

ÖZ

Yazar	: Toktokan Aytaliyeva
Üniversite	: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Anabilim Dalı	: İletişim
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: 137 sayfa
Mezuniyet Tarihi	: Haziran, 2010
Tez Danışmanları	:Prof. Dr. Bayram KAYA, Prof. Dr. Korkmaz ALEMDAR

MEDYA DÜNYASINDA TEKELLEŞME: Türkiye Örneği

Bu çalışmada Türkiye’de tekeli yapı içinde işlev gören medya grupları hakkında yazıldı. Medya grupları içindeki firmalar arasında yatay, dikey, çapraz tekeller mevcuttur. Medya grupları iletişim dışından firmalara da sahiptir. Bu tür medya yapıları gazetelerin işleyişine, içeriğine, yayın kimliklerine olan etkisi incelendi. Medya şirketleri ülke kamuoyunu istediği gibi yönlendirmeyi, mümkün olan en geniş tüketici kitlesine ulaşmayı, reklam sektörü için spesifik tüketici kitlesi oluşturmayı ve daha da önemlisi egemen kültürleri ve değerleri bütün dünyada etkin kılmayı hedeflemektedir.

Çalışma iki bölümden oluştu. Birinci bölümde tekelleşme ile ilgili ve tekelleşmenin ekonomisi ve siyasi nedenleriyle ilgili konular yazıldı; tekelleşmenin ortaya çıkış nedenleri kısaca ekonomi açısından bakılıp incelendi. Günümüzde tekelleri hem büyük bankalara, hem de büyük işletmelere sahip oldukları için genel olarak ülke ekonomisi üzerinde söz sahibi olduğu gösterildi. Tekellerin ellerindeki bu ekonomik güç onlara siyasal bir kuvveti nasıl kazandırdığı Türkiye örneğiyle yazıldı.

İkinci bölümde ise küreselleşme çağındaki medya sektöründeki eğilimler genel yazıldı ve 1980’li yıllardan itibaren Türk medya sektöründeki gelişmeler incelendi. Ayrıca da Türk medya gruplarına genel değerlendirme yapılarak medya tekellerin haberciliğe nasıl bir etkide bulunduğu ve kamuoyu oluşturmada ne kadar etkili olduğu bazı örnekler yardımıyla genel analiz yapıldı.

Sonuç olarak medya gruplarının tekelci yapılar içinde yer almasının kitle iletiřim araçların tarafsızlıđını kaybetmesine neden olmuřtur. Bu durum halkın medya aracılıđı ile bilgi alma hakkını engellemektedir.

Anahtar Sözcükler: Tekelleřme, holding, kuvvet, medya gruplar, habercilik

КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Даярдаган	: Айталиева Токтокан
Университет	: Кыргыз-Түрк “Манас” университети
Багыты	: Журналистика
Ишгин Сыпаты	: Магистрдык Диссертация
Беттердин Саны	: 137
Бүтүрүү датасы	: июнь, 2010
Илимий Жетекчилер	: проф. Док. Байрам Кайа, проф. Док. Коркмаз Алемдар

МАССАЛЫК МААЛЫМАТ КАРАЖАТЫНДАГЫ МОНОПОЛИЯ: ТҮРКИЯ МИСАЛЫНДА

Бул магистрдык диссертацияда Түркияда монополия структурасында функция аткарып келген медиа холдинглер тууралуу жазылды. Медиа холдинглер массалык маалымат каражаттарынан тышкары ар кандай тармактагы фирмаларды дагы өз ичине камтып келет. Медиа тармагындагы мындай жаңы структуранын журналистерге жана массалык маалымат каражаттарына тийгизген таасири каралды. Медиа холдинглер коомдук жалпы ойду жаратууда аябай күчтүү каражат болуп саналат. Алар ушундай күчү менен өздөрүнүн кызыкчылыктарына жараша иш алып келүүдө.

