

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE TÜRK MEDYASINDA AMERİKAN NÜFUZU

Kemal Şükrü SEVİNDİK*

Özet

Bu çalışmada medya kavramı tanımlanmış, medyanın önemi ve işlevi belirtilmiştir. Küreselleşme olgusu ve küresel medya şirketleri incelenmiştir. Türk medyasının tarihsel süreçleri üzerinde durulmuş ve Türk medyasının sahiplik yapısı açıklanmaya çalışılmıştır. Türk medyasını şekillendiren holdingler, bu holdinglerin bünyesindeki medya kuruluşları ve bu holdinglerin ABD ile olan bağlantıları incelenmiştir. Devletin resmi medya kurumları ile Türk medyasındaki özel medya kurumları üzerindeki Amerikan nüfuzu bütün yönleriyle açıklanmaya çalışılmıştır. Türkiye'deki alternatif medyanın faaliyetleri ve alternatif medya üzerinde Amerikan nüfuzu ele alınıp incelenmiştir. Ana hatlarıyla Türk medyasında Amerikan nüfuzunun incelenip değerlendirildiği bir çalışma yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Türk medyası, Amerika, ana akım medya, alternatif medya, küreselleşme, holdingleşme, tekelleşme, medya emperyalizmi, kültür emperyalizmi

Giriş

Medya; kamuoyunu olaylardan haberdar eden, bilgilendiren ve toplumsal sorunlar üzerinde tartışma platformları yaratabilen gazete, dergi, TV, radyo, ajans, internet gibi kitle iletişimini sağlayan araçların geneline verilen isimdir. Hem iletişim kaynağı hem de iletişim mecraları genel olarak “medya” ifadesi altında toplanır. Demokrasinin 3 ayağı; yasama, yürütme ve yargı dışında dördüncü ayak olarak medya kabul edilmektedir. Medya; demokratik ülkelerde “dördüncü güç” olarak işlev görmektedir.

Medya, güçlü bir yönlendirme aracıdır. Bu bağlamda; medyanın tarafsız olarak bilgilendirmek ve haberdar etmek yerine, kamuoyunu bilinçli olarak yönlendirdiği, toplumu kasıtlı bir şekilde biçimlendirdiği, yani enforme etmek yerine forme ettiği yönünde eleştiriler mevcuttur. Medya zaman içinde toplumsal yapıların oluşmasının bir numaralı etkeni olmuş o düzen içinde pek çok güç elde etmiş ve bu güç sayesinde toplumda yeni dengelerin oluşmasında aktif roller oynamıştır (Kaya, 1985, s. 3).

Eğitimci / Araştırmacı

Demokratik toplumlarda medyanın üstlendiği işlevler, UNESCO Komisyonunca hazırlanan ve kısaca “MacBride Raporu” olarak bilinen “Many Voices, One World” adlı raporda şu şekilde sıralanmaktadır;

1- Bilgi Verme (Enformasyon): Bireysel toplumsal ve uluslararası durumları anlamaya gereken ölçüde haber, bilgi ve görüşleri toplayıp, uygun tartışma ortamına sunmak,

2- Toplumsallaştırma (Sosyalizasyon): Bireylerin toplum yaşamına etkin olarak katılmalarını sağlamak üzere ortak bilgi ve düşüncelerin oluşumuna yardımcı olmak,

3- Güdüleme (Motivasyon): Bireysel isteklerle birlikte toplumun kısa ve uzun dönemli hedeflerini ilerletmek, toplumsal hedefler için bireyleri ortak eylemler için harekete geçirmek, uyarmak,

4- Tartışma: Halkı ilgilendiren bölgesel, ulusal ve uluslararası sorunları aydınlatmak üzere gerekli bilgiyi sunarak tartışma ortamı sağlamak,

5- Eğitim: Günlük yaşamda kullanılacak becerileri ve entelektüel gelişimi sağlayacak bilgileri aktarmak,

6- Kültürel Gelişme: Yaratma gücünü ve estetik gereksinimleri uyanık tutarak kültürel ve sanatsal çalışmaları desteklemek,

7- Eğlence: Kişisel ve kolektif yaratıcılığa yönelik drama, dans, edebiyat ve spor olaylarını yaymak,

8- Katılma: Bireylere, gruplara ve ülkelere birbirlerinin görüş açılarını ve isteklerini tanımalarına yardımcı olacak çeşitli mesajları iletmek.

Medya toplumun biçimlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medya patronlarının sermaye kaynakları, siyasi fikirleri ve bağlantıları, şahsi çıkarları, medya çalışanlarının inançları, ideolojileri ve çıkarları medyanın yapısını belirlemektedir. Bu etmenler yalnızca medyanın yapısını belirlemekle kalmamış, medya yoluyla toplumu da biçimlendirmiştir.

Medyanın sahiplik yapısı ve sermaye kaynakları medyanın işleyişini belirlemektedir. Bu çerçevede; medyanın sahiplik yapısının ve sermaye kaynaklarının toplumsal yapının şekillenmesinde de etkin bir rolü vardır.

1920’lerde Amerikalı düşünür Walter Lippman; medyanın kamu gündemini belirlediği yönündeki düşüncelerini ortaya koymuştur. Aynı şekilde; Amerikalı araştırmacı-yazar Bernard Cohen de “medya çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede son derece başarılı” diyerek medyanın gündemi belirlediğine dikkat çekmiştir.

İletişim kuramları ve kitle iletişim araçları üzerine araştırmalarda bulunan; Severin ve Tankard’a göre ise, medya “gündem oluşturma yoluyla” halk üzerinde etkili olmaktadır. Severin ve Tankard, medyanın ileteceği mesajları, sunuş yoluyla; kamuoyunun düşüneceği ve konuşacağı konuları belirlediğini ifade etmiştir. Medyanın olayları kamuoyuna aktarırken

takındığı tutum; gündemi ciddi biçimde etkilediği gibi aynı zamanda yeni bir gündem de oluşturabilmektedir.

Dördüncü güç kabul edilen medyanın; halk adına hükümetleri denetleme işlevi vardır. Siyasi mekanizma ile kamuoyu arasında “iletişim kanalı olma” vazifesi medyaya aittir. Dünya üzerindeki her toplumun medya sistemi farklı olsa da; genel anlamda; toplumun sorunlarını yönetim mekanizmalarına iletmek, alınan kararları doğru şekilde halka aktarmak ve halkı siyasi mekanizma önünde en iyi şekilde temsil etmek medyanın temel sorumluluklarıdır.

Medyadaki sahiplik yapısı, sermaye kaynakları ve siyasi odaklarla olan bağlantılar medyanın kamuoyuna sunduğu içeriği belirlemektedir.

Medya çıkarları doğrultusunda kimi gruplarla işbirliği yaparken kimisini de karşısına alıp aleyhinde yayınlar yapmaktadır. Siyasi erk sahipleri, medyayı kontrol edebilmek için bazı yetkiler vermeye ya da yardımlar yapmaya yönelebilirler. Bunun sonucunda da siyaset; kitle iletişim araçlarını kendi amaçları doğrultusunda kullanabilmektedirler. Bu amaçla bazı konuların gündeme getirilmesini bazılarının ise arka plana atılmasını sağlayabildikleri gibi bazı krizler medya yayınları ile manipüle edilerek toplumun daha kolayca kontrol altına alınması da sağlanabilir (Türk, 2013: 55).

