

Erkal, Kürşad (2022). Türkiye’de Muhafazakar Medyada Görülen Yoğunlaşma Bağlamında Albayrak Medya Grubu Örneği, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2022 güz -04-(2-) (105-135)

TÜRKİYE’DE MUHAFAZAKAR MEDYADA GÖRÜLEN YOĞUNLAŞMA BAĞLAMINDA ALBAYRAK MEDYA GRUBU ÖRNEĞİ

THE CASE OF ALBAYRAK MEDIA GROUP IN THE CONTEXT OF THE CONCENTRATION IN CONSERVATIVE MEDIA IN TURKEY

Kürşad ERKAL^a

Doi: 10.53281/kritik.1143551

Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü

Orcid: 0000-0002-2523-7245 Mail: kursaderkal@klu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale:

Gönderim Tarihi: 13.07.2022

Ön Değerlendirme: 20.07.2022

Kabul Tarihi: 19.08.2022

Anahtar Kelimeler:

Neoliberalizm, Muhafazakarlık, Medya, Holdingleşme

Key Words:

Neoliberalism, Conservatism, Media, Conglomeration.

ÖZET

1945 sonrasında Keynesçi anlayışla kurulan ve refah devleti politikaları çerçevesinde oluşturulan kapitalist yapının 1960'ların sonu itibarıyla sorunlar yaşamaya başlaması, ABD ve İngiltere’de Keynesçi politikaların sorgulanmasını gündeme getirerek, yeni bir ekonomik modelin, neoliberal ekonominin ikamesiyle sonuçlanmıştır. Hızla dünya genelinde etkili olmaya başlayan bu politikalar 1980’lerden itibaren Türkiye’de de kendisini göstermiştir. 24 Ocak 1980’de alınan kararlarla liberal ekonomik modele geçiş yapan Türkiye’de değişen sadece ekonomik alan olmamış siyasal ve toplumsal alanda birçok değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Bu dönüşümden en çok etkilenen alanlardan birisi de medya olmuştur. Teknolojinin gelişimi, artan maliyetler ve devlet desteklerinin sınırlandırılması gibi sebepler Türkiye’de medya sektörünü hızlı bir şekilde holdingleşme sürecine sokmuştur. Bu değişim muhafazakar hassasiyetleri ön planda tutan, medya kuruluşlarında da kendisini göstermiştir. Bu çalışma örgütlenme ve idealler noktasında klasik tecimsel medyadan farklılaşan İslam referanslı muhafazakar medya kuruluşlarının zamanla nasıl ticarileştiklerini, piyasa koşullarına nasıl uyum sağladıklarını anlamayı amaçlamıştır. Çalışmada literatür tarama ve tarihsel model yöntemi kullanılarak Albayrak Medya Grubu’nun holdingleşme süreci incelenmiştir. 1990’lardan sonra gelişmeye başlayan İslami sermaye gruplarından birisi olan Albayrak şirketler grubunun 1998’de girdiği medya sektöründe, özellikle 2000’li yılların ortalarından itibaren hızlı bir genişleme politikası izlediği, yatay, dikey ve çapraz bütünleşmelerle, piyasa koşullarında hareket eden güçlü bir holding medyası inşa ettiği görülmüştür.

ABSTRACT

Neoliberal economic policies, which started in the USA and England and influenced a significant part of the world, started to be adopted in Turkey since the 1980s. The implemented policies affected not only the economic field but also the political and social fields. In this sense, one of the most affected areas has been the media. The reasons such as the development of technology, increasing costs and the limitation of state supports have brought the media sector into a conglomerate process in Turkey. This change has also manifested itself in media organizations that prioritize conservative sensitivities. The study aims to understand how conservative media organizations with Islamic references, which differ from classical commercial media in terms of organization and ideals, have become commercialized over time. In the study, the holding process of Albayrak Media Group was examined by using the literature review and historical model method. Albayrak group of companies, one of the Islamic capital groups that started to develop after the 1990s, has followed a rapid expansion policy especially since the mid-2000s in the media sector it entered in 1998, and has built a strong holding media that acts in market conditions with horizontal, vertical and cross integrations. seen.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

Araştırma Makalesi

Sorumlu Yazar: Kürşad Erkal

ORCID ID: 0000-0002-2523-7245

E-mail: kursaderkal@klu.edu.tr

GİRİŞ

İnsanoğlunun tarihi geçmiş, şimdi ve geleceğin etkileşiminin ortaya çıkarttığı bir birikimler silsilesidir. Duygu, düşüncelerini paylaşma, her şeyden öte hafızasını kaydetme ve geleceğe aktarma güdüsü- isteği onu farklı metot ve araçlar üretmeye, kullanmaya itmiştir. Bu amaçla ilk olarak içinde kurallar barındıran, bu kurallar doğrultusunda canlı bir organizma gibi gelişen, belirli seslerle örülü “dil”i geliştirmiştir. Bu “dil”le bireysel, örgütsel iletişimini kurmuş, toplumsal aidiyet, kültürel değerler oluşturmuş, edebi sınırlarını zorlayarak “söz” üzerinden kendini var etmeye, geleceğe aktarmaya çalışmıştır.

Yeryüzünde ilk görülmeye başladığı tarihten yüzbinlerce yıl sonra insanoğlu ikinci önemli hikayesini başlatacak ve yeryüzünde medeniyetini inşa edeceği araçlardan birini, yazıyı icat edecektir. Birbirinden değişik, şekil ve sembollerle oluşturduğu sistemle daha geniş bir toplumsal örgütlenmeyi, edinilen tecrübe ve birikimleri olduğu gibi kaydetmeyi, sözlü kültürden farklı olarak ilk orijinalliğinde geleceğe aktarmayı mümkün kılacaktır.

Gördüklerini hafızasına işleyen insan, hafızasını da ilk ilkel haliyle duvarlara yansıtmayı denemiş ve başarmıştır. Bu ilk ilkel örneklerle renkleri keşfetmiş, desenler üretmiş, insan ve hayvan anatomisi ve hareketlerini ustalıklı nakşetmiştir (Becer, 1999, s. 84). Duvarlarla başladığı resmetme serüveni kimi zaman tabletlerle, kimi zaman da tuallerle devam etmiş, ışığı, gölgeyi, perspektifi kullanarak gerçekliği yansıtmaya arzusunu daima ileri taşımıştır. Somut dünyanın gerçekliğini yansıtmaya, aynı zamanda gelecekle-gelecek olanla iletişim kurmaya dönük bu girişimler bir süre sonra zaman, mekân ve objelerin tüm gerçekliğiyle dondurulabildiği yeni bir kayıt imkanını kazandıracak, “fotoğraf”ı yaşama katacaktır. Dondurulan “an”ın hareketlendirilmesi ise bir başka aşamayı oluşturacaktır. Nihayetinde noktalarla, çizgilerle başlayan süreç birbirinden farklı fakat birbirini tamamlayan, birbirini üreten, geliştiren, dönüştüren bir çizgide anlatım, iletişim, paylaşım teorileri, pratikleri, teknik ve teknolojileriyle sürüp gidecektir.

Matbaanın icadı yazının da saltanatının habercisi olmuştur. Düşüncelerin fikir, olayların da bilgi ve haber olarak derlendiği mektup, dergi, kitap ve gazete gibi sayfaların binlerce basılabilmesi, binlerce kişiye ulaştırılması, başka diğer binleri grafik sembollerle örülü bu iletişim dilini öğrenmeye güdülemiş, yaşanan olayların, üretilen bilgilerin daha spesifik dağıtımını-dağılımını sağlayacak kuramsal teorileri,

kurumsal örgütlenmeleri ortaya çıkartmıştır. Bilim; disiplinlerini sağlamlaştırırken, toplumlar organizasyonlarını güçlendirmiştir.

Kendisiyle, çevresiyle kurduğu ilişkilerden, düşünce ve etkileşimlerinden ortaya çıkan sonuçları, öngörülerini kaydetmeyi, sınıflandırmayı, saklamayı ve paylaşmayı pratik anlamda öğrenen ve uygulayan insan tüm bu süreçleri hızlandıracak teknolojik devrimini de gerçekleştirmeyi başaracaktır.

Bilinen zaman ve mekan kavramlarının ilk altüst oluşu sayılabilecek telgraf sistemiyle insan, bilgi ve haberin mekânsal sınırlılıkları hızla aşarak hedefine ulaşmasını gerçekleştirdiğinde iletişim anlamında bambaşka bir aracı devreye koymuş olacaktır. İletişimi sağlayan araç değişmiş, elektriğin hızı haberleşmenin hizmetine sunulmuştur. Sırada sesin ve kaydedilen görüntünün mekânsal sınırları hızla aşması olacaktır. Telefon aracılığıyla kablolarla taşınan ses çok kısa bir süre sonra radyo dalgaları sayesinde binlerce kilometre öteye taşınabilirken, hareketli ve gerçek zamanlı kaydedilebilen görüntülerin mekânsal aktarımı da televizyonun icadıyla gerçekleşecektir.

Yaşanan tüm bu süreç ve teknolojik gelişmeler insanın dünyadaki kurmuş olduğu düzen ve yaşam pratiklerini de temelden etkilemiş, sosyal, siyasal, ekonomik ve psikolojik alanlar bağlamında birçok kavramı dönüşüme uğratarak, insan ve topluma dair tartışmaları da değiştirmiştir. Teknoloji bilginin üretimini ve dağıtımını hızlandırırken aynı zamanda kapitalist üretim-tüketim kültürünün de yerleşmesini sağlayarak insanoğlunu bambaşka ideallere yönlendirmiştir. Daha çok üretme, daha çok kazanma, daha çok tüketme olarak ortaya çıkan bu ideal, üretim ve iletişim alanında farklı teknolojik sıçramaların zeminini hazırlamış, hızla gelişen yeni iletişim, ulaşım ve pazarlama teknikleriyle insan, toplum ve ulusların etkileşimi önündeki coğrafi sınırlar ortadan kaldırılmıştır. Ekonomik, sosyal, siyasal bakımdan küresel bir kültürün yerleşmeye başladığı bu çerçevede teknolojik gelişmelerin sonuçları ve bu teknolojiler vasıtasıyla üretilen, yayılan içeriklerin fayda yönleri, hegemonik etkileri sosyal bilimlerin alanında birçok tartışmayı başlatmış, (Bostancı, 2013, s. 43-44) medya kavramı ise ulusal ve uluslararası platformlarda devam eden bu tartışmaların odağında yer almıştır. Çünkü basın yayın araçlarının tümünü kapsayan medya genel olarak toplumla iktidar arasında bir arabulucu, toplum adına kuvvetler ayrılığını temsil eden yasama, yürütme ve yargı organlarını denetleyen dördüncü güç olarak kavramsallaştırılsa da (Atabek, 2013, s. 116) günümüzde, sermayenin birikmesini, kapitalist sistem ve ideolojilerinin yeniden biçimlendirilmesini sağlayan bir aygıt haline dönüşmüştür. (Çelik, 2015, s. 736) 1970'lerden itibaren Amerika'da başlayan ve daha sonra Avrupa başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde benimsenen ekonomi alanındaki Neo-liberal politikalar nedeniyle medya da serbest piyasa koşulları

çerçevesinde şekillenmiş (Özgen, 2004a, s. 468), ticari ve kar kaygıları ön planda olan işletmeler halini alarak geleneksel biçiminden ve misyonundan büyük oranda soyutlamıştır. Dünyanın hemen hemen her ülkesinde piyasa koşullarında örgütlenen ve yatay, dikey, çapraz bütünleşmelerle tekelleşme eğilimleri gösteren medya Türkiye’de de benzer süreçleri tecrübe etmiştir.

Bu çalışmada literatür tarama ve tarihsel model yöntemi kullanılarak medyanın dünyada ve Türkiye’de yoğunlaşma, tekelleşme eğilimleri genel anlamda irdelenecek daha özel bağlamda ise Türkiye’nin muhafazakâr medya temsilinin öncülüğünü yapan Albayrak Medya Grubunun serbest piyasa koşullarında yaşadığı holdingleşme süreci incelenecektir. Çalışma, Türkiye’nin klasik, liberal merkez medya birimlerinden farklı olarak dini, muhafazakâr hassasiyetleri ön planda tutan, misyonunu ve yayın çizgisini bu hassasiyetler üzerine kuran Albayrak Medya’nın çoğunlukla eleştirdiği mevcut piyasa koşullarında zaman içinde yatay, dikey ve çapraz bütünleşmelerle holding medyasına dönüştüğünü varsaymaktadır.

