu Başkanlığı Kıymet Tamgaç tarafından yürütülmektedir. Sivas Dost Kanal AŞ.'nin sahiplik yapısında birçok kez değişiklikler yaşanmıştır. Dost Kanal,

Görsel 17’de Sivas Dost Kanal Yayıncılık AŞ’nin 2008 yılı Nisan ayına ait Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tahakkuk bildirimi görülmektedir. Radyo dinleme oranlarının günümüze kıyasla daha yüksek olduğu yıllarda Radyo 4, Sosyal Güvenlik Kurumuna çalışan sayısını on kişi olarak bildirmiştir. Radyo dinleme oranlarının düşmesi, sosyal ağların gelişme göstermesi radyoya olan ilginin azalmasına dolayısıyla da reklam gelirlerinin azalmasına yol açmıştır. Günümüzde yerel radyolarda çalışan sayı bir ya da birkaç kişiyi geçmemektedir.

Görsel 17. Sivas Dost Kanal AŞ'nin 2008 yılı SGK Tahakkuk Bildirimi

Bugün itibariyle; Sivas FM, Radyo 4, Hilal FM, Radyo Bora, Radyo Jest, Radyo Arkadaş, Radyo 58, Radyo Güneş ve Cumhuriyet Üniversitesi Radyosu olmak üzere dokuz radyo kanalı Sivas'ta yayın hayatına devam etmektedir. Cumhuriyet Üniversitesi Radyosu, 2015 yılında TRT ile yapılan protokol gereği Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde yayın hayatına başlamıştır. Sivas FM, Radyo Hilal ve Cumhuriyet Üniversitesi Radyosu haricinde kalan, radyoların tamamının hem ekonomik sahipliği hem de yasal sahipliği birçok defa değişmiştir. Bu değişimlere neden olarak, yerel medyada kârın düşük olması, eskiye nazaran yerel radyolara ilginin azalması, yasal sahiplikte yaşanan yasal engeller örnek olarak gösterilebilmektedir. Günümüz itibariyle Sivas'ta holding ya da büyük bir sermaye grubuna bağlı olan radyo istasyonu bulunmamaktadır. Yerel radyolar, sadece reklam gelirleri ya da sahiplerinin desteğiyle varlığını sürdürebilmektedir.

3.6. Sivas Medyasında Yoğunlaşma Örnekleri

Medya endüstrilerindeki bütünleşme ve medya evlilikleriyle başlayan yoğunlaşmalar, tekelleşmeyi ortaya çıkararak medyadaki girişimci sayısının azalmasına yol açmıştır. Thompson'un yoğunlaşma olarak belirttiği eğilim kendi içerisinde “Yatay Bütünleşme” ve “Dikey bütünleşme”, “Çeşitlenme” ya da “Çapraz bütünleşme” ve “Uluslararasılaşma” olarak üçe ayrılmaktadır (Adaklı 2006: 35-36).

Yatay Bütünleşme; Medya sektöründe en yaygın olarak görülen bütünleşme biçimidir. Belirli bir alt sektörde benzer üretim yapan kuruluşların, bir yapıda toplanması, yatay bütünleşmeyi teşkil etmektedir.

Dikey Bütünleşme: Bir kuruluş, ürünün üretim zincirindeki bütün aşamalarını başka bir ifadeyle, ürünün temel üretimden başlayıp tüketiciye ulaşması için sağlanan üretim zincirinin her aşamasını kontrol etmeyi amaçlayan bir sistem kurmuşsa dikey bütünleşme gerçekleşmektedir.

Çeşitlenme ya da Çapraz Bütünleşme: farklı alanlarda faaliyetlerini yürüten kuruluşların aynı çatı altında bütünleşmesidir.

3.6.1. SRT, Yimpaş, Dost Kanal ve Gazete Sivas Yoğunlaşması

Halka açık hisseleri olan Yimpaş grubuna, yurt dışında yaşayan Sivaslılar, büyük bir sermaye kaynağı oluşturmuştur. Ayrıca Yozgat'a komşu il olması

nedeniyle Sivas, Yimpaş Holding için iyi bir yatırım ve cazibe merkezi olmaktadır. Gıda, mağazacılık, tekstil, inşaat, otomotiv, akaryakıt sektörlerinde faaliyet gösteren Yimpaş Holding, halka açık şirketlerine yatırımcı çekebilmek, Sivas'ta açmış olduğu mağazaların reklamını yapabilmek ve hoşla giden imajlarını haber yaptırmak için medyaya ihtiyaç duymuştur. Bu nedenle, Sivas Radyo Televizyonu'nu Holding bünyesine katmıştır. Birçok farklı sektörde faaliyet gösteren holding, 1999 yılında medya kuruluşu olan SRT ile çapraz bütünleşmeyi gerçekleştirmiştir.

SRT'nin Yimpaş Holding'de olduğu bu ara dönemde, eski ortaklar medya faaliyetlerini sürdürebilmek adına "Dost Kanal" isimli radyo kanalını satın almışlardır. Yimpaş Holding'deki yaşanan ekonomik sıkıntılar nedeniyle, eski sahipler holdingden alacaklarına karşı SRT'yi tekrardan devralmışlardır. SRT tekrar eski ekonomik sahipliğine geçmiş, "Dost Kanal" ismi "SRT FM" olarak değiştirilmiş ve böylece 2001 yılında Mega Ajans AŞ ve Sivas Dost Kanal AŞ arasında yatay bütünleşme sağlanmıştır.

Mega Ajans AŞ (SRT) 2005 yılında gazete çıkarma kararı almış ve "GAZETE SİVAS" isimli yeni bir gazete Sivas'ta yayın hayatına başlamıştır. Burada da yatay bütünleşme söz konusu olmuştur.

3.6.2. SİPAS TV, RTV58 ve FM58 Yoğunlaşması

RTV 58 Anonim Şirketi'nin, Sivas'taki diğer medya şirketlerinden ayıran en önemli özelliği hem yerel televizyon hem de yerel radyo lisansının bulunmasıdır. Şirket televizyon yayınları için "RTV58" radyo yayınları için "FM58" logolarını kullanmaktadır. RTV 58 ve FM58, 3 Mart 1997 tarihinde Sipas TV'nin de sahibi olan Cemalettin Kurt'a devredilmiştir. İş insanı Cemalettin Kurt, RTV 58, FM58, SİPAS TV ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri arasındaki çapraz bütünleşmeyi gerçekleştirmiştir. Bu bütünleşmeler sonucunda Cemalettin Kurt'un iki ayrı medya şirketi, iki farklı yerel televizyon kanalı ve yerel radyo istasyonu olmuştur.