Medya organizasyonları; içeriklerini oluştururken kendi sermaye kaynaklarını ve diğer sermaye çevreleriyle olan ilişkilerini göz önünde tutmaktadır. Ayrıca medya herhangi bir içeriği kamuoyuna sunmadan önce siyasi mekanizmaları da göz önünde bulundurmaktadır. Bu durum; medyanın “tarafsızlık” ilkesini zedelemektedir.

Meydanın uyguladığı politikalar; medya ürünlerinin içeriğini ve bu içeriklerin kamuoyuna sunulmuş biçimini belirlemektedir. Bu bağlamda; medya politikalarının, bilgilerin kitlelere şeffaf bir şekilde iletilmemesine sebebiyet verdiği gündeme gelmektedir. Bütün olaylar; tarafsızlık ilkesi çerçevesinde; şeffaf bir şekilde haber olamamaktadır. Kitlelerin yanlış veya eksik bilgiye ulaşması yahut medyanın “bilgilendirmek” işlevinden tamamen mahrum kalarak herhangi bir bilgiye ulaşamamaları durumunda kitleler medyanın belirlediği bir hedef doğrultusunda yönlendirilmiş olur. Toplumların gündemini belirleyen, demokrasinin dördüncü gücü medya izlediği politikalarla; kitleleri kontrol edebilmekte, etkileyebilmekte ve dahası istenilen hedefe doğru hızla yönlendirebilmektedir. Kitleler medya aracılığıyla bilinçli veya bilinçsiz şekilde; medya politikalarıyla bir hedef doğrultusunda uygulanan manipülasyon ve propagandayla karşı karşıyadır.

Bu durumun temelinde günümüz liberal medya politikaları yer almaktadır. Temeli 1980'li yıllarda atılan liberal politikalar, diğer alanlarda olduğu gibi “medya sektörünü” de önemli bir ölçüde biçimlendirmiştir. Neo-liberal politikaların önünün açıldığı 1980'li yıllarda, medyada tekelleşmeler, birleşmeler ve holdingleşmeler gerçekleşmiştir. Bu dönemlerde ABD'de şiddetlenen tekelleşme olgusu Avrupa ülkelerinde etkisini göstermiştir. Süreç, kısa bir zamanda Türk medyasında kendisini hissettirmiştir (Dursun, 2012: 3).

ABD'de baş gösteren tekelleşme olgusu zamanla Avrupa'da ve Türkiye'de etkisini göstermiştir. Dünya çapında; medya sistemlerine gelişmişlik ve yaygınlık açısından öncülük

eden ABD'nin izlediği medya politikaları; ABD'nin medya düzenini örnek alan diğer ülkelerde de izlenmiştir. Küresel medyanın Türk medyasına olan etkileri; "kültür emperyalizmi" ve "Amerikan kültürünün yaygınlaşması" gibi iki temel sorunu beraberinde getirmiştir.

Küresel medyanın Türk medyasına olan uzantıları

Küresel medya kavramı; coğrafi kapsamı küresel nitelikte olan medya ağları veya teknolojisini ifade etmektedir. Medyanın küreselleşmesi; çok uluslu şirketler lehine gerçekleşen bir süreçtir. Bu bağlamda; ABD'nin dünyanın en büyük medya şirketlerine sahip olduğu göz önünde bulundurulursa küresel medyanın Türk medyasına etkileri; ABD'nin Türk medyasındaki nüfuzu şeklinde incelenebilir.

2019 verilerine göre dünyanın en büyük 10 medya şirketinin sıralaması şu şekildedir;

1-Walt Disney (Amerika/ Gelir; 45,750 milyar dolar)

2-YouTube(Amerika/Gelir; 37,847 milyar dolar)

3- NETFLIX (Amerika/ Gelir; 21,162 milyar dolar)

4-Fox (Amerika/ Gelir; 15,955 milyar dolar)

5- Universal (Amerika/ Gelir; 15,710 milyar dolar)

6- NBC (Amerika/Gelir; 14,431 milyar dolar)

7- Warner Bros. (Amerika/ Gelir; 13,116 milyar dolar)

8- CBS (Amerika/ Gelir; 11,045 milyar dolar)

9- Sky (İngiltere/ Gelir; 10,399 milyar dolar)

10- ESPN Amerika/ Gelir; 8,350 milyar dolar)

Herman ve McChesney'in; "günümüzün misyonerleri" olarak adlandırdığı küresel medya kuruluşları özel birer işletmedir. Reklam verenlerin desteğine dayanır. Kamusal alanı aşındırma ve bir "eğlence kültürü" yaratma eğilimindedir. Bu kültür ise demokratik bir düzenle uyuzmaz. Medya ürünleri metalaştırılmış, vatandaşların ihtiyaçlarına değil, piyasanın amaçlarına hizmet etmek üzere tasarlanmıştır (Varol, 2017: 411).

Medya ürünlerinin birkaç dev medya kuruluşu tarafından üretilip dünyaya dağıtılması, küresel kültürün ağırlıklı olarak küresel şirketlerin çıkarları doğrultusunda yönlendirildiği ve başta ABD olmak üzere Batı merkezli bir küresel kitle kültürünün yaratıldığı yönünde eleştirilere yol açmıştır.

Günümüzdeki kültürel akışın; güçlü iletişim teknolojilerini kullanan küresel medya imparatorlukları tarafından oluşturulup yönlendirilmesi, Steger'e (2003: 76) göre, bu dev

şirketlerin bütün dünyadaki insanların kimliklerini ve isteklerini şekillendirebilmesi anlamına gelmektedir. Hjarvard (1999: 71) da medyanın küreselleşmesiyle kurulan yeni medya düzeninin yerel kültürel tüketim kalıplarını etkilediğini ve bağımsız bir kültür üretimini zorlaştırarak yerel ve ulusal kültürlere yönelik bir tehdit oluşturduğunu söylemiştir. Bu durum “kültür emperyalizmi” ve “medya emperyalizmi” kavramlarını doğurmaktadır. Küresel medya şirketlerini elinde bulunduran ABD medya aracılığıyla dünyadaki farklı kültürlere karşı emperyal bir yaklaşım sergilemektedir.

Kültürel homojenleşme ile ABD'nin siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel değerlerinin dünya üzerinde egemen değerler haline geldiği iddia edilmektedir. Kültürel homojenleşme medya yoluyla sağlanmaktadır. Küresel medya devleri, ağırlıklı olarak ABD'li şirketlerdir. Medya yoluyla sağlanmaya çalışılan kültürel küreselleşme; Stuart Hall'ün (1991: 28, 32) dediği gibi, "Amerikan yaşam tarzının küreselleşmesidir”.

George Ritzer de kültürel küreselleşmenin aslında Amerikan kültürünün küreselleşmesi olduğunu savunarak bu durumu "McDonalddlaştırma" şeklinde adlandırmıştır. Ritzer'in “McDonalddlaştırma” olarak ifade ettiği kültürel küreselleşme sürecinde, farklı ülkelerdeki insanlar, farklı sosyal ve kültürel ortamlarına rağmen aynı müziği dinlemekte, aynı kitapları okumakta aynı filmleri ve televizyon programlarını izlemektedir. Soweto'daki gençler ABD hip-hop müziğini dinlemekte, Çin'in Guangdong ilindeki insanlar Jackie Chan'ın korsan kasetlerini izlemekte, Toronto'daki Sri Lankalı mültecilerin çocukları okuldan eve geldiklerinde marketten kiraladıkları Tamil filmlerinin önüne oturmaktadır. Dünyanın hemen hemen heryerindeki gençler ve onların küçük kardeşleri Bart ve Lisa Simpson'ı tanımaktadır (Steven, 2004: 17).