1. Dünya’da Medya’nın Yapısal Dönüşümü

İnsanlık yaklaşık son 250 yıllık bir süreç zarfında tarih çizelgesinde eşine rastlanılmayan bir hızda toplumsal, siyasal, ekonomik ve teknolojik değişim ve dönüşümü tecrübe etmiştir. Hatta bugün ilişkide olunan maddi manevi her şeyin hızla tükendiği, değiştiği, yenilendiği; değerlerin bir kuşak sonrasına aktarılamadığı, yavaşlatılmayan bir zaman dilimi yaşanmaktadır. Hiç kuşkusuz burada en büyük pay kapitalist sermaye ve sektörleşen enformasyon araçlarının birleşmesiyle ortaya çıkan yeni sermaye birikim modelinindir (Çelik, 2015, s. 736). Bu modeli mümkün kılan gelişmelerin başlangıcını 16. yüzyıla kadar götürmek mümkündür. İletişim ve enformasyon araçları olarak gazete ve telgrafın ortaya çıkması kapitalist ticari yapının büyük oranda gelişimini ve devamlılığını sağlayacaktır. Ancak burada vurgulanması gereken bu iki aracın ortaya çıkmasında temel dinamiğin, insanların haber alma ve enformasyon ihtiyaçlarını karşılamadan ziyade kapitalist gelişim kaygılarının olmasıdır (Çelik, 2015, s. 736). Bu sebeple medyanın geçmişten günümüze geçirmiş olduğu değişim ve dönüşümleri kapitalist ekonomik sistemde meydana gelen değişim ve dönüşümlerden bağımsız olarak anlamak mümkün görünmemektedir.

Tarım ekonomisi sonrası sanayi devrimi ile ortaya çıkan ve üretim biçimleriyle farklı bir toplumsal-ekonomik yapı oluşturan Kapitalizm liberal düşünce tarzını benimser ve bireycilik, özel mülkiyet, sözleşme hürriyeti, rekabet, serbest piyasa, serbest dış ticaret ve sınırlı devlet müdahalesine

dayanır (Bal, 2011). Toplumsal koşulların uygunluğu gereği Avrupa’da ortaya çıkan Kapitalizm (Alptekin, 2015, s. 235) 16. yüzyıldan itibaren üretim artışıyla beraber gereksinim duyulan hammadde ve pazar ihtiyacı nedeniyle kapitalist olmayan toplumlarla ilişkiler neticesinde yayılmaya başlamış ve genişlemiştir (Başaran, 2014, s. 27). 1789 Fransız ihtilali sonrası yine Avrupa kıtasında yayılmaya başlayan milliyetçilik akımlarının ortaya çıkarttığı ulus devlet yapılarında iyice ivme kazanan, kurum ve kurallarını oluşturan kapitalist ekonomik sistemler, 1870’lerden itibaren ihtiyaç duyulan hammadde ve pazarların temini için şiddete dayalı fetihlere, sömürü faaliyetlerine girişmiştir (Savaş, 2004, s. 4). Ancak aşırı talep ve rekabet bu sistemleri bir noktada karşı karşıya getirmiş, doğan gerilim tüm tarafların büyük yıkımlar yaşadığı 1. Dünya savaşı ile sonuçlanmıştır. Bu aynı zamanda liberal ekonomik sistemin de sonu olmuştur. Savaş sonucunda yaşanan sosyal ve ekonomik yıkımlar kapalı ekonomik modelleri benimseyen faşist ve komünist rejimlerin güçlenmesine neden olurken, 1929 ekonomik bunalımıyla birlikte kalan liberal ekonomik yapılar da korumacı devlet anlayışı çerçevesinde Keynesçi ekonomik modeli benimsemişlerdir (Kihtir & Erbuyurucu, 2013, s. 190). Bu dönemde medyanın gelişim eğrisi de faaliyet gösterdiği ekonomik ve siyasal sistemler paralelinde seyretmiştir.

Liberal ekonomi politikaların yeniden canlanması ve Batı’da hakim duruma gelerek küreselleşme eğilimleri göstermesi için 2. Dünya savaşının yaşanması ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD)- Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) arasında gelişen soğuk savaş döneminin başlaması gerekecektir. 1917 yılında I. Dünya Savaşı hala sürerken Rus Çarlığı Ekim Devrimi ile yıkılmış, 1922’de Lenin önderliğinde SSCB kurulmuştur. Farklı bir ekonomi modeliyle kapitalizme alternatif olarak örgütlenen Sovyet sosyalizmi kısa sürede toplumsal ve ekonomik başarılar göstererek 2. Dünya Savaşı’nda doğu cephesinde yerini almış, Alman ordularını durdurarak güçlü bir devlet olduğunu kanıtlamıştır (Başaran & Yüksel, 2012, s. 35). ABD ise 1776 yılında İngiltere’ye karşı bağımsızlığını ilan etmiş, Atlantik ötesinde Avrupa devletlerinin kadim çekişmelerinden uzak; tarım, sanayi ve silah teknolojisinde ciddi gelişmeler kat etmiştir. 1. Dünya savaşına ilk başlarda katılmayarak bekle gör siyaseti izleyen ABD tarafların birbirlerini tüketmelerinden sonra İngiltere ve müttefiklerinin yanında savaşa dâhil olmuş, çok kısa sürede savaşın sonucunu tayin eden hegomonik bir güç olarak ortaya çıkmıştır (Gündoğan, 2008, s. 40). Savaş sonrası 24 Ekim 1945’de dünya barışını, güvenliğini korumak ve uluslararası ekonomik, toplumsal ve kültürel bir işbirliği oluşturmak,(Başaran & Yüksel, 2012, s. 35) dünya sisteminde yaşanan ve ileride yaşanabilecek muhtemel sorunları tartışarak çözüme kavuşturmak amacıyla Birleşmiş Milletler kurulmuştur. Ancak bir süre sonra rejimleri iki farklı ideolojik temele dayanan ABD ve SSCB bir takım siyasal ve ideolojik nedenlerden dolayı karşı karşıya gelecektir.

ABD kapitalizmi sadece kendi pazarıyla yetinemeyecek kadar büyümüştür ve tahrip olmuş Avrupa ülkelerinin Sovyet yayılcılığına teslim olması uzun vadeli çıkarlar açısından tehdit oluşturmaktadır. Sovyetler ise kuruluş ideolojisi çerçevesinde ezilen halkların kurtarıcı rolünü üstlenmek, daha derinlerde ise yüzyıllardır hayalini kurduğu Avrupa'ya nüfuz etmek ve sıcak denizlere inme amacını gerçekleştirmek istemektedir (Gündoğan, 2008, s. 54-55). Hedefler noktasında birbiriyle çatışan bu politikalar kısa sürede, nükleer silah geliştirmeyi başaran iki ülke arasında dünyayı kutuplaştırarak soğuk savaş döneminin başlamasına neden olmuştur.

ABD ve SSCB arasında yaşanan çekişme, sonraki yıllarda gerçekleşecek ve tüm dünyayı derinden etkileyecek ekonomik, iletişim ve medya bağlamında kapitalist dönüşümün temelini oluşturan teknolojik sıçramayı ortaya çıkartmıştır. Askeri bir mücadeleden ziyade ideolojik mücadele olarak yaşanan soğuk savaş uluslararası enformasyon kanallarını son derece önemli hale getirmiş ve iletişim ağlarına yapılan devasa yatırımları meşrulaştırmıştır. ABD açısından "özgürlük" amacıyla verilen evrensel, siyasi, bilimsel mücadele, yeni iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin askeri amaçlar doğrultusunda geliştirilmesini sağlamıştır. Yine iki ülke arasında girilen uzay yarışı uydu teknolojisinin gelişimine vesile olacaktır (Başaran & Yüksel, 2012, s. 36).

1945 sonrasında Keynesçi anlayışla kurulan ve Refah Devleti politikaları çerçevesinde oluşturulan kapitalist yapı ulusal sınırlar dâhilinde uyguladığı devletçi ekonomi politikalarıyla talebi sürekli artırıyor ve böylece ekonominin çarklarının hızla dönmesi sağlanıyordu. Ancak 1960'ların sonu ve 1970'lerin başına gelindiğinde bu döngü sorunlar yaşamaya başlamış ve kriz patlak vermiştir. Bu krizin en görünür hale geldiği dönem 1973-1974 yıllarında yaşanan petrol şokudur. Başlangıçta krizin geçici olduğu, petrol fiyatlarında görünen ani yükselişin kısa süreli bir sonucu olduğu düşünülse de daha sonraki süreçte durumun çok daha ciddi ve yapısal olduğu anlaşılmıştır. Ekonomik göstergelerin pek çoğu sert dalgalanmalar yaşamış, üretkenlik düşerken kapasite kullanımı gerilemiş, karlar azalmış, enflasyon ve işsizlik hızla yükselmiştir (Başaran & Yüksel, 2012, s. 48-49). Toplumsal alana etki eden bu krizsel gelişmeler toplumsal muhalefeti güçlendirmiş, 1968 Mayıs'ında Paris'te meydana gelen öğrenci olayları, hemen sonrasında Batı Avrupa'da ve ABD'nde yükselen özgürleşme, yeni bir dünya düzeni kurma talepleri, zenci hareketleri mevcut kapitalist sistemin sorgulanmasını getirmiştir. Bunların yanı sıra tüm hızıyla devam eden soğuk savaş dolayısıyla dünya ölçeğinde gerçekleşen gelişmeler de ABD ve Batı'yı politik ve askeri anlamda sıkıştırmıştır. Bir yanda sosyalist düşüncenin dünyada önlemeyen çıkışı ve tırmanışı, bu bağlamda 1 Ocak 1959'da gerçekleşen Küba devrimi, diğer yanda

ABD karşıtı biçiminde dünyaya yayılmış olan Bağlantısızlar Hareketi, sistem sorgulamalarını artırmıştır. Nihayetinde 1975 Nisan'ında sonuçlanan Vietnam Savaşı'nda ABD'nin yenilmesi, kısa süre sonra Şah rejiminin devrilmesiyle Orta Doğu ve ön Asya'da en güvenilir müttefik olan İran'ı kaybetmesi Batı ittifakında yeni bir atılım, değişim ve dönüşüm hareketini zorunlu kılmıştır (Özgen, 2004a, s. 466).

1973 petrol krizinden sonra Keynes'in sosyal politikaları terk edilmeye başlanmış (Çelik, 2015, s. 738) ve kapitalist ekonomi neoliberal politikalar doğrultusunda yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Ekonomide tıkanıklığı açmak için küresel pazarlara yönelirken, devlet egemenliğinin sınırları da daraltılmaya başlamıştır (Bostancı, 2013, s. 77). "Liberal verimlilikçilik" yaklaşımı çevresinde gelişen bu yapılaşmada yeni teknolojiler ön plandadır. Verimliliği artırıcı potansiyele sahip yeni teknolojik devrimin gerçekleştirilebilmesi için eski Keynesçi yapının ürünü sendikalar ve devlet kaynaklı kimi sınırlamaların ortadan kaldırılması gerekmektedir. Verimliliği düşük faaliyetlerin ve işletmelerin desteklenmesinden vazgeçilmeli, etkin olmayan ve bürokratik kamu hizmetleri korunmamalı, verimliliği ve kârlılığı düşük faaliyetlerin piyasada yaşamasına izin veren düşük faiz politikasından vazgeçilmelidir (Adaklı, 2006, ss. 51-52). Böylece yeni kar alanları yaratmak amacıyla daha önce ikincil bir sektör olarak görülen hizmetler sektörü öne çıkartılmış, sosyal devlet anlayışı çerçevesinde devlet tarafından vatandaşlara sunulan eğitim, sağlık, güvenlik ve iletişim hizmetleri kârlı bir birikim alanı olarak özel sektöre açılmıştır. Diğer yandan üretime dönük talep artırıcı politikalar olarak ulus sınırlarının aşılması, küresel pazarlarda yaşanan belirsizlik ve değişkenlere uyum için ileri iletişim ve yazılım teknolojilerine ihtiyacı yaşamsal kılmıştır. Branşlaşan sektör ve işkolları, ucuz iş gücü, pazarlara ulaşma, maliyetleri düşürme gibi nedenlerden dolayı farklı coğrafyalarda farklı merkezleşmeler ortaya çıkmış, ürünlerin tasarlandığı, geliştirildiği, üretim kararların alındığı merkezlerle üretimin yapıldığı merkezler ayrışırken bu merkezler arasında iletişim yoğunlaşmıştır. Aynı zamanda üretimin küresel pazarlara yapılması, reklam ve pazarlama faaliyetlerinin sınırlamalardan uzak tüm ülkelerde gerçekleştirilebilme zorunluluğu iletişim ve medya alanındaki gelişmeleri hızlandırmıştır. Yani bu yeni ekonomik yapıda ulusal-uluslararası iletişim akışı hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir (Başaran & Yüksel, 2012, s. 49-50).

Neoliberal politikalar çerçevesinde önemi artan ve teknolojik gelişmelerle karlı bir alana dönüşen iletişim-medya sektörü de piyasa düzeni bağlamında şekillenmiştir (Baytar, 2011, s. 57). Kuralların kaldırıldığı, kamu yayıncılığı tekellerinin ortadan kalktığı, özel radyo televizyon yayıncılığının yaygınlaştığı, deregülasyon olarak da adlandırılan bu dönemde (Atabek, 2013, s. 116) liberal ilkeler

doğrultusunda piyasanın rekabete açılması, devlet sınır ve kontrollerinin azaltılması, içeriklerin ticarileşmesi ve teknolojik yatırım zorunluluğu gibi gelişmeler medyayı farklı bir zeminde tartışmaya açmıştır. Artık medya klasik anlamda haber veren, sınırlı ölçekte enformasyon ve bilgi paylaşılan araçlardan ziyade sermayenin, ticaretin, kültürün küreselleşmesinin, daha da önemlisi yeni emperyal biçimlerin etkili bir aracı olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Bostancı, 2013, s. 82-83).