Магистрдык диссертация эки бөлүмдөн турат. Биринчи бөлүмдө монополия тууралуу (корпоративдүү фирмалар) жазылды жана анын келип чыгуу себептери экономикалык-саясий жактан каралды. Жалпы монополиянын (корпоративдүү фирмалардын) тарыхы жана алардын мамлекетке, коомчулука болгон экономикалык-саясий таасирлери каралды. Азыркы убакта монополиялык структурада иштегендер мисалы, чоң банктарды башкаруу менен бирге башка дагы чоң фирмаларды дагы жеке менчигине өткөрүп алган. Ушундай жол менен алар мамлекеттин экономикасына өз таасирлерин тийгизип келүүдө. Ушундай жол

менен алар рынокту өз колдоруна алып саясий жактан да күчтүү болууга умтулууда.

Экинчи бөлүмдө болсо глобализация доорундагы медиа тармагындагы жалпы тенденция жазылды жана 1980-жылдан баштап Түркия массалык маалымат каражатындагы өнүгүүлөр каралды. Түркия медиа холдинглерине жалпы анализ жасалып алардын журналисттерге тийгиген таасири жана коомдук жалпы ойду жаратууда канчалык денгээлде күчтүү болгону кээ бир мисалдар негизинде жазылды.

Ачкыч сөздөр: Монополия, холдинг, маалымат, бийлик, күч, массалык маалымат каражаттары

АННОТАЦИЯ

Исследователь : Айталиева Токтокан
Университет : Кыргызско-Турецкий университет «Манас»
Направление : Журналистика
Вид исследования : Магистрская диссертация
Количество страниц : 137
Дата окончания : Июнь, 2010
Научный руководитель: Проф. Док. Байрам Кайа,
Проф. Док. Коркмаз Алемдар

МОНОПОЛИЯ В СФЕРЕ СМИ, НА ПРИМЕРЕ ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Медиа холдинги кроме работы СМИ также владеют разными фирмами. Такая структура СМИ воздействует на публикации и на содержании информации. Медиа холдинги финансируемые со стороны разных фирм, оказывают свое влияние на общественное мнение. В медиа холдинге существует горизонтальные, вертикальные, перекрестные монополии. В этой работе написана о медиа холдингах Турции. В Турции существуют различные медиа холдинги, такие как Доган Грубу, Жинер Грубу, Сабах Грубу, Узан Грубу, Догуш Грубу и.т. В этих каждом медиа холдингах также есть различные телевизионные каналы, радио, газеты и журналы.

Работа состоит из двух частей. В первой части написана тема о монополии и связанные с ней экономическими и политическими причинами; кратко с экономической точки зрения о причинах происхождения монополии.

Во второй части же рассматривается тенденция СМИ в веке глобализации и развития Турецкой СМИ начиная 1980 года. Отдельно рассматриваются в каком влиянии находится монополия на публикацию.

Ключевые слова: Монополия, холдинг, сила, СМИ, информация

ABSTRACT

Researcher : Toktokan Aytaliyeva
University : Kyrgyz-Turkish Manas University
Discipline : Journalism
Type of study : Master Dissertation
Number of pages : 137
Date of graduation : June, 2010
Research supervisors : Prof. Dr. Bayram KAYA,
Prof. Dr. Korkmaz ALEMDAR

MONOPOLIZATION IN THE WORD OF MEDIA: IN THE CASE OF TURKEY

In this study, media groups which function in monopolistic structures of Turkey have been studied. These media groups are composed of horizontal, vertical and cross monopolies. Besides communication, they owe companies too. Their impact of journalism, its contents and identity has been examined. Media companies can control public opinion easily, reach wide mass consumption, create specific mass consumption for advertisement area and aim to create dominant culture and values in the world.

This study is composed of two parts. The first part is generally about monopolization and its economic and political reasons are discussed; the brief examination of reasons of occurrence of monopolization in economic terms has been discussed. It was shown that because monopoly owes big banks and enterprises, they are dominant on countries' economies. How this economic power has provided political power to these monopolies in Turkey has been examined.

Sonu olarak medya gruplarının tekelci yapılar içinde yer almasının kitle iletiřim araların tarafsızlıđını kaybetmesine neden olmuřtur. Bu durum halkın medya aracılıđı ile bilgi alma hakkını engellemektedir.

In conclusion, since media groups are involved in monopolistic structures, the neutrality of mass media has been disappeared. This has prevented population to get information through mass media.

Key concepts; Monopolization, holding, power, media groups, journalism