3.6.3. RTV58, Yıltaş Grup ve TV 58 Yoğunlaşması

Dönemin Sivas Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Osman Yıldırım, 2007 yılında RTV58 Anonim Şirketini, medya patronu konumundaki Cemalettin Kurt'tan satın alarak Yıltaş Grup bünyesine dâhil etmiştir. Akaryakıt, lojistik, inşaat, inşaat

malzemeleri, ticaret ve sanayi alanında faaliyet gösteren ve on beş civarı şirketten oluşan Yılmaz Grup, RTV58 ve FM58'i bünyesine katarak çapraz bütünleşme sağlamıştır. Böylece basın dışı büyük sermaye alana giriş yapmıştır. Uydu yayıncılığı için TV58 televizyonu, Osman Yıldırım'ın sahibi olduğu Yılmaz Grup bünyesinde kurulmuştur. KANAL58 ve TV58 televizyonlarının içeriği ve ekranı aynı ancak logoları yasa gereği farklı kullanılmıştır. "KANAL 58" logosuyla, Sivas Merkeze karasal yayın, "TV 58" logosuyla uydu üzerinden Türkiye ve Avrupa'ya yayın yapmaya başlamıştır. Burada RTV58'in Yılmaz Grup ile çapraz, TV58 ile yatay olarak bütünleşmesinden söz edilebilmektedir.

3.7. 6112 Sayılı Kanun

6112 Sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun", 15 Şubat 2011 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisinde kabul edilerek 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 6112 Sayılı kanun radyo ve televizyon sektörü için dönüm noktası olmuştur.

Önce 1993'te Anayasanın 133. Maddesi değiştirilmiş daha sonra 1994 yılında 3984 Sayılı Yasanın yürürlüğe girmesiyle Türkiye'de özel yayıncılık yasal bir zemine kavuşmuştur. 3984 sayılı yasa, sektör temsilcilerinin görüşüne başvurulmadan başka ülkelerin yayıncılık yasalarının Türkçeleştirilmesiyle hazırlanmıştır. Yasa artık medya sektörünün sorunlarına cevap veremez hale gelmiş ve Anayasa Mahkemesinin verdiği iptal kararlarıyla uygulanamaz hale gelmiştir. Sorunların başında özel radyo ve televizyonlara karasal yayın lisansının verilmemesi, frekans kirliliği, lisans süresinin 5 yıl ile sınırlı olması, ticari iletişim gelirlerinden brüt yüzde 5 RTÜK katkı payı alınması gelmektedir.

6112 sayılı yasa, Avrupa Birliğinin görsel ve işitsel medya hizmetleri yönergesi çerçevesinde dünyada ve Türkiye'deki gelişmelere paralel olarak Avrupa standartlarında hazırlanmıştır. 3984 sayılı yasa yürürlükten kaldırılarak 6112 sayılı yasayla Türkiye'deki radyo ve televizyon sektöründe yeni bir dönem başlamıştır. Yasayla radyo ve televizyon yayıncılığında rekabetin artırılması, uluslararası standartları taşıması ve sayısal yayıncılığın önü açılmıştır. Yasanın getirdiği diğer bir husus ise frekans karmaşasının çözümü noktasında karasal sayısal geçiş için takvim

öngörülmesidir. Radyo ve televizyon kuruluşlarının tanımlanmasında kullanılan yayıncı kavramı yerini medya hizmet sağlayıcı olarak almıştır. Platform işletmeciliği, alt yapı işletmeciliği gibi yeni kavramlarda 6112 sayılı yasada belirtilmiştir. Radyo ve televizyonların en önemli gelir kaynağı olan reklamların yayınlanış biçimine de düzenleme getirilmiştir. Bu sayede reklam yerleştirme sıklığı serbest hale getirilmiş ve ürün yerleştirme düzenlemesi de yasaya eklenmiştir. Brüt reklam gelirlerinden alınan reklam payı yüzde beşten yüzde üçe çekilmiştir. Ayrıca lisans süreleri de beş yıldan on yıla çıkartılmıştır (RTÜK 2021).

Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşların, Kuruluş ve hisse oranlarının belirlendiği 19. Maddenin birinci bendinde öne çıkan başlıklar şu şekildedir;

a) Yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın lisansının verilmesinden sonra da ana sözleşmelerine bu maddedeki esaslara aykırı hükümler koyamazlar. Ana sözleşme değişiklikleri bir ay içinde Üst Kurula bildirilir.

b) Siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, vakıflar, mahallî idareler ve bunlar tarafından kurulan veya bunların doğrudan veya dolaylı ortak oldukları şirketler ile sermaye piyasası kurumları ve bunlara doğrudan veya dolaylı ortak olan gerçek ve tüzel kişilere yayın lisansı verilemez. Bu kuruluşlar, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara doğrudan veya dolaylı ortak olamaz.

Yasayla gelen önemli bir değişiklik ise medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ortaklık yapılarının yeniden düzenlenmesidir. İthalat ihracat pazarlama ve finans kuruluşlarının özel radyo ve televizyon kanallarına ortak olabilme hakkı tanınmıştır.

d- Bir gerçek veya tüzel kişi doğrudan veya dolaylı olarak en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ortak olabilir. Ancak, birden çok medya hizmet sağlayıcıya ortaklıkta bir gerçek veya tüzel kişinin doğrudan veya dolaylı hisse sahibi olduğu medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yıllık toplam ticarî iletişim geliri, sektörün toplam ticarî iletişim gelirinin yüzde otuzunu geçemez. Toplam ticarî iletişim geliri bu oranı aşan gerçek veya tüzel kişiler, Üst Kurul tarafından verilen doksan günlük süre içinde bu oranın altına inecek şekilde medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardaki hisselerini devreder.

Bu ifadeyle sektörde tekelleşmenin önüne geçilerek rekabet ortamı ve çoğulcu bir yapı oluşturulmak istenmiştir. Bir gerçek veya tüzel kişi en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya kuruluşunda sermayedar olabilmektedir. Kablo ve uydu yayıncılığı için herhangi bir sınırlama söz konusu değildir. Yasaya uyum sağlamak adına aynı sermayede kümelenen karasal radyo ve televizyon kanalları satışa çıkarılmıştır (<https://www.haberturk.com> 2022).

f) Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan toplam yabancı sermaye payı, ödenmiş sermayenin yüzde ellisini geçemez. Yabancı bir gerçek veya tüzel kişi en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan ortak olabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ortağı olan şirketlere yabancı gerçek veya tüzel kişilerin iştirak ederek yayın kuruluşlarına dolaylı ortak olmaları hâlinde, yayıncı kuruluşların yönetim kurulu başkanı, başkan vekili ile yönetim kurulu çoğunluğu ve genel müdürünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması ve ayrıca yayıncı kuruluş genel kurullarında oy çoğunluğunun Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetini haiz gerçek veya tüzel kişilerde bulunması zorunludur. Şirket ana sözleşmelerinde bu hususları sağlayan düzenlemeler açıkça belirtilir.

Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda toplam yabancı sermaye payı, ödenmiş sermayenin yüzde 25'ini geçemez ibaresi yüzde 50'ye çıkartılmıştır. Medyaya yeni yabancı yatırımcıların girmesiyle Türk medyasındaki sahiplik yapısı da düzenlenen yasaya göre şekillenmiştir. Yasayla, yabancı bir gerçek veya tüzel kişiliği en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşta ortak olabilmektedir. Yönetim kurulu başkanı, vekili, yönetim kurulunun çoğunluğu ve genel müdür kadrosunda bulunan kişilerin Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması zorunluluğu getirilmiştir.

Özet olarak 6112 Sayılı Yasayla gelen düzenlemeler şunlardır:

- Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilmektedir
- Türkçe dışındaki diğer dillerle yayınlar yapılması serbestleştirilmiştir
- Koruyucu sembol uygulaması yürürlüğe girmiştir
- Bir şirket veya şahıs, medya hizmet sağlayıcıların yıllık toplam ticari iletişim geliri sektörün yüzde otuzunu geçmediği takdirde en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcı kuruluşta ortak olabilmektedir

- Yabancı sermaye sınırı, ödenmiş sermaye miktarının yüzde ellisini geçemez. Yönetim Kurulu başkanının ve Genel Müdürünün Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşı olması zorunlu hale getirilmiştir
- Teknolojide yaşanan gelişmelere bağlı olarak televizyon yayıncılığında kullanılan yeni kavramlar eklenmiştir
- Yayın lisanslarının kullanım süreleri beş yıldan on yıla yükseltilmiştir
- 8 Aralık 2006 tarihinde uygulanmaya başlayan izleyici temsilciliği, 6112 sayılı kanun ile yasal zemine kavuşturulmuştur.
- Medya okuryazarlığı kavramına yer almıştır
- Reklam uygulamalarında değişikliğe gidilmiştir
- Yayın içeriklerinin denetimi RTÜK uzmanları, gelen şikâyetler üzerinden izleyici denetimi ve özdenetim mekanizması olan izleyici temsilciliği tarafından gerçekleştirilmektedir.

RTÜK, yayın lisansını Türk Ticaret Kanunu'nda belirtilen şartlarla kurulmuş olan anonim şirketlere vermektedir. Aynı şirket bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilmektedir. Türk Ticaret Kanunu'na göre anonim şirketlerin en az beş kişi tarafından kurulabilme şartı, yeni ticaret kanunun yürürlüğe girmesiyle anonim şirketlerin tek kişiye devredilmesi ve kurulabilmesi mümkün kılınmıştır. Bu durum en çok anonim şirket statüsünde olan yerel radyo ve televizyon yayıncılarını olumlu yönde etkilemektedir. Ortak sayısının en az beş kişi olması, ortaklar arasında hısımlık ve kan bağıının bulunmaması şartları ekonomik sahibi, yasal sahiplik arayışına sevk etmekteydi. Yapılan düzenlemeyle medya hizmet sağlayıcı kuruluşun ekonomik sahibi aynı zaman da tek başına yasal sahibi konumuna geçmiştir.

3.8. Yerel Radyo ve Televizyonların Politik Anlamda Güçleri

Medya ve siyaset arasındaki karşılıklı ilişki, çoğu zaman önemli tartışmalar arasında kendine yer bulmuştur. Siyaseti oluşturan tüm bileşenler, toplumu etkileme ve kamuoyu desteği için medyaya ihtiyaç duymaktadır. Bu durum, siyasetin medyayı güç haline getirmesini ortaya çıkarmıştır.

Siyasal kampanyaların yerel radyo ve televizyonlar üzerinden yapılması, medyanın bireylerin tercihlerini ve tutumlarını etkileyebilmektedir. Birçok araştırmacı medyayı dördüncü güç olarak adlandırmakta ve bu güç gündem belirleme, gündem ortaya koyma vb. birçok iletişim kuramıyla açıklanmaya çalışılmaktadır. Medyanın gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma gücü çoğu düşünür tarafından eleştirilmektedir. Buna karşın medyanın gücünün yadsınamayacak bir şey olduğunu düşünen siyasal iletişimciler ve reklamcılar yürüttükleri siyasal kampanyalarda medyanın gücünü kullanmayı da tercih etmektedir (Taydaş 2018: 22).

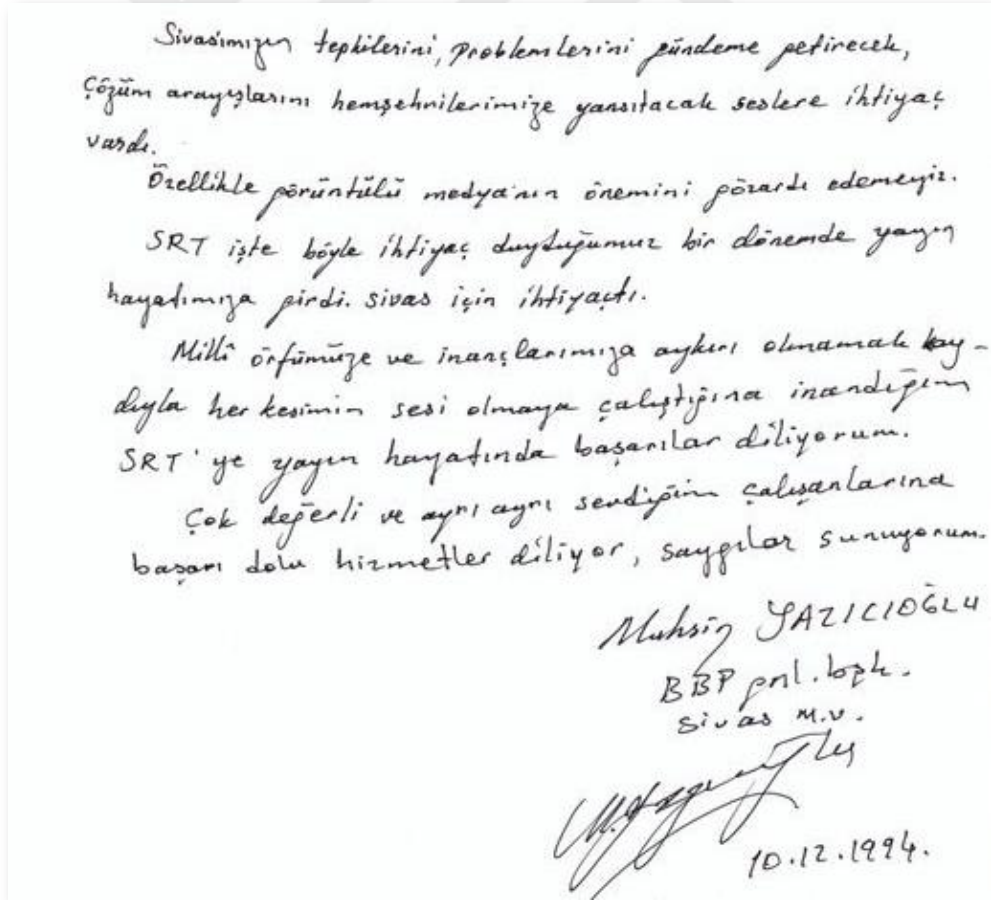
Sivas'taki yerel radyo ve televizyon kanalları başlangıç itibariyle herhangi bir ideoloji veya siyasi yelpazeye dâhil olmayı tercih etmemiştir. Aynı zamanda bir ticari kuruluş olan yerel radyo ve televizyon kanallarının yayın hayatının kalıcı olması için ekonomik olarak güçlü olması gerekmektedir. Seçim dönmelerinde özellikle de yerel seçimlerde yerel medya daha çok tercih edilmekte ve ekonomik olarak desteklenmektedir.