Liesbeth de Block ve David Buckingham'ın yaklaşımına göre; ABD medyası yerel kültürlere tek bir ideoloji ve dünya görüşü yükleyerek, tek bir ideolojiyi ve dünya görüşünü empoze ederek onları aşındırmaktadır. ABD, hegemonyasını fiziksel işgalden ziyade, “Coca-colalştırma” olarak da adlandırılan ideolojik ve kültürel egemenlik üzerinden sürdürmektedir. ABD dünya toplumları üzerinde ideolojik ve kültürel egemenlik sağlama süreçlerini medya faaliyetleri aracılığıyla sürdürmektedir (Varol, 2017: 416)

Küresel medya nezdinde; “ifade özgürlüğü” medya şirketlerinin ticari çıkarlarına yönelik piyasa özgürlüğü demektir. Küresel medyada ifade özgürlüğü sorununu şöyle örneklendirebiliriz; “ABD televizyon kanalı NBC'nin 2004 yılında General Electric (GE) tarafından satın alınması nedeniyle, Pappas'a (Akt. Sheehan, 2014: 35) göre, doğal olarak GE'nin siyasal fikir ve taraflılığı NBC'nin yayınlarını etkilemiştir. GE büyük miktarlarda çevre atığı oluşturduğu için NBC çevre kirliliğini ele alan programlar yapmamaktadır” (Varol, 2017: 412)

Ifade özgürlüğü alanındaki bu engel “habercilik” alanında da baş göstermektedir. Yabancı medya içerikleri; uluslararası haber ajansları ve format yayıncılıkları aracılığıyla ulusal medya içeriklerini belirlemektedir. Özellikle ajans haberciliği ile beslenen ulusal kanallar habercilik açısından çok uzun yıllardır aktaran konumundadırlar. Bugün dünyada sektöre hâkim az sayıda haber ajansı tüm ulusal kanalların haber toptancısı konumundadır. Dünya gündemi ile ilgili haberler bu ajansların çıkarlarıyla şekillenen filtrelerden geçerek

ulusal kanallarda verilmektedir. Günümüzdeki küresel haber dolaşımı esas olarak Londra, Paris ve New York merkezli haber ajanslarının kontrolündedir. Bu sistem nedeniyle, gazeteciler çoğu kez aynı haber kaynaklarından beslenmekte ve "haber" denilen şeyi neyin oluşturduğuna ilişkin aynı anlayışın ürünlerini kullanmaktadır (Rodgers, 2003: 205). Haberlerin kim tarafından üretilip dağıtıldığı gündem oluşturma ve kamuoyunun gündem hakkındaki düşüncelerini yönlendirme açısından çok önemlidir.

Öte yandan; "format yayıncılığı" ile üretilen yarışma programları, haber, söyleşi, programları, diziler ve reality şovlar tüm dünyaya ihraç edilmektedir. Bu bağlamda ulusal kanalların içeriklerinin büyük kısmı yabancı medya şirketlerinin ürettiği içeriklerdir.

Küresel medya şirketleri içeriklerini geliştirmekte olan ülkelere ihraç etmenin yanı sıra büyük medya şirketleri birleşmeler ve satın almalarla ulusal medya ile ortaklıklar kurmaktadır. Büyük medya şirketlerinin hemen hepsinin farklı ülkelerde yatırımları mevcuttur. Özellikle bu yatırımlar geliştirmekte olan ülkelere yöneliktir.

Küresel habercilik çoğu kez ABD'de veya İngiltere'de meydana gelen olayların, örneğin Monica Lewinsky veya O. J. Simpson gibi Amerikan hikâyelerinin bütün dünyada bilinmesi, fakat üçüncü dünya ülkelerindeki olayların Batılı ülkelere pek duyulmaması anlamına gelmektedir. (Herbert, 2001: 19).

Türk toplum bilimci Profesör Emre Kongar; "Türkiye'de bireylerin ve toplumun değer yargılarını biçimlendiren en önemli kurumun medya olduğunu" ifade etmiştir. Kongar'a göre bilgi ve haber aktarımında bulunurken; medya bilinçli veya bilinçsiz şekilde kamuoyunu biçimlendirmektedir.

Türkiye'de medya gündemi belirlemekte ve kitlelerin "neyi nasıl düşüneceğini" kontrol edebilmektedir. Ancak toplumu kontrol eden ulusal medyayı da kontrol eden bir üst merci vardır. Küresel medya; sermaye kaynakları, siyasi bağlantıları ve kapitalist politikaları ile Türk medyasına birçok alanda nüfuz etmiştir. Ulusal medyanın Amerika'nın gerek medya içerikleri gerekse medya politikalarının etkisinde kalması sebebiyle; Türkiye toplumunun medya emperyalizmine ve buna bağlı olarak kültürel emperyalizme maruz kaldığı söylenebilir.

Günümüz Türk medyası; temeli Osmanlı döneminde atılmış olan Türk basınının devamı niteliğindedir. Türkiye'de medya yapılanması; büyük holdinglerin egemen olduğu bir düzenden müteşekkildir. Bu düzenin aktörleri zaman içerisinde sektöre yeni giren küçük işletmeleri satın alarak sahip oldukları medya kuruluşlarının sayısını arttırıp güç ve nüfuzlarını daha da yükseltmektedir. Türk medyasındaki holdingleşme; "tekelleşmeyi" beraberinde getirmektedir. Medyada tekelleşme; ifade özgürlüğünün ve tarafsız haberciliğin önünde büyük bir engeldir.

1990'lı yılların başına kadar radyo ve televizyonun sahiplik ve kontrolü, neredeyse tamamıyla devletin elindeydi. Ancak 1990'lı yıllarda bu durum hızla değişmeye başladı. 2000'li yılların başına gelindiğinde ise, kitle iletişim araçlarının çok büyük bir kısmının sahipliği özel sektörün, özellikle de belli başlı birkaç medya holdinginin elinde toplanmış

durumdadır. O dönemde Türk medyası içerisinde sektörde söz sahibi olan ve etkinlik alanları oldukça geniş olan beş tane holding bulunmaktaydı. Bunlar; Doğan Yayın Holding, Çalık Holding bünyesindeki Turkuvaz Medya Grubu, Çukurova Medya Grubu (TurkMedya), Ciner Yayın Holding ve Doğuş Yayın Grubu'dur. Bu beş holdingin medya alanındaki yatırımlarının yanı sıra; bankacılık ve finans, enerji, inşaat, gayrimenkul, turizm, otomotiv, sanayi, ticaret, tekstil, telekomünikasyon, endüstri, iletişim ve bilgi teknolojileri, taşımacılık ve madencilik gibi alanlarda da yatırımları mevcuttur (Bulunmaz, 2011: 239).

Günümüzde; Türk medyası Demirören Holding, Doğuş Yayın Holding, Ciner Yayın Holding, Turkuvaz Medya Grubu, İhlas Yayın Holding, Albayrak Grubu ve Acun Medya bünyesindeki medya kuruluşları ile şekillenmektedir.

