



Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 36, Nisan 2019, s. 253-266

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.4960>

Öğr. Gör. Büşra KAYA

İstanbul Kültür Üniversitesi Dijital Medya ve Pazarlama Programı, b.kaya@iku.edu.tr

TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞININ SOSYO-KÜLTÜREL YAPIYA ETKİLERİ

Özet

Ülkemizde uzun yıllar devlet denetiminde ve tek kanal üzerinden yürütülen televizyon yayıncılığı, doksanlı yıllarda başlayan özel yayınlarla çeşitlenmeye başlamıştır. Bu çeşitlenme ile birlikte, sadece devlet kanalının gösterdiği yayınlara aşına olan Türk toplumu için yeni bir dönem başlamıştır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de özel televizyon yayınlarının başladığı 1990 yılından 2000'li yıllara kadar geçen on yıllık sürede, yaşanan toplumsal ve kültürel değişim sürecine televizyonun etkisini incelemektir. Elbette, bu değişimin tek faktörü televizyon değildir; toplumun değer yargıları, eğitim, çevresel faktörler gibi pek çok etken vardır. Ancak teknolojik aletler, geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşabildiği için daha güçlü bir etkiye sahiptir. Literatür taramasıyla sınırlı bu çalışmada, doksanlı yılların televizyon programlarından hareketle, Türkiye'de televizyonun gündelik hayata nasıl dahil olduğu ve Türk insanının toplumsal hayatın bir parçası olarak televizyonu nasıl konumlandığı üzerinde durulacaktır.

Anahtar kelimeler: TRT, özel yayıncılık, televizyon yayıncılığı, kültürel yapı.

EFFECTS OF PRIVATE TELEVISION BROADCASTING IN TURKEY ON SOCIO-CULTURAL STRUCTURE

Abstract

Television broadcasting being carried out in our country for many years under state supervision and through a single channel, has begun to diversify with private broadcasting that started in the 90s. With this diversification, a new era has started for Turkish people who were only familiar with the broadcasting of the state channel. The purpose of this study is to examine the effect of television on the

process of social and cultural changes in Turkey from the beginning of the 1990, when the private broadcasting started, until 2000s. Certainly, television is not the only factor in this change; there are many other factors, such as value judgments in society, education and environmental factors. However, as technological tools can reach a large audience quickly, they have a more significant impact on them. In this study, which is restricted to literature review, with reference to 90s television programming, it will be emphasized how television is incorporated into everyday life in Turkey and what television means for the social life of Turkish people.

Keywords: TRT, private broadcasting, television broadcasting, cultural structure.

İlk Televizyon Yayınları

Ülkemizde televizyon yayın çalışmalarına 16 Temmuz 1952 tarihinde, İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans kürsüsünde başlanmıştır. O tarihte kürsü şefi olan Prof. Dr. Mustafa Santur, Doç. Dr. Adnan Ataman ve asistan Ziya Akçasu ilk televizyon yayınlarını başlatan kişilerdir. 100 watt gücündeki verici, ilk televizyon vericisidir. Teknik cihazlar İTÜ Taşkışla binasının çatısındaki üç odaya yerleştirilmiştir. Anten direği gemi direği yapanlara yaptırılmış, bir minareci tarafından Taşkışla binasının çatısına takılmıştır (Özçağlayan, 2000, ss. 41-42). İlk yayınlar, haftada bir gün olmak üzere Cuma günleri, saat 18.00 – 18.30 arasında yapılmıştır. 1953 yılının sonlarında, yayınları izlemek isteyenler için, İTÜ’nün Gümüşsuyundaki konferans salonuna bir alıcı konmuştur.

1954 yılında İstanbul genelinde televizyon cihazı sayısı 30’a ulaşmış ve her hafta 5000’e yakın kişi televizyon yayınlarını izlemeye başlamıştır. ABD’de televizyon yayıncılığı eğitimi alarak Türkiye’ye geri dönen Prof. Dr. Santur’un çabalarıyla Suadiye, Büyükkada, Bakırköy ve Beyoğlu semtlerine televizyon alıcıları yerleştirilmiş ve sistemin üniversiteye maliyeti 60.000 TL olmuştur (Serim, 2007, s.31). İTÜ televizyonu, Türkiye’de televizyona yönelik ilgi ve beklentinin artmasına da katkıda bulunmuştur. İTÜ Televizyon Şefi Fatih Pasiner, 1954’te, televizyona yönelik büyük bir ilgi olduğundan ve bu yeni aracın kısa sürede gündelik hayatın önemli bir parçası haline geleceğinden bahsetmektedir:

“Televizyon muhakkak ki yakın bir zamanda bütün hayatımıza hâkim olacak, hatta radyoyu bile geride bırakacak kadar evlerimizin mefruşatı arasına yerleşecek bir eğlence vasıtası haline gelecektir. (...) Çok defa neşriyat yaptığımız sırada, mağaza vitrinlerindeki apareylerden emisyonumuzu seyredip, dinleyen halkın trafiği bozduğuna, caddeleri tıkadığına şahit oluyoruz. Bu da gösteriyor ki, televizyon, bizde de Amerika’da olduğu gibi rağbettedir” (İlaslan, 2014, s.182).

Bu yıllarda, televizyon alıcıları da çeşitli ülkelerde artmış; Amerika’da 60 milyona, İngiltere’de 14 milyona, Japonya’da 10 milyona ve Sovyetler Birliğinde 12 milyona ulaşılmıştır. Türkiye’de ise, İstanbul’da bazı kimselerin televizyon anteni kurdukları görülmeye başlamıştır. Aynı şekilde güneyde, Adana’da bazı kimseler Arap ülkelerinin televizyon yayınlarını izleyebilmek için cihaz almışlar ve çok güçlü antenler dikmeye başlamışlardır (Oskay, 1971, s.18).

İTÜ TV’nin ilk yayın dönemlerinde, İstanbul’da yaşayanlar için, programları izlemek isteyenlerin tek şansı Üniversite’nin Gümüşsuyu binasına yerleştirilen televizyon alıcıları iken,

1964-1968 yılları arasında televizyon alıcısı satın alabilenler evlerinin çatılarına yerleştirdikleri antenler ile Bulgar, Romen ve Yugoslav televizyonlarının programlarını da izleyebilmişlerdir (Cankaya, 2015, s. 53). 25 Kasım 1964 tarihli Hürriyet gazetesindeki habere göre, 60’lı yılların ortalarında televizyon alıcısı sayısı beş bin, izleyici sayısı ise yaklaşık on bin iken, bu sayının 1970 yılında on bin alıcı ve elli-altmış bin televizyon seyircisine ulaşacağı tahmin edilmektedir (Serim, 2007, s.34).