Sivas'taki çoğu yerel radyo ve televizyon kanalı, yayıncılığı ticaretin önüne koymayı tercih etmiştir. Bunun başlıca üç sebebi vardır. Birincisi; Sivas nüfuzu büyük olsa da nüfus bakımından çok büyük değildir yani Sivas'ta yaşayan herkes bir şekilde birbirine temas etme imkânına sahiptir. Daha da önemlisi yerel kanallar objektif yayıncılık düşüncesiyle izleyicisine kendi kanıtlamak ve kabul ettirmek istemektedir. İkincisi; özel yayıncılığın başladığı dönmelerde, yayıncılık bu kadar kamplaşmamış ve saflara ayrılmamıştır. Döneminde bakılacak tek örnek TRT Kurumudur orada da mümkün mertebe tarafsızlık esastır. Şirket ortaklarının ve çalışanlarının elbette bir siyasi görüşü vardır. Ancak siyasi görüş ön plana çıkarılarak yayın politikası izlenmemiştir. Üçüncü neden ise güçlü bir siyasal hareketin olmayışı. Siyaset bakımından Sivas'ta çok seslilik hâkimdir. Koalisyon hükümetleriyle iktidar sürekli olarak el değiştirmektedir. Hiçbir siyasal hareket tek başına Sivas ölçeğinde bir televizyon kanalına destek olamazdı.

Yerel radyo ve televizyon kanallarına birçok ünlü siyasetçi katılmış ve yereldeki adaylarına destek istemiştir. Genel başkanlarının yetişemediği seçim bölgelerinde, halkın ilgi gösterdiği ve popülaritesi yüksek siyasetçiler halkla bir

araya gelerek partilerinin propagandasını yapmıştır. Propaganda yapılırken de yerel medya tercih sebebi olmuştur. Siyasi parti genel başkanları, şehirlerdeki seçim kampanyalarını yürütürken halk buluşması, miting ve ardından yerel televizyon kanallarında propagandayı tercih etmiştir. Parti genel başkanı ya da ünlü bir siyasetçinin bölgedeki adayı ile yerel televizyondaki canlı yayına katılması hem aday için büyük bir avantaj olmakta hem de yerel televizyonlar arasındaki rekabetin güçlenmesine yol açmaktadır. Rekabet ortamının olmadığı bölgelerde televizyon kanalının güvenilirliği daha da artmaktadır.

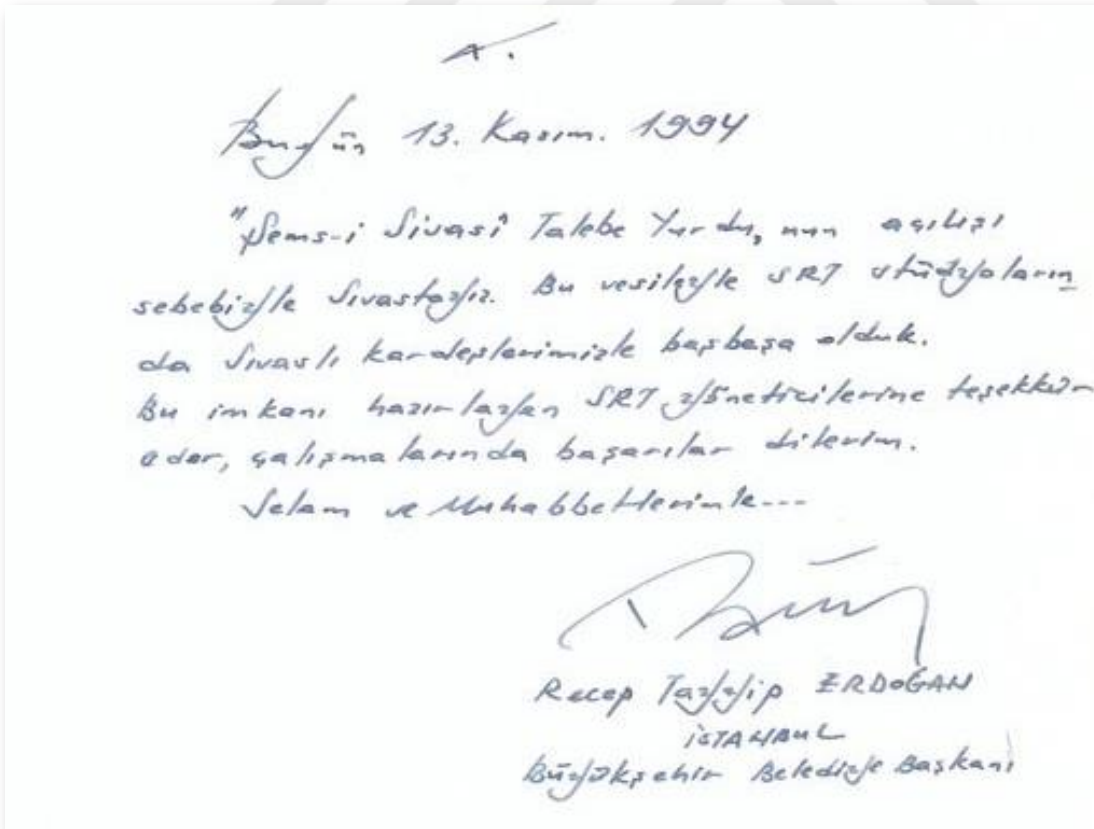
Tarafsız yayıncılık anlayışını benimseyen yerel radyo ve televizyon kanallarının kamuoyunda inandırıcılığı ve güvenilirliği ortaya çıkmıştır. Siyasal kampanya süreçlerinde siyasi partilerin ve adayların, propaganda amaçlı açıklamaları ve reklamlarının elbette maddi bir karşılığı olacaktır. Ücretli yayınlara karşın kamuoyunu bilgilendirmeye yönelik programlarda yapılmıştır.