Türk medyasının şekillendiren holdinglerin medya politikaları, faaliyetleri, hedefleri, siyasi ve ticari bağlantıları, ABD ile olan ilişkileri şu şekildedir:

Doğan Yayın Holding;

Aydın Doğan ve ailesinin sahibi olduğu Doğan Holding bünyesinde; 1997 yılında Doğan Yayın Holding kurulmuştur. Reytin ve tiraj verilerine göre; Doğan Holdingin bünyesinde yer alan kanallar ve gazeteler; uzun yıllar boyunca en çok izlenen ve en çok okunan medya organlarıdır. Bu durum Doğan Holding bünyesindeki medya kuruluşlarını Türk medyasının “amiral gemisi” konumuna getirmiştir. Doğan Holding; kuruluşundan günümüze; ABD'deki küresel medya şirketleriyle ticari anlaşmalara imza atıp ortaklıklar kurmuştur. Bu şirketlerden “format yayıncılığı” kapsamında dizi, program, çizgi film, gibi birçok içerik satın almıştır. İçeriklerin yanı sıra ABD merkezli bu şirketlerden “reklam” almıştır. ABD'nin kapitalist medya politikaları ve kültür emperyalizmi hedefli birçok içeriğini; kamuoyuna sunmuştur.

Dizi, yarışma programı, çizgi film, magazin, reklam gibi bu içerikler günümüze dek Türk toplumunun en çok izlediği yapımlar olmuştur.

Görsel medyada ilk yabancı sermaye birleşmesi 1999 yılında Amerikalı şirket Time Warner Brothers ile Aydın Doğan arasında kurulan ortaklık sonucu doğan CNN TÜRK kanalının açılmasıyla gerçekleşmiştir. ABD'nin siyasi hedefleri çerçevesinde yayın yapan CNN kanalının Türkçe versiyonu Doğan Holding aracılığıyla açılmış ve toplumun önemli haber kaynaklarından biri olmuştur. Ayrıca daha sonraki yıllarda; CNN Türk Radyo da bu ortaklık kapsamında yayın hayatına başlamıştır.

Doğan Holding daha sonra; Amerika merkezli CNBC kanalı ve Kanal E ile anlaşma yapıp CNBC-e kanalını kurmuştur. Bu ortaklık Türk medyasındaki ikinci yabancı sermaye birleşimidir.

Doğan Yayın Holding CNN Türk'ten sonra bir diğer küresel etkinlik olarak, Amerika merkezli ünlü eğlence kanalı TNT ve çocuk kanalı Cartoon Network'ün de Türkiye'de yayını için Turner Broadcasting System'le işbirliği içine girmiştir. 2008'de Cartoon Network ve TNT

yayın hayatına başlamıştır. Cartoon Network ve TNT, CNN Türk gibi, Doğan Yayın Holding ve Turner Broadcasting System Company ortaklığıdır.

Doğan Holding, Kanal D Romanya ve Euro D adında iki kanalıyla farklı ülkelerde de televizyon yayıncılığı yapmaktaydı.

Öte yandan; 2006'da Alman Axel Springer; Doğan TV'nin % 25'ini satın almıştır. Bu durum ise oldukça önemli bir durumdur. Türk medyasının en büyüğünün % 25'lik payı bir Alman şirkettedir (Güneş:2013).

Doğan Holding bünyesinde yer alan Kanal D televizyonu ile uzun yıllar boyunca Türkiye'nin en çok izlenen dizilerini yayınlamıştır. Reyting verilerine göre; Kanal D tarafından yayınlanıp çok seyredilen bu diziler Amerika'dan ithal edilmiştir. Orijinali bir Amerikan dizisi olan bu yapımların orijinal formatna sadık kalınarak Türkiye versiyonu hazırlanmıştır. "Acemi Cadı", "Küçük Sırlar", "Kavak Yelleri", "İntikam", "Umutsuz Ev Kadınları", "Sihirli Annem", "Kuzey Güney", "Galip Derviş", "Cumaya Kalsa", "Evli ve Çocuklu", "Hekimoğlu" gibi çok sayıda dizinin orijinal versiyonu bir Amerikan dizisidir.

Dizilerin yanı sıra; henüz Türk medyasında yer almayan Amerika'da yayınlanan "talk show" ve "reality show" tarzı programların da Türkiye versiyonları hazırlanıp yayınlanmıştır. "Beyaz Show", "Ahmet Abi'nin Vapuru", "Burada Laf Çok", "Zaga" gibi programlar formatı Amerika'dan alınıp Türk medyasında yayınlanan talk showlara örnektir.

Ayrıca bir dönem Kanal D'de yayınlanan ve reyting açısından döneme damga vuran "Popstar, Türkstar, Kim 500 Milyar İster, Benimle Dans Eder Misin, yarışma programları da Amerika'da yayınlanan programlardan uyarlanmış yerli versiyonlardır.

Öte yandan; reyting verilerine göre Türkiye'nin çok izlenilen kanallarından Kanal D; "yabancı film kuşağı" ismiyle uzun yıllar boyunca Hollywood filmlerini yayınlamıştır. Yabancı film kuşağında; dünyanın güçlü sinemalarından Hint ve İran sinemasına yer vermemiştir.

Amerikan yapımı dizi, film, programların ithal edilmesinin yanı sıra; çizgi film yayınları yapan "Cartoon Network" çocuk kanalının ticari anlaşmalar yapılarak Türkçe yayın yapan Türkiye versiyonu yayına başlamıştır. Amerika üretimi ve bolca şiddet ögesi içeren çizgi filmlerin yayınlandığı Cartoon Network kanalı daha sonraki yıllarda açılacak olan yerli çocuk kanallarına da alanında öncülük etmiştir.

Doğan Holding'in sermaye yapılanması ve siyasi bağlantıları; izleyeceği medya politikalarını belirlemiştir. Amerikalı şirketlerle ticari ortaklıklar kuran Doğan Holding; ticari bağlantılardan ötürü hiçbir zaman ABD aleyhinde bir yayın politikası izlememiştir. Ticari ortağını rahatsız edecek her türlü yayından kaçınmıştır.

Türkiye toplumunun uzun yıllar boyunca en fazla izlediği, okuduğu, dinlediği kısaca en fazla tercih ettiği medya içerikleri ABD ortaklığında hazırlanıp topluma sunulmuştur. 2003 yılında Türkiye'de; gazete ve yayın ortamından reklam gelirlerinin yüzde 40'ını Doğan Yayın Holding'in aldığı basına yansımıştır. Bu denli ekonomik güce ve nüfuzla sahip olan Doğan

Holding izlediği medya politikaları ile uzun yıllar boyunca Türk toplumunun ideolojik ve kültürel yapısını biçimlendirmiştir. Türkiye’de ve dünyada gerçekleşen olayları; ticari ortaklıklarını göz önünde bulundurup; filtrelerden geçirmiş ve bu şekilde topluma sunmuştur.

Doğan Holding bünyesinde bulunan medya kuruluşlarını; 2018 yılında Demirören Holding’e satmıştır. Doğan Holding’in medya kuruluşlarını satın alın Demirören Holding, 2018’den günümüze ABD ile yapılan ticari anlaşmalara sadık kalan bir politika izlemiştir. Doğan Holding’e kıyasla hükümete daha yakın bir politika izleyen Demirören Holding; ABD’ye yönelik politikalarda bir değişikliğe gitmemiş, ticari ortaklıkları sürdürmüştür.