Deregülasyon döneminin hazırlayıcısı olarak iki temel neden göze çarpmaktadır. Birincisi teknolojik gelişmeler, ikincisi medya sektöründe başlayan yoğunlaşma. Telekomünikasyon teknolojisi alanında yaşanan gelişmelerin yanı sıra özellikle televizyon yayıncılığı açısından coğrafi nedenlerden dolayı ortaya çıkan frekans sınırlılığı gelişen uydu teknolojisi ile aşılmış, neredeyse sınırsız uydu ve kablolu TV kanalı kullanma imkanı yakalanmıştır (Atabek, 2013, s. 116). Diğer yandan gerek baskı gerekse de dağıtım teknolojileri olmak üzere yazılı basın alanında da ciddi atılımlar gerçekleşmiş, ileri teknoloji dizgi-baskı teknikleri, yazılım odaklı masaüstü yayıncılık sistemleri ve bilgisayarlaşan üretim ortamlarıyla yüksek yatırım gerektiren endüstriyel bir nitelik kazanmıştır. Kısacası medya endüstrisi üretim, yayın, dağıtım ve çeşitli medya içerik formlarının oluşturulmasında teknolojiye bağımlı hale gelmiştir (Baytar, 2013, s. 147).

Sektörde elektronik kapsamın genişlemesi, teknik altyapının gelişmesi, bilgisayar ve yazılım teknolojisinin de dahil olmasıyla karmaşıklaşan medya daha çok ekonomik bir etkinlik alanı olarak sermayenin yoğunlaşmaya başladığı karlı bir alan olmaya başlayacaktır. Zaten; teknik donanım, altyapı ihtiyacı, istihdam potansiyeli ve üretim-tüketim süreçleri bakımından diğer ekonomik işletmelerden pek farkı olmayan medyanın teknolojik ivme ve neoliberal siyasal görüşler doğrultusunda küresel kapitalist birikim stratejisinin aracı olarak konumlanması, dünya genelinde hukuksal yapısının da yeniden yapılandırılması ihtiyacını doğurmuştur (Kaya, 2016, s. 12). Bu bağlamda ilk girişimler neoliberal politikaların öncüsü iki ülke olan ABD ve İngiltere’de görülür. “Kuralların kaldırılması” siyasasına uygun olarak özel televizyon yayıncılığı alanında kamu tekelleri ortadan kaldırılarak, devletin yayıncılık alanındaki etkinlik ve müdahalesi sınırlandırılır. Daha sonrasında; yayıncılık hizmetlerinde kamu yayıncılığını esas alan Kıta Avrupası’nda da benzer politikalar hız kazanmıştır ve özel televizyonları mümkün kılan yasal düzenlemeler hayata geçirilmiştir (Adaklı, 2006, s. 31). Bu düzenlemeler sonrasında devletin medya sektöründeki tüm rolü, doğrudan hizmet verme ve düzenleme yapmaktan çok hizmeti denetleme şeklinde biçimlenecektir (Baytar, 2011, s. 57).

1990'lı yılların başından itibaren SSCB'nin çökmesi, soğuk savaşın sona ermesi, ABD'nin ekonomik politik hegemonyasını tam anlamıyla ilan etmesiyle sonuçlanınca, dünya genelinde gerek gelişmiş gerekse de az gelişmiş birçok ülkede sermayenin sektöre girişinin önündeki yasal engeller kaldırılarak yatırımların önü açılmıştır. Tüm bu gelişmeler sonucunda çok kısa bir sürede gazete, radyo, TV ve sinema gibi geleneksel medya alanlar dev holdinglerin birer parçası haline gelmişlerdir.(Adaklı, 2006, s. 34) Ancak; kamusal yayıncılık anlayışının terki ve yayıncılık alanında sağlanan desteklerin ortadan kalkması, özel sermayenin piyasa koşulları çerçevesinde birbirleriyle medya sahasında çetin bir rekabete girmesinin de önünü açmıştır. Bu rekabetler sonucunda medya sektöründe güç dengeleri kimi işletmeler lehine değişmiştir.(Baytar, 2011, s. 58) Medyada yoğunlaşma şeklinde kavramsallaştırılan bu süreçte medya sahiplerinin sayısı gittikçe azalırken ortaya çıkan tekel görünümüne bir taraftan da demokratik toplumlarda var olan kuvvetler ayrılığı ilkesinin temel unsurları yasama, yürütme ve yargı erkleri üzerinde ürkütücü bir güç olarak algılanmaya başlanmıştır (Avşar, 2004, s. 89).

Bugün dünya geneline bakıldığında medya sektörünün, sayıları az ancak ekonomik büyüklükleri, istihdam potansiyelleri, toplum ve iktidarlar üzerinde sağlamış oldukları güç ve etkileri bakımından muazzam kuvvette birkaç şirketin elinde bulunduğu görülmektedir. Bu şirketlerin hemen hemen hepsi uluslararası alanda faaliyetler yürütmekte ve farklı farklı ülkelerden birçok medya kuruluşunu bünyelerinde bulundurmaktadırlar (Atabek, 2013, s. 118).

2. Türkiye'de Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Tekelleşme Eğilimleri

Türkiye'de 1948'lere kadar gazete sahiplerinin hepsini gazetecilik mesleğinden gelen kimseler oluşturmuştur. İkinci dünya savaşının sonuna kadar devam eden bu gazeteci-patron geleneği 1948 yılında Sefa Kılıçoğlu adında bir işadamlarının Yeni Sabah gazetesini satın alması ile sona erer (Topuz, 2003, s. 329). Takip eden yıllarda başka işadamları da gazete sahibi olurlar. Her ne kadar basın sektörüne dışardan iş adamı sıfatı taşıyan kişiler girmiş olsa da bu girişler medyada yoğunlaşmadan ziyade tüccar insanların birikimleri ile yeni bir alan olarak gazetecilik mesleğinde şans aramaları şeklinde gerçekleşmiştir.

Türkiye'de basın alanında ki asıl değişim 1960-1980 yılları arasında yaşanmış ve bu süreçte basın bir sektör haline gelmeye başlamıştır. Baskı ve fotoğraf başta olmak üzere gazetelerde uygulanmaya başlanan teknik ve teknolojik yeniliklerin güçlü bir mali desteği zaruri kılması, gazete sahiplerinin ticari kaygılarını artırırken aynı zamanda da büyük sermaye gruplarının ilgisini basın alanına yöneltmiştir.

Kısa süre sayılacak bir zaman diliminde birçok gazete ya ortaklık ya da doğrudan olmak üzere sermaye sahipleri tarafından satın alınmaya başlanmıştır. Hürriyet, Milliyet, Tercüman gibi kimi gazeteler ise mali bağımsızlıklarını sağlamak üzere ticari yatırımlara yönelerek, holdingleşme sürecine girmişlerdir (Yazıcı, 2013, s. 76). Dönemin doğal sonucu olarak sermayeleşmeyi beceremeyen gazete kuruluşları kapanmak zorunda kalmışlardır. Bu gelişmelerden sonra birincil olarak, haber vermek, bilgilendirmek, toplumun çıkarına yönelik kamuoyu oluşturmak gibi görevleri olan basın için artık öncelikli konu ticari çıkar ve kaygılar olmuştur.

Türkiye’de basının gerçek anlamda ticarileşme ve yoğunlaşma süreci 1980’den sonra yaşanmaya başlanacaktır. 1970’lerden itibaren ABD ve Avrupa’da neoliberal politikalar çerçevesinde gelişen deregülasyon dönemi 1970’lerin sonu itibariyle Türkiye’yi de medyanın da içinde olduğu birçok alanda etkileyecektir. Devletin piyasa koşullarından çekilmesi, sosyal devletin düzenleyici olarak üstlendiği görev ve sorumluluğunu daha ağırlıklı olarak serbest piyasa koşullarına devrettiği bir dönemi ifade eden deregülasyon dönemi (Özgen, 2004a, s. 468) Süleyman Demirel Hükümeti tarafından 24 Ocak 1980’de alınan ve tarihe 24 Ocak Kararları olarak geçen, tam liberal, dışa dönük bir ekonomi modeline geçişi içeren düzenlemelerle başlamış, 12 Eylül 1980’de gerçekleşen askeri darbenin sağlamış olduğu uygun koşullar sayesinde yerleşik hale gelmiştir.

24 Ocak kararlarının basın kuruluşları açısından en önemli etkisi devlet desteklerinin sınırlandırılmasıdır. Bu tarihten hemen sonra devlet tarafından yüksek bir sübvansiyonla verilen gazete kâğıdının kilo fiyatı 9 liradan 41 liraya çıkartılmıştır. Bu durum birçok basın kuruluşunu ciddi maddi sıkıntılara sokarken, sermaye gücü ve büyük reklam geliri olmayan basın organlarının da kapanmasına neden olmuştur. Getirilen sınırlamalar, artan maliyetler, darbe anayasası kaynaklı uygulanan yasal baskılar basın sektörünü zorunlu bir dönüşüme mecbur bırakmıştır. Ekonomilerini döndürmek, rekabette yer alabilmek adına reklam ve promosyon gazeteciliğine yönelen kuruluşlar, siyasi ve hukuksal baskılar nedeniyle de içeriklerini magazin ağırlıklı oluşturmaya başlamışlardır (Büyükbaykal & Ilgaz Büyükbaykal, 2007, s. 54).

1980 döneminin göze çarpan bir başka gerçeği de siyasi alanın medya alanına dönük niyetli dönüşümsel müdahaleleridir. Darbe sonrası gerçekleştirilen genel seçimler sonucu tek başına iktidara gelen Turgut Özal’ın darbe ortamının sağlamış olduğu sükûnet ortamını devam ettirme isteği, medya muhalefetinden arınmış bir iktidar hayali basına karşı tutumlarını şekillendirmiştir. “Türkiye’de iki buçuk gazeteden fazlasına gerek yok” cümlesiyle niyetini ortaya koyan Özal (Özgen, 2004b, s. 74) daha

sonraki müdahaleleriyle medya alanın şekillenmesinde etkili olacaktır. Örneğin dünyanın sayılı zenginleri arasında yer alan Kıbrıslı iş adamı Asil Nadir Özal'ın tavsiyesiyle medya sektörüne girecek ve Günaydın Gazetesi, Güneş Gazetesi ve Gelişim Dergi Grubu'nu satın alacaktır (Özbey, 2012). Özal döneminin bir başka gelişmesi ise İzmir'de yerel bir gazetenin sahibi olan Dinç Bilgin'in İstanbul'a gelerek bugün hala Türk Medyasının en güçlü gazetelerinden biri olan Sabah Gazetesi'ni çıkartmaya başlaması olmuştur. Gazeteye büyük yatırım yapan Bilgin Türkiye'de ilk olarak baskı aşamasında bilgisayarlı sistemleri kullanmış, getirdiği yeniliklerle kısa sürede tirajını artırarak en çok satan ikinci gazete olmayı başarmıştır. Özal'ın liberal politikalarını destekleyen bir yayın çizgisi izleyen Sabah Gazetesi Bilgin'in kendi ifadesiyle "Özal'la birlikte değişimin gazetesi olmuştur" (Bilgin, 2012).

Turgut Özal'ın Cumhurbaşkanlığı döneminde gerçekleşen ve Türk medya tarihi açısından önemli olan bir diğer gelişme ise bayramlarda gazete yayınlama hakkını gazeteci cemiyetlerine veren 1952 tarihli Basın Mesleği Yasası'nın ilgili maddesinin ihlal edilmesidir. Gazetecilere bayramlarda dinlenme olanağı sağlamak ve gazeteci cemiyetlerine, üyelerine sosyal yardımlar yapabilmek için gelir kazandırmak amacını taşıyan yasa gereği gazeteci cemiyetleri tanınmış gazetecilerle birlikte işsiz ve dışlanmış gazetecilere bayramlarda çıkarttıkları gazetelerde yazı yazdırıyor, elde edilen reklam gelirleriyle de gazetecilerin sosyal gereksinmelerini karşılıyorlardı. Elde edilen gelirlerle ayrıca dispanserler, dinlenme tesisleri gibi işletmeler de kurarak patronların ve devletin karşısında gazetecilerin direnebilecekleri bir güç oluşturmaya çalışıyorlardı. 1992 yılında Dinç Bilgin, sahibi olduğu Sabah Gazetesi'ni bayram günlerinde de yayınlamaya devam etmiş, hem yasayı hiçe saymış hem de bir geleneği bozmuştur. Tüm karşı çıkmalara, yasal mücadelelere rağmen sonuç alınamamış, siyasal iktidarın da sessiz kalması, hatta teşvik edici tavır takınması nedeniyle gazeteciler sermayeye karşı bir mevzi daha kaybetmişlerdir (Topuz, 2003, s. 286).