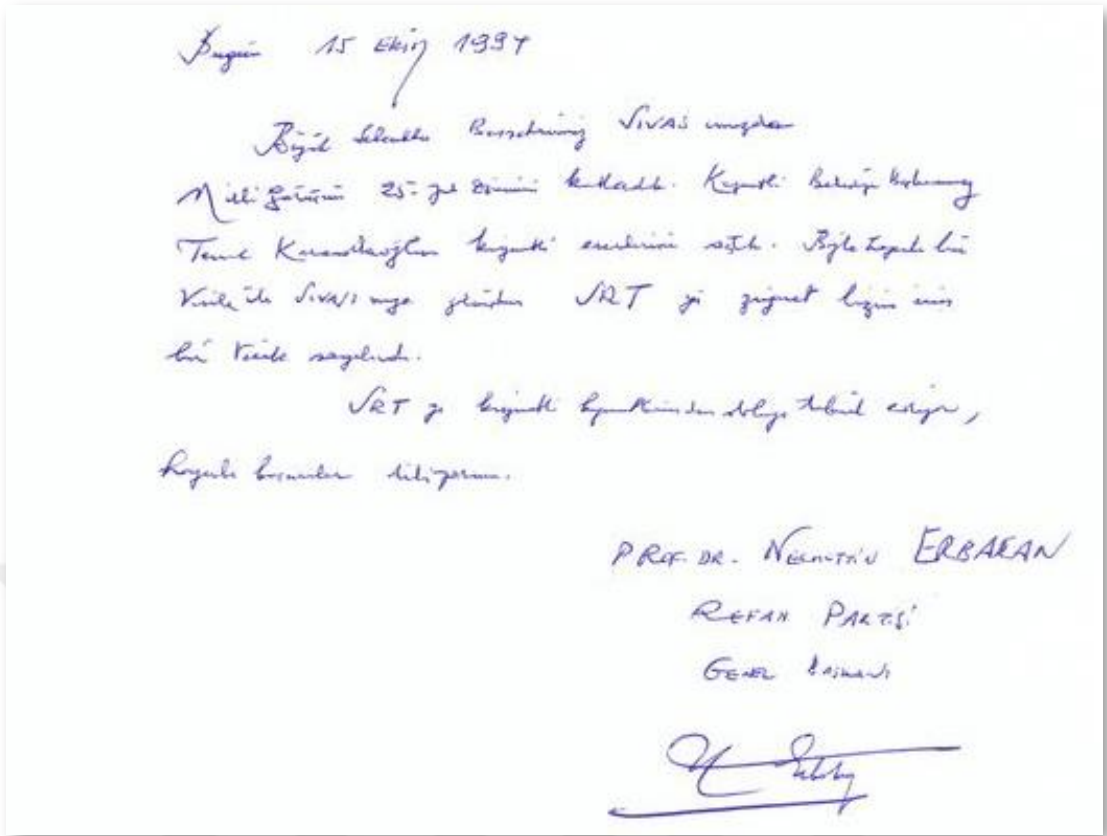
Görsel 18. Büyük Birlik Partisi Genel Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu'nun, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları



Görsel 19. 1994 yılında Dönemin İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın SRT'ye Konuk Olduğu Programdan Görüntü



Görsel 20. İBB Belediye Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları



Görsel 21. Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan'ın, SRT'yi Ziyaretinde Anı Defterine Yazdıkları

Sivas'taki yerel radyo ve televizyonlarda yayıncılık ticari bir sektöre dönüşse de tarafsızlık korunmaya çalışılmıştır. Maddi gücü elinde bulunduran siyasi partiler medya da daha çok yer almaktadır. Demokrasinin bir gereği olarak, maddi gücü olmayan partilere ekranlar tamamen karartılmamıştır. Seçim süreçlerinde siyasi partiler Sivas'taki radyo ve televizyon kanallarından yayın zamanı satın almıştır, yayın politikası pazarlık konusu olmamıştır.

Medya ve siyaset sürekli olarak birbirleri ile etkileşim halindedirler. Yerel radyo ve televizyon kanalları, siyasete yön verenler ile halk arasındaki etkileşimi sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarının ekonomik faydaları, siyasetin ise iktidar olabilmek arayışları medya ve siyaset ilişkisini süreklilik haline getirmektedir.



SONUÇ

1980’li yıllardan itibaren hız kazanan yeni medya düzeni ve deregülasyon süreciyle birlikte medya devlet tekelinden çıkmış, ancak bu kez de sermaye tekeline dönüşerek, günümüzde medya büyük sermaye sahiplerinin emirlerinde hareket eden bir sektör niteliği kazanmıştır. Medya endüstrilerindeki bütünleşme ve yoğunlaşmalar, tekelleşmeyi ortaya çıkararak medyadaki girişimci sayısının azalmasına yol açmıştır. Sermayenin medya sahipliğine dönüşmesi, medyanın işleyişine, genel kuralların ve hedeflerin değişmesi gerektiğini gündeme getirmiştir. Basın, temel işlevi olan enformasyondan uzaklaşıp adeta çıkarların ve kârın kollandığı, bu amaçla mücadelelerin yapıldığı bir alana dönüşmüştür.

Türkiye’deki elektronik yayıncılık hizmetleri, 1990’lı yıllara kadar TRT tarafından yürütülmüştür. Gelişen teknoloji ekseninde haberleşme uydularından yapılan radyo ve televizyon yayınlarının Türkiye’den de izlenebilmesi TRT tekelinin sona ermesine yol açmıştır. Türkiye’nin ilk özel televizyon kanalı, “Magic Box Star1” Almanya çıkışlı olarak 1990 yılında, yayınına başlamıştır. Bu durum yasal olmasa da özel yayıncılığın önünü açarak birçok girişimciye referans olmuştur.

1990 yılında Sivas’ta da birçok özel radyo ve televizyon kanalları kurulmuştur. Radyo yayıncılığı, teknolojik olarak televizyona göre daha basit olduğu için daha az maliyet gerekmektedir. Bir verici ve bir kasetçalara sahip olan herkes radyo yayını yapmaya başlamıştır.

Sivas’ın ilk yerel televizyon kanalı Sivas Radyo Televizyonu (SRT) logosuyla, ilk özel radyo istasyonu ise “Sivas FM” logosuyla kurulmuştur. Sivas’taki yerel medya kuruluşu sayısının az olmasına bağlı olarak radyo ve televizyonların, yayınlarında araçsal yaklaşımı doğrular bir tutum izlediği görülmektedir.

Radyo ve televizyon kanalları, kamu ya da özel yayıncılık ayrımı yapmadan hizmetlerini sunarken belirli ortak işlevleri yerine getirmektedir. Ulusal, bölgesel ve yerel yayıncılık özel yayıncılığın bütünü oluşturmaktadır. Ulusal radyo ve televizyonlar genele hitap ederken, yerel radyo ve televizyonlar kurulduğu yöreye ya da kentte yaşayan topluluklara hitap etmektedir. Bölge halkı sorunlarını yerel medya sayesinde daha iyi ifade edebilmektedir. Bununla beraber halkın sesi olma işlevi de

yerel medyada büyük bir sorumluluk bilinci oluşturmaktadır. Sivas'ta yayın yapan yerel radyo ve televizyonlar, yerel öğeleri ve yerel meseleleri gündeme getirerek, bu meseleler karşısında halkı bilgilendirip bilinçlendirerek kamuoyu oluşturmaktadır. Yerel televizyon kanalları, Sivas kültürünü barındıran programlar ve içerikler üreterek toplumun kültürel yapısına da olumlu yönde etki etmektedir.

