

Devlet tekelinden ikili yayıncılık sitemine geçişin sinyalleri 1980'lerin ikinci yarısından itibaren oluşmaya başlıyor. Bu geçişin sinyalleri şunlar Kejanlıoğlu (2001: 94):

1. TRT'nin bağımsız prodüksiyonları gittikçe daha çok yayınlaması
2. PTT'nin kablolu TV alt yapısını kurmaya başlaması. (O dönemde henüz Türk Telekom kurulmamıştı ve telekomünikasyon hizmetleri de PTT tarafından yürütülüyordu. PTT, bir yandan kablolu televizyon şebekesini kurmaya ve işletmeye başladı. Kablolu televizyon hizmetiyle, TRT kanallarının yanısıra, uydudan yayın yapan bazı uluslararası kanallar da abonelere ulaştırılıyordu.)
3. TRT vericilerinin PTT'ye devri (1989, 2000'de tekrar TRT'ye devrediliyor)

Bu dönemde bir diğer önemli gelişme de uyduların yayıncılıkta kullanılmaya başlanması. Önce Intelsat, sonra da Eutelsat uyduları kullanılarak TRT'nin 1. ve 2. kanalları uydu aracılığıyla izlenebilir hale geldi. Bir süre sonra da, uydu üzerinden yurt dışına yayın yapan TRT-INT kanalı devreye girdi. Türksat uydu sistemi için çalışmalar da bu dönemde başladı.

1980'lerde Türkiye'de basın sektörünün de dönüşüme uğradığını görüyoruz. Basın'da yaşanan gelişmeler ile yayıncılık alanında yaşanan gelişmeleri bağımsız değerlendirmek mümkün değil. Basın için bu süreç "basından medyaya geçiş" olarak değerlendirilebilir. Bu süreç zaten 1990'da TRT tekelinin kırılmasına bağlanıyor. 1980'lere kadar 4 gazete hakim sektöre: *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Tercüman* ve *Hürriyet*. 1950'lerden itibaren bir teknolojik dönüşüm yaşanmaya başlanıyor ama bu gazeteler birer aile şirketi. Bu yapı 1970'lerden itibaren iş gruplarının basına ilgi göstermeleriyle değişiyor. En önemli tarih 1979'da Aydın Doğan'ın Milliyet gazetesini satın alması. Bu tarihten itibaren basın ile basın olmayanın yatay ve dikey birleşme yoluyla entegrasyonunun hızlandığını görüyoruz. Bab'ı Ali'den İkitelli'ye geçişin başladığı nokta da burası..

1980'lerde Avrupa'da durum

- sınır-aşırı televizyon yayınlarının başlaması (özellikle uyduların yayıncılık alanında kullanılmaya başlanmasıyla yayıncılığı sadece ulusal sınırlar içerisinde düzenleyen politikaların geçersiz olması)
- Telekomünikasyon, yayıncılık ve bilişim sektörlerinde yöndeşme (Bunlar arasında da itici sektörün telekomünikasyon olduğunu görüyoruz. Bunun da Avrupa'da sanayi ekonomisinden bilgi ekonomisine geçiş ile bağlantısı var. 1980'lerin Avrupası'nda devletler tüm dikkatlerini bu sektöre, bu sektörde yaratılacak iş alanlarına ve buradan kazanılması hedeflenen gelirlere yöneltmiştir.)

- küreselleşme - yeni pazar arayışları (küreselleşme süreci birbiriyle rekabet eden ülkeler arasında kendi ülkesine daha çok yatırım çekmek amacıyla kuralların esnetilmesi ve hatta kaldırılmasına yönelik bir rekabet yaratmakta, kuralların sıkı olduğu ülkelerdeki girişimciler için de yeni pazar arayışlarını tetiklemektedir)
- küreselleşme – yeni politika yaklaşımları (neo-liberalizasyon, deregülasyon)

Bu yeni politikalar arasında özellikle deregülasyon çnemli. Britanya’da Margaret Thatcher’ın başbakanlığı döneminde başlayan ve oradan bütün Avrupa’ya yayılan bir sürece işaret ediyor. Deregülasyon, kelime olarak, bir alandaki kuralların gevşetilmesini ya da tümünden kaldırılmasını ifade eder. Uygulamada;

- a) o güne kadar kamunun elinde olan bir kuruluşun ya da şirketin, özelleştirilmesi (özel sektöre satılması)
- b) ya da kamu tekeli bulunan bir faaliyet alanına, özel şirketlerin de girmesine ve rekabet etmelerine izin verilmesi
- c) ya da her ikisi birden (yani hem özelleştirme, hem de özel sektörün rekabetine açma) anlamına gelir.