İTÜ TV bir süre sonra naklen yayına da başlamıştır. Ancak ilk yayınları olan, Türkiye - Sovyet Rusya maçı teknik imkansızlıklar nedeniyle oldukça uzak bir bölgeden, kaçak olarak yapılmıştır. Profesyonel anlamda naklen yayınlanan ilk maç ise, Fenerbahçe ile Beşiktaş arasında 1 Mayıs 1966 yılında gerçekleşen maçıdır. Aralıksız yayınlanan maç berabere bitmiştir. Aynı dönemde, İTÜ TV ünlüleri de programlarına davet etmeye başlamış, özellikle Zeki Müren’in katıldığı programların büyük ilgi gördüğü bilinmektedir.

İTÜ TV, 1960 yılı Mayıs ayında Türkiye’nin karışık gündeminden nasibini almış ve hem İTÜ TV, hem de İTÜ radyosu, 2 Mayıs 1960 tarihinde polis müdahalesi ile kapatılmıştır. İTÜ TV ve radyonun bu suskunluğu 27 Mayıs 1960 askeri harekâtının ardından Ekim ayında şartlı¹ son bulmuş, 17 Kasım 1960 itibari ile de normal canlı yayınlara yeniden başlanmıştır. Polis tarafından mühürlenmek televizyon çalışmalarını sekteye uğratmış olsa da yayınlar bir süre sonra eski şekliyle devam etmiştir (Tasouji, 2015, s.98). İTÜ TV, İstanbul çapındaki yayınlarını 1971 yılına kadar sürdürmüş, bu tarihten itibaren de stüdyo ve teknik ekipmanını TRT İstanbul televizyonuna devretmiştir.

TRT Ankara Televizyonu

Televizyon yayıncılığının kurumsal nitelik kazanması, 1961 anayasası temel alınarak 1964 yılında 359 sayılı Radyo Televizyon Kurumu kuruluş yasasının çıkarılması ve 1965 yılında televizyon yayıncılığı işinin Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’na (TRT) verilmesi ile mümkün olmuştur. İlk teknik desteğini Alman hükümetinden bağış yoluyla elde eden, bir süre Almanya ve İngiltere’den gelen uzmanlardan eğitim alan TRT ekibi, kapalı devre yayınlardan sonra 1968 yılında Ankara’da deneme yayınlara başlamıştır (Aziz, 1981, s.117). 31 Ocak 1968’de TRT Ankara Televizyonu, “Burası üçüncü band beşinci kanaldan deneme yayını yapan Ankara Televizyonu. Sayın seyirciler bugün 31 Ocak 1968 Çarşamba. Ankara’da ilk televizyon yayımına başlıyoruz” anonsuyla, 2 yönetici, 41 programcı, 6 dekoratör ve yaklaşık olarak 150 teknik hizmet görevlisiyle birlikte yayına başlamıştır (İlaslan, 2014, s.230).

TRT’nin televizyon yayınlarını başlatacağı önceden duyurulmuş ve 31 Ocak 1968 akşamı, yayının olacağını haber alanlar 18.30’da televizyon vericilerini açarak beklemiş ve bu sırada yayına giren test diası pür dikkat izlenmiştir. TRT Ankara Televizyonunun ilk yayın akşamı Halit Kıvanç’ın anılarında şöyle yer bulmaktadır:

“Ankara’nın Mithatpaşa Caddesi’nde 47 numaralı binanın bodrum katında bir telaş... Herkes bir şey için koşuşturuyor. Kolay mı? Türkiye

¹ İTÜ TV ve radyonun 27 Mayıs 1960 askeri harekâtı öncesinde mühürlenmesinin ardından altı aya yakın bir süre yayınlar yapılamamıştır. 10 Ekim 1960’da İTÜ TV’nin açılmasına “Devrimle ilgili filmlerin gösterilmesi” şartı ile izin verilmiş ve yayınlar bir süre haber içerikli film ya da programlar şeklinde devam etmiştir.

yayıncılık tarihinde resmi olarak ilk televizyon yayını başlıyor... Takvimler 1968 yılını gösteriyordu. Aylardan da Ocak. Son günüydü 1968 Ocak ayının. Tarihi şöyle atıyorduk: 31.01.1968. Çarşamba, Ankara... Saat 19.15... Türkiye televizyonlarının ilk görüntüsü, ekranda TRT adı görülüyor, 10 dakikalık ilk diadan sonra at üstünde Atatürk’ün heykeli ve ekranın sol alt köşesinde “Ankara Televizyonu” yazısı görülüyor. Ardından ekranda Nuran Emren (Devres) Türkiye’de ilk resmi TV yayının ilk anonsunu yapıyordu. Saat ayarı gong sesinin ardından Nuran Devres bu sefer TRT’nin ilk müdürü Mahmut Tali Öngören’i konuşmasını yapmak üzere anons ediyor. Öngören konuşmasını “TRT olarak size şimdiye kadar ‘Sayın dinleyicilerimiz’ sıfatınızla hitap ettik. TRT bu akşamdan itibaren görsel olarak da yayına başlamaktadır. Televizyon ekranlarından bundan böyle size ‘sayın seyircilerimiz’ diye hitap edeceğiz” sözleriyle açmış, ardından “Şimdi size bu sıfatınızla hitap ediyorum: İyi akşamlar sayın dinleyicilerimiz” diyerek tarihi yayının ilk dil sürçmesini yaşamıştı” (Kıvanç, 2002, s.14-18).

TRT Ankara televizyonu, 1968 yılında Salı, Perşembe ve Cuma günleri olmak üzere haftada üç gün yayın yapmıştır. 1969 yılında ise, Salı, Perşembe, Cumartesi ve Pazar olmak üzere haftada dört gün yayın yapmaya başlamıştır. 1971 yılına gelindiğinde, Ankara televizyonu yılda 214 gün yayın yapmıştır. TRT ve İTÜ arasında 30 Ağustos 1971 tarihinde yapılan protokolle tümüyle TRT’ye bırakılan televizyon yayıncılığı, bu tarihten sonra gelişme göstermiştir (Özçağlayan, 2000, s.42).

1969-1970 dönemi televizyon yayıncılığının büyük kentlerdeki yaşamın bir parçası haline geldiği yıllar olmuştur. Temmuz 1969’da Neil Armstrong’un ‘Ay’a ayak basmasının’ görüntüleri yayınlanmış; Ekim 1969’da Genel Seçim sonuçları televizyondan sabaha kadar takip edilmiş, drama ve çocuk oyunları televizyondan yayınlanmıştır. Yine bu dönemde gençlik hareketi olarak başlayan sokak eylemlerinin, farklı siyasi gruplar arasında ve kolluk kuvvetleriyle silahlı mücadeleye dönüştüğü görülmüştür. TRT’nin bu olaylarla ilgili yayınladığı haberlerin kamu düzenini yıprattığı iddiaları ise gerek Adalet Partisi hükümeti, gerekse sağ muhalefet tarafından sıklıkla dile getirilmiştir (Yılmaz, 2009, s.126).