Sivas'taki yerel radyo ve televizyon kanallarının sorunları arasında ekonomik sıkıntılar ilk sırada yer almaktadır. Ekonomik sorunlar yerel radyo ve televizyonların teknik araç ve teknoloji yönünden geri kalmalarına yol açmıştır. Yetersiz teknik altyapı ses ve görüntü kalitesinin bozulmasına yol açmaktadır. En büyük sorunlarından bir tanesi de yerel medyada profesyonel anlamda istihdam edilen personelin olmamasıdır. Yerel medyanın tek geçim kaynağı, ücretli programlar dışarıda bırakılırsa reklam yayınlarıdır. Yerel medya, üretim ve tüketimin az olduğu dolayısıyla reklam yayınlarının olmadığı coğrafyada sermaye sahibine bağımlı hale gelmiştir. Sermaye sahibi de bu durumdan çıkar sağlamaktadır.

Sivas Radyo Televizyonu (SRT), Sivas'ta kurulan ilk televizyon kanalı olması nedeniyle yayıncılık konusunda okul vazifesini üstlenmiştir. Burada yetişen teknik personel, program yapımcıları ve spikerler hem yerel hem de ulusal televizyon kanallarına transfer olmuştur.

Sivas'taki yerel televizyonların gelişmeye başlaması RTV58 televizyonunun YILTAŞ Grup bünyesine dâhil olmasıyla başlamıştır. RTV 58 televizyonu, Osman Yıldırım'ın sahip olduğu YILTAŞ grubun sermayesine dayanarak hem teknolojisini hem de içeriğini geliştirmiştir. Diğer yerel televizyon kanallarında daha basit ve ekonomik bir teknik alt yapı bulunmaktayken RTV58, rejisini, ana kumandasını ve stüdyolarını profesyonel Tv yayıncılığı (Broadcast) cihazlarıyla yenilenmiştir. Sivas'ın uydu üzerinden yayın yapan ilk televizyonu tv58 yine YILTAŞ bünyesinde kurulmuştur. Ekonomik olarak güçlü olan kanal, dolgun ücretle alanında uzman yetişmiş personeli ve program yapımcılarını bünyesinde toplamayı başarmıştır.

Günümüz itibariyle Sivas'ta holding ya da büyük bir sermaye grubuna bağlı olan radyo ve televizyon kanalı bulunmamaktadır. Zaman zaman Sivas medyasında bütünleşmeler ve kısmi bölünmeler görülmüştür. Yerel radyo ve televizyonlar sadece program ve reklam gelirleri ya da sahiplerinin desteğiyle varlığını

sürdürebilmektedir. Çalışmanın sınırlılıkları içerisinde yer alan Sivas medyasının, sahiplik yapısı ve mülkiyet ilişkilerinin incelendiği bu çalışmada varsayımları destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır. Sahiplik yapısının, program ve haber üretim süreçlerine önemli ölçüde etki ettiği görülmüştür.

Kurulduğu yıllar olan 1990'lı yıllarda Sivas yerel medyası yörenin her şeyi konumundayken zamanla bu işlevini ve özelliğini yitirmiş durumdadır. Sosyal medya rekabette önemli bir yerdedir. Ancak o dönemin şartları içinde değerlendirildiğinde, bugünün sosyal medyası ya da internet haber sitesi ne ise, yerel televizyonda o'dur. Yerel radyo ve televizyonlar yeni medya düzenine ayak uyduramamış, çağın teknolojisi olan sosyal medya ve internet gazeteciliğine uyum sağlamayarak sistemin dışında kalmıştır. Artık eskisi gibi şehirlerin kalbi olmaktan uzaklaşmış, gün geçtikçe de uzaklaşmaya devam etmektedir.



KAYNAKÇA

- Adaklı, Gülseren (2001). “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”, (Ed. Beybin Kejanlıoğlu ve Sevilay Çelenk), *Medya Politikaları*, (s. 145-203), Ankara: İmge Kitapevi.
- Adaklı, Gülseren (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi Neo Liberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri* (1 b.), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Adaklı, Gülseren (2010). “Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu”, (Ed. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel), *Televizyon Haberciliğinde Etik*, (s. 61-96), Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Althusser, Louis (2000). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (Çev. Yusuf Alp ve Mahmut Özışık), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aras, Özlem (2008). *Türk Basınında Mülkiyet ve Sahiplik Yapısı Bağlamında Özelleştirme Uygulamaları: Ciner Medya Grubu*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Atılgan, Semra (1999). *Basın İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Aziz, Aysel (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş* (2. b.). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.
- Aziz, Aysel (1989). *Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler*. Ankara: TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü.
- Aziz, Aysel (1991). “Prof. Dr. Muammer Aksoy ve Türkiye’deki Radyo-Televizyon Yayınları”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 46(1), 89-100.
- Aziz, Aysel (1999). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. Ankara: TRT.
- Aziz, Aysel (2006). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Bağardı, Seyhan (1999). Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri. *Kurgu Dergisi Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 91-109.
- Basın İlan Kurumu. (2022, 10 Aralık). *Sürekli Yayınlar Listesi*. Erişim adresi: <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe>

- Barjonet, Andre (1967). *Ekonomi Politik Nedir?* (Çev. Erdoğan Başar) Ankara: Anadolu Yayınları.
- Bilgili, Can (2005). "Medya Üretim İlişkileri ve 'Vicdan Hükümü'nün Hükümsüzlüğü", (Ed. Nesrin Tan Akbulut), *Medya Eleştirileri (Gelişime İlişkin Değerlendirmeler)* (s. 175-197). İstanbul: Beta Basım.
- Cankaya, Özden (1997). *Dünden Bugüne Radyo - Televizyon*. İstanbul: Beta.
- Canoruç, Mustafa Şenay (2009). "Anayasal Kurum Olan TRT'nin "Özerkliği"", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 293-322.
- Curran, James (2014). "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme" (Ed. Süleyman İrvan), *Medya Kültür Siyaset* (s. 135-191). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Çelik, Hüseyin (2015). "Neo-liberal Politikalar Sonucunda Medya Alanında Tekelleşme Eğilimleri ve Türkiye Örneğinde Son Yarım Yüzyıla Bakış". *International Conference On Eurasian Economies*, 736-741.
- Dağtaş Erdal ve Aydın Nursen (2017). Yerel Magazin Basınının Ekonomi Politikası: Eskişehir'de Yayımlanan Magazin Dergilerinin Sektörel Çözümlemesi. *Global Media Journal*, 7(14), 23-51.
- Doğan, Akış (2011). *Ekonomi Politik: Kavramsal ve Kuramsal Bir Tartışma*, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- Durmuşahmet, Anıl (2019). *Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde Yeni Medyanın Büyük Veri Üzerinden İncelenmesi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erdoğan İrfan ve Alemdar Korkmaz (2005). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Fung, Anthony (2006). Medya Ekonomisinin Politikası ve Medya Politikasının Ekonomisi: Kısa Bir Bakış. L. Yaylagül içinde, Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası (s. 31-60). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.
- Geyik, Kurbanı (2008). *Doğu Anadolu Bölgesi'nde Yerel Televizyon Yayıncılığı*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