Türk medyasının “amiral gemisi” konumunda olan Doğan Holding’in medya faaliyetlerini yürüttüğü 1997-2018 yılları arasında bünyesinde bulunan medya kuruluşları şunlardır:

“2 televizyon kanalı (Kanal D ve CNN Türk), 3 radyo kanalı (Radyo D, CNN Türk Radyo, Slow Türk Radyo), 26 dergi (Atlas, Auto Show, Blue Jean, Burda, Capital, Chip, Ekonomist, Elele, Elle, Elle Decoration, Ev Bahçe, Evim, Formsanté, Güncel Hukuk, Hafta Sonu, Hello, Hey Girl, İstanbul Life, Level, Lezzet, Maison Française, Pc Net, Popular Science, Seninle, Tempo, Yacht Türkiye), 2 yayınevi (Doğan Egmont ve Doğan Kitap), 2 medya yapım şirketi (D Productions ve Kanal D Home Video), 1 müzik şirketi (Doğan Music Company), 1 yayın platformu (Çok sayıda özel ve tematik kanalı barındıran D Smart), 1 haber ajansı (Doğan Haber Ajansı), 1 telefon pazarlama şirketi (Doğan Teleshopping), 3 baskı/matbaacılık şirketi (Doğan Printing Center, Doğan Ofset, Doğan Medya International), 1 medya dağıtım şirketi (Doğan Dağıtım), 1 dergi dağıtım şirketi (DPP - Dergi Pazarlama ve Planlama), 1 uluslararası medya ticaret sitesi (TME - Trader Media East Limited), 4 alışveriş ve reklam sitesi (yenibiris.com, yenicarsim.com, anneyizbiz.com, herevelazim.com), 4 seri ilan gazetesi.

Doğuş Holding;

Doğuş Yayın Gurubu Türkiye’nin en büyük dört yayın grubundan biridir. 1999 yılında medya faaliyetlerini yürütmeye başlamıştır. 8 televizyon kanalı, 4 radyo kanalı, 10 internet portalı, 6 dergisi ve NTV yayınları da dahil olmak üzere toplamda 30 markasıyla faaliyet göstermektedir.

Türkiye'nin ilk haber kanalı NTV, ilk özel televizyonları Star TV ve ilk müzik kanalı Kral TV'yi bünyesinde bulundurmaktadır.

Star TV orijinali bir Amerikan dizisi olan; “Medcezir”, “Avlu”, “Bücür Cadı”, “Canımın İçi” , Ufak Tefek Cinayetler, “ Tatlı Küçük Yalancılar”, “Sır Dosyası” gibi dizilerin Türkiye versiyonunu hazırlayıp yayınlamıştır.

Doğuş grubunun sahibi olduğu haber kanalı NTV ve yine aynı gruba bağlı, Türkiye’nin önemli internet kuruluşlarından iXIR ile Almanya merkezli haber sitelerinden biri

olan MSNBC'nin, 2000 yılında imzaladıkları anlaşma ile Türkiye'nin en çok ziyaret edilen haber portallarından biri olan "NTVMSNBC" kurulmuştur.

Öte yandan Doğan Holding 2015 yılında "NTV Spor" kanalını bir Amerikan küresel medya şirketi olan Discovery Communications'a satmıştır. Böylece Türkiye'nin en çok izlenen spor kanallarından biri Amerikalı bir şirketin olmuştur. Kanalın yayın politikasını ve kamuoyuna sunacağı içerikleri Amerikalı şirket belirlemektedir.

Doğuş Holding bünyesinde yer alan medya kuruluşları şunlardır:

"6 televizyon kanalı (NTV, CNBC-e, Star TV, NTV Spor, Kral TV, E2), 6 radyo kanalı (NTV Radyo, Kral FM, Virgin Radio, NTV Spor Radyo, Radio Voyage, Radyo Eksen), 7 dergi (VOGUE GQ, National Geographic, National Geographic Kids, Robb Report, CNBC-e, Business, Motor Boat and Yachting), 1 yayınevi (NTV Tarih)".

Ciner Yayın Holding:

Ciner Yayın Holding, 2007'de Ciner Grubu bünyesinde kurulmuş ve gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyon yayıncılık, yapımcılık, basım, dijital medya, dağıtım, perakende ve alternatif telekom alanlarında faaliyet gösteren bir şirkettir.

Bünyesinde Show TV, Show Türk, Show Max, Haberturk.com, Habertürk Radyo, Habertürk TV, Habertürk gazetesi ve Bloomberg HT adlı medya yayın organları ve Bloomberg TV, Newsweek, FHM, Marie Claire Maison, Marie Claire, Food and Travel, GEO, Mother and Baby adlı dergiler bulunmaktadır.

Ciner Grubu; Amerika merkezli ekonomi kanalı Bloomberg ile anlaşmış ve Bloomberg'in isim hakkı almıştır. 2010 yılında yayın faaliyetlerine başlayan Bloomberg kanalı borsa, yatırım, piyasa gibi ekonomik konular üzerine yayın yapmaktadır. Kanal; ekonomi üzerine yaptığı yayınlarda Amerika'nın ticari ve siyasi hedefleri doğrultusunda politikalar izlemektedir.

Ciner Yayın Holding ayrıca; kadınlara yönelik olarak moda ve güzellik konulu Marie Claire ile dekorasyon konulu Marie Claire Maison isimli dergiler çıkarmaktadır. "Marie Claire" dergisi Fransa merkezli olup Amerika ve İngiltere'de faaliyet göstermektedir. Kapitalizm eksenli güzellik algısının, Hollywood tarzı kadın modellerinin, Avrupai ev dekorasyonunun, magazin ve ABD merkezli ürün ve içeriklerin reklamının yer aldığı bu dergiler hedef kitlenin rağbeti ile yayın hayatını sürdürmektedir.

Ciner Yayın Holding bünyesinde yer alan; Show TV kanalı Amerika'nın hazırlayıp yayınladığı çok sayıda yarışma programının Türkiye versiyonunu hazırlayıp yayınlanmıştır. Var Mısın Yok Musun?, Survivor, Yetenek Sizsiniz Türkiye, O Ses Türkiye, Fear Factor, Wipe Out, Şarkı Söylemek Lazım, Buzda Dans, Yemekteyiz isimli programların ABD'den formatını alarak Türkiye versiyonunu yayınlamıştır. Türk toplumunun eğlence algılayışını belirleyen bu programlar aslında bir Amerikan programıdır. Reyting verilerine göre çok

izlenenler listesinde olan bu programlarla Show TV; Türk televizyonculuğunda yeni bir sayfa açarak yarışma furyası dönemini başlatmıştır. Türk mediasındaki eğlence merkezli yayınların neredeyse tümü Amerikan yapımı programlardır.

Ayrıca Show TV; orijinali Amerikan dizileri olan; “Dadı”, “Doktorlar”, “Suskunlar”, “Türk Malı”, “Aslı ile Kerem”, “Muck”, “İçerde”, Tatlı Hayat, “Sensiz Olmuyor”, “Artı 18”, “Metro Palas” gibi dizilerin Türkiye versiyonunu hazırlayıp yayınlamıştır.

Öte yandan; reyting verilerine göre Türkiye’nin çok izlenen kanallarından biri olan Show TV; “yabancı film kuşağı” adıyla uzun yıllar boyunca Hollywood filmlerini yayınlamıştır. Yabancı film kuşağında; dünyanın güçlü sinemalarından Bollywood ve İran sinemasına yer vermemiştir.

Amerika’nın belirlediği medya politikaları dahilinde; Amerika’nın siyasi, kültürel, ideolojik ve ticari hedefleri doğrultusunda üretilen programlar yıllardır eğlence sektöründe Türkiye’nin en çok izlenen yapımlarıdır. ABD’nin belirlediği tarzda; bir müsabaka kültürü ve rekabet anlayışı içeren yüksek reytingli bu programların milli kültürel değerlere zarar verdiği ve kitleleri uyutup gündemi değiştirdiği yönünde eleştiriler mevcuttur. Amerika’nın ideolojik hedefleri doğrultusunda hazırlanıp kamuoyuna aktarılan bu içeriklerin; toplumun önceliklerini, tercihlerini ve fikri yapılanmasını değiştirdiği yönünde çalışmalar da ortaya konulmuştur.

Türkiye’nin büyük holdinglerinden olan ve bünyesinde birçok kanal, radyo, gazete, haber sitesi ve dergi medya organları barındıran Ciner Yayın Holding de tıpkı Doğan holding ve Doğu Holding gibi ABD ile medya alanında ticari ortaklık kurmuştur. ABD’yle küresel şirketler aracılığıyla ortaklıklar kuran Ciner Yayın Holding; ABD aleyhinde bir yayın politikası izlememiştir. Aksine çok sayıda Amerika üretimi medya içeriğini Türk toplumuna uzun yıllar boyunca sunmuştur. ABD ile olan ortaklıklarını göz önünde bulundurarak, bu ticari ilişkileri filtre kabul ederek habercilik faaliyetlerini yürütmüştür. Amerika’nın siyasi, sosyal, askeri, ticari faaliyetleri eleştiren yahut objektif bir şekilde tüm ayrıntılarıyla ortaya koyan yayınları bulunmamaktadır.

Ciner Yayın Holding ABD ile kurduğu ticari ortaklığın yanı sıra yayınladığı Hollywood filmleri, Amerikan üretimi ürün ve içeriklerin reklamları, Amerikan üretimi içeriklerin yerli versiyonları ve Amerika’nın hedeflediği kadın tiplmesiyle kadın bedeninin metalaştırıldığı dergilerin yerli versiyonları vasıtasıyla toplum ve Amerika arasında sıkı bir kültürel bağ kurmuştur.

Bu bağlamda kamuoyunun; başlangıcından günümüze Türk mediasına hükmeden holdinglerin ABD ile olan çıkar ilişkilerinin filtresinde; gelişen olaylardan haberdar olduğu söylenebilir. Bu durum halkın “haber ve bilgi” alma özgürlüğünü sosyal medyanın henüz olmadığı yıllara dek ciddi boyutlarda tehlikeye sokmuştur.

Turkuvaz Medya Grubu;

Önce Ciner Holding'in ardından Çalık Holding'in bünyesinde yer alan "Turkuvaz Medya Grubu" 2013 yılında Orhan Cemal Koyuncu tarafından satın alınmıştır. Turkuvaz Medya Grubu bünyesinde barındırdığı çok sayıda medya kuruluşu sebebiyle Türk medyasında önemli bir yer teşkil etmektedir.

Turkuvaz Medya Grubu bünyesindeki medya kuruluşları şekildedir:

"5 Gazete(Sabah, Takvim, Yeni Asır, Foto Maç, Daily Sabah), 11 televizyon (ATV, ATV Avrupa, A Haber, Yeni Asır TV, Minika, Minika Çocuk, Minika Go, A Spor, A2, A News, A Para), 16 dergi (Bebeğim ve Biz, China Today, Cosmopolitan, Cosmopolitan Bride, Esquire, Forbes Türkiye, GQ Türkiye, Harper's Bazaar, HomeArt, House Beautiful, Lacivert, Othaber, Para, Sofra, Şamdan Plus, Vogue Türkiye), 7 radyo (Radyo Turkuvaz, A Haber Radyo, A Spor Radyo, Vav Radyo, Turkuvaz Romantik, Turkuvaz Efsane, A News Radio), 4 internet sitesi (teknokulis.com, caferuj.com, aktuel.com.tr, turkuvazradyolar.com).

Turkuvaz Medya Grubu; Doğan Holding ile Ciner Holding arasında el değiştirmesinin ardından işadamı Orhan Cemal Kalyoncu tarafından satın alınmıştır. Çok sayıda medya kuruluşunu bünyesinde barındıran Turkuvaz Medya Grubu'nu sahibi olan Kalyoncu iktidara yakınlığıyla bilinmektedir.

Kalyoncu basında yer alan haberlere göre; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın aile dostudur. Kalyoncu'nun cumhurbaşkanına olan yakınlığı; sahip olduğu medya kuruluşlarının yayın politikalarını belirlemektedir. Bu bağlamda; Turkuvaz Medya Grubu'nun yaptığı yayınlarla hükümete yakın bir politika izlediği gözlenmektedir.

Turkuvaz Medya Gurubu da diğer medya devleri gibi Amerika ile ticari ortaklıklar kurmuştur. Amerika üretimi medya içeriklerini satın almakta, uyarlamakta ve yerli versiyonlarını oluşturup yayınlamaktadır.

ATV orijinali bir Amerikan dizisi olan; "Sayın Bakanım", "Altın Kızlar" , "Belalı Baldız" gibi dizilerin Türkiye versiyonunu hazırlayıp yayınlamıştır. Bir Amerikan dergisi olan "Forbes" dergisinin Türkçe diliyle; "Forbes Türkiye" isimli bir uyarlamayla yayına sürmüştür. Yine New York merkezli Amerikan Dergisi "Vogue" Türkçe diliyle; "Vogue Türkiye" şeklinde uyarlanıp yayınlanmaktadır. Aynı şekilde; erkeklere yönelik moda dergisi olan Amerikan dergisi "GQ" Türkçe diliyle, "GQ Türkiye" uyarlamasıyla yayınlanmaktadır. Amerika merkezli moda ve magazin dergisi "Harper's Bazaar" da Türkçe diliyle yayınlanmaktadır.

Türk medyasında dergicilik konusunda geniş bir yer edinen Turkuvaz Medya Grubu; Amerika üretimi dergileri kamuoyuna sunmaktadır. Amerika'nın ideolojik ve ticari hedeflerin çerçevesinde belirlediği; "moda, güzellik, dekorasyon, magazin, alışveriş" konuları topluma sunulmaktadır.

Turkuvaz Medya Grubu bünyesindeki habercilik ise hükümetin izlediği politikalara göre şekillenmektedir. Hükümetin söylemlerini destekler nitelikte habercilik yapan grup,

olayları hükümetin rahatsız olup olmaması yönünde filtreleyerek kamuoyuna sunmaktadır. Bu durum dış politikayla ilgili haberlere de yansımaktadır. ABD ile ticari anlamda ortaklıkları olan grup birçok uluslararası olayın haberleştirilmesinde; bu ortaklıkları göz önünde bulundurarak hareket etmektedir. Ulusal meselelerde hükümetin yaklaşım biçimini temel alıp olayları bu açıdan yayınlayan yahut bazı olayları hiç yayınlamamayı tercih eden grup, uluslararası meselelerde de ABD'yi filtre görmektedir.