Televizyon yayınlarının 1970’lerin ilk yarısında yaygınlaşmasının toplumsal alanda olduğu ölçüde ekonomik alanda da önemli sonuçlar doğurduğu görülmektedir. İthal ikameci sanayileşme politikası izleyen dönemin Türkiye’de, ‘dayanıklı tüketim malları’ sektörünü büyüten yeni bir ürün olarak televizyon alıcıları ile onu tamamlayan ürünlerin (anten, hoparlör, regülatör vb.) ortaya çıkması, sosyo-ekonomik etkilerin açık bir göstergesidir. 1968-1972 yılları arasında, bir yandan ülke içerisinde alıcı üretimi artarken diğer yandan da talebi karşılayacak ‘bedelsiz ithalata’ destek olunmuş ve 1970’lerin ortalarına gelindiğinde 1.5 milyon hanede televizyon yayınlarına erişim mümkün hale gelmiştir.

İstanbul’da ilk paket yayın, 1971 yılında yapılmıştır. 6-17 Ekim tarihleri arasında yapılan İzmir Akdeniz Oyunları Türkiye’deki ilk uzun süreli naklen yayındır. Günlük düzenli televizyon yayınlarına, 1974 yılında; renkli yayına geçme çabalarına ise 1975 yılında başlanmıştır. Federal Almanya’dan getirilen renkli yayın cihazları, Ankara’da TV Eğitim Merkezine, İstanbul Televizyonu A stüdyosuna ve Eskişehir Anadolu Üniversitesi’ne yerleştirilmiştir (Aziz, 1981, s.134, Uyguc, 1987, s.32). Siyah beyaz yayından renkli yayınlara geçiş 1976 yılından itibaren başlamış; 1977 yılından sonra deneme amaçlı renkli program çekimlerine başlanmıştır. 1984

yılından itibaren TRT tamamen renkli yayına geçmiştir.

1980 yılında, daha çok Güney ve Güneydoğu Anadolu’ya yayın yapılması düşünülerek, yeni bir kanal açma girişimi TRT tarafından gündeme alınmıştır. İkinci kanalın deneme yayınları 1 Nisan 1980 tarihinde başlamış ve TV 1’in yayın yapmadığı gündüz saatlerinde yayın yapmıştır. İkinci kanalın yayınına resmi olarak başlanması ise, 1986 yılını bulmuştur. Planlama aşamasında düşünülen yayın formatının aksine, TV 2 yayınları, kültür ve sanat ağırlıklı olmuştur. İkinci kanal TV 2’yi sırasıyla, GAP TV (TV 3), TBMM TV, TV 4 VE TRT INT takip etmiştir.

Ülkemizde kamusal yayıncılığın teknik tarihi ana hatlarıyla yukarıda özetlendiği gibidir. Kamusal yayıncılık tekelinin aşılıp aşılamayacağı tartışmaları ise, Avrupa’da esen özelleşme rüzgarları, çanak antenle yurtdışı yayınların alınabilir hale gelmesi ve ülkenin değişen şartları doğrultusunda 80’li yıllarda gündeme gelmeye başlamıştır. TRT yayıncılığı kuruluşundan itibaren (ilk yıllarda yasal konumu nedeniyle görece özgürbir görünüm sergilese de) yayıncılık anlayışını resmi ideolojinin işaret ettiği doğrultuda sürdürmüştür. Üretici kültür olma vasfını kaybetmiş bir toplumun televizyonu haline gelen TRT, tüm tüketici kültürler gibi dış kaynaklara olan bağımlılığını zaman içerisinde giderek artırmıştır. Kültürel dokumuza tamamen yabancı öğeler, dış kaynaklı yapımlar vasıtasıyla, belki de ilk kez, evlerin içinehiçbir sansüre tabii olmadan, kabul görerek girmiştir, 1988 yılı itibari ile, TV 1’de %40 ve TV 2’de %47,5’i bulan yabancı yapımla çarpık bir toplumsal değişim sürüci empoza edilmiştir (Aziz, 1988’den aktaran Karahan Uslu, 2000, s.59).

TRT’nin tekeli yapısını, çeşitli kanalları yayın hayatına ekleyerek çoğulcu ve farklı alternatifleri izlerkitesiyile buluşturma yanlısı bir tavırla dönüştürmeye çalışması da bu anlamda yararlı olmamıştır. Yeni kanallar, yeni dış kaynaklı programlar anlamına gelmiştir. 12 Eylül 1980 sonrasında ülkenin siyasi ve ekonomik düzenindeki değişimler, buna bağlı olarak toplumun televizyon yayıncılığı dahil olmak üzere her konuda beklentilerinin artması ve ülkenin telekomünikasyon olanaklarının genişletilmesi ile birlikte, özel sektör bu gelişmelerden cesaretlenerek medyanın bu alanına da girmeye karar vermiştir. Böylece, televizyonda tek boyutluluk dönemi son bulmuştur.

Özel Televizyon Kanallarının Yayına Başlaması

Türkiye’de özel televizyon yayıncılığına geçiş sürecinde en önemli basamaklardan birini de video film dönemi oluşturmaktadır. 1960’ların başında ABD’de geliştirilen ve takip eden yıllarda Japonya’da Sony, Hitachi, Matsushita ve Toshiba gibi firmalarca güncelleştirilen ve kitleselleştirilen video teknolojisi ile başlangıçta amaçlanan, televizyon kanallarının ilerleyen dönemde kullanabilecekleri görüntüleri kaydederek bir nevi ‘toplumsal görsel hafıza’ oluşturmaktır. İzleyicilerin geçmiş olayları hatırlayarak gözlerinde canlandırmaları (hatta yanlış, eksik ya da bağlantısız biçimde hatırlamaları) yerine, televizyon kanallarınca kaydedilmiş geçmiş görüntüleri referans almaları kitle iletişim endüstrisinin işleyiş mantığı içerisinde kısa sürede kabul görmüştür. 1980’li yıllardan itibaren Türkiye’de video teknolojisinin kullanılmasının ve oldukça önemli bir konuma gelmesinin nedenleri şöyle sıralanabilir:

- TRT televizyonunun devletin yayın organı olma niteliğinden dolayı belli bir bakış açısına sahip olması, bunun sonucu olarak alternatif izlencelere gereksinim duyulması,

• Sinemada film izlemeye oranla daha konforlu ve bireysel olması, (Özellikle 1980 Askeri Darbesi sonrasında toplumsal birlikteliklerin ve grup davranışlarının hoş görülmemesi nedeniyle sinema izleyicisi sayısında düşüş, videonun ise temelde bir ev aracı olması nedeniyle tercih edilirliğinde artış olmuştur.)

• Türk sinemasının 1970’lerin ikinci yarısındaki seks filmleri patlamasından sonra hızlı bir daralma sürecine girmesi,

• 1982 yılında çıkarılan bir yasaya göre; altı ay yurt dışında kalmış olan herkesin gümrük vergisini ödeyerek, video getirebilme olanağına kavuşması,

• Renkli TV cihazındaki artışa rağmen yayın kapasitesinin ve kalitesinin düşük olması (Yılmaz, 2009, s.162).