- Girgin, Atilla (1997). *Türkiye’deki Yerel Basının Gelişmesi*. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.
- Golding Peter ve Murdock Graham (1997). “For a Political Economy of Mass Communications” *The Political Economy of The Media I*, (s. 3-32). Cheltenham and Brookfield: Edward Elgar Publishing.
- Golding Peter ve Murdock Graham (2014). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik” (Ed. Süleyman İrvan), *Medya Kültür Siyaset* (s. 49-76). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Gülizar, Julide (1985). *Türkiye Radyoları*, Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi, Cilt 10, (s. 2738-2748), İstanbul: İletişim.
- Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar* (2 b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Herman Edward ve Chomsky Noum (2012). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Polisiği* (2 b.). (Çev. Ender Abadoğlu), İstanbul: Bgst Yayınları.
- İlaslan, Süleyman (2014). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Kuruluşu Üzerine Temel Tartışmalar: Kalkınma, Eğitim ve Milli Güvenlik, *Ankara Üniversitesi SBF dergisi*, 69(3), 481-510.
- İrade-i Milliye Tıpkı Basım (1 b.) (2007), Sivas: Buruciye Yayınları.
- Jeanneney, Jean Noel (2006). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. (Çev. Esra Atuk), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kejanlıoğlu, Beybin (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü* (1 b.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kellner, Douglas (2008). “Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi Politik” . (Ed. Sevilay Çelenk), *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* (s. 147-172). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Kısıklı, Emine (2008). Sivas Kongresi Temsil Heyetinin Millî Mücadelede Kamuoyu Oluşumundaki Rolü (Ed. İdris Ekinci), *Cumhuriyet Döneminde Sivas Sempozyumu Bildirileri* (s. 13-49). Sivas: Sivas Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

- Kıvanç, Halit (2002). *Telesafir*, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Kocabaşoğlu, Uygur (1980). *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, Ankara: Ankara Üniversitesi SBF Yayınları No:442.
- Kocabaşoğlu, Uygur (1985). *Radyo*, Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi, Cilt 10 (s. 2732-2737), İstanbul: İletişim.
- Korkut, Cüneyt (2022). *Değişen Televizyon Yayıncılık Teknolojileri*, Eğitim Yayınevi.
- Marcuse, Herbert (1990). *Tek Boyutlu İnsan* (1990 b.). (Çev. Aziz Yıldırım), İstanbul: İdea Yayınları.
- Marks, Karl (1979). *Ekonomi Politikasının Eleştirisine Katkı* (4 b.), (Çev. Sevim Belli), Ankara: Sol Yayınları.
- Marks Karl ve Engels Friedrich (1992). *Alman İdeolojisi* (3 b.), (Çev. Sevim Belli), Ankara: Sol Yayınları.
- Marks Karl ve Engels Friedrich (2013). *Alman İdeolojisi* (2 b.). (Çev. Tonguç Ok ve Olcay Geridönmez), İstanbul: Evrensel Basın Yayın.
- Mosco, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publications.
- Murdock, Golding (2006). Büyük Şirketler ve İletişim Endüstrilerinin Kontrolü. L. Yaylagül içinde, *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası* (s. 61-126). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.
- Mutlu, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu.
- Nikitin, Pyotr (2006). *Ekonomi Politik* (8 b.). (H. Konu, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Olkun, Emre Osman (2013). *Türkiye’de Medya Sahiplik Yapısındaki Değişim: Vatan ve Milliyet Gazeteleri Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Oskay, Ünsal. (1971). *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon*, AÜ SBF Yayınları, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Öngören, Mahmut Tali (1982). *Türkiye’de Televizyonla İlgili Çeşitli Tarihler*, Ankara: AİTİA GHIYO.
- Öngören, Mahmut Tali (1985). *Televizyon*, Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi, Cilt 10 (s. 2748-2756), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özçağlayan, Mehmet (2002). Türkiye’de Radyo Yayıncılığının Gelişimi (1926-1991), *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (14), 529-557.
- Özdemir, Feride (2018). *Türk Medyasında Sahiplik Yapısının Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde İncelenmesi: Demirören Medya Grubu Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Özdemir, Rahime (2011). *Medyada Sahiplik ve Yoğunlaşma, Oluşturduğu Sorunlar ve Şeffaflığın Sağlanması*, Uzmanlık Tezi. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Özer, Ömer (2010). *Liberal Basın*, İstanbul: Literatürk.
- Radyo Televizyon Tarihi. (2011). Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı.
- Rigel, Nurdoğan (1991). *Elektronik Rönesans*, İstanbul: Der Yayınları.
- RTÜK. (2021, 30 Aralık). *Haberler*, Erişim adresi:
<https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-baskani-prof-dr-davut-dursun-6112-sayili-yasa-rtuk-ve-yayincilik-sektoru-acisindan-donum-noktasidir/2626>
- RTÜK. (2022, 06 Mart). *Üst Kurul Kararları*. Erişim adresi:
<https://www.rtuk.gov.tr/UstKurulKarar/Detay/17053>
- Sarmaşık, Jale (2000). *Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni (1927-2000)*, İstanbul.
- Serim, Ö. (2007). *Türk Televizyon Tarihi 1952-2006*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Shoemaker Pamela ve Reese Stephen (2014). “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, (Ed. Süleyman İrvan), *Medya Kültür Siyaset* (s. 97-132), Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Sivas Çalıştay Raporu (2018). Sivas: Sivas Valiliği.

Sivas Valiliği. (2022, 24 Aralık). *İlimizin Tarihçesi*. Erişim adresi:
<http://www.sivas.gov.tr/il-adinin-tarihcesi>

Smythe, Dallas Walker (2006). “Batı Marksizminin Kör Noktası”, (Ed. Levent Yaylagül), *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası* (s. 127-172). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.

Sönmez, Mustafa (2003). *Filler ve Çimenler* (1 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Sözen, Edibe (2004). “Yerel Medya Ne Kadar Yerel”, X. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, 20-21 Şubat Kayseri (s. 107-112). Ankara: Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü.