Türkiye'de medyanın mülkiyet ve yapısal açıdan dönüşümünde bir diğer kırılma noktası 1990'ların başıdır. Bu dönemde radyo ve televizyonculuk alanında devlet tekeli son bulmuş, anayasal engeller ortadan kalkmış, aynı zamanda yazılı, görsel ve işitsel basının aynı sahiplik altında bulunma olanağı doğmuştur (Baytar, 2013, s. 159-160). Bu durum aynı zamanda medya sektöründe yaşanmakta olan yoğunlaşma eğilimlerini başka bir boyuta taşıyacaktı. Medyanın niteliğini, siyasal ve kültürel bakımdan toplumun temel dinamiklerini köklü değişikliklere uğratacak olan bu süreç 1990'da Magic Box Star 1 televizyonun Türkiye'de özel televizyon kanalı olarak yayına girmesiyle başlayacaktır. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın cesaretlendirmesiyle –ki Özal, 1990 yılı başında ABD gezisinde yaptığı

açıklamada, yurtdışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını, bir kanal kiralayanın Türkiye'ye yayın yapabileceğini belirtmiştir- Rumeli Holding'in sahibi Uzan ailesi ve Ahmet Özal ortaklığında İsviçre'de kurulan "Magic Box" adlı bir şirket Almanya'dan Türkiye'ye yayın yapmak üzere Eutelsat uydusundan 2 kanal kiralamış ve 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayınlarına başlamıştır (Özgen, 2004b, s. 72). İlk girişim son olmayacak ve Star 1'in ardından çeşitli sermaye gruplarına ait tecimsel radyo ve TV kanalları hızla yayınlarını başlatacaklardı.

1990'ların başında ortaya çıkan bu gelişmelerin seyrinde kuşkusuz Turgut Özal'ın politikalarının büyük etkisi vardı. Dünyada gelişen neoliberal akımlar çerçevesinde Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Müsteşarı sıfatıyla **24 Ocak Kararları** diye bilinen istikrar paketini hazırlayan, bu kararların alınmasından 10 ay sonra gerçekleşen 1980 askeri darbesinden sonraki seçimlerle de kurmuş olduğu Anavatan Partisi ile iktidara Gelen Turgut Özal, 24 Ocak 1980'de alınan ekonomik kararları uygulama fırsatı yakalamıştı. 1990'lara kadar geçen süreçte sermayenin basın sektörüne girişini kolaylaştıran ve geleneksel basın yönetimi ve anlayışının değişmesini sağlayan girişimlerinden sonra Radyo TV yayıncılığında var olan devlet tekelinin kırılması ve bu alanın da piyasa ekonomisi bağlamında düzenlenmesi Özal'ın ikinci büyük dönüşüm hamlesini içeriyordu. Bu büyük dönüşüm hamlesinin ilk altyapısını Özal, başbakanlığı döneminde çıkartmış olduğu ve 21.1.1989'de Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren "Radyo ve Televizyon Verici İstasyonlarının Rosta Telgraf ve Telefon işletmesi Genel Müdürlüğü Tarafından Kurulması ve İşletilmesi ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" başlığını taşıyan 3517 sayılı yasayla atmıştır. Bu yasayla aslında gelecekte özel radyo ve televizyon yayınlarının PTT vericileri üzerinden yapılması amaçlanmıştır. Böylece vericiler TRT'nin kontrolünden çıkartılarak PTT üzerinden Ulaştırma Bakanlığına bağlanmış, dolayısıyla da hükümetin kontrolüne verilmiştir (Özgen, 2004b, s. 73). Çok geçmeden düzenlemenin asıl amacı Star 1 televizyonunun yayına başlamasıyla da daha net anlaşılacaktır.

Hem PTT'ye verici kurma ve işletme yetkisi veren 3517 sayılı yasa hem de yayına başlayan Star 1 televizyon kanalı medya ve siyaset çevresinde büyük tartışmalara sebep olacaktır. Muhalefette bulunan Sosyal Demokrat Halkçı Parti (SHP) yasanın iptali için Anayasa Mahkemesi'ne başvuru yapmasına ve istediği doğrultuda iptal kararı çıkmasına rağmen süreç geriye döndürülemeyecektir. Yasanın iptal edilmesine ve Anayasa Mahkemesi kararı ile radyo ve televizyon yayın hakkının TRT tekelinde olduğunu açıklığa kavuşmasına rağmen "Magic Box Star 1" yetkilileri ilgili yasaların kendilerini bağlamadığını ve yayınlara devam edeceklerini açıklayacaktır. "Biz Türkiye'de yokuz. Havadan,

uzaydan geliyoruz. Kararlar bizi bağlamaz. Yok eğer PTT hat vermemek isterse onu uluslararası telekomünikasyon kurumuna şikayet ederiz. Yabancı birçok televizyon kurumu parasını verip hatları kullanmıyor mu?", şeklinde itiraz eden kurum yöneticileri yasal düzlemde var olan bir boşluğu da ortaya çıkartmışlardır (Özçağlayan, 2000, s. 45).

Her ne kadar özel televizyon yayıncılığının yasal bir zeminin söz konusu olmadığı iddiasıyla süreci durdurmaya yönelik farklı girişimler gerçekleştirilmiş olsa da ortaya çıkan fotoğraf ve toplumsal bakış açısı yeni durumun kabulünden başka bir seçeneği mümkün kılmamaktadır. Çünkü Star 1 ile ortaya çıkan yayıncılık anlayışı toplumsal bazda hızlı bir kabul görmüştür. Hatta Anayasa Mahkemesi'ne iptal başvurusu yapan SHP belediyeleri bile kurdukları aktarıcılarla bu yeni kanalın toplumun geniş kesimlerine ulaşmasına aracı olmuşlardır (Adaklı, 2006, s. 233). Star 1'in, TRT'nin aşırı ciddi, asık yüzlü, terbiye edici ve buyurgan protokolcü yayın anlayışının yerine güler yüzlü, rahat, eğlenceli, farklı haber ve program formatlarının yer aldığı bir yayın çizgisini benimsemesi toplum nezdinde ilgiyle karşılanmıştır. Hatta sadece ilgiyle karşılanmakla kalmamış, bu yeni TV anlayışı iktidarların elinin altında gerçekleştiğine inanılan kamu yayıncılığının karşısında özgürlükçü yayıncılığın temsilcisi olarak da algılanır olmuştur (Ünlüer, 1999, s. 56).

Devlet ve kanun nezdinde ortaya çıkan kaotik duruma rağmen özel girişimciler açısından yayıncılık sektörü çekici bir alan haline gelmiştir bile. 1990 ve 1993 yılları arasında sürüp giden tartışmalar arasında Türkiye'nin büyük sermaye ve medya grupları yayıncılık alanlarına ciddi yatırımlar yapmaya başlamış, son model teknolojik yayın cihazlarıyla donatılmış televizyon kanallarını art arda uydular üzerinden yayına sokmaya başlamışlardır. Yasal mevzuatlardan, sınırlılıklardan bağımsız reyting odaklı yayın anlayışı nedeniyle izleyicinin ilgisini çekebilecek her türlü popülist program projelerinin denenip halkın önüne sunulduğu bu dönemde bir taraftan da birçok özel radyo istasyonu Türkiye genelinde yerel, bölgesel, ulusal ölçekte yayınlara başlamıştır. Gerek büyük sermaye gruplarının yayıncılık sektörüne ciddi yatırımlar yapması gerek küçük ölçekli birçok radyonun yerel motifli yayınlarıyla önemli bir dinleyici kitlesi oluşturması ve geniş bir toplumsal benimseme sağlanması artık tartışmaların yönünü değiştirecektir. Özel televizyon yayıncılığın yasaklanması ve tekrar yayın tekelinin TRT'nin inisiyatifine verilmesi tartışmaları yerini yayınlara başlayıp devam eden TV ve Radyo kanallarının nasıl denetleneceği tartışmalarına bırakacaktır.

Turgut Özal'ın vefatının ardından Cumhurbaşkanlığı koltuğuna oturan Süleyman Demirel'in yerine genel başkan seçilen Tansu Çiller aldığı hükümeti kurma görevinin ardından 5 Temmuz 1993'de

başbakanlık koltuğuna oturacaktır. Çiller, daha genel başkanlık yarışındayken özel radyo ve TV kanallarının kapatılması girişimlerine karşı başlattığı “radyoma dokunma” kampanyasında vermiş olduğu vaat gereği ilk icraatlarından birisi olarak 8 Temmuz 1993 tarihinde Anayasasının 133. maddesinde değişikliğe gidecektir (Özgen, 2004b, s. 75). *"Radyo ve televizyon istasyonları, ancak devlet eli ile kuttur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir"* hükmünü içeren 133. maddenin “...radyo ve televizyon istasyonlarını kurmak ve işlemek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumunun özerkliği ve tarafsızlığı esastır” (Akarcılı, 1997, s. 182) şeklinde değiştirilmesiyle özel TV ve radyo yayıncılığı önündeki yasal engel tamamen ortadan kaldırılmıştır. Bu değişiklikten yaklaşık on ay sonra 19 Nisan 1994 tarihinde TBMM'de bulunan siyasi partilerin aralarında anlaşarak kabul ettikleri 3984 sayılı kanun ile de Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun yürürlüğe girmiştir. Yasa gereği, özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği olarak oluşturulan Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Türkiye'deki radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınlarını denetleyen en üst kurum olarak göreve başlamıştır (Özçağlayan, 2000, s. 49).

Tüm bu gelişmelerin ardından sektör dışı büyük sermaye gruplarının medya alanına girişleri daha da bir hız kazanmıştır. Ekonomik bir pazara dönen ve gittikçe genişleyen sektörde daha çok gelir ve kar sağlamak adına aktörler arasında çetin bir rekabet ortamı oluşmuştur. Sınırları oldukça genişleyen bu rekabet ortamında kuruluşlar, okunma, izlenme ve dinlenme oranlarını artırabilmek için akla hayale gelen bütün fikirleri ticari kaygılarla medya alanına uyarlamaya çalışmışlardır. Büyük sermaye gruplarını medya alanına yönlendiren etken sadece karlı bir alan oluşu değildir kuşkusuz. Çünkü gerek teknolojik altyapı ihtiyaçlarından gerekse de nitelikli personel rejimi açısından oldukça maliyetli bir alan olan medya, aktörlerin artması ve en önemli gelir kaynağı olan reklam pastasındaki payların daralması nedeniyle çoğu zaman zarar eden bir işletme konumuna da düşebilmektedir. Buna rağmen sermaye gruplarının ilgilerini diri tutmalarının sebebi toplumsal bir güç sağlayan medya araçlarının grubun gücünü artırmak, siyasi ve ekonomik alanda iştiraklerinin önünü açmak ve dahası siyasi erkler ve rakipler üzerinde baskı oluşturma niyetidir. Bu niyetler kimi zaman öyle ileri gitmiştir ki bazı dönemler kendi çıkarları için hükümetler yıkıp kurma, siyasal ilişkileri manipüle etme, kendilerini tüm erklerin üzerinde görme eğilimine girmişlerdir (Şimşek, 2009, s. 132). Bir yanda ticari hedefler diğer yanda amaçlanan güç tahvili medyayı çekici, aynı zamanda girilmesi zor bir alan haline getirmiştir. Nihayetinde yeterli sermaye gücünü taşımayan, bir takım siyasi ilişkileri sağlayamayan örgütlenmelerin yer bulamadığı sektör sayılı grupların etkisi altında yoğunlaşmıştır.

3. Türkiye’de Muhafazakâr Medyanın Gelişimi

Türkiye’de muhafazakâr medyanın gelişimi muhafazakâr siyaset geleneğinden bağımsız ele alınamaz. Çünkü hem içerik hem de örgütlenme amacı açısından düşünüldüğünde muhafazakâr basın-medya geleneği klasik anlamda medya örgütlenmelerinden farklılıklar gösterir. Kuruluş amaçları çoğunluğunda ticari ve mesleki olmaktan çok ideolojik ve siyasi misyonun fikir platformunu, devamlılığını sağlamak olmuştur. Hemen hemen hepsinin arkasında güçlü sermaye gruplarından ziyade cemaat, tarikat gibi insan kaynağı bakımından güçlü örgütlenmeler olagelmıştır. Amaçları dinsel anlayışları çerçevesinde idealize ettikleri bireysel ve toplumsal yaşamı ülke hatta dünya genelinde etkin, dahası hâkim kılmak olan bu cemaat ve tarikatlar için siyaset önemli bir faaliyet ve etkileşim alanı olmaktadır. Bu nedenle aksiyoner değil reaksiyoner, ticari değil toplumsal hedeflerin gerçekleştirilmesi ideali üzerine örgütlenmiş muhafazakâr medya yapılarını siyasal örgütlenmelerden bağımsız düşünmek mümkün değildir.

1. Dünya savaşı sonunda işgal edilen Anadolu’da başlatılan Kurtuluş mücadelesinde en önemli motive edici unsurlarından biriside din olmuştur. Mücadeleyi başlatan askeri kadroda bu gerçeğin farkında olarak, özellikle dini duyguları ve inançları yüksek Anadolu halkını mücadeleye dâhil edebilmek için tarikat önderleriyle işbirliğine gitmişler ve gerçekten de bu din önderleri ile birlikte tarikat mensupları mücadelede büyük özveri ve başarılar göstermişlerdir.(Çolak, 2007, s. 181) Ancak mücadele sonunda Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte kurucu kadro muhafazakârlığın siyasal hayata dâhil olmasını istemediği için sert bir tasfiye süreci başlatmıştır. Halifeliğin kaldırılmasıyla birlikte bu tasfiye süreci zirve noktasına ulaşmış, ancak dinine bağlı Anadolu halkı ile Cumhuriyetin kurucu kadroları arasında kolay kolay kapanmayacak kesin bir ayrışma yaşanmıştır (Erdoğan, 1999, s. 18).