Dünya genelinde yaşanan ekonomik, siyasal ve sosyal gelişmelere paralel olarak, 1990’lı yıllar, Türk medyasında tarihsel bir dönüşümün yaşandığı yıllar olması nedeniyle önem taşımaktadır. Uydu yoluyla gelen yabancı yayınlar yanında, 1990 yılında yine uydu yolu ile gelen ilk Türkçe özel televizyon yayını da başlamıştır. Bu yayın, bir yıldan beri Turgut Özal’ın destek verdiği, kamuoyunda da çok tartışılan “Star 1” televizyon yayınıdır. Özal, bu konuda en son açıklamayı 1990 yılı başında, Amerika Birleşik Devletleri gezisi sırasında yapmıştır:

“(…) Yurtdışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kural yok, dış memleketten bir kanal kiralayan Türkiye’ye yayın yapılabilir” (Aziz, 1999, ss.102-103).

1990 yılı başında Rumeli Holding’in sahibi olan Uzan ailesi, Almanya’da kurdukları Magic Box Incorporated adlı şirket aracılığıyla Eutelsat F 5 uydusundan iki kanal kiralamıştır. 1 Mart 1990 tarihinde test sinyalleri yayınlamaya başlayan şirket, 7 Mayıs 1990 tarihinde günde 5 saat yayın yapmaya başlamıştır. Kanalın açıklanan ismi “Magic Box Star 1” olmuş ve ilk genel koordinatörü de eski TRT genel müdürlerinden Tunca Toskay olmuştur (Özçağlayan, 2000, s.45). Star 1 yayınlarına, “Türkiye’nin ilk özel televizyonu” sloganıyla başlamış ve uydu yolu ile gelen bu yayınlar, önce uydudan yapılan CNN, RTL, BBC gibi diğer yabancı yayınlar olarak kabul edilerek çanak anteni olanlar tarafından izlenmeye başlamıştır. Ancak bu yayınlar, uyduya çıkılan yer olan Almanya’dan değil, Türkiye’den yapılmaktadır ve yayınları hazırlayan, sunucusu, teknik elemanı, kısacası her şeyi ile Türkiye’de hazırlanmaktadır. Dolayısıyla, yayınlar illegal olarak yapılmıştır (Aziz, 1999, s.103).

TRT dışında ilk kez Türkçe televizyon yayınlarının başlaması, kamuoyunda da ilgi ile izlenmeye başlamıştır. Yabancı televizyon yayınlarını almak için çanak antenlerin giderek artmaya başladığı bir dönemde böyle bir Türkçe televizyon yayınının TRT’ye alternatif olarak ve çok daha özgür bir ortamda yayın yapmaya başlaması Magic Box Star 1’e olan ilgiyi bir anda patlatmıştır. Bu durumu iyi değerlendiren kanal yetkilileri, çanak anten üretici firmaları ile anlaşarak bu konuda hızlı üretime ve hatta bir kısım toplu izlenebilen otel ve büyük sitelere, daha sonra ise özel yayınları halka izlettirme işini bir görev kabul eden belediyelere kolaylıklar sağlamaya başlamıştır (Aziz, 1999, s.103).

Özel bir kanalın kurulmasıyla ilk defa rekabetle karşı karşıya kalan TRT, Star 1’in Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor başta olmak üzere birçok Türkiye 1. Futbol Ligi takımıyla naklen yayın anlaşması imzalaması üzerine, “yayın tekeli”ni çiğnediği gerekçesiyle yeni kanalın kapatılması için mahkemeye başvurmuştur. TRT’nin daha önceden hiçbir ödeme yapmadan maçlarını yayınladığı büyük futbol kulüpleri, Magic Box Star 1

kanalının maç başına ödeme yapma teklifini kabul etmişlerdir.

Daha sonraki gelişmeler Turgut Özal’ın büyük oğlu Ahmet Özal’ın Uzanlarla birlikte söz konusu kanalın ortağı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Star 1’in ilk özel kanal olup olmadığı da gündeme gelmiştir. Siyasi partilerin ve gazetelerin tümünü kapsayan bu tartışma uzun bir zaman almıştır. Anayasa Mahkemesi PTT’ye radyo ve televizyon verici istasyonu kurma ve işletme yetkisi veren 3517 sayılı yasayı iptal edince; bu karar, radyo ve televizyon yayın hakkının TRT tekelinde olduğunu açıklığa kavuşturmuştur. Dolayısıyla, özel radyo ve televizyon yayını yapılamayacağı sonucuna varılmıştır. Buna karşılık, Magic Box Star 1 yetkilileri bu konuya şu sözlerle itiraz etmişlerdir:

“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?” (Yengin, 1994’den aktaran Özçağlayan, 2000, s.45).

TRT ile Magic Box Star1 arasındaki rekabet, özellikle reklam pastasından pay alma konusunda yaşanmıştır. TRT ile rekabetin yoğunlaşmasında, Star 1’in başlangıçta reklam fiyatlarında yaptığı indirim rol oynamıştır. Ancak zaman içerisinde hem çok izlenmenin, hem de indirimli fiyatların getirdiği reklam patlaması sonucu Magic Box Star 1’in yayınları eleştirilmeye başlanmıştır. Futbol maçlarında ve yerli, yabancı dizi ve film yayınlarında çok sık reklam gösterilmiştir. Bu konuda, o tarihte (1990) Cumhuriyet gazetesi yazarı olan Atilla Dorsay şunları yazmıştır:

“Star 1’in filmleri, dizileri, güldürü programlarını reklamlarla doldurması ticari Amerikan TV anlayışında bile görülmeyen bir sorumsuzluk taşımaktadır. Bu konuda bizzat saat tutarak saptadığımız rekor, Levent Kırca’nın ‘Olacak O Kadar’ programının ilk bölümüdür. Program başlayıp 4 dakika gösterildikten sonra araya reklamlar girmiş ve tam 7 dakika sürmüştür” (Cumhuriyet gazetesinden aktaran, Yengin, 1994, aktaran Özçağlayan, 2000, s. 46).

TRT ile Magic Box Star 1 arasındaki en yoğun rekabet 1990 yılını 1991 yılına bağlayan yılbaşı gecesi yaşanmıştır. Yılbaşı programını izleyenlere otomobil veren Star 1’e gelen yoğun telefonlar, bazı kentlerde telefon santrallerinin kilitlenmesine yol açmıştır. Ayrıca o akşam Star 1, TRT’nin sansür nedeniyle ekrana getirmediği sanatçılara ekrana çıkararak ve Milli Piyango’da büyük ikramiyeyi TRT’den önce ilan ederek gecenin en çok izlenen kanalı olmuştur.