1980’lerden itibaren bütün Avrupa’da (sonra da dünyanın diğer bölgelerinde), kamu şirketleri özelleştirilmeye, kamu tekeli bulunan alanlar özel sektörün rekabetine açılmaya başlandı. Bu deregülasyon süreci kaçınılmaz olarak yayıncılık alanını da etkiledi. Britanya’da uydu ve kablolu TV yayıncılığı ile ilgili kurallar gevşetildi, Fransa’da KHY’ler özel sektöre satıldı, İspanya, Almanya ve İtalya’da özel yayıncılığa izin veren düzenlemeler yapıldı. Diğer Avrupa ülkelerinde de benzer gelişmeler yaşandı.

Deregülasyon yaşanan her ülkede, yayıncılık alanını düzenlemek (kuralları koymak ve uygulanmasını takip etmek) üzere birer düzenleyici kurul kuruldu. Oldulça erken bir tarihte Türkiye’de RTYK’nın kurulması da benzer bir sürece geçileceğinin işareti olarak değerlendirilebilir.

Türkiye’de özel yayıncılığa geçiş

İntersatar:

Türkiye’nin ilk özel televizyon istasyonu 1990 başlarında Federal Almanya’dan Türkiye’ye uydu aracılığıyla yayına başladı. O dönemde Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal ve Cem

Uzan tarafından kurulan Magicbox şirketinin İnterstar televizyon kanalı, yurtdışından yayın yaptığı ve yabancı uydu kanalları gibi çanak antenle izlenebildiği için, Türkiye'deki yayıncılık tekeli ihlal etmemiş kabul ediliyordu.

Ancak, yayın Türkçeydi, Türkiye'deki izleyiciye yönelik olarak yapılıyordu, kendisini "Türkiye'nin ilk özel televizyonu" olarak tanıtırdu ve aslında açıkça TRT tekelinin fiili olarak kırılması anlamına geliyordu. İnterstar kısa bir süre sonra PTT'nin kablolu televizyon şebekesine dahil edildi. Çok sayıda belediye tarafından kurulan küçük vericilerle de çanak anten ya da kablolu tv olmadan da izlenebilmeye başlandı.

Türkiye'deki yayıncılık için yeni bir dönemin işareti olan bu gelişmenin ardından, sinyallerini Almanya, Fransa ve Birleşik Krallık'tan uyduya gönderen pek çok yeni özel televizyon kanalı ve radyo istasyonu birer ikişer yayına geçti. Özel kanalların çoğalması, yayıncılık alanındaki manzarayı değiştirmekle kalmadı, ülkedeki medya sistemini de ciddi bir dönüşüme uğrattı.

Yeni holdinglerin devreye girmesi:

Medya-dışı alanlardan gelen yatırımcıların başlattığı bu girişimi takip eden gazete sahipleri elektronik medya sektörüne yatırım yapmaya ve sektörün doğasını değiştirecek şekilde medya konglomeralarına dönüşmeye başladı. Bu süreç sonunda neredeyse tüm önde gelen gazeteler en azından bir radyo ve/veya bir televizyon istasyonu sahibi oldu. Yeni ekonomik kurallar ve iş modelleri devreye girdikçe, o zamana kadar aile şirketi olarak gelen basın mülkiyeti modeli kaybolmaya başladı. Bu konglomeralar için yayıncılık faaliyeti basın sektöründeki işlerini desteklemenin yanı sıra, siyasi ve ekonomik güç kazanmanın da yollarıydı. Bu durum, medya sahiplerinin Devlet'le olan ilişkisinde önemli bir iz bıraktı. Medya yoğunlaşmasıyla ilgili bir düzenlemenin olmadığı bir ortamda yayıncılık pazarının gelişimi kontrolden çıktı.

Başlangıçta, izleyicilerin çoğunluğu uydu yayınlarını alamadığı için, çok sayıda belediye kurdukları küçük vericilerle, çanak antenle uydudan aldıkları yayınları karasal olarak yeniden iletmeye başladı. Milyonlarca izleyici bir anda TRT'nin yanı sıra bu yeni özel televizyon kanallarını da izleme olanağına sahip oldu. Yurtdışından yayın yapan özel televizyon kanalları bu gelişmeyi Türkiye'de kendi karasal vericilerini kurmaları için bir yeşil ışık olarak kabul etti.