İslamcıların Cumhuriyet döneminde ilk tepkisel hareketi Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ile olmuştur. Kazım Karabekir önderliğinde muhalefet partisi olarak kurulan bu partiye özellikle Anadolu’daki Muhafazakâr kesimler büyük ilgi göstermiş, kısa sürede teşkilatlanmasını sağlamışlardır. (İslamoğlu, 2003, s. 238). Ancak Şeyh Said ayaklanmasının ardından parti kapatılmış, muhafazakâr kesimin üzerindeki baskı daha da artmıştır.

Muhafazakâr kesim için siyasi anlamda ikinci fırsat 1945’li yıllarda ele geçirilecektir. Dünyadaki bir takım gelişmeler sonucunda çok partili sisteme geçmek zorunda kalan Türkiye’de muhalefet partisi olarak kurulan Demokrat Parti’nin en büyük destekçisi dini guruplar olacaktır. Öyle ki Demokrat

Parti'nin önde gelen isimlerinden olan Fuat Köprülü'nün 1950'de seçim öncesinde yapılan küçük kongrede sarf ettiği "Bu imanlıların, imansızlara karşı bir mücadelesidir" sözleri (Keloğlu-İşler, 2007, s. 10) partinin dine yaklaşımının bir göstergesidir.

1950 yılında başlayan Demokrat Parti iktidarının 27 Mayıs 1960 askeri darbesiyle sona ermesi ve ardından Demokrat Parti'nin devamı olarak görülen Adalet Partisi'nin kurulması Muhafazakarların yeni adresi olacak, 1965'te ikinci kez katıldığı genel seçimlerde %52,9 oy alan parti tek başına iktidara gelecektir. Ancak bir süre sonra Partinin lideri Süleyman Demirel ile köklü bir tarikat geleneği olan Nakşî tarikat gurubu arasında yaşanmaya başlayan çekişme (Erdal Şimşek & Atal, 2006) muhafazakâr çevrelerin ilk müstakil partileşme sürecini başlatacaktır. (Sarıbay, 1985, s. 94) Tarikat çevresi kendi üyesi olan Necmettin Erbakan'ı partileşme sürecinde cesaretlendirecek, sonraki yıllarda Türk siyasetine damga vuracak olan Milli Görüş Hareketinin doğmasını sağlayacaktır. Hareket ilk olarak Milli Nizam Partisi adı altında organize olmuş, laik devlet sistemi ile yaşadığı çatışmalar sonucu kısa sürede Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. Bu kapatma son olmayacak toplum tabanında güç kazanan hareketin kurduğu Milli Selamet Partisi, Refah Partisi ve Fazilet Partisi gibi parti organizasyonları da yine Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılacaktır. Nihayetinde hareket Saadet Partisi ve Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) olmak üzere ikiye bölünecek, 3 Kasım 2002 yılında yapılan seçimde AK Parti'nin tek başına iktidara gelmesi ile birlikte Milli Görüş Hareketinin Türk siyaseti üzerindeki etkisi devam edecektir.

3.1. Muhafazakâr Kesimin Medya Etkinlikleri

Kitle toplumlarında, siyasal bilgiye erişim ve kendini ifade edebilme ancak medya vasıtasıyla mümkün olabilmektedir. Alternatif yolların zaman, mekân ve hız bakımından kısıtlılığı (Değirmenci, 2010, s. 51), ideolojik ve inançsal ideallerini kitlelerine ulaştırmak isteyen örgütlü yapılar için medya kendini vazgeçilmez kılmaktadır. Araçsal güç-çeşitlilik ve kullanım etkinliği dolayımında farklılıklardan bahsedilse de İster iktidar ister muhalefet açısından bu gerçek değişmemektedir. Türkiye'de uzun bir süre Cumhuriyeti kuran hâkim kadrolar tarafından baskı altında tutulan, konjonktürel gelişmelere göre etkinlik alanlarını genişletmeye çalışan muhafazakar siyasi kadrolar da basın araçlarından yararlanma yoluna gitmişlerdir.

Türkiye'de İslam inancını bütün yaşamı kuşatan siyasal bir ideoloji olarak gören yayınlardan kökeni II. Meşrutiyet'e kadar uzanmaktadır. II. Meşrutiyetle birlikte yayın hayatında köklü dönüşümler

yaşanırken, basın özgürlüğü ile de fikir dergiciliği her yönüyle özendirilmiştir. Basındaki muhafazakâr akımlarda bu dönemde doğmuştur. Bu dönemin ilk muhafazakar yayın organı Sırat-ı Müstakim'dir. Meşrutiyet'in ilan edilmesinin ertesi günü kurulan derginin önde gelen yazarları Musa Kâzım ve Mehmet Akif Ersoy'dur. Eşref Edip tarafından çıkarılan dergi daha sonra Sebilürreşad adını alacaktır. Dergi devlet ve toplum düzeninin İslam esaslarına göre olması gerektiğini savunan bir yayın çizgisi izlemiş, ayrıca Rusya Müslümanlarına ve kadın sorunlarına da sıklıkla değinmiştir. II. Meşrutiyet döneminde yayınlanan Beyan ul-Hak, Saday-i Hak ve İslam Mecmuası diğer İslamcı dergiler olarak sayılabilir (Duman, 1994, s. 78).

1. Dünya savaşının başlaması ve sona ermesiyle yenik düşen Osmanlı İmparatorluğu parçalanmış yerine Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Kurucu kadroların Devlet'i modern batılı değerler çerçevesinde devrimci bir anlayışla yönetmek istemesi, Selçuklulardan beri dini bir karakter taşıyan Anadolu toplumunda reaksiyonlara sebep olacaktır. 1924 Kasım'ında kurucu kadro arasındaki ihtilaftan doğan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve hemen akabinde Güneydoğu Anadolu Bölgesinde başlayan Şeyh Said İsyanı Mustafa Kemal Atatürk önderliğindeki hükümeti daha da baskıcı bir anlayışa sevk etmiştir. Birçok alanda alınan kısıtlayıcı önlemler basın alanına da yansıtacaktır. 1925 yılında çıkartılan Takrir-i Sükûn Kanunu ile basın denetim altına alınmış, rejime karşı yayın yapan dergi ve gazeteler kapatılmıştır.

Muhafazakârlar adına 1939 yılına kadar süren suskunluk Nurettin Topçu'nun çıkardığı Hareket dergisi ile bozulacaktır. Dergi Batılılaşma çabalarına karşı çıkan düşünsel bir yayın olmakla birlikte sanat ve edebiyat konularına da yer vermiştir. Hareket dergisinden sonra 1943'de yayınlanmaya başlayan Büyük Doğu Dergisi de Muhafazakâr düşünce açısından önemli bir yayın organı olacaktır. Dergi, sonraki dönemde Türkiye siyasetinde önemli görevler üstlenecek genç neslin yetiştirilmesinde büyük rol oynayan Necip Fazıl Kısakürek tarafından 1943-1978 yılları arasında çeşitli aralıklarla yayınlanacaktır. 1952'de ise II Meşrutiyetle yayın hayatına başlayan, Takrir-i Sükûn ile yayın hayatına son verilen Sebilürreşad tekrar yayın hayatına başlamıştır. Tanzimat'la birlikte gelen batılılaşma hareketini kökten reddeden bir söyleme sahip dergi bilinçli bir muhafazakâr kitlenin oluşmasına katkı yapmıştır. Bu dergiler dışında muhafazakârlığı daha çok inanç ve ibadet yönüyle işleyen kimi dergiler de zaman zaman basın alanında görülecektir (Duman, 1994, s. 79-80).

27 Mayıs 1960'da Demokrat Parti'ye karşı gerçekleştirilen askeri darbe sonrası muhafazakâr kesimde kısa süreli bir tedirginlik yaşanır. Çoğunluğu Demokrat Parti destekçisi olan muhafazakâr guruplar darbe yönetimine tavır alarak yeni kurulan Adalet Partisi saflarında yer alırlar. Kısa süre içinde

basın alanında ki faaliyetlerine de yeniden başlarlar. Bu yıllarda dünyada esen soğuk savaş rüzgârları nedeniyle sol siyasal söylemler hız kazanacaktır. Dinsizlik olarak nitelendirdikleri sol söylemlere karşı tavır alan muhafazakâr guruplar ellerinde bulundurdukları dergi ve gazeteler aracılığıyla fikirsel mücadelelere girerler. Özellikle N. Fazıl Kısakürek, M. Şevket Eygi, Nurettin Topçu gibi İslamcılar yanında Mümtaz Turhan, Nihal Atsız gibi laik ve katı derecede milliyetçi yazarların da yer aldığı Yeni İstiklal dergisi sol akımlara karşı ciddi mücadele vermiştir (Duman, 1994, s. 81). Daha sonraları Mehmet Şevket Eygi tarafından günlük Bugün Gazetesi yayınlanmaya başlamış, gazete İstanbul'un büyük camilerinde haftanın belli günlerinde caddelere taşan toplu sabah namazları organize ederek muhafazakâr camianın önemli bir yayını haline gelmiştir (Gevgili, 1981, s. 402).

1970'li yıllar SSCB'nin yayılmacı politikaları nedeniyle baş gösteren kominizim tehlikesine karşı muhafazakârlığın yükselişe geçtiği yıllar olacaktır. 21 Şubat 1970'te Nurcu guruplar tarafından Yeni Asya adlı günlük gazetesi yayınlanmaya başlar. Gazetenin temel prensipleri arasında "...dinsizliğin ve komünizmin mahiyetini ortaya koyacak yayınlar yapmak" da vardır.

26 Ocak 1970'te ise dini Millî Gazete yayın hayatına başlayacaktır. Gazete dini söylemleri ile öne çıkan Millî Görüş Hareketinin desteğiyle yayınlanmaktadır ve amacı "davayı en ücra köşelere yaymak"tır (Duman, 1994, s. 82). Dini kaygıları ön planda tutarak yayınlanmaya başlayan bir diğer gazete ise Hakikat gazetesidir. 22 Nisan 1970'te yayınlanmaya başlayan gazete daha sonra adını Türkiye Gazetesi olarak değiştirecektir. Türkiye'de ilk kez abonelik sistemini başlatan gazete Anadolu'nun en ücra köşelerine kadar uzanan aboneleri sayesinde 1989 yılında yaklaşık 1,5 milyon tiraja ulaşmıştır.

Daha sonraki yıllarda muhafazakâr anlamda iki gazete daha yayın hayatına başlayacaktır. İlki 12 Eylül 1993'te yayınlanmaya başlayan "Beklenen Vakit" adlı gazetedir. Yayına hazırlayan ekip ve yazar kadrosu Millî Görüş Hareketi'nin yayın organı Milli Gazete'den ayrılan isimlerden oluşan gazete yıllar içerisinde izlemiş olduğu sisteme muhalif sert yayın çizgisiyle gündem olmuş, kanuni baskılara, büyük tazminat cezalarına maruz kalmıştır. Bu sebeple gazete birkaç kez isim değişikliğine gitmek zorunda kalmıştır. İkinci gazete 19 Eylül 1994 yılında Hekimler Birliği Vakfı Başkanı Dr. Yakup Yönten ve Mazlum Der Başkanı Tufan Mengi'nin öncülüğünde "Türkiye'de şafak söküyor" sloganıyla yayın hayatına başlayan Yeni Şafak Gazetesi'dir. Gazete bu sahiplik yapısıyla sadece bir hafta yayında kalabilmiş daha sonra kapanmıştır. İkinci kez yayına başlaması muhafazakâr kesimin önde gelen sivil toplum örgütlerinden olan Ensar Vakfı Başkanı ve İz Yayıncılık'ın sahibi Ahmet Şişman'ın gazeteyi satın alması sonrasında 23 Ocak 1995 tarihinde gerçekleşecektir. 1998 yılına gelindiğinde ise gazete o

yıllarda inşaat, personel taşımacılığı gibi işlerle uğraşan Albayrak grubuna satılmıştır (Akbaş, 2015, s. 81-82).

1980’li yıllarda yazılı basın alanında büyük bir gelişme sağlayan muhafazakâr gruplar 1990’lı yıllarda özel televizyon ve radyo yayınlarının serbest bırakılmasıyla birlikte elektronik yayıncılık alanlarında da faaliyetlere girişeceklerdir. Tıpkı basın alanında olduğu gibi radyo TV yayıncılığında da inançsal, ideolojik hedefler ön planda tutulacak, kurulu siyaset ve medya düzenine alternatif bir yayın politikası çerçevesinde hareket edilmeye çalışılacaktır. Ancak sektörün pahalı olmasının yanında değişen siyasi ve ekonomik koşullar, dönüşen toplumsal yapıyla birlikte muhafazakâr medya alanında da sermaye etkinlikleri artmaya, liberal ekonomik model üzerinden holdingleşme süreçleri yaşanmaya başlayacaktır. Özellikle 2002 yılında Ak Parti’nin iktidar olmasıyla birlikte devlet imkânlarının kullanılabilir duruma gelmesi muhafazakâr medya kesiminde yoğunlaşma eğilimlerini hızlandıracaktır. Her ne kadar dini-inançsal istikametlerini korudukları, dava bilinciyle hareket ettikleri iddiasını sürdürseler ve ortak hedeflere sahip iktidarın medya ayağını temsil etseler de tekelleşme süreçlerinde görülen yatay, dikey ve çapraz bütünleşme hareketlerinin tüm görünümünü sergileyeceklerdir.

4. Muhafazakâr Medyada Görülen Yoğunlaşma Bağlamında Albayrak Medya Grubu Örneği

Muhafazakâr medya grupları arasında önemli bir yere sahip olan ve 7 şirketten oluşan Albayrak Medya grubu Albayrak Holding bünyesinde kurulmuş ve gelişmiştir. 1952 yılında temelleri atılan holdingin kurucusu Hacı Ahmet Albayrak’tır. Ailesi üç kuşaktır inşaat işiyle uğraşan Hacı Ahmet Albayrak da iş hayatına inşaat sektöründen girecektir. 1950 ve 1960 arasında Türkiye genelinde önemli birçok inşaat projesine imza atan Ahmet Albayrak o dönem yaptıkları işlerin önem ve büyüklüğünü ifade etmek için şu karşılaştırmayı yapmaktadır: “...1954 yılında, tekrar Muş'a dönüp Muş tren istasyonunu yaptık. O zaman için büyük işlerdi. Bana sorarsanız; devrine göre Muş tren istasyonu, 90'larda yaptığımız İstanbul Metrosu'ndan çok daha önemli bir projedir” (H. A. Albayrak, 2007). 1967 yılında İstanbul’a gelen Albayrak ailesi 1982 yılına kadar İstanbul’un farklı semtlerinde yine konut inşaatları yapmaya devam eder.

Albayrak ailesi 1980 ihtilali sonrası durma noktasına gelen inşaat sektöründen ayrılarak personel taşımacılığı sektörüne girer. 1982 yılında Ülker Grubunun personel taşımacılığı işini üstlenirler. Kısa süre sonra, 12 Eylül Darbesi sonrası atanan Abdullah Tırtıl Paşa zamanında İstanbul Büyükşehir

Belediyesi'nin ilk personel taşıma ihalesini kazanırlar. O tarihten sonra çok farklı partilerden olmak üzere belediye başkanları değişse dahi personel taşıma işinde belediye ile çalışmaya devam edilir. Diğer taraftan 1986'da Aile asıl uzmanlık alanları olan inşaat sektörüne yeniden döner (H. A. Albayrak, 2007). O tarihten bugüne kadar toplu konuttan metroya, fabrikadan limana kadar birbirinden farklı konseptlerde birçok büyük inşaat projesine imza atarlar.

1992 yılına kadar inşaat ve personel taşımacılığı alanında faaliyetlerini sürdüren Albayraklar Grubu o yıl itibariyle farklı bir sektörde öncü olarak girişimlerde bulunur. Daha sonra adı Yeşil Adamlar Atık Yönetimi olacak olan Türkiye'nin ilk özel atık yönetimi şirketini kurarak şehirlerde atıkların toplanması, taşınması, depolanması ve cadde ve sokakların süpürülüp yıkanması işlerini gerçekleştirecek özel şirketlerin temelini atarlar. 1996 yılında, bir devlet iştiraki olarak kurulan ve Sümerbank tarafında işletilen Ereğli Entegre Tekstil Fabrikası'nın satın alınmasıyla Grup üretim sanayine de girmiş bulunur. Bugün Türk Silahlı Kuvvetleri'nin elbise ihtiyacının %40'ı 600 kişinin çalıştığı ve birçok fabrikadan oluşan bu tesis tarafından karşılanmaktadır (www.ereglitekstil.com). 1998 yılına gelindiğinde Albayrak Grubu İz Yayıncılık'ın sahibi olduğu ve bir süredir ekonomik sorunlar yaşamaya başlayan Yeni Şafak Gazetesi'ni satın alarak medya sektörüne adımını atar. Grup bu alanda daha sonra da yatırımlarına devam edecek ve bünyesinde tam anlamıyla bir medya örgütlenmesi gerçekleştirecektir.

Albayrak Grubu açısından asıl atılımlar 2000 yılından sonra başlayacaktır. Özellikle Ak Parti iktidarı ile birlikte Albayrak Grubu'nun hem sermaye hem de sektörel anlamda gelişim ve yayılımı büyük bir ivme gösterecektir. 2004 yılında kurulan Alport adlı şirket üzerinden Trabzon Liman İşletmeleri'nin işletim hakları 25 yıllığına devralınır. Aynı şirket 2013 yılında Somali'nin dünyaya açılan en büyük deniz limanı Sea Port'un işletmesini de 20 yıllığına üstlenecektir. Albayrak Grubu açısından oldukça önemli, prestijli ve stratejik bir başka yatırım hamlesi ise 2004 yılında Tümosan Traktör ve Motor Fabrikası'nın satın alınmasıyla gerçekleşecektir. Ağır sanayi grubunda yer alan ve Türkiye'nin en büyük üretim tesisleri arasında ilk sırada bulunan fabrika yılda 75.000 adet motor, 45.000 adet traktör üretme kapasitesine sahiptir. (www.tumosan.com.tr) Sonraki yıllarda da büyümesini devam ettiren Grup, lojistikten enerjiye, bilgi-teknolojiden medyaya, liman işletmeciliğinden tekstile, turizmden taşımacılığa, kağıt sanayinden şeker üretimine kadar farklı birçok alanda girişimlerini sürdürürken bugün yaklaşık 15.000 personel ve 50'ye yakın şirket ve yayın markasıyla Türk iş dünyasının önemli bir aktörü durumundadır ("Albayrak Grubu", 2022).

4.1. Albayrak Grubu'nun medya etkinlikleri

Türkiye'nin, özellikle muhafazakâr iş dünyasının önemli sermaye gruplarından Albayrak Holding bünyesinde kurulan Albayrak Medya Grubu basın alanına ilk olarak Yeni Şafak Gazetesi'ni satın alarak girecektir. Yeni Şafak Gazetesi 19 Eylül 1994 yılında Hekimler Birliği Vakfı Başkanı Dr. Yakup Yönten ve Mazlum Der Başkanı Tufan Mengi'nin öncülüğünde "Türkiye'de şafak söküyor" sloganıyla kurulacak ancak bir hafta geçmeden kapanmak zorunda kalacaktır. Gazete, 23 Ocak 1995 yılında İmam Hatip Dernekleri ve Ensar Vakfı çevresinin "bir gazetemiz olsun" düşüncesine binaen dönemin Ensar Vakfı Başkanı ve İz Yayıncılık'ın sahibi Ahmet Şişman tarafından satın alınmasıyla yayınlanmaya tekrar başlayacaktır (Karaman, 2013). Muhafazakâr camianın önde gelen entelektüelleri, Hayrettin Karaman, Mustafa Kutlu, İsmail Kara, Ahmet Taşgetiren, Ömer Lütfi Mete, Rasim Özdenören, İsmet Özel, Mustafa Özel, İhsan Süreyya Sırma ve Mustafa Özcan gibi isimleri kadrosunda toplayan gazete kısa sürede camianın önemli bir yayın organı haline gelir. Ancak günlük bir gazetenin yayınlanmasında gerekli olan maliyetin yüksekliği ekonomik problemlerin baş göstermesine neden olur ve gazeteyi 1998 yılında Albayrak Grubu bünyesine katar. Bu tarihten sonra hem gazete için hem de gazeteyi bünyesine katan Albayrak Grubu için sıkıntılı bir süreç başlayacaktır. Tarihe 28 Şubat Postmodern Darbesi olarak geçecek süreçte asker ve laik kesime karşı muhalif bir tutum sergileyen gazete, dönemin puslu atmosferinde hem iktidardan düşürülen muhafazakâr siyasi kadrolara sahip çıkması hem de askeri bürokrasinin baskıları sonucu işlerinden atılan tanınmış gazetecileri işe almasıyla dikkatleri ve şimşekleri üzerine çekecektir. Tüm tehdit ve baskılara rağmen geri adım atmayan gazete ve yönetimi muhalif çizgisini sürdürmüş (M. Albayrak, 2012), o dönem sergilediği demokrat duruş nedeniyle Türk Basın Tarihi açısından büyük takdir kazanmıştır (Barlas, 2002). Bugün; iktidarın koşulsuz destekçisi olarak görülüp, yandaş medya nitelemesine maruz kalsa da Yeni Şafak Gazetesi hem Türkiye hem de muhafazakâr basının önemli bir markası olmayı sürdürmektedir.

Albayrak Grubu Yeni Şafak Gazetesi'nden sonra medya sektöründe; özellikle de 2002'de iktidara gelen AK Parti sonrasında genişlemeye devam etmiştir. Bu bağlamda grubun medya politikaları incelendiğinde "medyada yoğunlaşma" olgusu çerçevesinde yataydan ziyade, dikey ve çapraz bütünleşme şeklinde birtakım gelişmeler sergilediği göze çarpmaktadır. Zaman içerisinde gazete, TV, dergi, internet, reklam & pazarlama ve medya dağıtım gibi alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlara sahip olan grup 2013 yılında bu kuruluşları tek çatı altında toplamak amacıyla Albayrak Medya şirketini kurmuştur. Albayrak Yayın Holding A.Ş., Yeni Şafak Gazetecilik A.Ş., Net Yayıncılık A.Ş., Diyalog

Dergi Yayıncılığı A.Ş., Reklam Piri Medya İletişim A.Ş., Piri Medya A.Ş., Birlikte Dağıtım A.Ş. olmak üzere yedi şirketin yer aldığı grup gelişen ülke ekonomisi paralelinde ve dünya gündeminin bölge üzerinde yarattığı etkiler ekseninde büyüme stratejilerini, yeni markalarla yazılı, görsel ve dijital basında devam ettireceğini belirtmektedir (www.albayrakmedya.com).

Albayrak Medya Grubu ana faaliyet alanları olan “yazılı basın, görsel işitsel basın, Reklam-pazarlama ve dağıtım alanlarında güçlü markalar oluşturmaya çalışmaktadır. Asıl marka değerini Yeni Şafak Gazetesine borçlu olan Grup buna rağmen gazete yayıncılığı konusunda bir çeşitlenme sağlayamamıştır. 2016 yılında yeni bir gazetenin Gruba katılacağı bilgisi kamuoyu ile paylaşılsa da (Karagül, 2016) 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ve sonrasında ortaya çıkan politik atmosfer nedeni ile gazete yayınının ertelendiği anlaşılmaktadır. Ancak Yeni Şafak Gazetesi gelişen internet medyası paralelinde yatırımlarını güçlendirerek gazetenin Türkçe haricinde İngilizce ve Arapça olmak üzere iki farklı dilde yayın yapan sitelerini, mobil uygulamalarını yayına sokarak elektronik medya ortamında büyük bir adım atmıştır. Yazılı basın açısından Grubun özellikle dergicilik alanında bir çeşitlenmeye gittiği görülmektedir. Siyaset, ekonomi, tarih, kültür, kadın, çocuk gibi tematik birçok dergiyi yayına hazırlayan grubun çatısı altında Gerçek Hayat, Derin Tarih, Derin Ekonomi, Lokma, Nihayet, Cins, Skyroad, Zraporu, Post Öykü, Bilge Çocuk, Bilge Minik gibi 11 farklı dergi bulunmaktadır. Burada özellikle uzun süredir yayınlanan, muhafazakâr camianın ileri gelen yazarlarının büyük çoğunluğunun dönem dönem yazılarıyla yer aldıkları Gerçek Hayat Dergisi ve tartışma yaratan dosya içerikleriyle gündem olan Derin Tarih Dergisi dikkat çekicidir.

Albayrak Grubu dergiciliğin yanı sıra kitap yayıncılığı alanında da ciddi ve iddialı bir girişimde bulunmuştur. 2018 yılında kurulan Ketebe Yayıncılık Siyaset, tarih, edebiyat, felsefe, sosyoloji gibi farklı yelpazeden yaklaşık 500 kitap yayınlarken kitap yayıncılığı sektöründe önemli bir kuruluş haline gelmiştir. Albayrak Grubu kitap yayıncılığına giriş amaçlarını ticari değil mevcut yayınevi sektöründeki yapı ve ürünlerin yerlilik oranlarını yükseltmek olduğunu ifade etmektedirler. Yayınevinin Yayın Danışmanı Ömer Lekesiz hassasiyetlerini şöyle ifade etmektedir: “Yüzlerce yayınevi var. Ancak projesi olan yayınevleri iki elin parmak sayısını geçmiyor ve maalesef bunların büyük bir bölümü de Modernizmden Marksizme salt Batı düşüncesini çeviri yoluyla Türkiye’ye taşıma gayretinde olan yayınevleridir. Bu manada Ketebe, çeviride bile yerli düşüncenin oluşumunu ve gelişimini önceleyen bir yayınevi olarak düşünüldü” (Lekesiz, 2018). Cümlelerin de ifade ettiği gibi Ketebe Yayınlarının ana

ekseni de Albayrak Grubunun diğer yayın kuruluşları gibi muhafazakarlık üzerinden şekillenmektedir. Yazarların seçimi ve kitapların muhtevalarından da bu yönelim rahatlıkla anlaşılabilir.