1991 yılının sonlarında aralarında anlaşmazlık çıkan Uzan ailesi ile Ahmet Özal’ın ortaklıkları son bulmuştur. Bu anlaşmazlık sırasında taraflar birbirlerini vergi kaçırmak ve yurtdışına usulsüz para transfer etmekle suçlamışlardır. 1991 yılının son dört günü ve 1992 yılı Ocak ayı boyunca bu konu, neredeyse her gün gazetelerde yer almış ve aylarca önemini korumuştur. Karşılıklı olarak çeşitli gerekçelerle yapılan suç duyuruları, soruşturmalar, açılan davalar birbirini izlemiştir.

Uzan-Özal çatışması 1992 yılı boyunca sürmüştür. Bu arada, Ahmet Özal ‘Kanal 6’ adıyla yeni bir televizyon kanalı kurma hazırlıklarına girmiştir. Star 1’den önemli transferler

yapmış ve reklam pastasına ortak olmuştur. Cem Uzan ise, 15 Haziran’da süresi dolacak olan Star 1 uydu yayın izninin iptal edilmesini göz önünde tutarak, yeni bir şirket kurmuş ve açılan ihaleye girerek yeni bir isimle yayını sürdürmüştür: ‘Interstar’. Böylece, Ahmet Özal’ın Star 1 aleyhine açacağı davaların da hükmü kalmamıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s.353).

Uzan ailesi, uydudan kiraladığı iki kanaldan biriyle Interstar adıyla yayını sürdürürken, diğerinden de, 8 Ocak 1992 tarihinden itibaren Teleon adıyla test yayınlarına başlamıştır. 27 Ocak 1992 tarihinde yayına başlayan Teleon, daha çok erotik filmler yayınlayacağını duyurmuş, ancak daha sonra eğlence ağırlıklı ve Türk sinemasının eski filmlerini yayınlamaya başlamıştır. Daha sonra bu kanal, Kral TV adında bir müzik kanalı olarak yayınlarını sürdürmüştür. 1992 yılının Ocak ayında yayın hayatına başlayan bir diğer kanal da, Show TV olmuştur.

Show TV, Magic Box Star 1 ve Teleon gibi Almanya’dan değil, Fransa’dan uyduya çıkarak Türkiye’ye yönelik yayınlar yapmaya başlamıştır. Bu kanalın sahipleri arasında Hürriyet gazetesi ile Sabah gazetesi grupları gibi iki büyük gazetenin olması, yazılı basında 80’li yıllardan beri meydana gelen tekelleşme olgusunun görsel medyaya da yansımaları açısından önemli bir gelişme olarak görülebilir. Show TV’nin ardından aynı şirket, 1993 yılında Türkiye’de bir ilke imza atarak, ilk paralı televizyon uygulaması (pay TV) olan CINE 5 uygulamasını başlatmıştır. Batı ülkelerinde uygulaması çoktan başlayan bu yayınların diğerlerine göre farkı, yayınlarının şifreli olması ve yalnızca abone olanların bu yayınları izlemesine izin verilmesidir. Kanalın özelliği, yeni sinema filmlerinin ve erotik filmlerin gösterilmesidir. Türkiye’deki uygulamasında, buna bir de önemli spor karşılaşmalarının yayınlanması eklenmiştir (Aziz, 1999, s.107).

1992 yılında yayına hayatına başlayan bir diğer kanal ise, Kanal 6’dır. 6 Ağustos 1992 tarihinde İngiltere üzerinden test yayınına başlamış, 4 Ekim 1992’de ise normal yayınına başlamıştır. Yüksek ücretler ödeyerek, Sezen Aksu, Kayahan, Ajda Pekkan, Bülent Ersoy, İbrahim Tatlıses gibi ünlü sanatçıları transfer etmiştir. Bu sanatçılarla yapılan anlaşmalara, sanatçıların sözleşme süresince başka bir televizyon kanalında görünmemesi şartı konmuştur. İlk kurulduğu yıl olan 1992’de ve 1993 yılında, en çok izlenen kanallardan biri olan Kanal 6, sahibi Ahmet Özal’ın mali sorunları nedeniyle, sanatçılarla yapılan sözleşmelerin şartlarını yerine getirememiş ve yeni film ve program alamamıştır. Zamanla izlenme oranı giderek düşen Kanal 6, sonrasında el değiştirmiştir (Özçağlayan, 2000, s.47). Bu kanalları sırasıyla, 1993 yılında yayına başlayan ATV ve Kanal D takip etmiştir.

Özelleştirmelerle birlikte mülkiyet açısından bir çoğullaşmadan söz edilebilirken, temsil bağlamında medyanın sunduğu içeriğin çeşitlendiği ancak egemen ideolojinin parçası olarak işlevselleştiği görülmektedir. Ulusal kimlik inşası çabası içerisinde olan TRT’nin tekel konumunun ardından Türkiye’de medyanın yeniden düzenlenmesi sürecinin yansımaları ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim göz önüne alındığında, yaşanan özel yayıncılık süreci, Türkiye’de ‘demokratikleşme’, ‘çoğullaşma’ ve ‘çoksesselik’ dönemi olarak algılanmıştır (Yılmaz, 2009, s.171). Özel yayıncılık, Türkiye’de devlete ait bir alanın özel kesime açılması anlamında ekonomik bir liberalleşme adımı olmasının yanı sıra, 1990’lardan itibaren Türkiye’de yaşanan siyasal ve toplumsal sivilleşme ile birlikte kamusal alanın sınırlarını genişleten bir işlev de yüklenmiştir.

1994 Tarihli Yeni Radyo Televizyon Yasası

Özel televizyon yayıncılığının başlamasından 1994 yılı başlarına kadar geçen süre içerisinde, özel yayıncılık konusu yasal bir çerçeveye oturtulamamıştır. RTYK (Radyo Televizyon Yüksek Kurulu) uygulaması, bu konunun teknik ayrıntılarıyla ilgilenmektedir. Anayasanın 133. maddesi yürürlüktedir ve bu maddede “... bütün radyo televizyon yayınları devlet tarafından düzenlenir” denmektedir. Bu madde yürürlükte olduğu halde, özel televizyonlar yayınlarına devam etmiş ve bir devlet kurumu olan PTT, kablolu yayın sistemi aracılığıyla bu yayınları izleyicilere ulaştırmıştır (Özçağlayan, 2000, s.48).

Anayasanın 133. maddesi, 8 Temmuz 1993’de kabul edilen 3913 sayılı yasa ile değiştirilerek radyo ve televizyon istasyonlarını kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest hale getirilmiştir. Yeni 133. maddeye göre, kuruluşundan beri tekel olarak yayın yapan Devlet radyo ve televizyon yayınlarında tekelci yapı kaldırılmış, radyo ve televizyon istasyonlarının kurulması Kanun ile düzenlenecek koşullar çerçevesinde serbest bırakılmıştır. Böylece, 1991 yılından beri Anayasa’ya aykırı olarak yayın yapan radyo ve televizyon yayınlarının Anayasa’ya aykırılık durumları kalkmıştır (Aziz, 1994, ss.3-4).