Turkuvaz Medya Grubu bünyesindeki gazete ve televizyonlarda yayınlanan haberler incelendiğinde; ABD karşı ılımlı bir dil kullanıldığı görülmektedir. Türkiye'nin en çok izlenen kanallarını, en çok okunan gazete ve dergilerini bünyesinde barındıran Turkuvaz Medya Grubu da diğer medya holdingleri gibi Amerikan üretimi medya içeriklerini halka sunmakta ve ticari ortaklıklarını göz önünde bulundurarak habercilik yapmaktadır.

İhlas Yayın Holding;

İhlas Yayın Holding, İhlas Holding bünyesinde 2003 yılında kurulmuş olup gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyon yayıncılık, alanlarında faaliyet gösteren bir şirkettir. Ancak İhlas Holding'in medya faaliyetleri çok daha öncelere dayanmaktadır. İhlas Yayın Holding kurulmadan önce İhlas Holding 1970'de Türkiye gazetesini yayınlamaya başlamıştır. Türkiye gazetesi, sağ kamuoyuna seslenen en etkili gazetelerden biridir.

Bünyesinde TGRT FM, İhlas Haber Ajansı ve Türkiye Gazetesi adlı medya yayın organları ve TGRT Haber, TGRT Belgesel ve TGRT EU adlı kanallar bulunmaktadır.

İhlas Holdingin ABD ile olan ticari ilişkileri 90'lı yıllara dayanmaktadır. TGRT kanalı; Türkiye'de özel televizyonculuğun ilk yıllarında İhlas Holding tarafından 1993 tarihinde açılmıştır. Yayın hakları 2006 tarihinde Amerikalı News Corporation şirketine satılmıştır.

TGRT'nin yayın haklarının Amerikalı şirkete devredilmesinden sonra FOX TV adıyla Amerika merkezli küresel medya şirketlerinden “The Walt Disney Company'nin” Türkiye'de yayın yapan televizyon kanalı olmuştur.

Türkiye'nin en çok izlenen televizyonlarından biri olan FOX TV; Amerikan The Walt Disney Company şirketindedir. Bu bağlamda kanalın izleyiciye sunduğu medya içeriklerinin tamamı Amerika'nın medya politikaları çerçevesinde hazırlanan içeriklerdir. Kanalda yayımlanan haberlerde; ABD aleyhinde yayın kesinlikle yapılmamaktadır. Olaylar ABD'nin hedef ve politikaları göz önünde bulundurularak haber haline getirilmekte ve bu bakış açısıyla kamuoyuna sunulmakta yahut bazı olaylar asla haberleştirilip kitlelere aktarılmamaktadır.

FOX TV orijinali bir Amerikan dizisi olan ; “Bizim Hikaye”, “Bir Aile Hikayesi”, “Merhaba Hayat” gibi dizilerin Türkiye versiyonunu hazırlayıp yayınlamıştır.

Öte yandan; İhlas Holding bünyesinde yer alan Türkiye gazetesi muhalif basın tarafından; “İktidar yanlısı çizgisiyle bilinen Türkiye gazetesi” , “hükümete yakınlığıyla

bilinen Türkiye gazetesi” şeklinde nitelendirilmektedir. Gazetenin hükümete yakın bir yayın politikası izlemesi; olayları değerlendiriş ve halka sunuş biçiminin tarafsızlığını zedelemektedir. Gazete ulusal ve uluslararası olayları hükümetin yaklaşım biçimine göre filtrelemekte bu şekilde kamuoyuna sunmaktadır. İktidarın ABD ile ilişkilerin iyi olduğu süreçlerde ABD aleyhinde bir yayın yapılmamaktadır. İktidarın ABD ile problem yaşadığı meselelerde ise hükümeti destekler nitelikte yayınlar yapılmaktadır. Bu medya grubu bünyesindeki medya kuruluşlarının ABD’ye ve ABD eksenli meseleleri ele alma ve bu konuda halkı bilgilendirme sorumluluğu hükümetin yaklaşım biçimlerine göre şekillenmektedir. Medyanın halkı bilgilendirme ve haberdar etme sorumluluğu konusunda; tam anlamıyla sağlanan bir tarafsızlıktan söz edilememektedir.

Albayrak Medya Grubu:

Albayrak Holding bünyesinde kurulan; Albayrak Medya Grubu; 2013’de faaliyetlerine başlamıştır. 2013 yılı itibarıyla, Türkiye'nin en büyük 4 yayın grubundan biridir. Albayrak Medya Grubu; 1 (TVNET) televizyon kanalı, 1 radyo kanalı(TVNET Radyo) 1 gazete(Yeni Şafak) , 6 dergisi(Derin Tarih, Nihayet, Z Raporu, Lokma, Cins, Skyroad, Bilge Çocuk ve Bilge Minik, Post Öykü ve Gerçek Hayat) dahil olmak üzere toplamda 30 markasıyla faaliyet göstermektedir.

Albayrak Holding’in sahibi Albayrak ailesinin Cumhurbaşkanı Erdoğan’la ve hükümetle yakın ilişkiler içinde olduğu basına yansımıştır. Holding ile hükümet arasındaki ilişki; holdingin bünyesindeki medya kuruluşlarının olayları değerlendiriş ve halka sunuş biçimini belirlemektedir.

Yeni Şafak gazetesi; yayınladığı haberleri; hükümetin yaklaşımlarını filtre kabul edip hazırlamaktadır. Hükümeti destekler nitelikte bir habercilik politikası izlemektedir. Gazetenin sağ-muhafazakar bir yapılanması vardır. Bu sebepten; İslami ideoloji göz önünde tutularak Amerika dost ilan edilmemektedir. Ancak Amerika birçok zaman önemli bir müttefik olarak görülmüş ve kamuoyuna bu bakış açısıyla sunulmuştur. Gazete sahip olduğu muhafazar ideoloji çerçevesinde İran’ı Türkiye açısından tehlikeli görmektedir. Bu durum gazetenin İran aleyhinde sert ve tutucu yayınlar yapmasına sebep olmuştur.

İran’ı Türkiye açısından tehlikeli, Müslümanlar açısından ise zararlı gören gazete İran konusunda Amerika ile ortak yaklaşımlara sahiptir. Gazete; ABD’nin düşman olarak nitelendiği İran’ı; tehlikeli ve zararlı görerek sert bir dille eleştirmekte ve kınamaktadır. Türk toplumunun İran algısını şekillendirmekte olan bu haberler; ABD’ye dış politika hedefleri açısından avantaj sağlamaktadır. İran’ın Ortadođu’da izlediği politikaları beğenmeyen gazete; İran karşısında Amerika’yı Ortadođu da Türkiye için önemli bir müttefik olarak görmektedir. Bu bakış açısıyla haberler yapmakta ve kamuoyuna sunmaktadır. Yeni Şafak gazetesi; Türkiye’deki iktidar yanlısı sağ-muhafazakar kesim tarafından oldukça rağmen gören önemli bir gazetedir.

TVNET televizyonu ve TVNET radyosu da aynı şekilde; Yeni Şafak gazetesine paralel politikalarla yayın yapmaktadır.