Radyo TV yayıncılığı alanında TVNET, TVNET Radyo ve Tempo TV kanalları grup bünyesinde yer almaktadır. Yayın içeriklerini haber ve kültürel programların oluşturduğu TVNET televizyonu yine muhafazakâr camia içerisinde entelektüel yönüyle öne çıkan bir kanal olarak tanınmaktadır.(Coşkun, 2009) Nisan 2005 yılında ART adıyla kurulan ve Ocak 2007 itibariyle TV NET logosuyla yayın yapan televizyon özellikle 2010 yılında gerçekleşen ve dünya kamuoyunda uzun süre tartışılan İsrail'in Mavi Marmara saldırısı sırasında gemiden canlı yayın gerçekleştirerek dünya medya çevrelerinde adını duyurmuştur. Kanal bir dönem dünyaca ünlü El Cezire kanalıyla birleşme haberleriyle de gündeme gelmiş, ancak görüşmeler sonuçsuz kalmıştır (*Albayrak'tan TV NET Atağı*, 2009). Özellikle Ortadoğu bölgesinde yaşanan gelişmelere dair etkili bir yayın içeriği sunmaktadır. Gruba ait bir başka televizyon kanalı ise Tempo TV'dir. Kanal Albayrak Grubu tarafından 2009 yılında El Cezire Televizyonu ile yapılan görüşmeler öncesi, TV ortamında müstakil varlığını devam ettirmek amacıyla satın alınmış, ancak anlaşmanın gerçekleşmemesi nedeniyle bu kanalın ismi tepki olarak El Cezire Türk şeklinde değiştirilmiştir. Yaklaşık altı ay gibi bir süre bu isimle yayın yapan kanal Haziran 2011'de tekrar Tempo TV ismini kullanmaya başlamıştır. Grup bir dönem televizyon alanında genişlemeyi düşünmüştür. Bu düşüncesini Yeni Şafak Gazetesi ve TV NET Televizyonunun eski Genel Yayın Yönetmeni İbrahim Karagül 13 Temmuz 2016 tarihli yazısında “bir yeni televizyon planımız da var. Yine daha önceden planladığımız “ekonomi kanalı” projemizden vazgeçmiş değiliz ve yerli bir ekonomi kanalını aramıza katmanın planlarını yapıyoruz” (Karagül, 2016) şeklinde dile getirmiş olsa da değişen medya ortamları nedeniyle genişleme fikrinden vazgeçildiği bunun yerine internet medyası alanında uzmanlaşma kararı alındığı görülmektedir. Bu anlamda 2012 yılında kurulan Piri Medya Şirketi aracılığıyla grup reklam-pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra dijital yayıncılık alanında genişleme stratejisine geçmiştir.

Piri Medya'nın kuruluş amacı başlarda Grup bünyesinde yer alan medya şirketlerinin Türkiye reklam pazarındaki; satış, planlama, pazarlama faaliyetlerini yürütmek ve yine bu yayın kuruluşlarının internet medyasına entegrasyonunu sağlamaktır. Ancak şirketin ana hedeflerine bakıldığı zaman Albayrak Medya grubunun geleceğe dönük medya politikalarının biçimlendirilmesi, yeni dijital medya düzeninde değişimleri takip ederek, fikri ve teknolojik yatırım kararlarının yönetilmesinin amaçlandığı anlaşılmaktadır (Karaca, 2013). Gerçekten de kısa sürede Albayrak Medya Grubu içerisinde yer alan gazete, dergi, televizyon gibi yazılı ve görsel medya kuruluşlarının internet siteleri yenilenmiş, tasarım,

içerik sunumu, interaktif etkileşim ve takip edilirlilik noktasında etkili bir değişim göze çarpmaya başlamıştır. Piri Medya'nın asıl dikkat çeken projesi ise Yeni Nesil Sosyal İçerik Platformu olarak tanıttıkları GZT'dir. Gazete kelimesinin sessiz harflerinden oluşturulan bu platformda gruba ait yazılı, görsel ve dijital olmak üzere tüm medya kuruluşlarının internet sitelerine özgün bir arayüz ile erişim sağlanırken ayrıca bu mecralardan bağımsız olarak iç ve dış siyasi, ekonomi gündem haberleri, spor, sanat, sinema, kültür, teknoloji, aktüel gibi alanlarda da özgün içerikler üretilmektedir. Platformun Yayın Yönetmeni Doğukan Gezer'in "haberlin sosyal medyası" olarak tanımladığı GZT genel olarak tüm internet kullanıcılarını hedef alan bir strateji izlemektedir. Hem web üzerinde hem de mobil uygulama üzerinden erişilebilen GZT aynı zamanda Youtube, İnstagram, Twitter gibi sosyal medya mecralarında da etkinlik göstermektedir (Gezer, 2021). Özellikle İnstagram ve Youtube'da ilgi gören GZT 1 milyonun üzerinde takipçi, yaklaşık 700 bin de abone sayısına sahiptir.

Albayrak Medya Grubu reklam-pazarlama ve dağıtım sektörlerinde de etkinlik gösteren iştiraklere sahiptir. Reklam, satış ve pazarlama alanında faaliyet yürütmek üzere 2011 yılında kurulan Reklam Piri A.Ş. adlı şirket Grup bünyesinde yer alan medya şirketlerinin Türkiye reklam pazarındaki; satış, planlama ve pazarlama faaliyetlerini yürütmektedir. Bir diğer kuruluş Arkitekt ise dijital ortamlarda programatik reklamcılık konusunda uzmanlık hizmeti vermektedir. Şirket, müşterilerine reklam bütçelerini etkili şekilde yönetme ve maksimum hedef kitleye ulaşarak bütçelerin azami fayda sağlayacak şekilde planlanmasını vadetmektedir. Grubun basılı medya ürünlerinin dağıtım işlerini ise Birlikte Dağıtım A.Ş. yürütmektedir. Günlük yayınlanan ulusal ve yerel gazeteleri abonelerine ulaştırmak amacıyla 1999 yılında kurulan şirket bugün grup yayınlarının dışında diğer başka yayınların da abonelerine ulaştırılmasında hizmet vermektedir.

Albayrak Grubu Medya alanında dikey olarak genişlerken aynı zamanda çapraz bir şekilde diğer alanlarda da büyümesini sürdürmüştür. Özellikle inşaat, sanayi, lojistik ve hizmet sektörlerinde çok büyük yatırımları söz konusudur. İnşaat sektöründe Albayrak Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı, sanayi sektöründe Tümosan Traktör ve Motor Fabrikası, Kademe Atık Teknolojileri Sanayi A.Ş., Ereğli Entegre Tekstil Fabrikası, lojistik sektöründe Trabzon ve Somali Mogadişu liman işletmelerini bünyesinde bulunduran Alport A.Ş., 5000 araç filosundan oluşan Albayrak Araç Kiralama Servisi, 2500 araçtan oluşan Şehir İçi Personel Servis Taşımacılığı, Hizmet sektöründe ise Bilgisayar Ticaret ve Destek Hizmetleri üzerine ALBİL A.Ş., Yeşil Adamlar Atık Yönetimi A.Ş., Türkiye'nin bir çok şehrinde elektrik, doğalgaz, su aboneliklerinin dağıtım, bakım, faturalandırma gibi işlemlerini yürüten Sistem

A.Ş., Albayrak Holding çatısı altında toplanmıştır. Grup son olarak kâğıt sektörüne de giriş yapmıştır. Varaka Kağıt A.Ş. tarafından Balıkesir’de 1 milyon m² açık 140 bin m² kapalı alanda kurulacak fabrikanın yatırım maliyeti 1 milyar TL tutarında gerçekleşeceği belirtilmektedir (*Albayrak’tan Balıkesir’e 1 Milyarlık Yatırım*, 2017).

Kurulduğu 1952 yılından bugüne başta medya olmak üzere farklı iş kollarında girişimlerde bulunan ve büyük bir ekonomik güç haline gelen Albayrak Holding 6 farklı sektörde 20’den fazla şirket ve 10 bin çalışanı ile Türkiye’nin önde gelen sermaye grupları arasında yer almaktadır.

SONUÇ

1945 sonrasında ABD ve İngiltere merkezli başlayan neoliberal ekonomik dönüşüm 1980’lerden itibaren Türkiye’de etkisini göstermeye başlamıştır. 24 Ocak 1980’de, tam liberal, dışa dönük bir ekonomi modeli içeren kararların alınmasıyla başlayan süreç sadece ekonomik değil çok geniş bir alanda değişim-dönüşümlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu anlamda Medya dönüşümün en çok hissedilen sektörleri arasında yer almıştır. Baskı ve fotoğraf başta olmak üzere gazetelerde uygulanmaya başlanan teknik ve teknolojik yeniliklerin güçlü bir mali desteği zaruri kılması, devletin gazetelere sağladığı destekleri kısması basın kuruluşlarının ticari olarak zor durumda kalmasına, büyük sermaye gruplarının bu alana ilgisini artırmasına neden olmuştur. Kısa süre içerisinde birçok gazete, ya ortaklık ya da doğrudan olmak üzere sermaye sahipleri tarafından satın alınmış kimi basın kuruluşları ise mali bağımsızlıklarını sağlamak üzere ticari yatırımlara yönelerek, holdingleşme sürecine girmişlerdir. 1990’lardan itibaren özel televizyon ve radyo yayıncılığının da serbest kalmasıyla birlikte medya sektöründe başlayan bu holdingleşme süreci yerini birkaç güçlü sermaye grubunun etkin olduğu yoğunlaşma sürecine bırakmıştır.

1980’lerde başlayan ve 1990’larda hızlanan bu süreç Türkiye’nin klasik, liberal merkez medya birimlerinden farklı bir amaçla örgütlenen, dini, muhafazakâr hassasiyetleri ön planda tutan, misyonunu ve yayın çizgisini bu hassasiyetler üzerine kuran medya kuruluşlarında da kendisini göstermiştir. Hemen hemen hepsi bir misyon üzerinden hareket eden, ticari kaygıları değil, inanç ve ideolojik temelli amaçlarını önceleyen, bu idealler üzerinden kurulu siyaset ve medya düzenine, piyasa koşullarından bağımsız bir alternatif medya düzeni vaat eden bu kuruluşlar ekonomik zaruretlerinin/etkinliklerinin artmasıyla birlikte yavaş yavaş piyasa koşullarına uygun hareket etmeye başlamışlardır. Bu gelişmede bir diğer önemli etken ise İslam referanslı sermaye yapılarının özellikle 2002’de AK Parti’nin iktidara

gelmesi ile güç kazanmalarındır. 2000'lere kadar küçük işletmeler şeklinde örgütlenen bu sermayeler 2000'lerden sonra devletin sağlamış olduğu ekonomik imkanlardan da yararlanma imkanı bularak iş ve sermaye hacimlerini genişletmişlerdir. Bu yeni sermaye grupları İslam referanslı muhafazakar medya kuruluşlarına kimi zaman dolaylı yollardan kimi zamanda doğrudan yatırımlarla etki etmeye başlamışlardır. Bu anlamda en önemli örneklerden birisi Albayrak Holding bünyesinde gelişen medya grubu olmuştur.

Küçük bir inşaat şirketi olarak ticari faaliyetlerine başlayan Albayrak Holding 1998'de muhafazakâr küçük bir ekip tarafından yayınlanmaya başlayan ve ekonomik sorunlar yaşayan Yeni Şafak gazetesini satın alarak medya alanına adım atmıştır. Bu girişim aynı zamanda İslam referanslı basın kuruluşlarından birisinin ilk defa medya dışı bir ticari örgütlenme tarafından satın alınması anlamına gelmektedir. Daha öncesinde geniş üyeli cemaat yapıları tarafından finanse edilen medya kuruluşlarının aksine Yeni Şafak gazetesi başka ticari faaliyetler yürüten bir sermayenin çatısı altına girmiştir. Albayrak holding 2000'li yıllara kadar basın alanında başka bir girişimde bulunmamıştır. Ancak 2002'de muhafazakar kimlikli bir siyasal oluşum olan AK Parti'nin iktidara gelmesi ve İslam referanslı sermaye gruplarına karşı devletin takındığı karşıt tutumunun yumuşamasıyla birlikte Albayrak holding ticari faaliyetlerinde hızlı bir yükselişe geçmiş, paralelinde de medya alanındaki yatırımlarını artırmıştır.

Albayrak Holding'in 2000'li yıllardan itibaren ticari faaliyetlerinin çeşitlendiği görülmüştür. Holdingin, inşaat, sanayi, lojistik ve hizmet sektörlerinde büyük yatırımları söz konusudur. Türkiye'nin önemli ağır sanayi kuruluşlarından birisi olan Tümosan Motor Fabrikası da dahil olmak üzere birçok yüksek sermayeli şirket Holding bünyesinde faaliyet göstermektedir. Albayrak grubu çapraz genişlemesine paralel olarak medya alanında da genişleme stratejisi izlemiştir. Yeni Şafak gazetesi ile girdiği sektörde 2005'ten itibaren hızlı bir gelişme göstermiş, televizyon, radyo, dergi, kitap, dijital yayıncılık, reklam ve dağıtım gibi medyanın hemen her alanında güçlü kuruluşlar tesis etmiştir., Yeni Şafak Gazetesi ve TV NET televizyonu gibi önemli yayın kuruluşlarının da bünyesinde yer aldığı Albayrak Medya Grubu bugün 8 şirket ve 20 marka ile Türkiye'nin en büyük medya kuruluşları arasında bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkisi*. Ankara: Ütopya Yayınları.

- Akarcılı, S. (1997). *Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*. Ankara: Punto Matbaacılık.
- Akbaş, M. K. (2015). “Millî Görüş Hareketi’nin Gazetesi Millî Gazete Bağlamında Türkiye’de İslamcı Basın”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Albayrak, H. A. (2007). “Çalışmakla geçen bir ömür: Hacı Ahmet Albayrak”.
- Albayrak, M. (2012). “Mustafa Albayrak 28 Şubat Sürecini Anlattı”.
- Alptekin, M. (2015). “Kapitalizmin Ortaya Çıkışı: Jeo-Kültürel Yaklaşım”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi* 5(10):231-41.
- Albayrak’tan TV NET Atağı. <https://www.medyaradar.com/flas-flas-albayraktan-tv-net-atagi-grup-dunyaca-unlu-hangi-kanala-ortak-oluyor-haberi-30844> Erişim: 05.04.2022
- Albayrak’tan Balıkesir’e 1 Milyarlık Yatırım. <http://www.bandirmamanset.com/haber/albayraktardan-balikesire-1milyarlik-yatirim-31352.html> Erişim: 05.04.2022
- Albayrak Grubu. *Vikipedi*. https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Albayrak_Grubu&oldid=27967505 Erişim: 10.05.2022
- Atabek, N. (2013). “Medya Siyaset Propaganda”. s. 115-35 içinde *Medya ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Avşar, Z. (2004). “Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları”. *İletişim Araştırmaları* 2(2):87-112.
- Bal, O. (2011). “Ekonomik Sistem Olarak Kapitalizmin Evrimi ve İstihdam”. *Kocaeli Üniversitesi IJOPEC Konferansı*.
- Barlas, M. (2002). “Yeni Şafak’tan Ayrılmak, Benim İçin Bir Özveridir”. *Yeni Şafak Gazetesi*, Eylül 22.
- Başaran, F. (2014). *İletişim ve Emperyalizm*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Başaran, F. ve Yüksel, H. (2012). “Uluslararası İletişimin Eleştirel Ekonomi-Politigi: Soğuk Savaş’tan Yeniden Yapılandırılmaya”. İçinde *Uluslararası İletişimin Ekonomi-Politigi*. İstanbul: Chiviyazıları Yayınları.
- Baytar, O. (2011). “Küreselleşme dinamiklerinin medya sektörüne etkileri”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi* 1(1):45-66.
- Baytar, O. (2013). *Medya Ekonomisine Bakış*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Becer, E. (1999). *İletişim ve Grafik Tasarım*. 2. Baskı. Ankara: Dost Kitabevi.
- Bilgin, D. (2012). “28 Şubatçıların Hayalindeki Ülke!”, <http://www.haber7.com/roportaj/haber/837131-28-subatcilarin-hayalindeki-ulke> Erişim: 04.05.2022
- Bostancı, M. (2013). “Yeni Uluslararası İletişim Düzeni ve Kapitalizmin Yeniden Yapılanması Sürecinde Uluslararası İletişim Politikalarının Değişim ve Dönüşümü”. S. 67-107 içinde *Uluslararası İletişimin Ekonomi-Politigi*. İstanbul: Chiviyazıları Yayınları.
- Büyükbaykal, N. G. ve A. C. I. Büyükbaykal. (2007). “Günümüzde Türk basınındaki magazinleşme olgusu”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 2007, (29):51-62.
- Coşkun, A.H. (2009). “Bir Klark Çekip İstifayı Bastılar”. *Hürriyet Gazetesi*, Ekim 23. <https://www.hurriyet.com.tr/bir-klark-cekip-istifayi-bastilar-12757443> Erişim: 05.04.2022
- Çelik, H. (2015). “Neo-liberal Politikalar Sonucunda Medya Alanında Tekelleşme Eğilimleri ve Türkiye Örneğinde Son Yarım Yüzyıla Bakış [Monopolization Tendencies as a Result of the Neoliberal Policies in the Media Industry and a Look to the Last Half Century in the Example of Turkey]”. S. 736-41 içinde *International Conference On Eurasian Economies*.
- Çolak, İ. (2007). *Kuvayı İlmiye*, İstanbul: Nesil Yayınları.
- Değirmenci, N. (2010). “Medya ve Demokrasi: Türkiye’de Siyasal İktidar -Toplum İlişkisinde Medyanın Rolü”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İzmir.
- Duman, D. (1994). “Türkiye’de İslamcı Yayıncılık”. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi* 2(4).

- Şimşek, E. ve Atal, N. (2006). “Siyasetin Gözde Dergâhu İskenderpaşa Cemaati”. <http://arsiv.sabah.com.tr/2006/09/20/gun101.html> Erişim: 03.04.2022
- Erdoğan, M. (1999). “Türk Politikasında Din: Türkiye’nin İslamsız Demokrasi Arayışı”. *İslamiyat Dergisi* 2(2):11-24.
- Gevgili, A. (1981). *Yükseliş ve Düşüş*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Gezer, D. (2021). “GZT Yayın Yönetmeni Doğukan Gezer ile GZT’yi konuştuk”. <https://www.cengizgonultas.com/gzt-yayin-yonetmeni-dogukan-gezer-ile-gztyi-konustuk-11800/> Erişim: 02.07.2022
- Gündoğan, Ü. (2008). *Amerikan Yüzyılı: Amerika Bireşik Devletlerinin Yükselişi ve 11 Eylül 2001*. Ankara: Adres Yayınları.
- İslamoğlu, M. (2003). *İslami Hareketler ve Kıyamlar Tarihi*, İstanbul: Denge Yayınları
- Karaca, Ö. (2013). “Albayrak Grubu’nun dijital vizyon şirketi: Piri Medya”. <https://www.yenisafak.com/hayat/albayrak-grubunun-dijital-vizyon-sirketi-piri-medya-511220> Erişim: 02.04.2022
- Karagül, İ. (2016). “Yeni Şafak Süprizlere Hazırlanıyor”. *Yeni Şafak Gazetesi*, Temmuz 13.
- Karaman, H. (2013). “Kalemlerimiz 18 Yıla Şahit”. <https://www.yenisafak.com/amphtml/yenisafakpazar/kalemlerimiz-18-yila-sahit-462786> Erişim: 02.02.2022
- Kaya, A. Raşit. 2016. *İktidar Yumağı: Medya Sermaye Devlet*, Ankara: İmge Yayınlar.
- Keloğlu-İşler, E. (2007). “Demokrat Parti’nin halkla ilişkileri üzerine bir inceleme”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 24:11-28.
- Kihtir, A. ve Erbuyurucu, A. G. (2013). “Küreselleşme Çağında Medyanın Dönüşümü”. içinde *Uluslararası İletişimin Ekonomi Politikası*. İstanbul: Çiviyazıları Yayınevi.
- Lekesiz, Ö. (2018). “Ketebe, çeviride bile yerli düşüncenin oluşumunu ve gelişimini önceleyen bir yayınevi olarak düşünüldü.”, <https://www.cins.com.tr/2018/03/omer-lekesiz-ketebe-ceviride-bile-yerli-dusuncenin-olusumunu-gelisimini-onceleyen-bir-yayinevi-olarak-dusunuldu/> Erişim: 05.04. 2022
- Özbey, İ. (2012). “Asil Bir Adamın Nadir Rastlanan Hikâyesi”. *Hürriyet Gazetesi*. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/asil-bir-adamin-nadir-rastlanan-hik-yesi-21305308> Erişim: 05.04. 2022
- Özçağlayan, M. (2000). “Türkiye’de Televizyon yayıncılığının gelişimi”. *Selçuk İletişim* 1(2):41-52.
- Özgen, M. (2004a). “1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu”. *2nd International Symposium, Communication in the Millenium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars*, 2, (4): 65-77.
- Özgen, M. (2004b). *Türkiye’de Basının Gelişimi ve Sorunları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Sarıbay, A. Y. (1985). *Türkiye’de Modernleşme Din ve Parti Politikası: MSP Örnek Olayı*. İstanbul: Alan Yayınları.
- Savaş, V. F. (2004). *Dünya Ekonomi Sistemi*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınları.
- Şimşek, S. (2009). “Medya-siyaset-iktidar üçgeninde medya gerçeği”. *Selçuk İletişim* 6(1): 24-43.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*,. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ünlüer, A. O. (1999). “Dünyada ve Türkiye’de televizyon yayıncılığının gelişimi”. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi* 16(16): 55-66.
- Yazıcı, T. (2013). “Medya mülkiyetine ilişkin düzenlemeler ve dünyadaki örnekler bağlamında Türkiye için bir medya mülkiyeti modeli önerisi”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

EXTENDED ABSTRACT

In the last 250 years, humanity has shown a tremendous leap forward in terms of knowledge and technology, very different from its past. Undoubtedly, the new model of capital accumulation that emerged with the merger of capitalist capital and sectorized information tools played a major role in the

emergence of this result. Communication tools such as newspapers, telegraphs, telephones, radio and television, which began to develop since the 16th century, played a major role in the development and maintenance of the capitalist commercial structure. For this reason, it is not possible to evaluate the course of development of the media until today independently of the transformations taking place in the capitalist economic system.

The emerging capitalism in Europe tended to spread due to the increasing need for raw materials and markets and began to come to the fore in relations with non-capitalist societies. However, with the French revolution and the domination of the idea of nationalism and the nation-state structures forming their own institutional capitalist state systems, the issue of access to the raw materials needed has been a serious conflict issue. That is why the first and second world wars, which are Eurocentric, have led the world to a great destruction. While the liberal capitalist economic system, which was interrupted during the wars, was reshaped as US-centered after the second world war, the cold war period between the USA and the USSR gave birth to rapid technological developments in the field of communication and media that would radically change the future of the world.

After the Second World War, the welfare state policies adopted by Keynesian theory began to stagnate towards the 1970s, and the oil shock that emerged in 1973-1974 caused the West to experience a serious economic crisis. This crisis and the events that followed deeply affected the social sphere strengthened the popular opposition and caused the system to be questioned in a wide framework. Demands for emancipation and new world order on one side and rising socialist thought on the other forced the USA and the Western bloc to implement a new change movement. In this direction, Keynesian policies will be abandoned and the capitalist economic system will be reshaped with neoliberal policies. In this new structure, technological innovations are at the forefront and state-based restrictions are eliminated. On the other hand, services such as education, health and security provided by the state facilities have been opened to the private sector as a profitable area. In this period, the communication-media sector, which has become a profitable area with technological developments, has also been shaped in accordance with market conditions. Radio and television broadcasting, which was monopolized by the state under the name of public broadcasting, was opened to private enterprises, and the change in content and technological investment levels with the formation of a competitive environment made the media the subject of a different discussion. This process, which can also be defined as the process of commercialization and conglomeration of the media, started to progress rapidly in developed and

developing countries with the influence of the US hegemony after the collapse of the USSR, and traditional media environments such as radio, TV and cinema came under the domination of giant conglomerates.

The media reflections of neoliberal policies in Western countries will begin to be seen in Turkey in a similar way. However, the period when this effect fully manifests itself will be from the 1980s. With a number of decisions taken on January 24, 1980, the Republic of Turkey started to adopt a fully liberal and open economy model. After these decisions, state support to the press area was largely limited. Limitation of the support has brought along serious economic problems for the press organizations. On the other hand, the costs of the developments in technology reflected on the press sector have also begun to force the media environments to transform. With the abolition of the state monopoly on radio and TV broadcasting since the 1990s, the media field will become a purely economic organization and there will be a rapid conglomerate process.

Another remarkable development of the neoliberal transformation in the field of media in Turkey is the involvement of conservative media organizations in the conglomerate processes that try to broadcast by prioritizing Islamic values and act with a world view opposed to Western values. In this study, the literature review and historical model methods was used, and in a general framework, the conglomerate processes of the media in the world and in Turkey and, as a narrower sample, the holding process of Albayrak Media Group, which pioneered the conservative media representation of Turkey, were examined.

The process of concentrating and conglomerating in the media, which began in the 1980s and has shown its influence intensively since the 1990s, has similarly begun to take place in conservative media organizations organized for a different purpose from the mainstream media. However, the process of concentration in conservative media organizations has followed a slower and later course than the concentration in the mainstream media field. This is because conservative media outlets have long been deprived of capital power and state support. After the AK Party came to power in 2002, these two problems will largely disappear and the conglomerate process will gain momentum. In this sense, the most prominent media formation is Albayrak Media Group, which operates within Albayrak Holding. The group, which entered the publishing field with Yeni Şafak Newspaper in 1995, has turned into a huge media organization that includes newspapers, magazines, radio TV, advertising, distribution, book

publishing, digital media and paper production. The Group's investments in the field of media, especially in digital media, continue to expand.