Bu gelişmelerin ışığında, 19 Nisan 1994 tarihinde kabul edilen 3894 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun, ülkemizde devlet tekelini kaldırarak özerk sisteme geçişi sağlamıştır. Yasa gereği oluşturulan Radyo Televizyon Üst Kurulu da (RTÜK), Türkiye’deki elektronik yayıncılığı denetleyen en üst kurum olmuştur. RTÜK’ün kuruluş amacı kanallara gerekli frekans tahsislerini yapmak ve yayınları denetlemektir.

Doksanlı Yılların Televizyon Programları ve Sosyo-Kültürel Yapıda Dönüşüm

Türkiye’de, özel kanalların yayına başlamasıyla televizyon programlarında biçim ve içerik bakımından değişiklik olmuş, program türlerinde de çeşitlenmeler yaşanmıştır. TRT yayıncılığında olduğu gibi özel televizyon yayıncılığında da yerli izleyiciler tarafından dramalar yoğun ilgi gören programlar arasında yer almıştır. Bu diziler, çok kanallı televizyon ortamında en yaygın anlatı türlerinden biri olmuştur. Türk televizyonları, bir zamanlar Avrupa’da yayınlanan sabah saatlerindeki “soap operalarla”² yetinirken artık yerli diziler yapılmaya başlanmış ve bu diziler altın saatlerde (prime time) yayınlanmıştır (Geçer, 2015, s.14).

² Soap Opera, bir hikâyenin bölümler halinde televizyon ya da radyoda yayınlanmasıdır. Soap operalar aslında sabun köpüğü olarak da nitelendirilir. Soap ifadesi, ilk zamanlarda bu türden yayınlara, Gamble, Palmolive gibi sabun markalarının sponsor olmasındandır. Bu diziler (hikâye) önceleri sadece ev kadınlarına yönelik olarak gün içerisinde yayınlanırken daha sonraları değişen “mesai” bağlamında farklı versiyonları ile akşamları da yayınlanmaya başlamıştır. Şimdilerde ülkemizde de erkek ya da kadın izleyiciye hitap eden, sıkça seyredilen diziler akşam soap operalarıdır. Soap operaları diğer drama türlerinden ayıran en önemli özelliği açık uçlu hikâye bölümlerinden oluşmasıdır. Her bölüm, hikâyenin bir dahaki bölümle bağlanarak devam edeceğini gösteren sözlerle biter. Yılın belli bölümlerinde yayınlanan soap operalar genelde dramatik bir son ile bitirilir (Hobson, 2002’den aktaran Geçer, 2015, s.14).

Kanallar, Türk toplumundan edindikleri hikâyelerle daha etkili bir izlenme profili yakalamış, böylece istedikleri reytingleri yakalayabilmişlerdir. Bu yeni diziler özellikle 1995 yılından itibaren hemen hemen tüm televizyon kanallarında en önemli yeri almıştır.

1990'lı yıllardan itibaren ortaya çıkan yeni türlerin-formatların en temel özelliği, bu televizyonların tecimsel özelliğinin etkisiyle- eğitmekten çok eğlenceye ağırlık vermeleridir. Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı olan Star 1, "TRT'ye karşı alternatif bir yayıncılık anlayışıyla" ortaya çıkmış ve haber bültenlerinden eğlence programlarına kadar tüm formatlarda değişiklik yaratmıştır. Star 1'le birlikte çeşitli popüler alanlardan isimlerin neredeyse dönüşümlü olarak hazırladığı ve katıldığı programlar, 1990'lı yıllara damgasını vuran eğlence programı formatını oluşturmuştur. Bu yıllarda, popüler isimlerin yanı sıra sıradan halkın da medya aracılığıyla popülerleşmesine tanık olunmuştur. Bu eğlence formatıyla birlikte "şöhretler" ve "şöhretimsiler" televizyon programları için vazgeçilmez unsurlar haline gelmiştir (Akça ve Akbulut, 2005, s.47).

Talk show'lar, dokü-drama'lar, paparazzi programları ve "reality show" programı olarak adlandırılan bir dizi gerçek televizyon programı, 1990'lı yıllarda özel yayıncılığın başlaması ile izleyiciye tanıtılmış ve ün kazanmıştır. Bu şov programlarının bir takım özellikleri yabancı örneklerine benzese de, bu programlar Türkiye'deki izleyicilerin duygulanım dünyalarını harekete geçirecek anlatıları üretecek teknikleri ve temaları birleştiren özgün bir biçim ortaya koymakta başarılı olmuştur. Bu programların büyük bir çoğu, kurban olarak sunulan sıradan insanların bireysel öyküleri, otorite, adalet ve güvenlik söylemlerini üreten suç mahalleri ya da devlet televizyonunun resmi söylemi tarafından uzun zamandır gizlenmiş/üstü örtülmüş gerçekleri ortaya çıkartacak gerçekçi teknikleri kullanan diğer öyküler etrafında dönmüştür (Binark ve Kılıçbay, 2004, s.74).

Reality şovlar, hem kar beklentisi içinde olan özel televizyon kanallarına çeşitli kolaylıklar sağlamış, hem de izleyicilerde şöhret için duyulan arzuyu kamçulamıştır. Ancak vurgulanması gereken nokta; şöhretin, modern bir olgu olarak, geniş kitlelere ulaşan bir gazete, televizyon, radyo ve film olgusu olarak anlaşılması gereğidir. Bu durumda şöhret, başkalarının atfedilmiş olur ve çoğu kez medyanın manipüle ettiği sansasyondan kaynaklanır. Reality gibi yeni televizyon türleri aracılığıyla yaratılan "şöhretimsi"ler, bir süre sonra unutulmuşlardır. Unutulmamanın koşulu ise daima "görünür" olmaktır. Yeni televizyon türleri, geçici bir şöhret sağlamanın yanı sıra, sıradan insanların sorunlarını, yaşam biçimlerini kamusal bir alan olarak ekrana taşımalarına imkân vermiştir (Akça ve Akbulut, 2005, s.48).

Reality şovların diğer bir önemli özelliği de ana haberlerin sunucuları, pembe dizi oyuncularını, şarkıcı ve gazeteci gibi ünlü medya kişiliklerini anlatıcı olarak kullanmasıdır. Türk televizyon tarihinde ilk kez bu tür programlar ile canlı kamera kayıtları, gizli kamera kayıtları, olayların amatör video kayıtları, birincil tanıklar ile görüşmeler, canlandırmalar ve olayların yavaş çekim sunumları, yakın plan çekim açıları, olay üzerine ses bindirmeleri vb. anlatım araç ve teknikleri kullanılmıştır (Adaklı Aksop, 1998'den aktaran Binark ve Kılıçbay, 2004, s.75). "Polis İmdat", "Sıcağı Sıcağına", "Teksoy Görevde", "Söz Fato'da", "Yetiş Emmioğlu" gibi programlar, bu formatın en iyi örnekleridir.