Samanyolu Yayın Grubu:

Faaliyetlerine başlaması 1983'lere dayanan ve 2016'da askeri darbe girişiminde bulunan Fetullahçı Terör Örgütü(FETÖ) ile bağlantılı bulunarak kapatılan yayın grubudur. Faaliyet gösterdiği yıllarda bünyesinde bulundurduğu çok sayıda medya kuruluşu ile toplumu yönlendirmiş olması sebebiyle Türk Medyasında önemli bir yer teşkil etmiştir.

Faaliyet gösterdiği yıllarda Samanyolu Yayın Grubu bünyesinde şu medya grupları yer almaktaydı: "6 televizyon kanalı (Samanyolu TV, Samanyolu Haber TV, Yumurcak TV, Dünya TV, Ebru TV, MC TV), 4 radyo kanalı (Burç FM, Berfin FM, Dünya Radyo, Samanyolu HaberRadyo), 2 dergi (Sızıntı, Yeni Ümit), 1 medya ve reklam planlama şirketi (Işık Medya Planlama Reklamcılık Filmcilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.), 1 film yapım, pazarlama, dağıtım şirketi (Ser Film Yapım Pazarlama Dağıtım ve Ticaret A.Ş), çeşitli internet siteleri.

Samanyolu Yayın Grubu; yayın hayatına başladığı ilk günden terör örgütü kapsamında yayın hayatına son verildiği son güne kadar Fetullahçı Terör Örgütü'nün Lideri Fetullah Gülen ve Gülen'in başlattığı Gülenizm Hareketi ekseninde; bir yayın politikası izledi. Fetullah Gülen'in fikirleri ve hedefleri doğrultusunda medya içerikleri üretip kamuoyuna sundu.

Gülen'in Amerika yanlısı fikirleri ve Amerika'yı dünya üzerinde egemen kılma, Müslümanlar nezdinde sevdirmeye, Müslümanların Amerika'ya olan düşmanlıklarının yok edilmesi hedefleri; uzun yıllar boyunca Samanyolu Medya Grubu bünyesindeki medya organlarıyla gerçekleştirilmeye çalışıldı. Bu medya organları tüm yayın hayatları süresince ABD aleyhinde; tek bir medya içeriğine yer vermedi. Söz konusu medya organları; Türk toplumu nezdinde ABD'yi dünya demokrasisinin merkezi ilan etti. ABD'de barışçıl ve her türlü fikre yönelik ılımlı bir hava olduğu sıkça dile getirildi.

Gerek ulusal gerek uluslararası meselelerde; özellikle sağ muhafazakar kesim tarafından oldukça rağbet gören kanallar ve gazetelerde; Amerika yanlısı bir tutum izlenerek olaylar aktarıldı veya bazı zamanlarda asla olaylar haberleştirip kamuoyuna sunulmadı. Bu durum toplumun özellikle hedef kitle görülen sağ muhafazakar kesimin Amerika'ya olan bakış açısını şekillendirdi. Amerika Samanyolu Yayın Grubu için çok önemli bir dost ve kaybedilmemesi gereken çok büyük bir müttefikti.

Zaman gazetesi de yayınladığı haberler ve yer verdiği köşe yazılarıyla Amerikan yanlısı bir politika izlemiştir. Yayın hayatı boyunca Amerika karşıtı bir haberden kaçınmıştır. Amerika'nın ılımlı, demokratik ve her konuda öncü gösterildiği haberlere, yazılara, resimlere yer verilmiştir.

Samanyolu Yayın Grubu; Amerika'nın politika ve hedeflerini destekler nitelikte içerikler hazırlayıp yayınlamasının yanı sıra; Amerikan yapımı medya içeriklerini de ithal edip Türkiye versiyonlarını yayınlamıştır.

Samanyolu TV, bir Amerikan dizisini; "Hakkını Helal Et" ismiyle Türkiye'ye uyarlayıp yayınlamıştır. Dizi yayınlandığı dönemde popüler olmuştur. Çok sayıda medya kuruluşuyla uzun yıllar boyunca Türk medyasında önemli bir yer kaplayan Samanyolu Yayın Grubu; özellikle alternatif haber kaynaklarına ulaşamayan yalnızca televizyondan haber alan toplum kesimlerinin düşüncelerini biçimlendirmiştir. Bu durum Türkiye'deki "medya emperyalizminin" en önemli örneklerindedir.

Bir döneme damgasını vuran Samanyolu Yayın Grubu 2016 yılında askeri darbe teşebbüsünde bulunan FETÖ'nün yayın organı görülerek Türkiye'deki varlığına son verilmiştir.

Acun Medya

2006 tarihinde Acun Ilıcalı tarafından kurulan ve reyting verilerine göre Türkiye'nin en çok reyting alan ve toplum nezdinde çok popüler olan programlarını yapan medya şirkedir. İlk dönemde yapımlarının çoğu Show TV'de yayımlanmış, ardından birçok yapım Acun Medya'nın sahibi olduğu TV8'e taşınmıştır.

Acun Medya bünyesinde yer alan medya kuruluşları şunlardır: "TV8, TV8.5, TV8 int, EXXEN(dijital içerik platformu).

Acun Medya kuruluşundan günümüze; Amerika merkezli medya içeriklerini ithal edip, Türkiye versiyonlarını hazırlamış ve kamuoyuna sunmuştur. "Exatlon Türkiye, Survivor, O Ses Türkiye gibi Amerika'dan ithal edilmiş olup, Masterchef Türkiye ile Yemekteyiz programı ise İngiltere'den ithal edilmiştir. Bu programlar yayınladıkları süre boyunca en çok izlenenler arasında yer almıştır. Bu durum Türk toplumunun eğlence dünyasını ABD tarafından üretilen medya içeriklerinin yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. Hatta tüm dünyayı etkileyen önemli olaylarla gündemin yoğun olduğu durumlarda dahi; bu programların çok izleniyor olması; bu programların yalnızca toplumu eğlendirme işlevinin olmadığını aynı zamanda eğlence adı altında kitlelerin yönlendirilebileceğini ve gündemin değiştirilebileceği göstermektedir.

Amerika'nın medya politikaları ve ideolojik kültürel hedefleri doğrultusunda hazırlanan bu yapımlara; Türk medyasında yer verilmesiyle; yıllar içerisinde kitlelerin ekrana kitlendiği ve çok yüksek reytinglere ulaşıldığı gözlemlenmiştir. Bu durumun kitlelerin yönlendirilmesine, gündemin değiştirilebilmesine yahut gündem oluşturulabilmesine olanak sağladığı aşikardır. Ana formatı Amerika'nın kültürel değerleri çerçevesinde hazırlanmış olan programların çok tüketilmesi toplumun medya aracılığıyla "kültür emperyalizmine" maruz kaldığı eleştirisini doğurmuştur. Uzun yıllar boyunca tükettiği medya içerikleriyle kendi kültürel değerlerini yitirmeye başlayan toplum; ABD'nin egemenlik çabalarıyla

ilgilenmemektedir. Kültürel deęerlerin yitilmesi eleřtirel düřüncenin de yitirilmesine sebep olmaktadır.

Amerikan yapımı medya içeriklerine saatlerini veren bir toplum zaman içerisinde siyasi, askeri, ticari hedefleri emperyalizm üstüne kurulu olan Amerika'nın "medya emperyalizmine" de uğramaktadır.