Sümer, Burcu (2010). “Haber Kaynaklarıyla Maddi İlişkiler” (Ed. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel), *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 205-210), Ankara: Fersa Matbaacılık.

Şen, Servet Büşra (2019). *Türkiye’de Yazılı ve Görsel Basında Sahiplik Yapısı ve Editöryal Bağımsızlık İlişkisinin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım Üzerinden İncelenmesi*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Taydaş, Onur (2018). *Siyasal Karar ve Katılım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkinliği*, Konya: Literatürk Academia.

Tekinalp, Şermin (1990). *Elektronik Kitle İletim ve Değişim*. İstanbul: Beta Yayınları.

Tokgöz, Oya (1972). *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo-Televizyon Sistemleri*, Ankara: Ankara Üniversitesi SBF Yayınları.

Tokgöz, Oya (2010). *Temel Gazetecilik* (8 b.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Topuz, Hıfzı (1990). *Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni*, İstanbul: İlad Yayınları.

Tosun, Mehmet (2022). “12 Eylül’ün üzerinden 38 yıl geçti. Anadolu Ajansı”, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/12-eylulun-uzerinden-38-yil-gecti/1251789> adresinden 10.12.2022 tarihinde alındı.

TRT Akademi. (2020). Türkiye Radyoları Almanak, TRT Akademi, 5. Cilt (9. Sayı), (ek), 1-98.

- TRT Kurumsal. (2022, 15 Ekim). *Kilometre Taşları*. Erişim adresi: <https://www.trt.net.tr/kurumsal/kilometre-taslari>
- TRT Kurumsal. (2023, 10 Ocak). *Tarihçe*. Erişim adresi: <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce>
- Tuncel, Hakan (1994). Bab-ı Ali'den İkitelli'ye. *Birikim* (64), 33-38.
- Türkmen, İlknur (1994). *Türkiye'de Radyo Yayıncılığının Gelişimi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Türkmen, İsmet (2020). Sivas'ta "Manda"ya geçit verilmedi. Yüz Yıl Önceki Ruhla Sivas Kongresi'nin Yüzüncü Yılı (s. 59-65), Sivas: Sivas Valiliği.
- Türksezer, Mehmet Yücel (1994). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Dünü ve Yarını*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Unbehaun, Horst (2001). "Sivas Vilayetinde Basının Doğuşu", *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 10(9), 9-36.
- Uyguç Ünal ve Genç Ali (1998). *Radyo Televizyon Haberciliği*, İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Uzun, Bünyamin (2017). *Ciner Grubunun Ekonomi Politik Yapısı*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Yaylagül, Levent (2006). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar* (1 b.), Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, Levent (2013). "Bilgisayar ve İnternetin Ekonomi Politikası", *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(7), 214-236.
- Yengin, Hülya (1994). *Ekranın Büyüsü*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yıldız, Alim (2011). Önsöz. *Vicdan Gazetesi Tıpkı Basım ve Yeni Harflerle* (s. 14-15), Sivas: Buruciye Yayınları.

İnternet Kaynakları

- 3984 Sayılı Kanun. (2022, 13 Kasım). Erişim adresi:
<https://arsivdosya.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/yururlukten-kaldirilan-3984-sayili-radyo-ve-televizyonlarin-kurulus-ve-yayinlari-hakkinda-kanun.docx>
- 6112 Sayılı Kanun. (2022, 04 Nisan). Erişim adresi:
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf>
- <https://www.haberturk.com> (2022, 30 Nisan). *Star televizyonu satıldı*. Erişim adresi:
<https://www.haberturk.com/ekonomi/makro-ekonomi/haber/680447-star-televizyonu-satildi>
- <https://www.sivasirade.com> (2022, 14 Şubat), *Sipas, Vizyon 58 Logosuyla Yayında*. Erişim adresi: <https://www.sivasirade.com/haber/-3953.html>
- <https://www.sivaskulturenvanteri.com> (2022, 04 Nisan). *Sivas Matbaaları*. Erişim adresi: <https://www.sivaskulturenvanteri.com/sivas-matbaalari/>
- <https://sozluk.gov.tr> (2022, 08 Ocak)

Sürelî Yayınlar: Gazeteler

Anadolu

Hürriyet

Milliyet

Tevhid-i Efkâr

Ticaret Sicil

EKLER

EK-1; Sivas Dost Kanal AŞ'nin logo ve frekans değişikliği talebi üzerine RTÜK tarafından logo değişikliğinin onaylandığını gösteren 01.06.2003 tarihli üst yazı.

T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU
İzin ve Tesisler Dairesi Başkanlığı

SAYI : A.01.1.RTÜ.0.01.06.03/1185
KONU : Frekans ve Logo Değişikliği

SİVAS DOST KANAL YAY. İLET. ORG. SAN. ve TİC. A.Ş.
Osmanpaşa Cad. Kavukçu İşhanı Bodrum Kat
SİVAS

İLGİ : 21/04/2003 tarihli yazınız.

İlgili yazı ile Sivas İlinde "SRT FM" program adı ile yapmakta olduğunuz yerel radyo yayınının frekans ve radyo program adı değişikliği talep edilmektedir.

Bilindiği üzere 22 Ocak 2003 tarih ve 25001 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Yönetmelik değişikliği çerçevesinde 02/02/2003 tarihinde yapılan duyuruya istinaden radyo ve televizyon kuruluşlarından Yası ve bu Yönetmelik doğrultusunda alınan yayın alanını genişletme yeni vericilerle yayına başlama, frekans değişikliği ve benzeri talepler toplu olarak değerlendirilmekte olup, bu konuda çalışmalar halen devam ettiğinden frekans değişikliği talebiniz söz konusu çalışmaları tamamlamasından sonra değerlendirilecektir.

Bu nedenle bu aşamada frekans değişikliği talebiniz uygun görülmemiştir. Halihazırda "SRT FM" olan radyo program adınız ilgili yazınız üzerine "RADYO 4" olarak Üst Kurul kayıtlarına işlenmiştir.

Yeni program adınızın, yazınızın tebliğ tarihinden itibaren kullanılması ve kullanmaya başladığınız tarih ile ilgili olarak Üst Kurul'a bilgi verilmesi hususunda gereğini rica ederim.

Samir SENER
Radyo ve Televizyon
Üst Kurulu Başkanı
İzin ve Tesisler Dairesi Başkanı

DAĞITIM :
Gereği :
Sivas Dost Kanal Yay. İlet. Org. San. ve Tic. A.Ş.

Bilgi :
Sivas Valiliği Emniyet Müdürlüğü

Bilkent Plaza B/2 Blok Bilkent - ANKARA Faks : 0 312 266 19 81
(www.rtuk.org.tr)



ÖZ GEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Serdar TAMGAÇ
Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti

ÖĞRENİM BİLGİSİ

İŞ DENEYİMLERİ

Tarih	Kurum	Görev
-------	-------	-------