Doksanlı yıllarda, yerli ve yabancı film/diziler arasında da toplumsal farklılıkların bir yansıması olan mesaj/kurgu farklılıkları görülmektedir. 1980 öncesinin ürünü olan filmlerde yerlilik motifine daha sık rastlanmakta ve genel itibari ile geleneksel kalıpların dışına

çıkılmadığı görülmektedir. 1990’lı yılların Türk film/dizilerinde ise, değişen değerlerle birlikte daha bireysel, gelenek dışı temalara rastlanmaktadır. Yabancı film/diziler de doğal olarak, geleneksel yapımızdan daha farklı Batılı kültür kodları içermektedir. Ancak yabancı film/dizilerin gördüğü yoğun talep, toplumun bazı kesimlerinde geleneksel değerlerin modern değerlerle yer değiştirme sürecinin dikkate değer ölçülere ulaştığının bir göstergesi sayılabilir.

1990’lı yıllarda başlayan televizyon türlerindeki dönüşüm, kadın programları üzerinden de gözlenmektedir. Türkiye’de bu yıllardan itibaren yemek yapmayı, artık malzemeleri işlevsel bir ev aracına dönüştürmeyi, çocuk bakmayı, ev idaresindeki bazı "püf noktaları" öğretmeyi amaçlayan "kamusal" amaçlı televizyon programları, yerini, kadının sorunlarını daha "açık" ve sansasyonel bir boyutta duyurmayı amaçlayan bir televizyonculuk anlayışına bırakmıştır (Akça ve Akbulut, 2005, s.49). Kısaca 90’lı yıllarda ana akım medyaya dahil olan TV kanallarında, kadının liberal bir bakış açısıyla ele alındığı ifade edilebilir. Kadın medyadaki programlar aracılığıyla ağırlıklı olarak orta üst sınıfa mensup, modern, aile kavramına sadık ancak sosyal değişime de açık olarak sunulmakta; izlerkitlenin kolektif zihnine bu mesajlar ulaşmaktadır (Karahana Uslu, 2000, s.83).

1990’lı yılların ‘talk şov’ formatına örnek olarak “Beyaz Saçlı Prens: Yıldı” programı gösterilebilir. Program, Ağustos 1994’te Kral TV’de yayınlanmaya başlamış, Kasım 1994’ten itibaren Show TV’de devam etmiştir. Daha sonra yayın hayatına bir süre ara verilen program, 1998’de “Yıldı İle” adını almış ve Flash TV’de yayınlanmaya başlamıştır. Program yayınlandığı ilk günden itibaren kamuoyu ve medyanın ilgisini çekmiştir. Bu ilginin en temel sebepleri, Yıldı’nun söylemleri aracılığıyla cinselliği mahrem alandan kamusal alana taşınması ve mahrem alanın bu dönüşümüne kadın izleyicilerin etkin olarak katılmasıdır (Binark ve Çelikcan, 1998, s.209). Bu noktada, özel yaşam kavramı esnekleşmiş ve mahremiyet büyük ölçüde zedelenmiştir.

Haber içeriklerinin magazinelleşmesi de, 1990’lı yıllara dayanmaktadır. Infotainment, yani bilginin eğlence içeriğine bürünmesi, haber içeriğinin magazinelleşmesiyle eğlence ve bilginin birlikte sunulmasıdır. Haber içeriğini oluşturan iletilerin kodlanmasında magazin değerlerin ağırlık kazanması olgusu ve sürecidir. Yada haber değeri taşımayan haber unsurlarının haber bülteni içerisinde görece ağırlık kazanmasıdır. Magazinelleşme liberal ekonomik politikalar aracılığıyla güçlenen sermaye gruplarının toplumsal ve siyasal düzlemde varlığını sürdürmek amacıyla, kitle iletişim araçlarında daha somut yaşanmaktadır. Bu noktada haberin magazinleşen içeriğiyle birlikte üstlendiği yeni işlevin, popüler kültür ideolojisiyle önemli ölçüde yakınlık gösterdiği düşünülmektedir.

Postman, bugün gazete ve televizyonların yayın politikasının kesinlikle bir ideolojiyi temsil ettiğini ve kültürün kahkahadan boğulmasının panzehirini bulmamız gerektiğini ısrarla vurgulamaktadır. Medyada o kadar eğlence yoğunluktadır ki, içindeki ciddi söylemler algılanamaz, seçilemez durumdadır. Postman’a göre problem, insanların içinde yaşadıkları toplumun sorunlarını düşünmek yerine gülmeyi tercih etmeleri değil, neye güldüklerini ve düşünmeyi niçin bıraktıklarını bilmemeleridir (Postman, 1994’ten aktaran Uğur, 2016, s.90).

Doksanlarda, bilgi verirken eğlendiren (infotainment) yapıdaki ana haber bülteni, gazeteci Reha muhtar’ın sunumuyla Show TV’de başlamış ve en çok izlenen programların başına yerleşmiştir. O yıllarda, dizilerin, yarışmaların, reality şovların en büyük rakibi Show TV ana

haber bülteni olmuştur. Toplumun haber alma hakkının engellenmesi tartışma konusu bile olmamış, “toplum bunu istiyor” diyerek konu kapatılmıştır.

Magazin programlarının ise Türkiye’deki ilk örneği, Şansal Büyüka ve spor servisi ekibinin başlatmış olduğu Televole adlı programdır. Televole sözcüğü, televizyonun “tele” kısmından ve bir futbol terimi olan “vole” kelimelerinden oluşturulmuştur. Televole programları dış dünyanın yorucu gerçekliğinden sıkılan modern toplum insanına huzur dolu bir dünya vaat eder. Herkese hitap edecek şekilde hazırlanan magazine programları, yeni yaşam biçimleri (ünlülerin tükettiği ürünler aracılığıyla) sunarak, insanların gündelik sorunları düşünmeden rahatlamalarını sağlamaktadır (Mert, 2014, s.71).

Özel yayıncılıkla birlikte televizyon ekranlarını artık daha çok eğlenceyi ve tüketim kültürünü öne çıkaran, özel hayatı teşhir eden yeni program türleri doldurmuştur. Gizli kamera şakaları, yarışma programları, talk şovlar, reality şovlar, magazinleştirilen haber ve spor programları, tartışma programları gibi geleneksel formattan farklı program türleri üretilmiştir. Özel televizyon kanallarının çoğalmasıyla birlikte çeşitlenen televizyon programlarının neredeyse tümü, bir tür “popüler kültür aktarıcısı” işlevi görmektedirler. Magazin, popstar, dedikodu, şiddet, paparazzi, televole türünden içeriklere sahip programlarla televizyon topluma yeni bir hayat tarzı, yeni bir kültür, yeni bir yaşam biçimi sunmaktadır.