Yayıncılar elektromanyetik spektrumunu düzensiz ve lisanssız olarak kullanmaya başladı. Verici ithal edilmesi yasak olduğu için, vericiler yasadışı yollarla ülkeye sokuldu. Sınırlı frekans kapasitesinin kural dışı kullanımı sonucunda izleyiciler yepyeni bir kavramla tanıştı: 'frekans kirliliği'. Bu kirlilik kısa zamanda o kadar çoğaldı ki, izleyiciler neredeyse izleyecek tek kanalın olduğu eski günleri arar

oldu. Herhangi bir yayını, önceki akşam izledikleri görüntü ve ses kalitesiyle izleyeceklerine dair hiçbir güvence kalmamıştı.

Yasasızlık:

İlk bir kaç yıl, yayıncılık alanını düzenleyecek yeni bir yasa hazırlamaya yönelik olarak herhangi bir ciddi adım atılmadı. TRT bir tür resmi sözcü olarak çalıştığından, özel yayıncılar da iktidarlarla iyi ilişkiler geliştirmeye çabaladığından, hükümetler durumu görmezden geldi. Ticari yayıncılar yeni bir düzenlemenin onlara yarardan çok zarar getireceğinden korkuyordu. Dahası, özel televizyon şirketleri, işgal ettikleri frekanslar için hiçbir ücret ödemediklerinden belirsizlik durumunun mümkün olduğunca uzun sürmesini istiyordu.1 Sonuçta, yeni yasal düzenlemeyle ilgili gelişmeler çok yavaş ilerledi.

Yayıncılık sisteminin ana aktörleri arasındaki bu uzlaşmaya rağmen, kritik önemdeki hava trafik, deniz ulaşım, sahil güvenlik ve polis iletişimine enterferans yarattığı gerekçesiyle radyo ve televizyon istasyonlarını kapatmaya yönelik girişimler de oldu. Hükümet valiliklere, istasyonlar yayınlarını durdurmazsa tüm ekipman ve vericilerine el konulması talimatını verdi. Bu yasak, kamuoyunda büyük tepkiye neden oldu. Özel istasyonlar dinleyicilerini iletişim özgürlüklerini korumaya çağırdı. Protesto olarak, dinleyiciler arabalarının antenlerine siyah kurdeleler bağladılar, istasyonların önünde gösteriler düzenlediler ve imza topladılar. Sonunda yasak kaldırıldı.

Anayasa'da tekel:

Özel yayıncıların yasallaşmasının önündeki en büyük engel, Anayasa'nın yayıncılık alanındaki tekeli TRT'ye veren 133. maddesiydi. Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki (TBMM) bütün partilerin Anayasa değişikliği konusunda hemfikir olmalarına rağmen, bu konudaki tüm girişimler değişikliğin içeriği konusundaki anlaşmazlıklar nedeniyle sonuçsuz kalıyordu.

Nihayet, 8 Ağustos 1993'te Parlamento Anayasa değişikliğini gerçekleştirdi ve radyo televizyon yayıncılığı alanındaki kamu tekeli kaldırdı. Fakat, yeni özel radyo ve televizyon istasyonlarını düzenleyecek bir yasa ya da frekans tahsislerini yapacak ve lisans verecek bir kurum hâlâ yoktu. Özel kanalların kullandığı güçlü vericiler bitişik frekanslarda enterferansa neden oluyor ve diğer istasyonların yayınlarını bozuyordu.

Parlamento Anayasa değişikliğini yapar yapmaz, yeni yayıncılık yasasıyla ilgili tartışma başladı. Ancak hükümetin TBMM'de gerekli çoğunluğu bulması imkansızdı. Hükümetin bu yeni yayıncıları yasallaştırmaktan başka çaresi yoktu. Uzun süre beklenen *Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun* 13 Nisan 1994'de kabul edildi ("*Yayıncılık Kanunu*"). 3984 sayılı bu

Kanun, ticari özel yayıncılık alanını düzenleyici kurum olarak da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nu (RTÜK) kurdu.

RTÜK'ün görevleri

Yayıncılık Kanunu uyarınca RTÜK, frekans tahsisi yapmak, yayıncılık lisanslarını vermek ve yayınların ilkelere uygun yürütülmesini sağlamak görevlerini yerine getirecekti. Yeni otorite, yayıncıları uyarmaktan, istasyonun lisansını iptal etmeye kadar varan geniş bir yaptırım gücünü haizdi. Ne var ki, yasanın umulduğu gibi tüm sorunları çözemeyeceği bir süre sonra ortaya çıktı. RTÜK bir düzenleyici kurum olarak sektörün sağlıklı gelişimini sağlayacak ortamı hazırlamakta yetersiz kaldı. Bu durum, Üst Kurul'un seçiminden ve yayıncıların isteksizliğinden, düzenleyici kurumun zaten karmaşıklaşmış olan sorunları çözme girişimlerine destek vermede hükümetlerin ayak sürümesine kadar uzanan pek çok nedenden kaynaklandı. Günümüzde hâlâ tüm karasal radyo ve televizyon yayınları herhangi bir lisans olmadan yürütülüyor.

RTÜK'ün bağımsızlığı konusu

RTÜK'ün siyasi bağımsızlığı ve kurul üyelerinin seçim yöntemi yıllardır çekişme ve tartışma konusu oldu. Yayıncılık Kanunu'na göre kurul, beşi iktidar partisi veya partilerinin, dördü de muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından TBMM tarafından seçilen dokuz üyeden oluşuyordu. Adayların "basın, yayın, iletişim ve teknolojisi, kültür, din, siyaset, eğitim ve hukuk" alanlarında deneyim sahibi olmaları gerekiyordu. RTÜK üyeleri görevden alınamıyordu. Bu düzenleme, aslında, siyasi partilerin verdiği karşılıklı bir tavizdi. Zira yeni kanun hazırlanırken, düzenleyici kurulda nasıl bir temsil yapısı kurulacağı konusunda uzlaşmaya varmak olanaksız hale gelmişti. Çatışan çıkarlar, bu konudaki pazarlığı diğer tüm kaygıların önüne geçirmişti.

İki tartışmalı konu:

Frekanslar meselesi

RTÜK'ün öncelikli görevi frekans planlamasının yapılması ve bu plana göre frekans tahsislerinin gerçekleştirilmesiydi. Yasa, tahsisi yapılacak kanalların dörtte birinin TRT'ye, geri kalan kanalların yarısının tam zamanlı, diğer yarısının ise zaman paylaşımli olarak kullanılmak üzere ticari yayıncılara tahsis edilmesini öngörüyordu.

RTÜK, 1994 yılında, frekans planlarının hazırlanması için Bilkent Üniversitesi ile anlaştı (Temmuz 1995'te tamamlandı) ve tüm radyo ve televizyon yayıncılarını lisans başvurusu yapmaya çağırdı. Başvurularını yapanlar, RTÜK'ün ihale duyurusu için uzun bir bekleyişe girdi. Yayıncılar, kanal sayısının tüm yayınları taşımaya yeterli olmayacağı ve dolayısıyla kimi yayıncıların tahsis dışında bırakılacağı endişesini taşımaktaydı.

Kanuna göre, RTÜK göreve başladıktan sonraki ilk altı ay içerisinde frekans tahsislerini gerçekleştirmek durumunda olmasına karşın, ilk tahsis ihalesi girişimi ancak 1997 yılında gündeme geldi. RTÜK'ün ihalenin yöntemine ilişkin planı, ilk ihaleyi yerel ve bölgesel kanallar için yapmak ve bu ihalenin ardından ulusal yayıncıların katılacağı ikinci ihaleyi düzenlemektir. Ancak, Milli Güvenlik Kurulu (MGK) bu sürece müdahale etti ve RTÜK'e ihalenin iptal edilmesi konusunda tavsiyede bulundu. MGK'nın temel endişesi, Devlet'in laik yapısına tehdit oluşturdukları öngörülen "irticacı" ve "bölücü" kesimlerin bu ihaleleri kazanmasıydı.

Bu müdahalenin ardından MGK, RTÜK'e, ihaleye katılan medya kuruluşlarının sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerinin bir 'ulusal güvenlik belgesi' alması koşulunu getirmesini tavsiye etti. İhaleye katılacak yayıncılar bu belgeyi elde ederken RTÜK, ulusal frekans ihalesinin 2001 Nisan ayında gerçekleştirileceğini duyurdu. Ancak, bu kez de ihale başka bir nedenle durduruldu. Bazı yayıncılar, sadece yayın izni için 1995'ten önce başvuran yayıncıların katılmasına izin verildiği için ihalenin iletişim özgürlüğüne aykırı olduğunu savunarak Danıştay'a başvurdu. Mahkeme yayıncıların başvurusunu haklı gördü ve yürütmeyi durdurma kararı aldı. Sonuç olarak, yayıncılar karasal frekansları *de facto* kullanmayı sürdürdüler.

Bu kilitlenmeyi aşabilmek için hükümet, medya ve iletişim politikaları çerçevesinde bir değişiklik yaptı. RTÜK'ün frekans planı tamamlanmış olmasına rağmen, Telekomünikasyon Kurumu (TK) bu planları yeniden gözden geçirmek, gerekiyorsa değişiklik yapmak ve onay için Haberleşme Yüksek Kurulu'na (HYK)¹ göndermekle görevlendirildi. RTÜK, ancak bütün bunlardan sonra frekans ihalesini gerçekleştirecekti.

TK'nın frekans planı üzerindeki çalışmasını tamamlamış olmasına karşın, frekans tahsisleri iki düzenleyici kuruluş arasındaki anlaşmazlıktan dolayı gerçekleştirilemedi. RTÜK, gözden geçirilen frekans planında, tahsisi yapılacak ulusal, bölgesel ve yerel kanal sayıları belirtilmediği gerekçesiyle ihale duyurusu yapamayacağını öne sürdü. TK ise, bu kararın siyasi bir karar olduğunu ve kendi yetki alanının dışında olduğunu savundu.

İki düzenleyici kurum 2002'de kararı HYK'nın vermesini istedi. HYK'nın frekansların hangi kriterlere ve takvime göre ihale edileceğini karara bağlaması gerekiyordu. Bunun ardından, RTÜK bu

¹ **Haberleşme Yüksek Kurulu:** Haberleşme Yüksek Kurulu (HYK), iletişim alanındaki politikaları onaylayacak bir kurul olarak 1983 yılında kuruldu. HYK'ya İçişleri Bakanı, Ulaştırma Bakanı, Milli İstihbarat Teşkilatı Genel Sekreteri ve Genelkurmay Muhabere Elektronik Başkanı üye olarak katılıyor. Kurul, Başbakan'ın ya da Başbakan tarafından görevlendirilecek bir Devlet Bakanı'nın başkanlığında toplanıyor. HYK, iletişim alanındaki ulusal politikaları en üst düzeyde belirlemek ve koordine etmekle görevli bir kurul.

çerçeveye göre ihale sürecini duyuracaktı. Fakat, iki yıl süren bir bekleyişten sonra Aralık 2004 ve Mart 2005'teki toplantılarının ardından HYK analog frekans tahsisleriyle ilgili tüm çalışmalardan vazgeçilmesine karar verildiğini ve dijitale geçiş çalışmalarına başlanacağını açıkladı.

Türkiye'de ticari yayıncılar

Türkiye'de ticari yayıncılık alanı, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında düşük düzeydeki reklam harcamalarının yaşatabileceğinden çok daha fazla kanalı barındırıyor. Türkiye'nin kalabalık yayın spektrumu radyo ve televizyon kanallarıyla dolu. TRT'nin yanısıra 20 ulusal ticari yayıncı 24 saat televizyon yayını yapıyor. Bunlara uydudan yayın yapan kanallar, 13 bölgesel ve 203 yerel televizyon kanalıyla bine yakın ulusal ve yerel radyo istasyonu da eklendiğinde ülkede bir medya bolluğu olduğu ortaya çıkıyor.

Piyasadaki oyuncu sayısının çokluğu, zaten kısıtlı olan reklam harcamalarını paylaşılınca daha da küçük hale getirdi. Bu da yayıncıların bağımsızlığını zorlaştırdı, zira medya, sektör-dışı gelir kaynaklarına bağımlı hale geldi. Türkiye'nin önde gelen yayıncıları, çoğunlukla pek çok medya-dışı yatırımı bulunan holdinglerin içindeki çapraz-medya gruplarına ait.

İkiyüzden fazla yerel televizyon kanalı, —çoğu zaman büyüklerin elindeki kaynakların kırıntısına bile sahip olmadan— ayakta durmaya çalışsa da, İstanbul'dan yayın yapan büyük ticari kanallar ülkenin tümünde yayıncılık alanında üstünlüğe sahip.

Diğer yandan, ülkenin geçirdiği çeşitli ekonomik sıkıntılar nedeniyle, içerik üretimi bakımından Türkiye'de ticari yayıncılık çok verimli bir çalışma yapısına sahip. Yayın akışlarının çoğunu dışarıya yaptırılan ya da satın alınan yapımlar oluşturuyor. Bu da ticari kanallardaki programların çoğunu temin eden, kayda değer bir bağımsız yapım sektörünü doğurdu.

Türkiye'de medya mülkiyeti

1994'den önceki kuralsız döneme tepki olarak 1994 Yayıncılık Kanunu oldukça katıydı. Türkiye'de özel kanalların mülkiyeti hakkındaki kamuoyu ilgisinin odağında medya gücünün suistimali vardı. Medya sahiplerine yönelik şüphencilik, Yayıncılık Kanunu'nda mülkiyetle ilgili her konuda yüzde 20'lik bir tavan konmasına yol açtı: hiçbir hissedar, bir yayıncı kuruluşun yüzde 20'sinden fazlasına sahip olamazdı. Eğer bir hissedar birden fazla yayıncı kuruluşta hisse sahibiyse, tüm kuruluşlardaki hisselerinin toplamı yüzde 20'yi geçemezdi. Gazete sahipleri de bir yayıncı kuruluşun yüzde 20'den fazlasına sahip olamazdı. Bir yayın kuruluşundaki yabancı sermaye de yüzde 25'i geçemezdi. Yüzde 20 barajının dışında, kan bağı bulunan akrabalar da aynı kuruluşta hisse sahibi olamazdı. Yabancı yatırımcılar sadece bir kuruluşta hissedar olabilirdi. Son olarak da, herhangi bir yayın kuruluşunda yüzde 10'dan fazla hissesi bulunanlar kamu ihalelerine giremezdi.

Yayıncılık Kanunu mülkiyet konusuna düzenleme getirdiğinde esas amaç, medya kanallarının sahiplerinin çıkarlarına hizmet etmesini engellemektir. Oysa 1990'lar boyunca tam da bu problem yaşandı. Uygulamada Kanun, suistimale sonuna kadar açık olan örtülü bir yapıyı teşvik etmişti.

Mayıs 2002'de Yayıncılık Kanunu'nda yapılan değişiklik, mülkiyetle ilgili kısıtlamalara yaklaşımı değiştirdi. Ancak, değiştirilen maddelerle ilgili olarak Haziran 2002'de Anayasa Mahkemesi yürütmeyi durdurma kararı verdi ve Eylül 2004'de iptal etti.

Uygulamada mülkiyetin düzenlenmesi

Yayıncılık Kanunu'yla getirilen mülkiyet sınırlamalarına karşın, uygulamada işler pek de yasanın öngördüğü gibi yürümedi. Tüm büyük yayıncılar birer medya grubunun parçasıydı, bir kısmının birden fazla televizyon ve radyo kanalı vardı. Yayıncıların mülkiyet yapısı kağıt üzerinde kanuna uysa da herkes her kanalın aslında bir mutlak patronu olduğunu biliyordu — Kanal D Aydın Doğan'a aitti, Cem Uzan'ın Star TV'si vardı, vs. RTÜK'e verilen başvuru evrakındaysa hissedarlar listesi kimi zaman patronun şoförünün ya da kapıcısının ya da şirket avukatının isimlerini içeriyordu. Aslında — kelimenin tam anlamıyla— aynı çatı altında bulunan yayıncılık ve gazete yatırımlarını birbirinden uzaklaştırabilmek için şirketlerin yapıları kafa karıştırıcı derece karmaşık hale geldi.

Biri gerçek, diğeri kağıt üzerindeki bu ikili mülkiyet yapısı gerçekçi olmayan bir kanunun, o kanun da siyasası olmayan bir kanun-yapma sürecinin sonucuydu. Sonuçta mülkiyeti ya da gelirleri konusunda gerçek bilgilere ulaşamayan bir medya sistemi ortaya çıktı. Kanun tam da engellemeyi amaçladığı bir durumu teşvik etmişti.

Medya gücünün suistimal edilmesiyle ilgili kaygılar büyük ölçüde haklı çıktı. Sık sık ve defalarca özel kanallar patronlarının çıkarlarını savundular. Haber bültenleri patronu savunmak ya da patronun çıkarına göre hükümetin lehinde ya da aleyhinde yayın yapmak için kullanıldı. Bir kanalın sahibi bir özelleştirme ihalesini almak istediğinde, haber bültenleri ve tartışma programları hükümet yanlısı söylemden geçilmezken, araştırmacı muhabirler de rakipleri kötüleyecek haber malzemelerini buluyordu.

Medya gruplarının sahipleri 1990'larda enerji ve bankacılık sektörlerindeki özelleştirmelere talip oldu. Kanunun yayın kuruluşlarında yüzde 10'dan fazla hissesi olanları kamu ihalelerinden men etmesine rağmen, tüm büyük medya gruplarının patronları ihalelere teklif verdi. Diğer yandan, ülkedeki bir kaç büyük holding haricinde, bu ihalelere teklif verebilecek herkes zaten medyaya yatırım yapmıştı. Zira, eğer özelleştirmelerden ya da diğer ihalelerden pay almak istiyorlarsa, zamanın gereği buydu.

Ne var ki, özelleştirmeler medya sahiplerinin güçlerini suistimal ettikleri tek fırsat değildi. Star medya grubunun patronu Cem Uzan politikaya atıldığında, radyo ve televizyon kanalları ve gazeteleri de onunla birlikte atıldı. 2002 seçimlerine Genç Parti'nin genel başkanı olarak girdi ve oyların yüzde 7.25'ini aldı. Bu oran parlamentoda sandalye kazanmak için gereken yüzde 10'luk ulusal barajın altında olsa da, Genç Parti en yüksek sesli muhalefet haline geldi. Uzan'ın Star televizyonu, Star gazetesi ve çeşitli kablo ve uydu kanalları parti propagandası ve hükümeti eleştirmek için kullanıldı. Star TV'nin yayın haklarına sahip olduğu UEFA Şampiyonlar Ligi maçlarının arasındaki kârlı reklam araları bile Genç Parti'nin siyasi yayınlarına tahsis edildi. Kanun uyarınca harekete geçen RTÜK, Uzan'ın radyo ve televizyon kanallarını defalarca uyardı ve sonra da yayınlarını değişik sürelerle durdurdu. Fakat, Star ve kardeş yayın kuruluşları uyarılara aldırmadı ve yayına döner dönmez tarafsız olduklarını ve tüm partilere eşit davrandıklarını iddia ederek Uzan propagandasını sürdürdüler.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) Temmuz 2003'te Uzan'ın İmar Bankası'nın bankacılık lisansını iptal edince ve bankanın yönetimini — müflis ya da kötü durumdaki bankaları yeniden yapılandırıp yönetmek üzere kurulmuş bir kamu kurumu olan— Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) devredince işler daha da karıştı. Şubat 2004'te, bankanın nakit sıkıntısı çeken grup şirketleri için para musluğu olarak kullanıldığı anlaşılınca, medya yatırımları dahil tüm Uzan grubu şirketleri Fon'a devredildi. Fakat bu süreçte, Uzan medyası hararetle patronunu savunup hükümeti protesto etti. Bir grup çalışan televizyonda canlı yayında açlık grevine başladı, günler boyunca grevle ilgili canlı haberler yayınlandı, haber bültenleri Uzan'ın parti mitinglerindeki konuşmalarıyla ve her birinde hükümetin ve de BDDK ve TMSF yetkililerinin eleştirildiği haberlerle doldu. TMSF'ye devir işlemleri tamamlandığında açlık grevi ve Uzan propagandası sona erdi. Star medya grubu, TMSF'nin kontrolü altında uzunca bir süre kaldıktan sonra, parçalanarak satıldı.

Bankacılık bağlantısı Star grubuna özgü bir durum değildi. Türkiye'deki tüm büyük medya grupları kardeş bankalara sahipti. Finans darboğazındaki ve yüksek enflasyonlu Türkiye ekonomisinde bu, hükümetle bağlantılarınız varsa kamu bankalarından sağlayabileceğiniz düşük faizli krediler için mücadele etmek anlamına geliyordu. Normal şartlarda, bankalar krediyi verebilmek için garantiler talep ederken, bir medya patronu hükümete destek olacak yayınlar karşılığında ayrıcalıklar isteyebiliyordu. Daha da iyisi, 1990'ların gevşek kurallara sahip bankacılık ortamında, bir banka sahibi olmak neredeyse sonsuz nakit akışı sağlayabilirdi. Bu durumda da, özelleştirilecek görece küçük kamu bankalarından birini satın almak istediğinizde hükümetle iyi ilişkiler işleri bir hayli kolaylaştırabilirdi.

Bu finans, politika ve medya sacayağı, yeni gelişen Türk özel yayıncılık sektörünün —çürük de olsa— temelini oluşturdu. Bir medya siyasasının yokluğunda, sektörün nasıl yapılanacağını ve işleyeceğini bu üç faktörün etkileşimi belirledi.

Ama işler öyle bir noktaya geldi ki, neredeyse Türkiye'deki bütün büyük medya gruplarının başı kardeş bankaları nedeniyle derde girdi. Neticede, TMSF Türkiye medyasının en önemli faktörlerinden biri oldu. Bankalar, TMSF tarafından kötü yönetim ya da yolsuzluk suçlamalarıyla devralınmıştı. Bu suçlamalar genellikle, medya yatırımları da dahil, grup şirketlerine verilen batık kredileri içeriyordu. Çukurova grubu eski bankaları nedeniyle TMSF'ye borçlu durumdaydı ve Fon'la 15 yıllık bir plan üzerinde anlaştı. İhlas grubu da bankacılık ve finans şirketlerini kaybetti ve TMSF'yle problemler yaşadı. Erol Aksoy'un Cine5'i de benzer nedenlerle uzun süre TMSF yönetiminde kaldı. Dinç Bilgin'in Sabah-ATV grubu da tümüyle TMSF tarafından devralındı ve satıldı. Bilgin ailesine aitken adı Medi Grup olan Sabah-ATV grubuna, Dinç Bilgin'in devletten özelleştirmeye satın aldığı Etibank'a kötü yönetim nedeniyle el konmasından doğan borçlara karşılık el kondu. Bu grup sonradan bir lisans anlaşması ile Turgay Ciner'in Merkez grubuna kiralandı. Ancak, Ciner'le olan anlaşma iptal edilip tekrar TMSF yönetimine geçen grup geçtiğimiz günlerde yeniden satışa çıkarıldı ve Çalık grubu tarafından satın alındı.

Bankacılık sektöründeki reformlar ve ekonomik toparlanma sonucunda, banka-medya bağlantıları ortadan kalkmış oldu. Ancak siyaset-medya ilişkisi (daha açık ifadeyle hükümet-medya ilişkisi) hala gündemde olan bir konu.

Çapraz-medya

Çapraz-medya kavramı, medyanın çeşitli dallarının hepsinde ya da birkaçında birden faaliyet gösteren gruplar için kullanılıyor. Örneğin, bir medya grubunun elinde hem TV, hem radyo, hem gazete, hem dergiler, hem internet şirketleri varsa, çapraz medyadan söz edebiliriz. Bütün dünyada büyük medya grupları çapraz medya olarak yapılıyor. Türkiye'deki büyük gruplar için de bu geçerli.

Türkiye'deki medya ortamına ikisi büyük, diğerleri orta ölçekli bir kaç çapraz-medya grubu hakim. Kanal 7 haricinde tüm ana ticari kanallar bir çapraz-medya grubunun parçası: Kanal D ve Star Doğan'ın, Show TV Çukurova'nın, vb.

Çapraz-medya sahibi olmanın, medya grupları açısından büyük avantajları var. Örneğin, gazeteler grubun kendi televizyon ve radyo kanallarında reklamlarını ücretsiz ya da çok düşük fiyatlarla yapabiliyor. Daha önemlisi, çapraz-medya grupları reklamcılara medyada çok daha fazla reklam yeri almalarına imkan veren paket anlaşmalar sunabiliyor. Örneğin, sadece Hürriyet gazetesine reklam vermek yerine, biraz daha fazla ücret ödeyip hem Hürriyet'e, hem Milliyet'e, hem CNN Türk'e, hem de Kanal D'ye reklam verilebilmesi gibi... Bağımsızlar ya da küçük gruplar bu tür bir fırsat sağlayamıyor. Sonuçta, farklı pazarlara hitap eden çok sayıda yayına sahip olan Doğan gibi büyük çapraz-medya grupları, piyasa paylarına (sattıkları gazete sayısı ya da televizyon kanallarının izleyici

sayısı) oranla reklam gelirlerinden daha fazla pay elde edebiliyor. Bunun sonucunda Türkiye’de bir yılda reklam için harcanan paradan en büyük payı yaklaşık yüzde 40’la Doğan grubunun aldığı görölüyor.