Doç. Dr. Bengi Semerci, 16 Şubat 2004 tarihli NTV röportajında televizyon yayınlarının toplumsal etkileri ile görüşlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Toplumsal değerleri öne çıkaran terbiye, komşuluk, ahlaki değerler yerine zamane çocukları, magazin içerikli dizilere, filmlere, haberlere maruz kalıyorlar. Ve doğal olarak da televizyon ünlülerini model alarak ‘ben de meşhur olabilirim’ yanılgısına kapılıyorlar. Çünkü bu tür programlar meşhur olmanın çok da zor olmadığını telkin ediyorlar. Gençler ‘bir yarışmada adım duyulursa tanınırım’ motivasyonu ile maddi ve toplumsal olarak yükselişin hayalini kurar hale geliyorlar” (Mert, 2014, s.72).

Doksanlı yıllarda özel televizyon yayıncılığının başlamasıyla birlikte, bu yayınların toplumsal etkileri üzerine de yeni bir tartışma alanı da oluşmuştur. Televizyonda yayınlanan programların toplumu olumlu yönde etkilediğini savunanlar da olmuştur, olumsuz yön de etkilediğini savunanlar da. Ancak o dönem üzerine yapılan araştırmalar ve yazılan tezler incelendiğinde, özellikle magazin ve yarışma programlarının aile içi iletişimi ve çocukların okuma alışkanlıklarını da azalttığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Batı dışı ülkelerde Batılılaşma ile eş anlamlı kullanılan modernleşme olgusu, ortaya çıkması ile birlikte toplumda hemen hemen tüm değerleri yeniden şekillendirmiş ve dönüştürmüştür. Bu dönüşümün olumlu etkileri de, olumsuz etkileri de olmuştur. Özellikle modernleşme sürecindeki toplumları sosyo-kültürel anlamda dönüştüren etkenler arasında kitle iletişim araçlarının yeri yadsınamayacak kadar büyüktür. Kitle iletişim araçlarından bahsedilirken, özellikle televizyonun toplumsal önemi vurgulanmaktadır. Televizyon, toplum bireylerini bir araya getiren ve konuşacak ortak konular yaratan önemli bir sosyalleşme kaynağıdır.

Popüler kültür, bireyi ve toplumsal alanı özgürleştirmek yerine tek tip birey yaratma yolunda ilerlemektedir. Kitleye yönelik verilen mesajlar her ne kadar herkes tarafından farklı algılsa da, aynı mesaj verilmektedir ve alıcı konumunda olan medya takipçisi bir müddet sonra mesajlara ortak tepkiler vermeye başlamaktadır. Kitleli medyanın modern toplumdaki verimliliğinin en dikkat çekici özelliklerinden biri, dünyadaki milyonlarca kişinin aynı kültürel ürünleri kullanmasına yol açmasıdır. Medya, kadını, erkeği, iyiyi, kötüyü yeniden üretip topluma sunmakta ve toplumun değerlerini değiştirerek yeni bir kültürel ortam yaratmaktadır. Bu süreçte, kadınlar ve çocuklar kitle iletişim araçlarından en çok etkilenen kesim olarak görülmektedir.

Doksanlı yıllarda, Türkiye’de özel televizyon kanallarının kurulması ve gelişmesiyle, kitle kültürü ve popüler kültür televizyon sayesinde hemen her evde kendine yayılma alanı bulmuş ve Türk toplumu yeni bir toplumsal dönüşüm sürecine girmiştir. O dönemde televizyonun en önemli toplumsal etkilerinden biri, mahremiyet alanına olan etkisidir. Gece programlarında cinselliğin konuşulması, müstehcen içeriklerin televizyon yayınlarına dahil olması ve özellikle Batı uyarlaması diziler, 90’lı yılların bireylerinde mahrem algısını dönüştürmüştür. Yeni program türleri ile eğlence ticarileştirilmiş, bu durum bireyleri tüketime yöneltmiştir. Reality şovlar aracılığıyla, haber içerikli programlar eğlendiren bir formata dönüşmüştür. Aile içi iletişimde de hem olumlu, hem olumsuz yönleri olmuştur. Kimi ailelerde programların birlikte izlenilmesi, aile bireylerinin ilişkilerini pekiştirirken; televizyon, kimi ailelerde aile bireylerinin birbirleriyle daha az vakit geçirmelerine sebep olmaktadır. Doksanlı yıllarda televizyonla beraber dönüşen yaşam biçimlerine baktığımızda, dünyayla bütünleşme anlamında olumlu bir gelişme, ancak geleneklerimizi ve kendimize ait değerleri korumak anlamında olumsuz bir gelişme olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akça, Emel ve Akbulut, Hasan (2005). “Kadın Programlarına Bir Bakış: Kadının Sesi ve Sizin Sesiniz’de Tür, Anlatı ve Format.” İletişim Araştırmaları Dergisi. (Sayı 3, Cilt 1-2, ss.41-73).
- Aziz, Aysel (1981). Radyo ve Televizyona Giriş. Genişletilmiş 2. Baskı. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Aziz, Aysel (1994). 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Aziz, Aysel (1999). Türkiye’de Tv Yayıncılığının 30 Yılı. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yayınları.
- Binark, Mutlu ve Çelikan, Peyami (1998). “Mahrem’in Müzakereye Çağırılması ve Yıldı Örneği: Mahrem Alandan Pop-Mahrem Alana”, Kültür ve İletişim. (Sayı 2, ss.197-214).
- Binark, Mutlu ve Kılıçbay, Barış (2004). “Türkiye’de Gerçek Televizyonu ve Telegörsel Kimlikler: Biri Bizi Gözetliyor Örneği.” İletişim Araştırmaları Dergisi. (Sayı 2, Cilt 1, ss.71-90).
- Cankaya, Özden (2015). Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000. İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları.
- Geçer, Ekmel (2015). “Türk Dizileri Üzerine Kültürel ve İdeolojik Bir Değerlendirme: Made in Turkey.” Aksaray Üniversitesi İslami Bilimler Dergisi. (Sayı 3, Cilt 2, ss.13-23).
- İlaslan, Süleyman (2014). “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Kuruluşu: TRT ve Kamu Hizmeti Etrafındaki Mücadeleler 1960-1980.” Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE.
- Karahan Uslu, Zeynep (2000). Televizyon ve Kadın. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Kejanlıoğlu, Beybin (2004). Türkiye’de Medyanın Dönüşümü. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kıvanç, Halit (2002). Telesafir: Bizde TV Böyle Başladı. İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.
- Oskay, Ünsal (1971). Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon: Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Özçağlayan, Mehmet (2000). “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi.” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. (Sayı 1, Cilt 2, ss.41-52). Konya.
- Serim, Ömer (2007). Türk Televizyon Tarihi. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Tasouji, Canan D. (2015). “Türkiye’de Televizyonun İlk Yıllarına İlişkin Sosyo-Kültürel Bir İnceleme” Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE.
- Uyguç, Ünal (1987). Radyo Televizyon Haberciliği. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, Adem (2009). “Türkiye’de 1990 Sonrası Dönemde Özel Tv Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi.” Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE.