

Dr. Kürşad ERKAL

TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂR MEDYA

Televizyonculuk Girişimleri

Cumhuriyet sonrası Türkiye'de seküler-laik değerleri benimseyen merkez ile modernleşme reformlarına mesafeli duran ve İslam'ın şekillendirdiği sosyo-kültürel yapının sürekliliğini savunan muhafazakâr çevre ön plana çıkmıştır. 1990'lı yıllara kadar birbirini "öteki" olarak konumlandıran bu iki yapıdan muhafazakâr kesim, 1980'lere kadar Anadolu'nun geleneksel sosyal dokusu içinde varlığını sürdürmüş ve devletin ideolojik aygıtlarıyla doğrudan çatışmaya girmekten kaçınmıştır. 1983 yılında Anavatan Partisi'nin (ANAP) iktidara gelmesiyle ivme kazanan liberalleşme süreci ise bu kesim için yeni bir hareket alanı ortaya çıkarmıştır.

1990'lı yıllar, muhafazakâr çevrelerin toplumsal mobilizasyon açısından en dinamik dönemi olmuştur. Bu süreçte tarikat ve cemaat gibi örgütlü yapılar vasıtasıyla kolektif bir kimlik ve dayanışma ağı inşa eden muhafazakâr çevre; eğitim ve ticaret alanlarında daha cüretkar adımlar atarak siyasi alanda güçlü bir alternatif haline gelmiştir. Söz konusu genişleme stratejisinin en stratejik ve dikkat çekici boyutlarından biri de tarihsel olarak en mesafeli ve zayıf kalındığı medya sektöründe somutlaşmıştır.

Muhafazakâr çevrelerin medya serüveni öncelikle dergi yayıncılığıyla başlamış, ardından gelen gazete girişimleri nitelikli kadro yetersizliği, sermaye kısıtlılığı ve dönemin siyasi iklimi nedeniyle uzun soluklu olamamıştır. Ancak 1990'lı yıllarda yapısal engellerin hafiflemesiyle yazılı basında daha profesyonel girişimler ortaya çıkmıştır. Basında yakalanan bu görece istikrar, yetişen entelektüel ve teknik kadro birikimi ile sosyo-ekonomik itici güçler, muhafazakâr çevrelerin kitlesel bir mecra olarak televizyon yayıncılığı fikrini olgunlaştırmıştır.

Elinizdeki bu kitap, muhafazakâr cenahın televizyonculuk girişimlerine odaklanmaktadır. Araştırma, ilk yayın deneyimlerinden kurumsallaşma evrelerine uzanan süreci tahlil ederek aktörlerin yola çıkış amaçları ile nihai sonuçlar arasındaki çelişkileri, bu girişimlerin başarı düzeylerini ve kamusal alandaki görünürlüklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

ISBN: 978-625-5951-79-3



9 786255 951793

TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂR MEDYA Televizyonculuk Girişimleri

Dr. Kürşad ERKAL



TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂR MEDYA

Televizyonculuk Girişimleri

Dr. Kürşad ERKAL



KımlıkYayınları

E-kitap

TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂR MEDYA

Televizyon Girişimleri

Dr. Kürşad ERKAL



TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂR MEDYA
Televizyon Girişimleri

Yazar

Dr. Kürşad ERKAL

İç Tasarım ve Yayına Hazırlayan

Cihan ER

Kapak Tasarımı ve Grafik

Erol ATICI

E-Kitap

Ağustos 2026

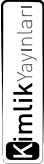
ISBN

978-625-5951-79-3

T.C. Kültür Bakanlığı

Yayıncılık Sertifika No

52115



Köşk Mah. Ahmet El Biruni Cad. No: 8

Melikgazi / KAYSERİ

Tel: 0 352 207 66 66 / 31029 – 0 544 616 00 38

web: www.kimlikyayinevi.com /

tezmer@yandex.com

Kitabın içerisindeki tüm bilgilerin hukuki ve cezai sorumluluğu yazarına aittir. Yazarın yazılı izni olmadan, hiçbir biçimde ve hiçbir yolla, bu kitabın içeriğinin bir kısmı ya da tümü yeniden üretilemez, çoğaltılamaz ve dağıtılamaz.

ÖNSÖZ

Elinizdeki bu eser, 2007-2008 yılları arasında hazırlamış olduğum “Bazı Türk Özel Televizyonlarının Yapılanması Üzerine Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinin güncellenip yeniden ele alınmasıyla ortaya çıkmıştır. Çalışmanın aradan geçen yaklaşık yirmi yılın ardından kitaplaştırılması kararı, aşağıda detaylandırılacağı üzere, güncel bir takım akademik ve toplumsal gerekçelere dayanmaktadır.

1990’lı yıllar, Türkiye’de sosyal, siyasal ve ekonomik alanlarda köklü dönüşümlerin yaşandığı bir kırılma dönemidir. Bu süreçte bilhassa basın alanında gerçekleşen ve “*medyalaşma*” kavramıyla açıklanan değişim öne çıkmaktadır. Radyo ve televizyon yayıncılığının devlet tekelinden çıkarılarak özel girişimlere açılması; sermaye gruplarından siyasal yapılara ve farklı toplumsal dinamiklere kadar pek çok aktörün sektöre hızla dâhil olmasını sağlamıştır. Bu girişimlerin bir kısmı ticari kaygılar güderken, önemli bir bölümü ise dönemin şartları bakımından son derece maliyetli ve riskli olmasına karşın siyasi ve ideolojik hedefler doğrultusunda alanda yer almaya çalışmıştır.

Söz konusu dönemin en dikkat çekici adımlarından biri de İslam referanslı muhafazakâr camianın televizyon yayıncılığı alanında varlık gösterme çabalarıdır. Erken Cumhuriyet politikalarının belirgin unsuru olan seküler toplum idealine karşılık; dindarlık ekseninde birleşen ve alternatif bir toplumsal düzen hedefleyen muhafazakâr kesim, televizyonun dönüştürücü gücünün öne çıktığı bu evrede sürecin dışında kalmak istememiştir. Muhafazakâr aktörler bir yandan yeni kurulan sermaye odaklı kanalların toplumsal yapı üzerindeki—kendi ifadeleriyle—tahrip edici etkilerine karşı durmayı, diğer yandan ise televizyonun etki alanından yararlanarak söylem üstünlüğü elde etmeyi hedeflemişlerdir.

Bu çabaları kayda değer kılan temel unsur, aynı dönemde muhafazakâr camianın siyasal alanda da etkin bir aktör haline

gelme gayretidir. Refah Partisi'nin toplumsal tabanını genişleterek güçlü bir siyasi alternatife dönüşmesi, medyadaki bu girişimleri cesaretlendirmiş ve hatta televizyon yayıncılığını stratejik bir gereklilik haline getirmiştir. Nitekim pek çok radyo ve televizyon kanalı, belirli ideal, iddia ve hassasiyetler doğrultusunda yayın hayatına atılmıştır.

Yüksek lisans tezinin konusu belirlendiğinde bu yayın kuruluşları kurumsallaşma süreçlerini büyük oranda tamamlamış ve medya sektöründeki yerlerini almış durumdaydılar. Ancak mevcut işleyişleri ile başlangıçta idealize ettikleri yayın vizyonu arasında ciddi çelişkiler göze çarpmaktaydı. "Hedefler ve sonuçlar" arasındaki bu sapmanın nedenlerini tespit etmek, akademik açıdan oldukça ufuk açıcı bir deneyim sunmuştur. Çalışmada; bu girişimlerin başlangıçtaki motivasyonları, öncü aktörleri, bu aktörlerin tecrübe ettiği çelişkiler, insan kaynağı ve sermaye yetersizlikleri ile program ve reklam kısıtlılıkları ayrıntılarıyla incelenmiştir. Dönemin İslam referanslı siyasi hareketleri zamanla farklı kulvarlara bölünse de Türkiye siyasetindeki ana aktör konumlarını korumuş, fakat televizyon yayıncılığındakine benzer biçimde çelişkili tartışmaların merkezinde yer almışlardır. Bir başka ifadeyle, muhafazakâr televizyon kanalları gibi siyasi örgütler de zaman içerisinde liberal politikaları eklektik bir biçimde benimsemek durumunda kalmışlardır. Ancak muhafazakâr çevrelerin yaşadığı bu dönüşüm yalnızca kendi iç dinamikleriyle sınırlı kalmamış; Türkiye'nin hemen her katmanını etkileyen, yerleşik medya ve siyaset düzenini kökten değiştiren genel bir dönüşüm dinamiğine evrilmiştir.

2017 yılında doktora eğitimime başladığımda, 2007-2008 yıllarında öngörülmesi dahi güç olan gelişmeler gerçekleşmiş; medya ve siyaset alanında son derece köklü değişimler yaşanmıştı. Dahası, o yıllarda hayata geçirilen televizyon girişimlerinin kurumsal yapıları ve kadroları bu değişimlerde anahtar roller üstlenmişti. Bu doğrultuda doktora tezimde bu derin dönüşüme odaklanma ihtiyacı duyarak "Medya ve Siyaset Bağlamında Türkiye'de İslam Referanslı Muhafazakâr Siyasal Kitlenin Medyayı Dönüştürme Politikaları" başlıklı

tezimi tamamladım. Bu araştırmayı 2022 yılında güncelleyip genişleterek “Batılılaşma ve Muhafazakârlaşma Kıskaçında Türkiye’de Medya ve Siyasetin Dönüşümü” adıyla kitaplaştırdım. Söz konusu kitap, İslam referanslı siyasal çevrelerin basın alanındaki hedeflerini ve gelişim süreçlerini en temel düzeyden ele alarak günümüz medya düzeninin inşasındaki rolünü bütüncül bir biçimde kapsamaktadır. Ancak televizyon yayıncılığına dair analizler önceki tezde detaylıca incelendiği için söz konusu kitabın dışında tutulmuştur.

İşte elinizdeki bu eser, bu eksikliği tamamlayıcı nitelikte güncellenerek hazırlanmış bir kaynaktır. Bir başka deyişle kitap; İslam referanslı çevrelerin medya faaliyetlerinin dününü, bugününü ve günümüz medya düzenine olan etkilerini anlama hususunda döneme ışık tutacak ve süreci anlamlandırmaya katkı sağlayacak tamamlayıcı bir kaynak olarak okuyucuların istifadesine sunulmuştur.

Dr. Kürşad ERDAL

Kırklareli, 2026

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER	v
GİRİŞ	1
1. CUMHURİYET DÖNEMİ SONRASI İSLAMİ MUHAFAZAKÂRLIĞIN GELİŞİMİ.....	3
1.1. Cumhuriyet Döneminin İlk Yıllarında Sosyal Yapı.....	3
1.2. İslam Referanslı Muhafazakâr Kesimin Sosyolojik Gelişimi.....	9
1.3. Cumhuriyet Sonrasında Etkili Olan Tarikat ve Cemaatler	14
1.3.1. Nakşibendî Tarikatı	14
1.3.2. İskender Paşa Cemaati	16
1.3.3. İsmailî Cemaati.....	18
1.3.4. Erenköy Cemaati.....	20
1.3.5. Menzil Cemaati	21
1.3.6. Işıkçılar Cemaati.....	25
1.4. İslam Referanslı Muhafazakâr Grupların Siyasallaşması.....	27
1.5. İslam Referanslı Muhafazakâr Çevrenin Ekonomik Gelişimi	35
1.6. İslam Referanslı Muhafazakar Çevrelerin İlk Basın Girişimleri	39
2. TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONCULUĞUN SERBEST BIRAKILMASI VE İLK İSLAM REFERANSLI TELEVİZYON GİRİŞİMLERİ.....	50
2.1. Türk Televizyon Yayıncılığında Karma Sisteme Geçiş Süreci.....	50
2.2. TRT Tekelinin Kırılması ve Özel Televizyonculuğun Gelişmesi	51
2.3. Özel Yayıncılığa İzin Veren Yasa Değişikliği.....	53
2.4. Muhafazakâr Televizyon Kanallarının Ortaya Çıkışı	54

2.5. Muhafazakâr Televizyonculuk Fikrinin Gelişimi ...	57
2.6. Türkiye Geneline İlk Muhafazakâr Televizyon Teşebbüsleri.....	78
2.7. Hilal 1	79
2.8. Atlas TV	84
2.9. Birlik TV	88
2.10. TGRT	90
3. SON KURULAN İSLAM REFERANSLI TELEVİZYON KANALLARI VE KURUMSAL İNCELEMELERİ: KANAL 7, TV5, HİLAL TV	102
3.1. Kanal 7	102
3.1.1. Kuruluşu	102
3.1.2. Misyonu	109
3.1.3. Yayın İlkeleri	109
3.1.4. Yayın ve Program Stratejileri	111
3.1.5. Haber Dili/ Anlayışı	112
3.1.6. Reklâm Stratejileri – Ekonomik Yapılanması	117
3.1.7. Seyirci Kitleleri ve İzlenirlik Oranı.....	119
3.2. TV5 Televizyonu	121
3.2.1. Kuruluşu	121
3.2.2. Misyonu	123
3.2.3. Yayın ve Program Stratejileri	124
3.2.4. Haber Dili/ Anlayışı	126
3.2.5. Reklâm Stratejileri – Ekonomik Yapılanması	129
3.2.6. Seyirci Kitleleri ve İzlenirlik Oranı.....	131
3.3. Hilal TV.....	133
3.3.1. Kuruluşu	133
3.3.2. Misyonu	134
3.3.3. Yayın İlkeleri	138
3.3.4. Yayın ve Program Stratejileri	142
3.3.5. Haber Dili/ Anlayışı	143
3.3.6. Reklâm stratejileri – Ekonomik Yapılanması	144
3.3.7. Seyirci Kitleleri ve İzlenirlik Oranı.....	146
SONUÇ	149
KAYNAKÇA.....	153

GİRİŞ

Türkiye’de televizyon yayıncılığı, 1968 yılındaki ilk adımdan 1990’lı yıllara kadar devlet eliyle ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tekeli altında yürütülmüştür. Ancak bu tekdüze yapı, 1990 yılında yasal boşluklardan faydalanarak yurt dışından yayına başlayan Star 1 televizyonuyla ilk kez delinmiştir. Siyasi iktidarın da göz yumduğu bu fiili durum, 13 Nisan 1994’te mecliste kabul edilen 3984 sayılı kanunla nihayet yasal bir zemine kavuşmuş ve özel televizyonculuk resmen serbest bırakılmıştır. Kanun çıkmadan önce hazırlıklarını tamamlayan birçok özel kanal, bu tarihten itibaren hızla ekranlardaki yerini almıştır.

Yeni dönemde mantar gibi çoğalan bu özel kanalların iki temel ortak özelliği vardı: Büyük sermaye grupları tarafından kurulmuşlardı ve kamu yararını gözeten geleneksel yayıncılık anlayışını tamamen terk ederek yüksek reyting ile ticari kazancı merkeze alan popülist bir çizgi benimsemişlerdi. Ne var ki bu kanalların zamanla siyasi aktörleri etkileyecek güce ulaşması, siyasallaşması ve ekranlara taşıdıkları içeriklerin toplumun genel ahlak ve kültür yapısıyla ters düşmesi, geniş kitlelerin tepkisini çekmeye başlamıştır. Toplumda yükselen bu rahatsızlık, zamanla hem yasal denetim taleplerini artırmış hem de mevcut seküler ve liberal medya yapısına alternatif olabilecek, muhafazakâr söylem/içeriklere sahip yeni televizyon kuruluşlarının doğmasına zemin hazırlamıştır.

Türkiye’deki muhafazakâr kesimin televizyon alanına girme çabalarının arkasındaki nedenlerin başında, diğer özel kanalların toplumsal yozlaşmaya yol açtığı inancı ve kendi kitlelerini bu kültürel tehlikeden koruma arzusu gelmekteydi. Muhafazakârlar, siyasal ve toplumsal örgütlenme mücadelesinde medyanın, özellikle de dönemin en etkili kitle iletişim aracı olan televizyonun vazgeçilmez bir güç olduğunu fark ederek bu alana ciddi yatırımlar yaptılar. Ancak başlangıçta liberal ve reyting odaklı kanallara net bir alternatif olma iddiasıyla yola çıkan bu muhafazakâr

televizyonlar, zaman içinde iki temel çıkmaza saplanmışlardır: Bir kısmı zamanla eleştirdikleri popülist yayın çizgisine kayarak özgünlüğünü yitirmiş; diğer kısmı ise eğitilmiş kadro eksikliği ve ekonomik kaynakların doğru planlanamaması gibi nedenlerle reyting pastasında geride kalarak monotonlaşmış ve geniş kitlelere seslenemeyen etkisiz bir yapıya dönüşmüşlerdir. Ortaya çıkan bu tablo ve muhafazakâr kanalların özgün bir "televizyon dili ve kültürü" oluşturmada neden yetersiz kaldığı sorusu, konunun en temel tartışma noktasını oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, muhafazakâr televizyonların kuruluşunda rol oynayan temel etkenleri ortaya koymak ve yayına başladıkları andan itibaren karşı karşıya kaldıkları sorunları tespit etmektir. Kanalların yaşadığı bu sorunların televizyon mecrasının kendi doğasından mı, yoksa yönetim ve strateji zafiyetlerinden mi kaynaklandığını analiz ederek yapılan hatalar anlaşılmaya çalışılacaktır. Çalışma, Türkiye’de bir süre iki parçalı olarak devam eden medya yapısının muhafazakâr kanadını daha yakından tanımak, yaşadıkları dönüşümü anlamak ve dönemin Türkiye toplumunun sosyolojik dinamiklerini gözlemlemek açısından da büyük önem taşımaktadır. Araştırma, bu alandaki ilk girişimler olan Türkiye Gazetesi Radyo Televizyon (TGRT), Kanal 7, TV5 ve Hilal TV örnekleri üzerinden sınırlandırılmıştır. Konu ele alınırken; alana dair yazılı kaynakların taranması, bahsi geçen kanalların yayın akışlarının görsel olarak incelenmesi ve kuruluş süreçlerinde bizzat yer almış, faaliyetlerde etkin rol oynamış kişilerle yapılan yüz yüze görüşmelerden elde edilen veriler harmanlanarak nitel bir analiz yöntemi izlenmiştir.

1. CUMHURİYET DÖNEMİ SONRASI İSLAMİ MUHAFAZAKÂRLIĞIN GELİŞİMİ

1.1. Cumhuriyet Döneminin İlk Yıllarında Sosyal Yapı

Cumhuriyet öncesi Türk toplumunun ve devlet yapısının şekillenmesinde, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki tarikat ve tasavvuf kültürünün yadsınamaz bir rolü vardır. Öyle ki, Osmanlı'nın kuruluş harcında Şeyh Edebali gibi bir mutasavvıfın manevi rehberliği kurucu bir unsur olarak kabul edilir (Erşahin, 2024). Kuruluş döneminde birçok şeyh ve dervişin "gönül fetihleri" adıyla anılan tebliğ faaliyetleriyle ordulardan önce coğrafyayı fethetmesi ve devlete omuz vermesi, tasavvuf kültürünün Osmanlı sosyal gövdesine adeta nakşedilmesini sağlamıştır (Demirci, 2011). Yüzyıllar boyunca bu yapılar, toplumsal dayanışmanın ve ahlaki eğitimin en önemli merkezleri olmuştur (Tuğluca, 2014).

Ancak imparatorluğun gerileme dönemine girmesiyle birlikte, sosyo-ekonomik yapıdaki bozulmalar tarikat ve tasavvuf kurumlarına da sirayet etmiştir. Zamanla tasavvufun o yüksek ahlaki değerleri ve derin felsefi idealleri aşınmaya başlamış; kurumsal yapılar takvadan uzaklaşan, liyakatsiz ve cahil kişilerin eline geçmiştir. Bir dönem ilim, irfan ve üretim merkezi olan tekkeler, bu çözülmeye birlikte ne yazık ki tembellik ve meskenet yuvalarına dönüşmüştür. Tarikat geleneğinde yaşanan bu büyük çöküntü ve yozlaşma hem toplumsal huzuru zedelemiş hem de devlet otoritesiyle şeyh-derviş çevreleri arasında ciddi anlaşmazlıkların ve çatışmaların yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Bu kronikleşen sorunlar nedeniyle, özellikle Tanzimat dönemiyle birlikte devletin modernleşme ve ıslahat hamlelerinden biri de tasavvuf ve tarikatlar alanında olmuştur. Kurumlardaki bu başıboşluğu engellemek ve yozlaşmanın önüne geçmek amacıyla 1860 yılında Şeyhülislamlığa bağlı olarak Meclis-i Meşayih adında resmi bir kurul oluşturulmuştur. Bu stratejik girişimle devlet; toplumun büyük bir çoğunluğuyla doğrudan temas halinde olan tarikatları denetim altına almayı, şeyhlerin atanmasını kurallara bağlamayı ve bu isimlerin kontrollü bir şekilde

eğitilerek topluma faydalı hale getirilmesini hedeflemiştir (Kara, 2006; Saka, 2025).

Tanzimat dönemiyle birlikte devlet eliyle ıslah edilmeye ve yapısal olarak sorgulanmaya başlanan tasavvuf ve tarikatlar için ikinci büyük dönüm noktası II. Meşrutiyet'in ilanı olmuştur. Bu yeni özgürlükçü ortamda bazı tarikat ve Sufi gruplar, basın yayın yoluyla daha örgütlü ve sistemli bir şekilde toplumsal alana çıkma girişimlerinde bulunmuşlardır. Ancak bu hareketlilik, tekkelerin işlevine yönelik eleştirileri dindirmek bir yana, tartışmaları daha da alevlendirmiştir. Nitekim imparatorluğun son döneminde cumhuriyet fikrine ve modernleşme idealine yaklaşıldıkça, bu kurumların varlığına dair tartışmaların harareti katlanarak artmıştır. Söz konusu fikir çatışmaları, özellikle 1908-1918 yılları arasında yayımlanan kitaplarda ve süreli yayınlarda çok net bir şekilde göze çarpmaktadır. Bu dönemde batıcı ve radikal modernleşmeci aydınlar, geleneksel kurumlara karşı sert bir cephe almıştır. Örneğin Abdullah Cevdet'in çıkardığı *İctihat* dergisi çevresinde toplanan ve Kılıçzade Hakkı'nın başını çektiği bir grup yazar, Osmanlı Devleti'nin geri kalmaktan kurtulması ve ayakta kalabilmesi için radikal adımlar atılması gerektiğini savunmuştur. Bu yazarlara göre, kapatılması ve yasaklanması gereken kurumların en başında tekke ve zaviyeler gelmekteydi. Dönemin bu muhalif aydınları, tekkelerin Osmanlı tebaasını rasyonel hayattan koparttığını, insanları kaderciliğe iterek boş şeylerle meşgul ettiğini ve toplumu atalete sürükleyerek devlete adeta bir ayak bağı oluşturduğunu ileri sürmüşlerdir. Özellikle devletin üst kademelerinde ve bürokratik elitler arasında karşılık bulan bu sert eleştirilere, muhatabı olan tarikat ve tasavvuf çevreleri sessiz kalmamıştır. Sufi gruplar, tekkelerin kurumsal bir yozlaşma içinde olduğu yönündeki tespitlerin ve eleştirilerin birçoğuna hak vermekle birlikte, radikal batıcı aydınların sunduğu "kapatma ve yasaklama" şeklindeki çözüm önerisine şiddetle karşı çıkmışlardır. Bu duruşlarını ve kendi alternatif çözüm yollarını, o dönem çıkardıkları zengin basın

yayın ağını kullanarak kamuoyuna duyurmaya çalışmışlardır (Kara, 2006).

I. Dünya Savaşı'nın patlak vermesi ve ardından Osmanlı topraklarının işgal edilmesi, tekkeler üzerindeki teorik tartışmaları bıçak gibi keserek herkesi tek bir ortak amaçta, yani vatanın kurtuluşunda birleştirmiştir. Anadolu'da Millî Mücadele'yi başlatan Mustafa Kemal, tarikatların halk üzerindeki muazzam nüfuzunu ve toplumsal gücünü çok iyi bildiğinden, muhtelif bölgelerdeki şeyhlere mektuplar yazarak onları direnişe destek olmaya çağırmıştır. Bu çağrıya olumlu yanıt veren birçok nüfuzlu şeyh hızla harekete geçmiş, halkı işgale karşı organize ederek kurtuluş hareketinin daha çabuk ve sağlam bir şekilde örgütlenmesine büyük katkı sağlamıştır (Kutlu, 2019).

Mustafa Kemal, kafasındaki modernleşme ve devrim fikirlerini hayata geçirecek uygun siyasi iklim oluşana kadar, bu kritik mücadele ortaklığına sadık kalmış ve süreç boyunca şeyhlere hürmette kusur etmemiştir. Hatta yeni devletin kuruluş aşamasındaki ilk istişare kurullarında bu isimlere geniş yer ayırmıştır. Bu stratejik birlikteliğin en somut nişanesi ise Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılış sürecinde yaşanmıştır. 23 Nisan 1920'de meclis açılmadan hemen önce, Ankara'da Hacı Bayram Veli'nin türbesi ziyaret edilerek dualar edilmiş (Atatürk, 2007), ardından kurulan meclisin iki başkan vekilliğine de tarikat şeyhleri getirilmiştir. Konya Mevlevi Dergâhı Şeyhi Abdülhalim Efendi ile Hacıbektaş Dergâhı Şeyhi Cemalettin Efendi'nin bu üst düzey görevlere seçilmesi, kurulan ittifakın ne kadar güçlü olduğunu gözler önüne sermiştir (M. Kara, 2020). Kurtuluş Savaşı yıllarında zirveye ulaşan bu konjonktürel birliktelik, savaş sonrasında da bir süre daha varlığını sürdürmüştür.

Millî Mücadele, bu geniş tabanlı toplumsal ve manevi birlikteliğin sağladığı güçle başarılı bir şekilde nihayete erdirilmiştir. İstiklal Harbi'nin kazanılmasının ardından kurulan yeni cumhuriyet yönetimi, devletin modernleşmesi ve merkezileşmesi adımları kapsamında tarikat ve cemaatlerin hukuki durumunu da hızla gözden geçirmiştir.

Bu yapıları devletin denetimi ve gözetimi altında tutarak kurumsal bir düzene oturtmak amacıyla, 1924 yılında Şer'iyye ve Evkaf Vekâleti kaldırılarak yerine Diyanet İşleri Riyaseti kurulmuştur. Yapılan bu yeni kurumsal yapılanmayla birlikte, cami ve mescitlerin yanı sıra o güne kadar kendi başlarına buyruk birer dini-sosyal alan olan tüm tekke ve zaviyelerin idari yönetimi de resmen bu kuruma bağlanmıştır (Çakmaktaş, 2023). Böylece devlet, Osmanlı'nın son döneminde Meclis-i Meşayih ile denediği tarikatları kontrol altında tutma stratejisini, yeni rejimin ilk yıllarında Diyanet çatısı altında daha merkezîyetçi bir modelle sürdürmeyi amaçlamıştır.

Millî Mücadele'nin başladığı 1919 yılından itibaren yeni devletin kurucu kadrosu ile tarikat ve cemaat çevreleri arasında yürütülen stratejik ortaklık, 1924 yılına kadar küçük çaplı pürüzlere rağmen sürdürülmüştür. Ancak bu tarihten itibaren taraflar arasındaki ilişkiler ciddi şekilde çatırdamaya ve derin fikir ayrılıkları gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Bu kopuşun temel nedeni, savaşı başarıyla organize eden askeri ve bürokratik elitlerin rotayı tamamen Batı tarzı bir modernleşmeye kırması ve radikal devrim hazırlıklarına girişmesidir. Buna karşılık, Kurtuluş Savaşı'nın insan kaynağını ve manevi omurgasını oluşturan muhafazakâr yapılar ile tarikatlar, geleneksel düzeni ve dini kurumları dönüştürmeyi hedefleyen bu yeni yönelime sert tepki göstermişlerdir. Tarafların uzlaşması imkânsız olan bu iki taban tabana zıt dünya görüşü, çok geçmeden yeni devlet düzeninde taraflardan birinin mutlak surette tasfiye edileceğinin ilk ciddi sinyallerini vermeye başlamıştır.

Yeni rejimin radikal modernleşme adımlarına karşı toplumda rahatsızlıklar başlamıştır. Bu rahatsızlıklar çok geçmeden genç cumhuriyetin ilk muhalif partisinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Devletin gidişatından rahatsızlık duyan Kazım Karabekir ve Rauf Orbay gibi Millî Mücadele'nin sembol paşalarının öncülüğünde Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası kurulacaktır. Kısa sürede örgütlenen bu parti, yeni devrimci politikalarından endişe

duyan geniş muhafazakâr kitlelerden ve özellikle tarikat-tasavvuf çevrelerinden ciddi bir destek görecektir. Zira partinin tüzüğünde yer alan **"Fırka, efkâr ve itikâd-ı diniyyeye hürmetkârdır"** (Parti, dini inanç ve düşüncelere saygılıdır) ibaresi toplum tabanında sevinçle karşılanmıştır. Ancak yeni partinin bu muhafazakâr çıkışı ve tüzükteki açık din vurgusu, devrimleri hızla hayata geçirmek isteyen kurucu irade ve Cumhuriyet Halk Fırkası tarafından tehdit olarak algılanacaktır (Atatürk, 2007).

Mustafa Kemal ve kurucu kadroyu endişelendiren bu siyasi gelişmeler yaşanırken, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerini kapsayan büyük Şeyh Sait Ayaklanması patlak vermiştir. Dini söylemlerin ve hilafet vurgusunun ön planda olduğu bu isyan, Ankara hükümeti tarafından henüz filizlenme aşamasındaki Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nın ve diğer muhalif odakların tasfiyesi için bir dönüm noktası olarak değerlendirilmiştir. İsyanın hemen ardından çıkarılan Takrir-i Sükûn Kanunu çerçevesinde, ayaklanmanın fikri sorumlusu olarak Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, dini gruplar ve tekkeler hedef gösterilmiştir. Bu doğrultuda ilk radikal adım olarak Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası kapatılmıştır (Afşar, 2020).

Siyasi alanın temizlenmesinin ardından, rotanın tamamen toplumsal ve kültürel devrimlere kılacağına ilk açık ilanı Mustafa Kemal Atatürk'ün Kastamonu gezisinde gelmiştir. Kastamonu'da yaptığı tarihi konuşmada ilk kez tekkeler, tarikatlar ve dervişler aleyhinde sert beyanatlarda bulunan Mustafa Kemal, Türkiye'nin şeyhler ve dervişler ülkesi olamayacağını vurgulamıştır. Bu konuşma, geleneksel dini yapılar için tamamen yeni ve sancılı bir dönemin başlangıcı olmuştur. Çok geçmeden, 30 Kasım 1925 tarihinde kabul edilen **677 sayılı kanunla** şeyh, derviş ve mürit gibi tüm unvanlar yasaklanmış; tekke, zaviye ve türbeler resmen kapatılmıştır. Cumhuriyet yönetimi, bu kanunla sadece fiziki mekânları kapatmakla kalmamış, Osmanlı'dan devralınan ve geleneksel dini-hukuki yapıyı temsil eden ifta (fetva müessesesi), meşayih-i ilmiye, kadılık ve müderrislik gibi

tüm kadroları da lağvetmiştir. Bu tasfiyelerin ardından, yeni rejimin sekülerleşme politikasının bir gereği olarak, toplumsal alandaki kontrol en üst seviyeye çıkarılmış ve tarikatların gizli de olsa bir araya geldikleri küçük çaplı dini sohbet ve toplantılar bile yasa dışı kabul edilerek sıkı takibata uğramıştır (İslamoğlu, 2003).

Bu radikal kurumsal ve toplumsal dönüşümler hayata geçirilirken, Takrir-i Sükûn Kanunu'nun sağladığı olağanüstü yetkiler ve İstiklal Mahkemeleri vasıtasıyla ülke genelinde tavizsiz bir otorite tesis edilmiştir. Bu sıkı yönetim iklimi, rejim reformlarına yönelik her türlü muhalif sesi ve potansiyel direnç odaklarını sindirmiştir. Bu mutlak denetim politikasına rağmen varlığını korumaya çalışan, kısık sesle de olsa hoşnutsuzluğunu dile getiren ya da geleneksel yapısı gereği muhalefet potansiyeli barındıran çevreler, 1930 yılında patlak veren Menemen Olayı neticesinde yeni bir tasfiye ve sindirme dalgasıyla karşı karşıya kalmıştır. Failleri, zamanlaması ve sonuçları hala tartışılan bu hadise, kalan son geleneksel odakların da devlet eliyle sert bir şekilde tasfiye edilmesinin hukuki ve siyasi gerekçesini oluşturmuştur (Öz, 2015) .

Uygulanan bu sistemli baskılar, cezalandırmalar ve hukuki yaptırımlar karşısında kurumsal olarak tamamen çaresiz kalan tarikat ve cemaat gibi dini-sosyal yapılanmalar, varlıklarını sürdürürebilmek için kamusal alandan çekilerek sivil toplumun derinliklerinde sessizliğe bürünmüşlerdir. Görünürde devlet otoritesine boyun eğmiş gibi duran bu yapılar, asgari düzeyde de olsa hayatta kalabilmek adına yer altına inmiş; inanç, ritüel ve aidiyet bağlarını gizli kanallar vasıtasıyla sonraki nesillere aktarmaya çalışmışlardır. Bu süreç, muhafazakâr kitlelerin hafızasında derin izler bırakan ve ilerleyen yıllarda uygun siyasi iklim bulduğunda yeniden yüzeye çıkacak olan köklü, sessiz ve derinden bir protesto akıntısına dönüşmüştür.

1.2. İslam Referanslı Muhafazakâr Kesimin Sosyolojik Gelişimi

Osmanlı Devleti’nin nihayete ermesiyle birlikte kurulan yeni cumhuriyet rejimi; hukuktan eğitime, kılık kıyafetten takvime kadar pek çok alanda köklü ve yapısal devrimleri hayata geçirmiştir. Kurucu elitlerin öncülüğünde uygulamaya konulan bu reformların temel karakteri ve öncelikli amacı, toplumsal kurumları dini referanslardan arındırarak kamusal alanı sekülerleştirmektir. Bu doğrultuda şer’i hukuk yürürlükten kaldırılarak yerine seküler/modern hukuk sistemleri ikame edilmiş; medrese eğitiminin yerini ise çağdaş ve tevhidi tedrisat ilkelerine dayalı bir eğitim modeli almıştır. Benzer şekilde, zaman algısını batılı standartlarla eşitlemek adına Hicri takvim yerine Miladi takvim kabul edilmiştir. Toplumsal görünürlük alanında da köklü bir dönüşüm hedeflenmiş; geleneksel ve dini simgeler barındıran kıyafet biçimleri yerine, batı tarzı modern giyim kuşam pratikleri teşvik edilmiştir. Bu kurumsal dönüşümün bir diğer ayağı olarak tekke, zaviye ve medreseler kapatılmış, tarikat faaliyetleri yasaklanmış ve geleneksel dini kadrolar tasfiye edilmiştir (Çağatay, 1988). Netice itibarıyla yeni rejim, modernleşme ve ulus-devlet inşa sürecinde dinin kamusal ve siyasal alandaki nüfuzunu, aşılması ve kontrol altına alınması gereken temel bir unsur olarak konumlandırmıştır.

Bu yaklaşım; dinin toplumsal kurumlardaki işlevselliğini sınırlayarak, inancı bireysel vicdan sınırlarına, yani yaratıcı ile kul arasında ahlaki bir boyuta indirgemeyi hedeflemiştir. Türkiye’ye özgü bu katı laiklik uygulaması ve buna eşlik eden yukarıdan aşağıya Batılaştırma ideolojisi, devlet denetimine tabi bir dini kurumsallığı inşa etmeyi amaçlamıştır (Kılıç, 2017). Ancak kamusal alanda uygulanan bu sekülerleştirici politikalar, dini referanslara derinden bağlılığını sürdüren geniş halk kitleleri nezdinde, etkileri günümüze kadar uzanacak toplumsal ve siyasal bir mesafelenmeye yol açmıştır. Netice itibarıyla, devletin tepeden inmesi modernleşme hamleleri, muhafazakâr kitleler arasında sisteme karşı köklü bir sosyo-politik tepkinin ve sivil

bir muhalefet hafızasının oluşmasına zemin hazırlamıştır (Ocak, 2013).

Demokratik kanalların kapalı tutulması, yasaklar ve küçük çaplı muhalefetlerin bile sert şekilde cezalandırılması, dindar kitleleri sessiz ve derinden bir faaliyete sevk etmiştir. Kamusal alanın dinden arındırılması ideolojisine karşı muhafazakârlar, özel alanı koruma ve kontrol etme çabasına girişmiş; evlerde veya başka uygun ortamlarda dini eğitimi devam ettirmişlerdir. Bu süreçte, özellikle Nakşî geleneğinden gelen pek çok tarikat, başta Doğu Anadolu olmak üzere Anadolu'nun dört bir yanında eğitim faaliyetleri yürütmüştür. (Günay & Ecer, 1999).

Uğradıkları baskılar nedeniyle kamusal alandan çekilen tarikatlar, varlıklarını korumak için camilerde teşkilatlanma stratejisine başvurmuşlardır. Yeni rejimin dini kontrol etmek için kurduğu Diyanet kurumuyla çatışmayan, aksine onunla barışık bir bağ kuran kimi tarikat mensupları camilerde resmi görevler almışlardır. Görev yaptıkları bu camilerin etrafında kenetlenen üyeler; düzenledikleri sohbetler ve zikir halkaları sayesinde cemaatlerin kurumsal sürekliliğini sağlamayı başarmışlardır (Günay & Ecer, 1999). Örneğin Nakşiliğin güçlü bir kolu olan İskenderpaşa Cemaati, adını tam da bu şekilde içinde örgütlendiği ve merkez edindiği İskenderpaşa Camii'nden almıştır.

Tek parti döneminin takibat, sürgün ve mağduriyetlerini yaşayan muhafazakar gruplar, 1945 yılında çok partili sisteme geçişle birlikte kısmen rahatlamış ve mücadelelerini daha yüksek sesle yürütme imkânı bulmuşlardır (Taşyürek, 1995). Dış konjonktürün zorlamasıyla (Karpas, 2017) çok partili hayatı kabul eden Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), oy rekabeti kaygısıyla dini alanda bazı serbestlikler getirmek zorunda kalmıştır. Bu doğrultuda Kur'an kurslarının açılmasına, okullarda din dersi verilmesine müsaade edilmiş ve 1949'da Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi kurulmuştur (Sitebölükbaşı, 1995). Ancak CHP'nin bu adımları samimi bulunmamış; halk, adeta tek parti döneminin rövanşını alırcasına Demokrat Parti'yi (DP)

büyük bir çoğunlukla iktidara taşımıştır. Taşra teşkilatları üzerinden dini vaatlerle Anadolu halkının desteğini alan DP, hem bünyesindeki dindar isimlerin etkisi hem de seçim yatırımı olarak baskıları önemli oranda kaldırmış; dinin kamuda ve siyasette yeniden alan kazanmasına olanak sağlamıştır (Sayarı, 1978).

DP’nin dini alandaki ilk icraatı, Türkçe okunan ezan uygulamasına son vermek olmuştur. Çıkarılan yasayla, tek parti döneminde Türkçeleştirilen ezanın yeniden Arapça aslıyla okunmasına izin verilmiştir. DP’nin bu alandaki adımları yalnızca ezanla sınırlı kalmamış; uzun bir baskı döneminin ardından adeta yok sayılan din eğitimi, ders olarak müfredata dahil edilmiştir. Sağlanan bu serbestlik ortamı, Anadolu’da köklü bir dini canlanışı beraberinde getirmiştir. Ülkenin dört bir yanında cami inşaatları yükselmeye başlamış, Kur’an kursları açılmış ve tarikatlar yavaş yavaş yeniden görünürlük kazanmıştır. Tüm bunların yanı sıra, dini hizmetler devlet imkânlarıyla da desteklenmiştir. Nitekim her cuma sabahı Ankara Radyosu’ndan Kur’an-ı Kerim, ilerleyen süreçte ise mevlit yayınları yapılmaya başlanmıştır (Sitembölükbaşı, 1995).

DP iktidarı süresince dini referansları gözetmeye ve dindar kesimi ana hedef kitlesi olarak tutmaya devam etmiştir. Sonraki seçim kampanyalarında da din vurgusunu ön planda tutan Parti, icraat olarak çoğunlukla inşa edilen camileri ve Kur’an kurslarını gündeme getirmiştir. Bununla da yetinilmeyerek mevcut kurumların yanı sıra, din görevlisi yetiştirmek amacıyla yeni dini okulların açılacağı vadedilmiştir. Siyasi propagandanın dozunun arttığı bu süreçte "her fabrika bacasının yanında bir minare yükseleceği" ve "İstanbul’un adeta ikinci bir Kâbe haline getirileceği" gibi popülist vaatler de söz konusu olmuştur (Şeyhanlıoğlu, 2019). DP’nin dinin kamusal alanda yeniden varlık göstermesine yönelik bu icraatlarına karşılık, muhafazakâr kesim de edilgen kalmamış; parti misyonunu benimseyerek örgütlü bir şekilde DP lehine faaliyet yürütmeye başlamıştır. Bu süreçte bazı tarikat ve cemaat

mensupları, taşrada ve halk arasında siyasi propagandayı dinsel motiflerle şekillendirmiştir. CHP'nin "Allah" ismini "Tanrı" olarak değiştirerek dinden uzaklaştığı iddialarını yaymış; hatta Hz. Peygamber'in rüyada Başbakana görüldüğü ve ülkeyi yönetmesi için ona "devletin mührünü" verdiği yönündeki söylentileri dolaşıma sokmuşlardır. Bu tür metafizik ve popülist anlatılar vasıtasıyla, halkın din adına DP'yi desteklemesi telkin edilmiştir (Keloğlu İşler, 2007).

İmam-Hatip okullarının açılması, İlahiyat Fakültesi ve İslam Enstitülerinin kurulması, Türkiye'deki muhafazakâr gelişimin köşe taşlarını döşemiş ve sonraki dönüşümlerin öncülü olmuştur. Devlet eliyle sağlanan bu kurumsallaşmaya paralel olarak sivil alanda da yapısal adımlar atılmıştır. Sınırlı sayıdaki dindar iş insanının gayretleriyle kurulan vakıf ve dernekler; eğitimden ticarete kadar geniş bir yelpazede muhafazakâr çevreye rehberlik etmiştir. Bu çabaların en somut örneği olan İlim Yayma Cemiyeti, özellikle Anadolu'da birçok İmam-Hatip okulunun açılmasına öncülük etmiştir. Cemiyet ayrıca, taşradan büyük şehirlere gelen başarılı ve dar gelirli öğrencilere burs ile barınma imkânı sunarak yükseköğretimde tutunmalarını sağlamıştır. Bu gençleri ilmi ve kültürel faaliyetlerle destekleyen yapı, sonraki yıllarda siyaset, ticaret, akademi ve kültür dünyasında söz sahibi olacak "milliyetçi-mukaddesatçı" elit bir kadronun yetişmesini sağlamıştır (Güldal, 2024).

Din eğitiminin kısıtlandığı tek parti döneminde, özellikle Bağdat, Şam ve Kahire gibi İslam coğrafyasının köklü merkezlerinde lise ve üniversite tahsili gören figürlerin DP döneminde ülkeye dönüşleri, muhafazakâr düşüncenin entelektüel gelişiminde dönüm noktası olmuştur. Bu kentlerdeki dini hareketlerin kurucu kadrolarını ve fikri akımları yakından müşahade etme fırsatı bulan söz konusu isimler, Türkiye'de aksiyoner ve yayın odaklı bir dini uyanışın öncülüğünü üstlenmişlerdir. Bu kadroların Türkçeye kazandırdığı, İslam dünyasının Seyyid Kutub ve Mevdudi gibi döneme damgasını vurmuş muhafazakâr/İslamcı düşünürlerine ait eserler, özellikle

1960’lı ve 1970’li yılların gençlik hareketleri ile siyasal düşünce yapısına yön vermiştir (Koroğlu, 2020).

Muhafazakâr kesimin sosyolojik gelişiminde rol oynayan bir başka etmen de Türkiye’de İkinci Dünya Savaşı’nı takip eden dönemde, tarımın makineleşmesini müteakip toplumda yaşanan yapısal değişikliklerdir. 1950’lerle birlikte köyden kente büyük bir göç başlamış; özellikle İstanbul gibi büyük metropollere yönelen ve 1960 itibarıyla da Avrupa’ya taşan bu göçlerle, birçok toplumsal sorun çözümü zor bir şekilde ortaya çıkmıştır. Göç alan kentlerin sosyoekonomik ve kültürel altyapılarının yeterli olamayışı, geniş kitleleri oluşturan göçmenlerin şehrin etrafında kontrolsüz olarak varoşlar meydana getirmesine neden olmuştur. Kargaşanın zorunlu kıldığı ekonomik mücadeleyle birlikte ferdiyetçi bir yapıya bürünen, geleneksel bağları zayıflayan bu kitleler; yaşadıkları uyum problemleri ve yalnızlık hisleriyle birlikte çeşitli arayışlara girmiştir. İç huzur, güven ve istikrar arayan işte bu kitlelere, manevi altyapılarına en uygun olan tarikat ve cemaat örgütlenmeleri önemli birer cazibe merkezi haline gelmiştir. Bu vesileyle genişleyen ve güçlenen tarikatlar, değişen konjonktürle birlikte manevi eğitim ve irşat faaliyetlerinin ötesinde toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal faaliyetlere girişmeye başlamışlardır (Çelik, 2012).

Nitekim 1970’li yıllarla birlikte Türkiye’nin siyasi ve toplumsal yapısında yaşanan hızlı değişimler, muhafazakâr kesim ile hâkim yönetim sistemi arasında derin bir etkileşim doğurmuştur. 1970’lerin sonuna doğru tırmanan ve sağ-sol çatışmaları olarak adlandırılan kaos döneminde sessizlik stratejisi izleyen muhafazakârlar, devlet aygıtıyla karşı karşıya gelmemeye özen göstermişlerdir (Bora, 2013). Bu tutumun bir sonucu olarak, 12 Eylül 1980 darbesinden sonra ciddi bir baskıyla karşılaşmamışlar, hatta Cumhuriyet tarihi boyunca kendileri için en elverişli ve rahat dönemi yaşamışlardır (Kurtoglu, 2005).

1.3. Cumhuriyet Sonrasında Etkili Olan Tarikat ve Cemaatler

Osmanlı toplumsal yapısının ayrılmaz bir parçası olan tarikat ve cemaatler, Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte çeşitli baskılara maruz kalmış ve nihayetinde yasaklanmıştır. Ancak yasaklanmalarına rağmen barındırdıkları direniş ve muhalefet potansiyeli, kurucu kadrolar tarafından sürekli bir tehdit olarak algılanmıştır. Nitekim Şeyh Sait Ayaklanması ve Menemen Olayı gibi gelişmeleri birer eşik olarak gören yönetici elit, ülke genelinde pek çok dini aktörü cezalandırarak tasfiye etmiştir. İnkılapların yerleşmesi adına uygulanan bu baskıcı politikalar, çok partili hayata geçişin yaşandığı 1945 yılına kadar sürmüştür. 1950'de DP'nin iktidara gelişi ise hem muhafazakâr kesim hem de kurumsal İslam için bir rahatlama dönemi başlatmıştır. Bu tarihten itibaren köklü tarikatlarda belirgin bir toparlanma ve yeniden kurumsallaşma süreci yaşanırken; ülkenin değişen sosyo-politik yapısına paralel olarak yeni dini oluşumlar da filizlenmiştir. Dönemin getirdiği serbestiyet ortamında, geçmişteki yoğun baskıların yarattığı toplumsal tepkiyi de arkasına alarak hızla örgütlenen bu yapılar; sosyal, siyasal ve ekonomik alanlarda geniş faaliyet ağları kurmuştur. Bu süreçte toplumsal yapıya yön veren en dinamik unsurları; tarikat kanadında Nakşibendiler ve Kadiriler, cemaatleşme ekseninde ise Nurettinler, Süleymanlılar ve Işıkçılar gibi gruplar oluşturmuştur.

1.3.1. Nakşibendi Tarikatı

Nakşibendilik tarikatı, 1318-1389 yılları arasında Türkistan'da yaşayan Muhammed Bahaüddin Nakşibend tarafından kurulmuştur (Aydın, 2018). Farsça "nakış yapan" anlamına gelen Nakşibend ismi, kalbi ilahi aşkla işlediği inanışından gelir (M. Kara, 2018). Tarikatın kurallı ve örgütlü yapısının ilk izlerine Gazneliler döneminde, Hoca Yusuf el-Hemedânî'nin şeyhliğinde rastlanır. Tarikatın Ehli Sünnet akidelerine sıkı bağlılığı, Sünni hükümdarların takdirini kazanmasını ve geniş coğrafyalara yayılmasını sağlamıştır. Hamadani'nin öğrencilerinden Ahmet Yesevi tarikatı

Maveraünnehir’de, Abdülhalik el-Gucdivani ise Harizm ve Horasan’da yaymıştır. Zamanla Yesevilik Türkler arasında, Gudivani’nin "Haceğan" kolu ise Tacikler ve Türkler arasında etkili olmuştur. Zayıflayan Haceğan kolu, 14. yüzyılda Bahaüddin Nakşibend tarafından canlandırılarak "Nakşibendiyye" adını almıştır Tarikat, en parlak dönemini Semerkand’da Übeydullah Ahrar liderliğinde yaşamış; Orta Asya’dan Balkanlar’a, Hicaz’dan Hindistan’a kadar yayılmıştır (Algar, 2006).

Tarikatın Hindistan kolu olan Müceddidiyye, ünlü Mektubat eserinin de yazarı olan İmam Rabbani tarafından kurulmuştur (Algar, 2006). Bu kol, ilerleyen dönemde Türkiye’deki Işıkçılar Cemaati’nin doğuşuna zemin hazırlamıştır. Diğer önemli kol ise politik olaylarda aktif rol oynayan Halidiyye’dir. Mevlana Halid Bağdadi (1776-1826) tarafından kurulan bu kol, gerileme dönemindeki Osmanlı’da Batı taklitçiliğine ve İslam’dan uzaklaşan gruplara karşı mücadele etmiştir (Özköse, 2016).

Milli Mücadele döneminde Nakşibendilik aktif bir rol üstlenmiştir. Özellikle Doğu ve Güneydoğu’da Kuvayı Milliye hareketlerini örgütlemiş, ilk meclise milletvekili göndermişlerdir. Erzincan’daki Şeyh Ahmet Fevzi Efendi dergâhı ve İstanbul Üsküdar’daki Özbekler Tekkesi bu dönemde öne çıkmıştır. Şeyh Ata yönetimindeki Özbekler Tekkesi, işgal altındaki İstanbul’dan Anadolu’ya geçmek isteyen aydın ve subaylar için güvenli bir köprü olmuş ve silah sevkiyatı yapmıştır (Yılmaz, 2020). Cumhuriyetin ilanı sonrası tekke ve zaviyelerin kapatılması, eğitim birliğinin ilanı ve laiklik uygulamaları, şeriatı temel alan Nakşibendilik ile yeni rejimi karşı karşıya getirmiştir. Tarikat, esnek olmayan Sünni yapısı gereği laiklik adımlarına muhalif bir tutum takınmıştır. 1930 yılındaki Menemen Olayı’na adlarının karışmasıyla şiddetle bastırılan tarikat yeraltına çekilmiştir (Dokuyan, 2021). Tek parti döneminin ardından yeniden ortaya çıkan Nakşibendilik; günümüzde İskenderpaşa, İsmailağa, Menzil ve Erenköy gibi cemaatlerle

Türk siyasi ve toplumsal yapısını etkilemeye devam etmektedir.

1.3.2. İskender Paşa Cemaati

Mehmet Zait Kotku, Diyanet bünyesinde bir imam olmasına rağmen, görev yaptığı İstanbul Fatih'teki İskenderpaşa Camisi çevresini Nakşîliğin çekim merkezi haline getirmiştir. Medresede pozitif bilimler üzerine de eğitim alan Kotku; "birey, ahlak ve Allah" üçgeninin dışına çıkarak pozitif bilimlere önem veren ve "okumuş, şehirli aydın" profilini öne çıkartan modern bir ekol oluşturmuştur. Üniversite camiasına büyük ilgi gösteren Kotku, İstanbul Teknik Üniversitesi'nden Prof. Dr. Necmettin Erbakan ile Turgut Özal, Korkut Özal, Hüsnü Doğan, Hasan Aksay ve Temel Karamollaoğlu gibi gelecekte Türk siyasetine yön verecek parlak isimleri İskenderpaşa Cemaati'ne kazandırmıştır (Atay, 2019).

Cemaat, diğer cemaat yapılarına kıyasla yüksek akademik niteliklere sahip kadrosuyla, toplumsal ve siyasi alanda kısa sürede etkili bir aktör haline gelmiştir. Bu stratejik konumunu siyasi arenaya taşıma eğilimi, Prof. Dr. Necmettin Erbakan'ın Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) başkanlığına aday gösterilmesiyle somutlaşmıştır. Dönemin Başbakanı Süleyman Demirel'in muhalefetine karşın Erbakan, seçimlerde en yüksek oyu alarak başkan seçilmeyi başarmıştır. Ancak Erbakan'ın söylemleri, büyük sermaye gruplarının merkezleri olan İstanbul ve İzmir Ticaret Odaları nezdinde ciddi bir huzursuzluğa yol açmıştır. Bu kesimlerden gelen yoğun baskılar neticesinde, dönemin Adalet Partili (AP) Ticaret Bakanı, söz konusu seçimi tanımadığını beyan ederek Erbakan'ı bu karar merkezinden uzaklaştırmıştır (Sarıbay, 1985). Bu müdahale ve ardından Erbakan'ın AP'den milletvekili adaylığının veto edilmesi, cemaat ile AP ve dolayısıyla Demirel arasında köprülerin atılmasına neden olmuştur. Söz konusu süreç, İskenderpaşa Cemaati'nin siyasetle olan ilişkisini dönüştürerek, cemaati siyasi alana çok daha görünür ve aktif bir şekilde müdahil

olmaya sevk eden temel kırılma noktalarından birini oluşturmuştur (Atal & Şimşek, 2006b; Işık, 2023b).

Cemaat, Erbakan önderliğinde bir parti teşkilatlanmasına girilerek 26 Ocak 1970 tarihinde Milli Nizam Partisi (MNP) çatısı altında ilk siyasi oluşumunu kurmuştur. Genel olarak muhafazakâr ve sağ seçmen kitlesini hedefleyen parti, Erbakan’ın vurgusuyla "Milliyetçi ve Mukaddesatçı Bir Türkiye Yaratmak" sloganı ekseninde siyasi hayatına başlamıştır. 12 Mart Muhtırası’nın ardından 1971 yılında kapatılan parti, 12 Ekim 1972’de Milli Selamet Partisi (MSP) adıyla yeniden faaliyete geçmiş ve aynı muhafazakâr söylemlerle Türk siyasi hayatındaki yerini tahkim etmiştir. Girdiği ilk genel seçimlerde kayda değer bir oy oranı ve sandalye sayısı elde ederek Türkiye’nin üçüncü büyük partisi konumuna yükselmiş ve koalisyon ortağı olarak hükümet sorumluluğu üstlenmeyi başarmıştır. 1980 yılında Kotku’nun ölümü üzerine cemaatte bir dalgalanma ve sarsıntı yaşanmaya başlamış, oğlu olmadığı için yerine damadı İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi olan Prof. Dr. Mahmut Esad Coşan geçmiştir. 12 Eylül 1980 darbesinin hemen arkasından yine siyasette etkin olmaya başlayan cemaat içerisinde bu sefer politik kavgalar yaşanmaya başlamıştır. Cemaatin başına geçen Coşan partinin kontrolünün de kendisinde olmasını istemiş, ancak Erbakan bu talep ve girişimlere karşı çıkarak “Partiyi bana Kotku Hoca verdi” diyerek liderliğini muhafaza etmeye çalışmıştır (Atal & Şimşek, 2006b; Işık, 2023b; Kıvrak, 2020). Ortaya çıkan bu ayrılık Cemaatin Erbakan’dan desteği çekmesine neden olacak ve başka bir parti örgütlenmesi fikrini gündeme getirecektir. Ancak konjonktürel etkiler, aranan desteğin diğer cemaatlerden bulunamaması yeni bir parti fikrinin ortadan kalkmasına neden olmuştur (Atay, 2019).

Mahmut Esad Coşan, liderliği devralmasının ardından cemaatin kurumsallaşma sürecinde stratejik adımlar atmıştır. İlk olarak aylık İslam dergisini yayın hayatına sokmuş; ardından İlim ve Sanat ile Kadın ve Aile gibi mecralarla cemaatin iletişim ağını yazınsal alana taşımıştır. Sivil toplum

faaliyetlerini daha örgütlü bir zemine oturtmak amacıyla Hakyol ve İlim ve Sanat vakıfları gibi çeşitli vakıflar ile kadın dernekleri kurmuştur. Coşan, bu girişimlerle geleneksel tarikat yapısını modern bir organizasyona dönüştürmeyi hedeflemiş ve meşruiyet zeminini genişletmiştir. Bu yapısal dönüşüme paralel olarak cemaati ekonomik alana da taşıyan Coşan; turizm, medya, sağlık ve yayıncılık gibi geniş bir yelpazede faaliyet gösteren şirketler kurmuştur. Nihayetinde tüm bu ticari iştirakleri "Server Holding" çatısı altında birleştirerek cemaati kurumsal bir holding statüsüne kavuşturmuştur. Coşan'ın 2002 yılında Avustralya'da geçirdiği bir trafik kazası sonucu vefat etmesinin ardından, liderlik koltuğuna Suudi Arabistan'da dini ilimler ve Arapça eğitimi alan, 1987'de Amerika'da işletme tahsili yapan ve bu alanda yüksek lisans derecesine sahip olan oğlu Muharrem Nurettin Coşan geçmiştir.

1.3.3. İsmailağa Cemaati

Osmanlı şeyhülislamlarından olan ve İsmail Ağa olarak anılan Ebu İshak İsmail Efendi, 1723'te Fatih'te adını taşıyan camiye inşa ettirmiş, bu cami etrafında zamanla kendisine bağlı bir cemaat oluşmuştur. Onun ölümünden sonra cemaat, Nakşî tarikatına bağlanarak tarikat görünümüne bürünmüştür. Cemaatin en önemli isimlerinden biri olan Şeyh Batur-Ahıskalı Ali Haydar Efendi 1960'a kadar cemaatin liderliğini yürütmüştür. Ali Haydar Efendi, 1900'lerin başında Fatih'te müderrislik yapmış, 1916'dan Osmanlı Devleti'nin yıkılışına kadar sarayda düzenlenen Huzur Dersleri'ne katılmıştır. Cumhuriyet'in ilanının ardından ise 1926'da Şapka Devrimi'ne muhalefetten İstiklal Mahkemesi'nde yargılanmış ve altı ay Ankara'da cezaevinde kalmıştır. 1960'ta onun ölümüyle yerine, aynı zamanda İsmailağa Camii imamı olan Mahmut Ustaosmanoğlu geçmiştir (Aydın, 2006).

Daha önce ifade edildiği gibi, 18. yüzyılda İslam toplumlarının Batı karşısında gerilemesiyle ortaya çıkan duruma tepki olarak Nakşîler, Peygamber zamanı olan Asr-ı Saadet'i savunmuş, Peygamber'in yaşadığı dönemdeki gibi

yaşanması hâlinde üstünlüğün yeniden elde edilebileceğini iddia etmişlerdir. Bu nedenle İslam dışı tüm hareketleri Batı taklitçiliği olarak reddetmişlerdir. Kimi dönemler baskın olan bu düşünce yapısı zaman zaman hafiflemiş olsa da tarikatın belli başlı kollarında ağırlıklı olarak yaşatılmıştır. Bu düşüncenin en radikal biçimde yaşatıldığı kol ise İsmailağa Cemaati olmuştur. Sadece siyasi alanda değil, toplumun ve bireyin tüm yaşam tarzında Asr-ı Saadet döneminin yaşatılması gerektiğine inanan ve giyim kuşamını dahi buna göre düzenleyen cemaat, bu yönüyle diğer tüm cemaatlerden ayrılmıştır. Cemaat kurallarına göre kadınlar kara çarşaf, erkekler ise cüppe giymekte; hazır giyim tercih edilmemekte, erkekler namaz kılarken takke yerine beyaz sarık takmaktadır. İsmailağa Cemaati bu görüntüsüyle gerek muhafazakâr kesimden gerekse laik kesimlerden tepki çekerken, radikal muhafazakâr siyasal akımlardan övgü ve destek almıştır (Atal & Şimşek, 2006d).

Cemaat sosyal ve beşerî alandaki faaliyetleri, etkide bulunduğu geniş kitlesi nedeniyle hala Türkiye’nin önde gelen yapılarından birisi olmayı sürdürmektedir. Özellikle eğitim faaliyetleri ile öne çıkan cemaat modernleşme ve sekülerleşmeye karşı kendi tabanını dini değerler çerçevesinde diri tutmaya önem göstermektedir (Taştan, 2021). Bu anlamda medya araçlarından medrese, Kur’an kursu ve özel okullara kadar geniş bir alanda hizmet üretmektedirler (İsmailağa Cemaati hakkında ne biliyoruz?, 2022). Siyaset alanında da adından sıkça söz ettiren cemaat çok partili döneme geçildiğinden beri sağ ve muhafazakâr partileri desteklemesiyle bilinmektedir. Ancak cemaatin siyaset ilişkisi hiçbir zaman doğrudan olmamış, bizzat kendileri olarak politik bir faaliyetin içinde yer almamışlardır (Hamsici, 2024). Ancak süreç içerisinde bakıldığında cemaatin sırasıyla DP, MSP, ANAP, Refah Partisi (RP) ve son olarak da Adalet ve Kalkınma Partisi’ni desteklediği ifade edilebilir (Atal & Şimşek, 2006d).

1.3.4. Erenköy Cemaati

Erenköy Cemaati'nin tarihsel kökenleri, Kelami Dergâhı ve bu dergâhın şeyhi Erbilli Mehmet Esat Efendi'ye kadar uzanmaktadır. Erbilli, II. Abdülhamit zamanında Erbil'e sürgün edilmiş, II. Meşrutiyetin ilanıyla birlikte tekrar İstanbul'a dönerek Kelami Dergâhı'nı yeniden faaliyete geçirerek dini hizmetlerde bulunmuştur. Çeşitli resmi görevlerde de bulunan Esad Efendi, tekkelerin kapatıldığı 1925 yılına kadar Kelâmî ve Selimiye dergâhlarında irşad faaliyetlerini sürdürmüştür. Tekkelerin kapatılmasının ardından Erenköy'deki evinde polis gözetiminde yaşamaya başlayan Esad Efendi, Aralık 1930'daki Menemen Olayı ile ilişkilendirilerek oğlu Mehmed Ali Efendi ile birlikte tutuklanarak Menemen'e götürülmüşlerdir. Oğluyla idam cezasına çarptırılan Esad Efendi'nin cezası yaşı nedeniyle müebbet hapse çevrilmiş, oğlu ise idam edilmiştir. Esad Efendi, 1931 yılında Menemen'de askerî hastanede tedavi gördüğü sırada vefat etmiştir. Zehirlendiğine dair iddiaların bulunduğu Esad Efendi'nin naaşı ailesine teslim edilmeyerek Menemen'e defnedilmiştir (Yılmaz, 1995).

Esat Efendinin vefatının ardından öğrencisi ve icazetlisi olan Mahmud Sami Ramazanoğlu Erenköy'e yerleşmiş; Zihni Paşa Camii'nde gerçekleştirdiği vaazlarla, zamanla semtin adıyla anılacak olan "Erenköy Cemaati"ni kurmuştur. Çalışkanlığı ve el emeğiyle geçimini sağlama konusundaki titizliğiyle tanınan Ramazanoğlu, hayatı boyunca muhasebecilik yaparak yaşamını idame ettirmiştir (Tosun, 2007). Cemaatin sosyoekonomik profili, diğer dini yapılanmalardan önemli ölçüde ayrılmaktadır. Muhasebecilik mesleğini icra eden ve varlıklı bir aileden gelen Ramazanoğlu'nun liderliğinde cemaat, çoğunlukla yüksek gelir grubuna mensup bireylerden teşekkül etmiştir. İskenderpaşa Cemaati'nin "entelektüel", İsmailağa Cemaati'nin ise "gelenekçi" çizgisine kıyasla, Erenköy Cemaati "burjuva" nitelikleriyle öne çıkmaktadır. Üyelerinin sosyoekonomik düzeylerinin yüksekliği, cemaatin toplumsal ve ekonomik alandaki gücünü pekiştiren bir unsur olarak

değerlendirilmektedir. Mahmud Sami Ramazanoğlu'nun vefatı sonrası cemaat liderliğini Musa Topbaş üstlenmiştir (Atal & Şimşek, 2006c).

Nakşibendî geleneği içerisinde esnaf ve işadamları kolu olarak da bilinen (Açık, 2020) Erenköy Cemaati de diğer pek çok dini grup gibi siyasi süreçlerle yakın bir ilişki içerisinde olmuştur. Cemaatin kurucusu Mahmut Sami Ramazanoğlu siyasetten uzak durmasına rağmen Milli Nizam ve Milli Selamet partilerine manevi anlamda destek vermiştir. Onun vefatından sonra cemaatin başına geçen Musa Topbaş ise biraz daha belirgin şekilde siyasi safını belli etmiş ve 1983 seçimlerinde ANAP'ı açıktan desteklemiştir. 1980'lerin sonuna doğru ANAP'ın liberallerin etkisine girmeye başlamasıyla birlikte cemaatin ibresi yavaş yavaş RP'ye yönelecek ve 28 Şubat öncesi ve sonrası da dahil olmak üzere partiye destek sürdürülecektir (Ermis, 2018). RP ve devamında kurulan Fazilet Partisi'nin (FP) de kapatılması sonrasında Cemaat yeni kurulan AK Parti'yi desteklemeye başlayacaktır (İnce, 2017).

Cemaat tek bir yapı olarak görülse de Anadolu ve İstanbul kolları olmak üzere iki grupta hareket ettiği bilinmektedir. Anadolu faaliyetleri Yahyalı Hacı Hasan Efendi'nin oğlu olan **Ali Ramazan Dinç** tarafından yürütülürken İstanbul kolu ise Musa Topbaş'ın oğlu **Osman Nuri Topbaş** tarafından yönetilmektedir. Bu iki başlılığa rağmen cemaat son derece uyum içerisinde faaliyetlerin sürdürmektedir. İstanbul faaliyetlerinin merkezinde Aziz Mahmud Hüddai Vakfı ile Muradiye Vakfı öne çıkmaktadır. Cemaatin aynı zamanda Erkam adlı bir radyo istasyonu ve 1986'dan beri yayınlanan Altınoluk adlı bir dergisi vardır (Ataş, 2022).

1.3.5. Menzil Cemaati

Menzil Grubu, Nakşibendiliğin Hâlidî koluna mensup olup kamuoyunda "Adıyamanlılar" olarak bilinen bir dini yapılanmadır. Cemaat, merkezini Adıyaman ilinin Kâhta ilçesine bağlı Menzil köyünde tesis etmesi nedeniyle bu

isimle anılmaktadır. Hareketin kurucusu, Nakşibendi geleneğinin önemli isimlerinden biri olan Seyyid Abdülhakim Hüseyini'dir. Hüseyini'nin 1972 yılında vefatının ardından, irşat faaliyetlerini yürütmek üzere oğlu Muhammed Raşit Erol liderliği üstlenmiştir. Muhammed Raşit Erol döneminde cemaat, kısa sürede yurt içi ve yurt dışından geniş bir müntesip kitlesine ulaşmıştır. Bu hızlı genişleme süreci, dönemin siyasi atmosferinde 12 Eylül yönetimi tarafından dikkatle izlenmiş ve neticesinde Erol, Çanakkale'nin Gökçeada ilçesine sürgün edilmiştir. Ada koşullarının sağlık durumu üzerindeki olumsuz etkileri sebebiyle, askeri konseyin kararı neticesinde önce Ankara'ya nakledilmiş, ardından Menzil köyüne geri dönerek faaliyetlerine kaldığı yerden devam etmiştir. Muhammed Raşit Erol, irşat faaliyetlerini yürüttüğü sırada, 1991 yılının Ramazan Bayramı'nda bir suikast girişimine maruz kalmıştır. İçerisine toksik madde enjekte edilmiş bir şırınganın kullanıldığı bu saldırıdan, acil tıbbi müdahale sayesinde kurtulmayı başarmıştır. Şeker hastalığı, hipertansiyon ve romatizmal rahatsızlıklar gibi kronik sağlık sorunlarıyla mücadele eden Erol, 1993 yılında tedavi için gittiği Afyon kaplıcalarından Ankara'ya dönüşü sırasında rahatsızlanmıştır. Kısa bir süre sonra gerçekleşen vefatı üzerine, hareketin liderliği yeni bir sürece girmiştir (Ö. Yılmaz & Yıldız, 2005) (DİA, 1995).

Muhammed Raşit Erol, tarikat içerisindeki faaliyetlerinde ilmi tahsili merkeze alan bir lider profili çizmiştir. Çevresini hem ruhî hem dinî ve hem de eğitim yönüyle imar etme çabasında olan Erol müntesiplerini sürekli olarak öğrenmeye ve entelektüel gelişime teşvik etmiştir (Özcan, 2016) ve İlmînin dinî yaşamdaki belirleyici rolünü şu sözleriyle vurgulamıştır: Ey Allah'ın kulları! Bir talebe yetiştirmek, bin kişiyi sofi yapmaktan daha faziletlidir. Hele bir de talebe Peygamberlerin varisi olursa. Siz dininizi beldesinde bulunan en büyük, en muttaki alimlerden öğrenin. Herkesten fetva sormayın. Çünkü memlekette fetva verecek çok azdır. İlimle meşgul olan kimse dünyada en

güzel iş ile meşgul olmaktadır. İlim olmadığı zaman cehalet olur. Cahilin abidide sofiside hüsrandır” (Muslu, 2021)

Erol’un eğitime verdiği bu önem, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin kadınların eğitimini de kapsayan bir vizyona sahiptir. Onun bu tavsiyesi, müntesipler nezdinde bağlayıcı bir nitelik kazanmış ve cemaat, diğer Nakşibendi kollarına kıyasla kız çocuklarının ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarına devam etmesi konusunda daha teşvik edici bir tutum sergilemiştir. Hatta akademik literatürde, Türkiye’deki üniversitelerde başörtülü öğrenci sayısının artışında, bu cemaat stratejisinin de etkili olduğu ileri sürülmüştür (Atal & Şimşek, 2006a). Bununla birlikte Muhammed Raşit Erol, metodolojik olarak farklı bir yaklaşıma yönelmiştir. Klasik tarikat anlayışında ağırlıklı olan fıkıh ve kelam odaklı eğitim metotlarının ötesine geçerek, “Devir öyle ki, imanı kurtaralım ve pekiştirelim, kâfi” düsturuyla “imanı tesis” sürecini önceliklendirmiştir. Erol, bu yaklaşımıyla tarikatın irşat faaliyetlerini, dönemin sosyolojik gerekliliklerine göre yeniden konumlandırmıştır (Özgürel, 2001).

Menzil Grubu, Türkiye’deki pek çok dini yapılanma gibi siyasi arenayla ilişkili bir seyir izlemiş, ancak diğer cemaatlerden farklı olarak genel çizgisi itibarıyla devlet yanlısı bir tutum benimsemiştir. Muhammed Raşit Erol döneminde izlenen bu strateji, cemaatin Adıyaman merkezli nüfuzunun Anadolu’nun pek çok bölgesine yayılmasında belirleyici olmuştur. Özellikle 12 Eylül dönemi sonrasında, siyasi süreçlerden etkilenen milliyetçi-muhafazakâr kesimden (ülkücü camiadan) katılımların artması, grubun Türkiye genelindeki popülaritesini ivmelendirmiştir. Bu bağlamda, Büyük Birlik Partisi’nin merhum lideri Muhsin Yazıcıoğlu’nun cemaatle olan ilişkisi, söz konusu dönemdeki siyasi etkileşimin en bilinen örneklerinden birini teşkil eder. Siyasi tercihleri bağlamında cemaat, Turgut Özal dönemi politikalarına destek vermiş; Özal’ın vefatının ardından Necmettin Erbakan’ın girişimleriyle RP ile yakınlaşmıştır. Günümüzde ise cemaat yönetimi, kurumsal kimlikleri adına

resmi bir siyasi beyanatta bulunmaktan imtina ederek, siyasi tercihler konusunda ihtiyatlı ve gizli bir tutum izlemeyi tercih etmiştir (Atal & Şimşek, 2006a; A. R. Kılıç, 2017).

Muhammed Raşit Erol'un vefatının ardından cemaatin irşat faaliyetlerini kardeşi Şeyh Seyyid Abdülkadir Erol üstlenmiştir. Cemaatin coğrafi yayılımı; İstanbul, Ankara ve Sakarya başta olmak üzere Anadolu'nun birçok şehrine yoğunlaşmıştır. Özellikle İstanbul ve Ankara'daki faaliyetler, 'Semerkand' kimliği çatısı altında yürütülmektedir. Cemaatin kamuoyunda dikkat çeken en önemli yönlerinden biri, Adıyaman'daki Menzil köyünün adeta bir rehabilitasyon merkezi işlevi görmesidir. Alkol ve madde bağımlılığı ile mücadele eden bireyler, irşat ve dua yoluyla bu alışkanlıklardan kurtulma beklentisiyle köye yoğun bir şekilde ziyaret gerçekleştirmektedir (Kızmaz & Çevik, 2016). Bu durum, Menzil köyünü dini temelli bir çekim merkezi ve turizm odağı haline getirmiştir.

Ekonomik ve sosyal örgütlenme bağlamında Menzil grubu, diğer pek çok dini yapı gibi vakıflaşma modelini benimsemiştir. Bu vakıflar aracılığıyla yürütülen eğitim faaliyetleri ve sağlanan burs imkânları, cemaatin toplumsal tabanını genişleten temel unsurlardır. Grubun medya ve yayın organları arasında Semerkand Dergisi merkezî bir konumdadır. Yayın çeşitliliğine önem veren cemaat; ailevi meselelere odaklanan Semerkand Aile, çocuklara yönelik Semerkand Çocuk, siyasi ve kültürel içerik üreten Mostar, ayrıca Genç Okur, Eşik, Haşimi, Hacegan ve Şadırvan gibi dergilerle faaliyetlerini sürdürmektedir. Cemaat, medya alanındaki varlığını Radyo 15 (Semerkand Radyo) ve Semerkand TV kuruluşlarıyla pekiştirmiştir. Bu mecralarda, cemaatin temel ilke ve öğretileri doğrultusunda geniş bir yelpazede yayınlar gerçekleştirilmektedir. Sosyal yardım faaliyetlerini Beşir Derneği aracılığıyla yürüten grup; bunun yanı sıra eğitim, sağlık ve turizm gibi stratejik sektörlerde de kurumsal faaliyetler yürüterek etkisini artırmaktadır (Yakışır, 2019).

1.3.6. Işıkçılar Cemaati

Işıkçılık, tarikat, cemaat veya dini akım gibi farklı niteliklerin odağında yer alan bir yapı olsa da tarihsel arka planı incelendiğinde, belirli bir tarikat kolundan geldiği ve bu gelenekten beslendiği görülmektedir. Cemaat gerek ulaştığı kitle gerekse maddi etkinlikleri bakımından özellikle 1980’li yıllarda ön plana çıkmıştır. Işıkçılık cemaatinin gelişim sürecinde dört temel ismin belirleyici olduğu görülmektedir. Bu isimlerin ilki, Nakşibendiğin Hindistan kolu olan Müceddidiye’nin kurucusu İmam Rabbani’dır. Hindistan’da gelişimini tamamlayan bu ekol; Irak, Hicaz ve Suriye üzerinden Halidiye kolu olarak yeniden teşekkül etmiş ve buradan Türkiye’ye yayılmıştır. Işıkçılık geleneği de bu tarihsel silsilenin bir devamı kabul edilmektedir (Tekin, 2006).

Işıkçılığın ikinci önemli ismi Seyyid Abdülhakim Arvasi’dir. Bir Nakşibendi şeyhinin oğlu olan Arvasi, Van’da doğmuş ve burada yetişmiştir. Aile ortamında aldığı dini eğitimden sonra, kendi köyünde bir medrese yaptırarak gençlere dini bilgiler öğretmeye başlamıştır. Arvasi yalnızca eğitim faaliyetleriyle yetinmemiş; çevresindeki ve ulaşabildiği beldelerdeki Müslüman halkı, İran kaynaklı dini ve siyasi fikirlere karşı uyarmıştır. Birinci Dünya Savaşı döneminde Ermeni ve Rus işgali üzerine ailesiyle birlikte İstanbul’a gelmiş; Eyüp Sultan’a yerleşerek Kaşgari Dergâhı’nda tarikat şeyhliğine devam etmiştir. İstanbul’daki yaşamında imamlık, vaizlik ve talebe yetiştirme faaliyetlerini bir arada yürütmüştür. Medreselerin kapatılmasının ardından sohbetlerini dergâh çatısı altında sürdürmüştür. 1930 yılında yaşanan Menemen Olayı’na adının karıştırılması üzerine ağır suçlamalarla yargılanmış, ancak yapılan yargılamalar sonucunda beraat etmiştir. Beraatin ardından vaazlarına devam etmesi, genç cumhuriyetin yönetiminde rahatsızlık yaratmış ve bu durum İstanbul’dan Ankara’ya sürgün edilmesine neden olmuştur (Güner, 1991).

Işıkçılık cemaatinin gelişim sürecindeki üçüncü önemli isim Hüseyin Hilmi Işık’tır. Cemaatin isimlendirilmesinde de

görüldüğü üzere Işık, hareketin hem kurumsal olarak şekillenmesinde hem de gelişmesinde başrol oynamıştır. İstanbul Eyüp'te dünyaya gelen Hüseyin Hilmi Işık, ilk eğitimi de bu bölgede almıştır. İlkokul çağındayken Kur'an-ı Kerim'i hatmetmiştir. 1929 yılında Halıcıoğlu Askeri Lisesi'nden mezun olduktan sonra Askeri Tıbbiye Mektebi'ne devam etmiş ve Türkiye'nin ilk yüksek kimya mühendislerinden biri olarak eğitimi tamamlamıştır. Hüseyin Hilmi Işık'ın düşünce dünyasının ve din algısının şekillenmesinde Seyyid Abdülhakim Arvasi'nin belirleyici bir rolü vardır. Arvasi'nin yanında uzun süre bulunan Işık, kendisinden Tasavvuf derslerinin yanı sıra Arapça, Farsça, Fransızca başta olmak üzere çeşitli dil dersleri de almıştır (Akman, 2023).

Işık, ilk kitabını 1959 yılında Saadet-i Ebediyye adıyla yayımlamıştır. Bu eser, cemaatin temel başvuru kaynağı olma özelliğini günümüzde de korumaktadır. Sürekli üzerinde çalıştığı bu kitabın son şeklini ise 1963 yılında vermiştir. 1966 yılında İstanbul'da önce Işık Kitabevi'ni, ardından Hakikat Kitabevi'ni kurmuştur. 1976 yılında ise İhlas Vakfı'nı hayata geçirmiştir. Hüseyin Hilmi Işık, bilinen anlamda siyasetle doğrudan ilgilenmemiş, devletle ters düşmemiş ve din adamlarının siyasetle ilgilenmesinin yanlış olduğunu ifade etmiştir (Algar, 2020). Ancak cemaat sonraki süreçlerde sağ partilerle yakın bir ilişki içerisinde olmuş ve yayın organları aracılığıyla özellikle iktidardaki sağ eğilimli siyasi yapıları desteklemiştir.

Işıkçılık cemaatinin dördüncü ve Hüseyin Hilmi Işık'ın vefatından sonra cemaatin başına geçen isim damadı Enver Ören'dir. Denizli'nin Honaz ilçesinde doğan Ören, ilk eğitiminin ardından lise tahsili için Kuleli Askerî Lisesi'ne yazılmıştır. Lise eğitiminden sonra İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi'ne girmiş ve buradan mezun olduktan sonra kazandığı NATO bursuyla mesleki çalışmalar yapmak üzere Napoli'ye gitmiştir (Kurucumuz Enver Ören, t.y.). Türkiye'ye döndükten sonra bir süre öğretim görevlisi olarak çalışmış, ancak 1970 yılında bu görevinden ayrılarak gazeteciliğe

başlamıştır. İlk olarak Hakikat adıyla çıkardığı gazeteyi, daha sonra ismini değiştirerek Türkiye Gazetesi adıyla yayınlamaya devam etmiştir. Ören’in bu basın macerası, zamanla holdingleşme sürecine evrilmiştir (Tekin, 2017).

Enver Ören dönemiyle birlikte Işıkcılık hareketinde birtakım değişimler yaşanmış; bu değişimler cemaatin daha çok dünyaya dönük bir şekilde örgütlenmesiyle tezahür etmiştir. Ören, cemaate fikirsel bağlamdan ziyade ticari ve maddi anlamda önemli katkılar sağlamış; cemaatin güçlenerek varlığını sürdürmesi büyük ölçüde bu ekonomik katkılara bağlı kalmıştır. Ören’in ticari hayatı, 1970 yılında satın aldığı bir taş ocağıyla başlamıştır. Bu ocaktan çıkarılan tebeşir tozu hammadde, Ören’in başarılı ticari serüveninin temelini oluşturmuştur. Söz konusu hammaddeyle tebeşir üretimine geçen Ören, "Altın Tebeşir" markasıyla Türkiye’deki tüm okullara girmeyi başarmıştır. Cemaatin oluşturduğu gönüllü pazarlamacılar sayesinde geniş bir dağıtım ve satış ağı kurmuştur. Bu alandaki başarısının ardından basın sektörüne girerek Hakikat gazetesini çıkarmaya başlamıştır. Adı daha sonra Türkiye Gazetesi olacak bu yayın, yine cemaatin gönüllü dağıtım ve pazarlama ağı sayesinde yüksek tirajlara ulaşmıştır. Gazetenin dini içeriğinin yoğunluğu, özellikle Anadolu halkının bu yayına olan ilgisini artırmıştır. Gazetenin benimsenmesi ve güvenilir bir imaj oluşturmaları sonucunda Ören, doğrudan pazarlama yöntemiyle küçük ev aletleri satışına başlamıştır. Ekonomik açıdan hızla büyüyen Enver Ören, birçok farklı sektöre yayılan iştiraklerini daha sonra İhlas Holding çatısı altında bir araya getirmiştir (Özel Haber, 2008).

1.4. İslam Referanslı Muhafazakâr Grupların Siyasallaşması

1. Dünya Savaşı sonunda işgal edilen Anadolu’da başlatılan Kurtuluş Mücadelesi’nin en önemli motive edici unsurlarından biri de din olmuştur. Mücadeleyi başlatan askeri kadro da bu gerçeğin farkında olarak, özellikle dini duyguları ve inançları yüksek olan Anadolu halkını süreçte dâhil edebilmek için tarikat önderleriyle iş birliğine gitmiştir.

Gerçekten de bu din önderleri ile tarikat mensupları, mücadelede büyük özveri ve başarılar göstermişlerdir (Çolak, 2007). Ancak mücadelenin ardından Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte, kurucu kadro muhafazakârlığın siyasal hayata dâhil olmasını istemediği için sert bir tasfiye süreci başlatmıştır. Halifeliğin kaldırılmasıyla birlikte bu tasfiye süreci zirve noktasına ulaşmış; bu durum, dinine bağlı Anadolu halkı ile Cumhuriyetin kurucu kadroları arasında günümüze kadar kapanmayacak kesin bir ayrışmaya yol açmıştır. Cumhuriyetin kurucu kadrosu, muhafazakârların direncini kırdıktan sonra onların yeni bir güç dengesi olarak ortaya çıkmalarını engellemek amacıyla dini kontrol altına almaya çalışmıştır. Bu doğrultuda dini yeniden tanımlarken, tüm dini kurumları da resmileştirerek bürokratik bir yapıya tabi kılmıştır (Erdoğan, 1999). Bir başka ifadeyle imamlar, hatipler ve müftüler, devlet yönetimindeki Diyanet İşleri Başkanlığına bağlanarak memur statüsüne getirilmiştir. Rejimin buradaki temel amacı; dinin yerine milliyetçi ideolojiyi ön plana çıkararak ümmet kimliğini unutturmak ve bir ulus devlet inşa etmektir (Ay, 2004). Yaşanan tüm bu gelişmeler sonucunda muhafazakâr kesim bir sessizliğe bürünse de buldukları her fırsatta kendi mücadeleleri için yeniden harekete geçeceklerdir (Aktay, 2000).

Muhafazakârların Cumhuriyete karşı ilk tepkisel hareketi Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ile olacaktır. Kâzım Karabekir önderliğinde bir muhalefet partisi olarak kurulan bu fırkaya, özellikle Anadolu'daki muhafazakâr kesimler büyük ilgi göstererek kısa sürede teşkilatlanmasını sağlamışlardır. Ancak Şeyh Said Ayaklanması'nı fırsat bilen yönetici kadro, partiyi kapatarak henüz belli bir güç oluşturmamadan tasfiye etmiştir (İslamoğlu, 2003). Buna rağmen muhafazakâr kesim mücadeleden vazgeçmeyecektir.

Muhafazakâr kesim için siyasi anlamda ikinci fırsat 1945'li yıllarda yakalanacaktır. Dünyadaki birtakım gelişmeler doğrultusunda çok partili sisteme geçmek zorunda kalan Türkiye, iktidarını seçim usulüyle belirlemeye başlayacaktır. Seçime dayalı böyle bir sistemin gelmesiyle

birlikte, iktidar partisi olan CHP'nin yönetici kadrosu dine karşı uyguladığı politikaları yeniden gözden geçirerek bu alandaki baskıyı hafifletecektir. Ancak bu girişimler sonuç vermeyecek; 1950’de yapılan genel seçimlerde, muhafazakâr kesimin de desteğini alan muhalefet partisi DP, büyük bir oy çokluğuyla iktidara gelecektir (Eroğul, 1990). İktidara gelen DP, dini hassasiyeti yüksek olan Anadolu halkının desteğini tam anlamıyla sağlayabilmek için kimi dini gruplara destek çıkacak, aynı zamanda devlet imkânlarını dini alanda devreye sokacaktır. Özellikle Adnan Menderes’in, Türkçe okunan ezanın yeniden Arapça aslıyla okunmasını serbest bırakması, muhafazakârların tamamen DP’yi desteklemesini sağlayacaktır (Coşkun, 2007). DP’nin kendisine sağladığı bu destek karşısında CHP de dine ve dindarlara yönelik politikalarında yumuşamaya gidecek; oluşan bu serbestlik ortamı içerisinde dini gruplar gittikçe güçlenmeye başlayacaktır.

1960 yılında DP iktidarına yönelik yapılan askeri darbe, muhafazakâr kesimde 1930’ların baskıcı ortamına geri dönüleceği endişesini yaratsa da darbe sonrasındaki süreç bu korkunun yersiz olduğunu göstermiştir. Darbe yönetimi, dini tamamen baskı altına almak yerine, modernleşme ve değişime eklemlenecek bir dini anlayış inşa etmeye yönelecektir. Bu sayede muhafazakârlar kazanımlarını korumakla kalmayacak, elde ettikleri yeni haklarla daha da güçleneceklerdir. Nitekim muhafazakârlığın siyasal anlamdaki asıl büyük gelişimi de 1961 sonrası dönemde gözlenecektir. Askeri yönetimden sonra yeniden demokratik sisteme geçilmesiyle birlikte muhafazakâr çevre, DP’nin devamı niteliğindeki AP’yi destekleyecektir. Bu güçlü desteği arkasına alan AP, tıpkı selefi gibi yüksek bir oy oranı yakalayarak 1965 seçimlerinde tek başına iktidara gelmiştir. Ancak AP lideri Süleyman Demirel’in, özellikle Nakşibendi tarikatı çevresiyle güç mücadelesine girmesi, muhafazakârların ilk kez bağımsız bir siyasi parti çatısı altında siyaset sahnesine çıkma arzusunu güçlendirecektir (Sarıbay, 1985).

Dönemin en büyük ve en etkili dini yapılarından biri olan Nakşibendi tarikatı ilk olarak kendi mensuplarından Necmettin Erbakan'ı Konya'dan bağımsız aday olarak meclise göndermeyi başaracak, ardından, Nurcu hareketin bir kesiminin de desteğini alarak yine Erbakan önderliğinde partileşme sürecini başlatacaktır. Nakşibendi İskenderpaşa Cemaati lideri Mehmet Zahid Kotku'nun bizzat ismini koyarak kuruluş sürecini başlattığı MNP; çeşitli dini cemaatlerin, küçük işletmecilerin, tüccarların ve esnaf gruplarının desteğiyle 26 Ocak 1970'te kurulacaktır (Sarıbay, 1985). MNP, Türkiye'de bağımsız bir İslami hareketin doğuşu yolunda küçük fakat ilk ciddi adım olarak kabul edilmektedir. Yürürlükteki yasal mevzuat sebebiyle İslami kimliğini açıkça ortaya koyamayan MNP; İslami bir nizamı savunduğunu ve bu yapıyı hangi yöntemlerle inşa edeceğine dair mesajlarını, ancak üstü kapalı ve sembolik ifadelerle dile getirebilecektir (Duman, 1999).

Ancak partinin üstü kapalı olarak verdiği mesajlar devletin gözünden kaçmamış ve hakkında açılan dava sonucunda MNP, kuruluşundan yaklaşık 16 ay sonra, Anayasa Mahkemesi kararıyla 20 Mayıs 1971 tarihinde kapatılmıştır. Anayasa Mahkemesi kapatma gerekçesini; "kurulu düzenin kısmen veya tamamen dini esaslara dayandırılması amacıyla faaliyette bulunmayı yasaklayan TCK'nın 163. maddesinin kaldırılmasını istemek, din derslerinin ortaöğretimde mecburi hale getirilmesini savunmak, hilafetin geri gelmesinde büyük faydalar görmek ve son 50 yıllık laik dönemi dalalet devri olarak nitelendirmek" şeklinde belirtmiştir. Bu kapatma kararı, siyasetteki ilk partileşme tecrübesini gerçekleştiren MNP kadrolarını yolundan döndürmeye yetmemiş, ikinci bir kapatma davasıyla karşı karşıya kalmak istemeyen MNP kurucuları, arka planda kalarak 17 Ekim 1972 tarihinde Süleyman Arif Emre'nin genel başkanlığında MSP'nin kurulmasını sağlamışlardır. Partileşme süreci tamamlandıktan sonra, eski MNP kurucu kadroları yavaş yavaş teşkilatlardaki yerlerini almış ve nihayet kapatılan

MNP’nin lideri Necmettin Erbakan da 23 Ekim 1973 tarihinde partinin başına geçmiştir (Sarıbay, 1985).

İslam dünyasıyla entegrasyonu savunan, Ortak Pazar’a karşı çıkan, temel amacının maddi ve özellikle manevi kalkınmayı sağlamak olduğunu öne süren MSP; gerçek başarının öz kaynaklara ve İslam’a dönmekle mümkün olacağını iddia etmiştir (Ersin & Yıldırım, 2016). Bu doğrultuda batılılaşma öncesindeki güçlü Osmanlı İmparatorluğu modelini referans alan parti, 14 Ekim 1973 seçimlerinde 1,2 milyon oy alarak 48 milletvekiliyle meclise girmeyi başarmıştır. Bu başarı, MSP’nin henüz ilk seçiminde iktidar ortağı olarak hükümette yer almasının önünü açmıştır. Seçimden birinci parti olarak çıkan ancak tek başına hükümet kuracak sayıya ulaşamayan CHP, MSP ile uzlaşarak koalisyon hükümetini kurmuştur. Ancak bu ortaklık; gerek genel af kanunu sürecindeki görüş ayrılıkları gerekse 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı sonrasında yaşanan siyasi gerilimler nedeniyle uzun ömürlü olmamış ve kısa süre içinde dağılmıştır (Erkoyuncu, 2025).

Muhafazakâr kesimin büyük bir çoğunluğunu tek başına temsil eden ve bu kitle tarafından desteklenen MSP, iktidarda kaldığı dönemdeki bazı uygulamaları nedeniyle kimi muhafazakâr grupların tepkisiyle karşılaşmıştır. Özellikle CHP ile birlikte meclisten geçirmeye çalıştığı Af Kanunu, partinin eleştirilmesine yol açmıştır. Bu süreçte, Nurcuları yeniden kendi safına çekmeye çalışan AP lideri Süleyman Demirel’in propagandaları ve milliyetçi-muhafazakâr bir çizgiyle siyasi mücadele yürüten Alparslan Türkeş’in hamleleri sonucunda MSP’nin oyları düşmüş; böylece muhafazakâr camia bu üç parti arasında parçalanmıştır (Duman, 1999). Bu bölünme neticesinde CHP karşısında güç kaybeden muhafazakâr grupların desteklediği bu üç parti, iktidarı sola kaptırmamak amacıyla "Türk-İslam Sentezi" söylemi etrafında birleşmiş ve "Milliyetçi Cephe" adı altında koalisyon hükümetini kurmuşlardır. Kurulan bu hükümetle birlikte imam-hatip okullarının ve Kur'an kurslarının sayısı artmış, İslam dünyası ile ilişkiler

yoğunlaşmış ve muhafazakâr kesim devlet bürokrasisinde kadrolaşmaya başlamıştır (Akşin, 2000). Tüm bunların yanı sıra MSP'nin; her köye bir cami projesi, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yetkilerinin artırılarak kadrolarının on katına çıkarılması, hac kotalarının kaldırılması, zorunlu ahlak dersi uygulaması getirilerek derslerin din görevlileri tarafından okutulması, resmi tatil günü olarak cumanın seçilmesi ve Osmanlı hanedanı üyelerine Türk vatandaşlığı hakkı verilmesi gibi kanun tekliflerini meclise sunması iktidar dengelerini derinden sarsmıştır. Bu radikal talepler, sağ-sol ekseninde halihazırda keskin bir biçimde kutuplaşmış olan Türkiye'yi 1980 askeri darbesine götüren siyasi gerilim sürecini hızlandırmıştır (Duman, 1999).

12 Eylül 1980'de Ordu hem siyasi hem de toplumsal olarak sağ, sol, muhafazakâr ve milliyetçi gibi kavramlarla keskin bir biçimde bölünen ülkede yönetime el koymuştur. Darbe yönetimi, ilk iş olarak mevcut karışıklıkların sebebi olarak gördüğü siyasi partileri kapatmıştır. Ancak darbeyi gerçekleştiren askeri kanat, müdahalesini meşrulaştırmak ve toplumsal bir taban oluşturabilmek için yeniden muhafazakâr kesimlerin desteğine başvurmak zorunda kalmıştır. Yeni hazırlanan anayasanın halk oylamasında kabul edilmesi için gereken bu desteği sağlamak amacıyla da kimi dini grupların önderleriyle temas kurulmuştur. Bu görüşmeler neticesinde muhafazakâr grupların büyük çoğunluğu askeri yönetime destek verirken; darbe yönetimi de muhafazakârların, zorunlu din dersleri ve imam-hatip okulu mezunlarının üniversitelerin her branşına girebilmesi gibi bazı kritik taleplerini yerine getirmiştir. Darbe sonrasında yeniden geçilen demokratik düzende de süreçten en kazançlı çıkan kitle yine muhafazakârlar olmuştur. Mevcut tüm siyasi partilerin kapatılması sonucunda seçmen olarak açıkta kalan muhafazakâr kesim, kendisi de bir Nakşibendi cemaati mensubu olan Turgut Özal'ın kurduğu ANAP'ı desteklemiş ve yüksek bir oy oranıyla tek başına iktidara taşımıştır (Kongar, 2001).

ANAP’ın iktidarı ile birlikte muhafazakâr kesim ciddi bir rahatlatma süreci yaşamış ve yeni imkânlarla kavuşmuştur. Tüm dini gruplarla iyi geçinmeye özen gösteren Özal, uyguladığı liberal politikalarla Türkiye’yi dünyaya açarken, eş zamanlı olarak içte ve dışta muhafazakâr unsurları gözetmiş; onların devlet bürokrasisinde ve ticaret hayatında tecrübe edinmelerine zemin hazırlamıştır. Özal ayrıca, radikal muhafazakâr grupları da devletle çatışan bir yapıdan uzaklaştırarak sistemle bütünleşen bir karaktere dönüştürmek için çaba sarf etmiştir (Emin, 1993). 1987 yılına gelindiğinde, Türkiye’deki muhafazakâr camia açısından yeni bir başlangıç daha yaşanmıştır. Yapılan referandum sonucunda, 12 Eylül Darbesi ile siyasi hakları yasaklanan parti liderleri yeniden siyaset yapma hakkı kazanmış ve bu kazanımın hemen ardından siyasi faaliyetlerine başlamışlardır. Bu isimler arasında kapatılan Millî Selamet Partisi’nin lideri Necmettin Erbakan da yer almıştır. Erbakan, 1983’te kurulan ancak o dönem seçime girmesi engellenen ve sonrasında pek varlık gösteremeyen RP’nin başına geçmiş; eski MSP kadrolarını yeniden partinin üst yönetimine getirmiştir. Hızlı, organize bir çalışma ve güçlü muhafazakâr söylemlerle işe koyulan RP; 1991 genel seçimlerinde Milliyetçi Çalışma Partisi (MÇP) ve İslahatçı Demokrasi Partisi (IDP) ile ittifak yaparak %16,9 oy oranıyla önemli bir başarı elde etmiştir (Kongar, 2001). Ancak RP için asıl büyük kırılma, 1994 yerel seçimleriyle gerçekleşmiştir. Bu seçimlerde RP, İstanbul ve Ankara da dahil olmak üzere 28 ilin belediye başkanlığını kazanmıştır. Bu sonuç, RP’nin ve dolayısıyla muhafazakâr kesimin siyasetteki büyük zaferinin habercisi olmuştur. Belediyelerin sunduğu imkânlarla birlikte hızlı bir teşkilatlanma sürecine giren RP, 1995 genel seçimlerinde sandıktan birinci parti olarak çıkmayı başarmıştır.

Seçimlerden birinci parti olarak çıkan RP, zorlu pazarlıkların ardından Doğru Yol Partisi (DYP) ile anlaşarak 54. koalisyon hükümetini (Refah-Yol) kurmuştur. Ancak geçmişteki çizgisi sebebiyle ordunun ve büyük medya gruplarının tepkisini çeken RP, rejime muhalif görülen İslami

düzen söylemlerini bu dönemde de sürdürerek kendisini kapatmaya götürecek süreci adeta tetiklemiştir. İktidara geldikten hemen sonra İslam ülkelerini ekonomik ve siyasi bir platformda buluşturmayı amaçlayan D-8 projesi, Taksim'e cami yapılması girişimi, tarikat liderlerine ve şeyhlerine Başbakanlık konutunda iftar yemeği verilmesi, Sincan'da düzenlenen olaylı Kudüs Gecesi, Aczimendi tarikatı üzerinden gündeme getirilen karmaşık ilişkiler ağı ve Genel Başkan Necmettin Erbakan'a atfedilen "Kanlı mı olacak, kansız mı?" sözleri gibi pek çok gelişme, askerin ve medyanın hedefi olmuştur. Bu olaylar etrafında hükümet aleyhine, askeri kanat destekli medya organları tarafından yoğun kampanyalar yürütülmüş; RP ve hükümet büyük bir siyasi krizle karşı karşıya kalmıştır. Yürütülen bu kampanyalar ve askerin sürece örtülü müdahalesi neticesinde, 28 Şubat 1997 tarihinde tarihi Milli Güvenlik Kurulu (MGK) toplantısı gerçekleştirilmiştir. Bu kurulda hazır bulunan generaller, irtica tehlikesine vurgu yaparak bu tehdide karşı bir dizi yasal düzenlemenin hayata geçirilmesini talep etmişlerdir. Kurul kararlarında; okullarda ve kamu kurumlarında kılık-kıyafet düzenlemesine gidilmesi ve imam-hatip okullarının ortaokul kısımlarının kapanacağı gerekçesiyle karşı çıkılan 8 yıllık kesintisiz zorunlu eğitim tasarısının yer alması, muhafazakâr kesim tarafından şiddetli protestoların yapılmasına neden olmuştur. Ancak tüm toplumsal gösterilere ve protestolara rağmen, iktidar ortağı DYP milletvekillerinden bir kısmının istifa etmesiyle birlikte Refah-Yol hükümeti dağılmış; Başbakan Necmettin Erbakan ve dolayısıyla muhafazakârlar iktidardan uzaklaştırılmıştır (Işık, 2023a).

Bu dönemde tüm muhafazakâr camia yoğun bir baskı çemberine alınmıştır. Muhafazakâr işletmelerden medya kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerinden kamuda çalışan devlet memurlarına kadar geniş bir kitle psikolojik baskıya maruz kalmıştır. Özellikle muhafazakâr kesimin yüksek sermayeli holding ve şirketleri "Yeşil Sermaye" olarak nitelendirilmiş; medya üzerinden ortaya atılan birtakım iddialarla bu yapılar baskılanmaya ve zayıflatılmaya

çalışılmıştır (Yiğit vd., 2023). Ancak tüm bu yıldırma ve korkutma politikalarına karşın muhafazakâr kesim; yetiştirmiş olduğu siyasi ve ekonomik kadrolar sayesinde değişen şartlara göre çözümler üretmiş, dönemin dinamiklerine uygun olarak kendisini yenilemeyi başarmıştır. Nitekim bugün muhafazakâr kesim hem Türk siyasetinde hem de ülke ekonomisinde geçmişle kıyaslanamayacak derecede güçlü bir pozisyonda yer almaktadır.

1.5. İslam Referanslı Muhafazakâr Çevrenin Ekonomik Gelişimi

Muhafazakârların ekonomik olarak büyümesindeki asıl dönüm noktası Turgut Özal dönemi olmuştur. Özal’la Türkiye ekonomisi serbest piyasa kurallarına göre şekillenmeye başlamış, siyasetin içindeki muhafazakâr kesim de bu yeni ekonomik yapıda yerini almıştır. Cumhuriyet sonrasında baskı gören tarikat ve cemaat tabanlı muhafazakâr gruplar, çok partili hayata geçilince bir anda gözde bir kitle haline gelmiştir. Çünkü nüfusun büyük kısmı Anadolu’da yaşamaktadır ve bu insanların inanç dünyasında cemaat ve tarikatlar büyük ağırlığa sahiptir. Bu yüzden, hükümetlerin halk oylarıyla seçildiği bir sisteme geçilmesi, dini grupların ve önderlerin siyasi değerini artırmıştır. 1950’lerde DP’nin iktidara gelmesiyle birlikte muhafazakârlar için yumuşayan siyasi atmosfer, sonraki dönemlerde daha da elverişli bir hal almıştır. Muhafazakâr taban, iktidarı hedefleyen partiler için daima büyük bir potansiyel barındırdığından, siyasi kulvarlarda olduğu gibi ekonomik alanlarda da teşvik edilen ve desteklenen bir kitle konumuna yükselmiştir. Ancak uzun tek parti döneminde ciddi bir yıpranma evresinden geçen ve yetişmiş nitelikli insan kaynağı kısıtlı olan muhafazakâr gruplar, bu ilk dönemlerde kurumsal olarak toparlanmaya çalışmış; asıl büyük sosyo-ekonomik atılımlarını ise sonraki süreçlere saklamışlardır.

Muhafazakâr grupların ekonomik anlamda gerçekleştirdikleri ilk büyük atılımlar 1980 askeri

darbesinden sonraki yıllara rastlamaktadır. 12 Eylül Askeri Darbesi'nin ardından askıya alınan demokratik sisteme yeniden geçilmesi ve yapılan ilk genel seçimleri kendisi de bir cemaat mensubu olan Turgut Özal'ın (Birand & Yalçın, 2012) kazanması, muhafazakârların ekonomik sahnedeki yükselişini başlatmıştır. Darbe öncesinde içe kapalı ve ithal ikameci bir ekonomiyi benimseyen Türkiye, Turgut Özal iktidarında hızlı bir şekilde serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecini başlatmıştır. Bu süreçle birlikte ülkeye yabancı sermayenin ve küresel finans kurumlarının girişi sağlanmış; iç piyasada faaliyet gösteren yerli firmalar yabancı ortaklarla iş yapabilme fırsatını yakalamışlardır (Duman, 2011). Tarikatlara karşı ılımlı ve yapıcı bir politika geliştiren Özal, benzer bir yaklaşımı dış politikada da sergileyerek Müslüman ülkelerle ilişkileri güçlendirmiştir. Özellikle Suudi Arabistan menşeli faizsiz finans kurumlarının Türkiye pazarına girmesini sağlayarak yerli muhafazakâr kesimi bu yeni sermaye modeliyle tanıştırmış ve ticari faaliyetleri teşvik etmiştir. Bu bağlamda ilk somut girişim Suudi Arabistan sermayesiyle atılmış ve 1984 yılında 5 milyar lira sermayeli Albaraka Türk, "Faizsiz Bankacılık" sloganıyla kurulmuştur. İlerleyen yıllarda bu girişimi Faysal Finans ve Kuveyt Türk gibi özel finans kurumları izlemiştir. Muhafazakâr kesimin kurumsal anlamdaki ilk ekonomik çıkışı da bu dönemde gerçekleşmiştir. Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) olarak faaliyet gösteren cemaat ve tarikat bağlantılı kimi şirketler, bu finans kurumlarıyla ortaklıklar kurmuş veya faizsiz krediler temin ederek faaliyet alanlarını genişletmişlerdir. Bu sayede hem muhafazakâr şirketler büyüme trendi yakalamış hem de Türkiye finans sistemi, kısmen de olsa faizsiz İslam ekonomisi prensipleriyle entegre olmuştur (Bulut, 1997).

Özal, sadece yapmış olduğu yasal düzenlemelerle muhafazakâr grupların önünü açmakla kalmamış; aynı zamanda onlara devlet desteği de sağlayarak daha rahat ve cesur bir girişimcilik kültürünün aşılmasını sağlamıştır. Özellikle yurt dışında yatırım yapma ve yabancı ortaklı şirketler kurma gibi konularda daima bu grupların yanında

olmuştur. Bu sayede muhafazakâr kesim, daha önce en yabancı olduğu alanlarda bile büyük tecrübeler elde etme imkânı bulmuştur. Muhafazakâr grupların ekonomik anlamdaki ikinci ve büyük hamlesi ise 1990’lı yıllarla birlikte gerçekleşmiştir. Tüm parti politikasını muhafazakâr söylemler üzerine kuran RP, 1990’lı yılların başı itibarıyla hızlı bir yükselişe geçmiştir. Siyasal örgütlenme konusunda son derece başarılı olan RP, benzer bir başarıyı ekonomik örgütlenme alanında da sergilemiştir. Özal döneminde hızlı bir gelişim gösteren, serbest piyasa ekonomisini ve sektörel faaliyetleri öğrenen cemaat ve tarikat grupları; RP’nin iktidarı ile birlikte bir kez daha devlet imkânlarına kavuşmuşlardır. Bu dönemde sağlanan bürokratik kolaylıklar ve özellikle yerel yönetimlerden alınan ihaleler sayesinde, söz konusu yapılar ekonomik olarak daha da güçlenmiştir (Kabacıoğlu, 2016).

Tüm bunların yanı sıra muhafazakâr kesim, alternatif bir modelle daha ekonomik alana dahil olmuştur. Kâr payı ortaklığına dayalı özel finans kurumlarının ardından, yine aynı kâr payı esasıyla işleyen "çok ortaklı şirket" modelini geliştirmişlerdir. Özellikle Avrupa’daki gurbetçi Türk vatandaşlarının katılımıyla hayata geçirilen bu model sayesinde, çok kısa sürede onlarca holding ekonomik sahnede yerini almıştır. Sürekli ve hızlı bir sıcak para akışıyla sermayeleri büyüyen bu holdingler; otomotivden otelciliğe, inşaattan marketçiliğe, yan sanayiden ağır sanayiye kadar pek çok alanda iştirakler kurarak faaliyet göstermeye başlamışlardır. Dönemin bürokratik rahatlığından da faydalanarak ithalat ve ihracat konularında hızlı bir ivme yakalayan bu yapılar, yürüttükleri yoğun reklam ve tanıtım kampanyalarıyla ilgiyi üzerlerine çekmiş; yurt içinde de yeni ortaklar bularak bir anda Türkiye’nin gündemine oturmuşlardır. Örneğin Yimpaş Holding, kısa süre içinde Türkiye’nin pek çok ilinde market zincirleri kurmuş ve aynı zamanda Avrupa’nın en büyük et-süt entegre tesisi olan Aytaç firmasını bünyesine katmıştır. Şirket; tekstilden gıdaya, inşaattan otelciliğe kadar geniş bir yelpazede yatırımlar gerçekleştirmiştir. Benzer şekilde Kombassan

Holding, Türkiye'nin en büyük lastik üreticilerinden Petlas'ı satın almış (Şahin & Selek, 2021); ardından Amerika'daki "Hit or Miss" adlı marketler zincirini ve Romanya'nın en büyük rulman üreticisi olan "Rulmenti SA Bârlad" şirketini bünyesine katmıştır. Bu dönemde dikkatleri üzerine çekenler yalnızca bu iki holding değildir; Jetpa, Endüstri, Kaldera ve İttifak gibi daha pek çok holding ile bunlara bağlı yüzlerce şirket faaliyete geçmiştir (Öz, 2013).

Holdingleşme sürecini geride bırakan muhafazakâr kesim, bir sonraki adımda sivil toplum örgütlenmesine ağırlık vermiştir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin en büyük sanayicilerini bir araya getiren Türkiye Sanayiciler ve İş adamları Derneği'ne (TÜSİAD) alternatif olarak Müstakil Sanayici ve İş adamları Derneği (MÜSİAD) kurulmuştur. Muhafazakâr kesimin ekonomik blokunu oluşturan bu dernek bünyesinde (bugün itibarıyla) Türkiye genelinde 78, yurt dışında 100 şube ve temsilcilik, 14.000'i aşkın üye (MÜSİAD | Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği, 2026); MÜSİAD çatısı altında faaliyet gösteren Genç MÜSİAD bünyesinde ise 4500 üye, Yurt içi 57 yurt dışı 33 olmak üzere toplam 90 temsilcilik bulunmaktadır (Bir ve Beraber MÜSİAD, 2015). Bu iki yapıya bağlı üye ve şirketler; tekstilden deriye, halıdan gıdaya, içecekten madene, kimyadan otomotiv ve yedek parçaya, mobilyadan elektronik eşyaya, inşaat malzemelerinden demir-çeliğe, kâğıttan iletişim ve medyaya ve son yıllarda da savunma sanayi teknoloji alanı olmak üzere birçok sektörde faaliyet yürütmektedir. Muhafazakâr kesime ait ekonomi odaklı sivil toplum örgütlenmeleri MÜSİAD ile sınırlı kalmamış; Millî Görüş camiasına yakın iş insanlarının oluşturduğu Anadolu Aslanları İş adamları Derneği (ASKON) gibi farklı dernekler de bu alanda yerini almıştır.

Muhafazakârların oluşturduğu bu ekonomik güç, ilerleyen süreçte siyasal iktidarlarını da güçlü bir şekilde pekiştirmiştir. Cumhuriyet elitlerine karşı tarihsel olarak daima zayıf kaldıkları bu alanda varlık göstermeye

başlamalarıyla birlikte, bir sonraki adım olarak yine yetersiz oldukları medya sektörüne yönelmişlerdir.

1.6. İslam Referanslı Muhafazakar Çevrelerin İlk Basın Girişimleri

Muhafazakâr kesimin Cumhuriyet öncesi dönem de dâhil olmak üzere en zayıf kaldığı alan basın sektörü olmuştur. Bu alanda yetişmiş insan kaynağının yok denecek kadar az olması ve mevcut kısıtlı kadronun Cumhuriyet sonrasındaki baskıcı ortamda sindirilerek tasfiye edilmesi, muhafazakârların basın alanında örgütlenmesini bir hayli geciktirmiştir. Cumhuriyetin ilanının ardından gerçekleştirilen Harf İnkılabı sonrası muhafazakâr temaların işlendiği ve fikirlerin neşredildiği ilk yayınlar; kimi zaman haftalık, kimi zaman aylık olarak basılan dergi ve gazeteler olmuştur. Bunların başlıcaları; Necip Fazıl Kısakürek’in Büyük Doğu’su, Eşref Edip Fergan’ın Sebilürreşad’ı, Osman Yüksel Serdengeçti’nin Serdengeçti’si, Salih Özcan’ın Hilal Dergisi ve Mehmed Şevket Eyygü’nin Yeni İstiklal Gazetesi’dir.

Cumhuriyet döneminde muhafazakârların rejime muhalefet ettikleri ve eli kalem tutan aydınların etrafında toplandığı mecmuaların başında hiç şüphesiz Necip Fazıl Kısakürek’in Büyük Doğu dergisi gelmektedir. 1934 yılında Abdülhakîm Arvâsi Efendi ile tanışmasına kadarki dönemde belirgin bir dini kimliği bulunmayan Necip Fazıl, bu kırılma noktasından sonra dindar bir kimliğe bürünmüş (Esen, 2011); tek parti döneminin baskıcı atmosferinde kalemi ve yayınladığı Büyük Doğu dergisiyle mevcut düzene ve iktidara karşı ciddi bir muhalefet yürütmüştür. 1943 yılında yayın hayatına başlayan Büyük Doğu dergisinde ilk yıllarda çok farklı görüşlerden yazarlara yer verilmiştir ancak 1960’lı yıllarla birlikte ideolojik kutuplaşmaların iyice gün yüzüne çıkmasıyla dergi, tamamen muhafazakâr ve İslamcı bir söylem ile kadro yapısına bürünmüştür (Murat, 2006). Sert bir muhalefet çizgisini benimseyen Büyük Doğu, muhafazakâr kalemlerin hem yetişmesinde hem de entelektüel olarak korunmasında büyük bir okul rolü üstlenmiştir (Seyhan, 1983). Bugün muhafazakâr kesimin en

önemli fikir insanları arasında sayılan Cemil Meriç, Sezai Karakoç ve Rasim Özdenören gibi pek çok isim Büyük Doğu ekolünden beslenmiş; daha sonra kendi yayınları olan Diriliş, Maverâ, Edebiyat ve Yönelişler dergilerini çıkararak muhafazakâr düşüncenin basın-yayın damarını canlı tutmuşlardır.

Cumhuriyet sonrasında yayın yapan bir diğer önemli mecmua ise Eşref Edip Fergan tarafından çıkarılan Sebilürreşad'dır. Osmanlı'nın son döneminde, II. Meşrutiyet'in ilanından hemen sonra (Sırat-ı Müstakim adıyla) yayın hayatına başlayan Sebilürreşad dergisi, Millî Mücadele döneminde İstanbul hükûmetine karşı Ankara hükûmetini desteklemiştir. Fakat Cumhuriyetin ilanıyla birlikte muhafazakâr kesime yönelik uygulanan politikalardan o da nasibini almış; Şeyh Said Ayaklanması gerekçe gösterilerek derginin sahibi Eşref Edip Fergan tutuklanmış ve yayınına son verilmiştir (Fergan, 2002). Sebilürreşad, tek parti dönemi baskısının hafiflemeye başlamasıyla birlikte, 1948 yılında Eşref Edip Fergan tarafından yeniden yayın hayatına döndürülmüştür. Dergi, etrafında topladığı yazar kadrosuyla önce CHP'nin, 1950 sonrasında ise DP'nin din, laiklik ve siyaset konularındaki icraatlarını tenkit etmeyi sürdürmüştür. Fergan yönetiminde 1966 yılına kadar yayınına sürdüren Sebilürreşad, faal olduğu bu süre zarfında dine ve dindarlara yönelik ithamlara ve yürütülen kampanyalara karşı güçlü bir duruş sergilemeye çalışmıştır (Gün, 2018).

Milliyetçi-mukaddesatçı çizgide yayın yapan bir başka önemli mecmu ise Türk siyasi tarihinin en nevi şahsına münhasır ve renkli simalarından biri olan Osman Yüksel Serdengeçti'ye aittir. 20 Nisan 1947 tarihinde yayın hayatına başlayan Serdengeçti dergisi, dönemin dine yönelik baskılarına ve karalama kampanyalarına karşı en sert, en cesur duruşlardan birini sergilemiştir. "Hakka tapar, halkı tutarız" sloganıyla mücadele eden dergi, yaklaşık 40 yıllık bir zaman dilimine yayılmasına rağmen; yaşanan ekonomik imkânsızlıklar ve sahibi Osman Yüksel'in (Osman Zeki

Yüksel) sık sık hapse girmesi nedeniyle yalnızca 33 sayı çıkarılabilmektedir. Buna rağmen yayınlandığı her dönemde, muhafazakâr ve milliyetçi kesimler üzerinde çok büyük ve derin bir etki bırakmıştır (Güler, 2006).

Muhafazakâr kesimin bir diğer önemli mecmuası ise Said Nursi’nin talebelerinden Salih Özcan tarafından Kasım 1958’de çıkarılmaya başlanan Hilal Dergisi’dir. İslami konuları ele alan ve dönemin siyasi atmosferine göre şekillenen bir yayın çizgisine sahip olan Hilal Dergisi, asıl etkisini 1960 sonrasında göstermeye başlamıştır. Derginin sahibi Salih Özcan, 1960 ihtilalinin getirdiği kısmi özgürlük ortamından yararlanarak, ayrıca kökeni ve dil avantajı sayesinde Arap dünyasıyla rahatça bağ kurarak yurt dışına çıkmıştır. Suudi Arabistan, Pakistan, Suriye ve Mısır gibi İslam ülkelerini ziyaret ederek buralarda düzenlenen İslam konferanslarına katılmıştır. Bu süreçte Orta Doğu’da köklü bir fikrî mücadele yürüten Ebu’l A’lâ el-Mevdûdî gibi entelektüellerle tanışmış; onların eserlerini ve düşüncelerini Türkiye’ye taşımıştır. Orta Doğu coğrafyasında tanıştığı düşünürlerden, özellikle Mevdûdî ve Seyyid Kutub’un eserlerini Hilal Dergisi’nde neşrederek bugünkü muhafazakâr ve İslamcı kesimin fikir dünyasının şekillenmesinde oldukça derin bir etki bırakmıştır (Alpay, 1993).

Cumhuriyet sonrasında haftalık gazete niteliğinde çıkarılan ilk yayınlardan biri, Türk basın tarihinin önemli isimlerinden Mehmed Şevket Eygi tarafından yönetilen Yeni İstiklal gazetesidir. 27 Mayıs Darbesi’nin hemen ardından oluşan nispi özgürlük ortamından muhafazakâr kesim de faydalanmak ve bir nevi İslami yayınlar üzerindeki baskıyı esnetmek amacıyla bir gazete çıkarmak istemiştir. Bu doğrultuda İstanbul’da Mahir İz önderliğindeki bir grup girişimde bulunarak Yeni İstiklal’i haftalık olarak yayınlamaya başlamıştır. Ancak kurucu kadro içinde gazetecilikten anlayan kimse olmadığı için ilk dönemlerde içerik oldukça zayıf kalmış ve bir süre sonra yayında sorunlar yaşanmaya başlanmıştır. Kapanma eşiğine gelen gazetenin

bu durumunu aşmak için Galatasaray Lisesi mezunu, dindar ve eli kalem tutan genç Mehmed Şevket Eygi gazetesinin yönetimine getirilmiştir. Kısa bir süre sonra yaşanan ekonomik sıkıntılar nedeniyle kurucu ortaklar ayrılmak isteyince, Eygi gazeteyi tek başına devralmış ve mülkiyetini üstlenmiştir. Gazeteyi devraldıktan sonra hızla toparlayan Eygi, zor da olsa istikrarlı bir yayın çizgisi oturtmayı başarmıştır. Tirajı kısa sürede 35 binlere kadar ulaşan Yeni İstiklal, özellikle Adnan Menderes'in idam edilmesinin ardından yürüttüğü sert muhalefetle dikkatleri üzerine çekmiştir. Gazete, 1967 yılına kadar yayın hayatını haftalık olarak sürdürmüştür (Eygi, 2005).

Mehmed Şevket Eygi'nin bu ilk gazete tecrübesindeki başarısı, Nakşibendi tarikatı şeyhi Mehmed Zahid Kotku'nun dikkatini çekmiş; daha organize ve etkili bir yayın için tarikat mensuplarını harekete geçirmiştir. Bu amaçla Mehmed Şevket Eygi'ye müracaat edilmiş ve onun da onayı alındıktan sonra yeni bir gazete çıkarmak için çalışmalara başlanmıştır (Kızıldaş, 2019). Bu girişimlerin sonucunda, 1965 yılında Mehmed Şevket Eygi yönetiminde muhafazakâr kesimin ilk günlük gazetesi olan Bugün yayın hayatına başlamıştır. Gazete, tarikat ağlarının da etkisiyle kısa sürede çok büyük bir ilgi görmüş; 83 binlik bir satış rakamına ve kemikleşmiş bir okuyucu kitlesine ulaşmıştır. Öyle ki, o dönemde gazete sayfalarından yükselen "namazla cihat" çağrıları kitleler üzerinde muazzam bir mobilizasyon yaratmıştır. Örneğin, gazetenin yaptığı "1 Haziran'da sabah namazında Sultanahmet'te buluşalım" çağrısına, 35 bine yakın insan aynı anda katılarak yanıt vermiştir (Gülen & Coşkun, 2021).

Yeni İstiklal ve Bugün gazetelerindeki çalışmalarıyla Mehmed Şevket Eygi, muhafazakâr kesim içinde gazetecilik alanında en tecrübeli isim ve önemli bir otorite haline gelmiştir. Eygi, Bugün gazetesini çıkardığı dönemde, idarecilerinin çoğunluğunu Süleyman Hilmi Tunahan'ın talebelerinin oluşturduğu Bâbü'lî'de Sabah adlı gazetesinin de yönetimini üstlenmiştir. Sevk ve idaresindeki bu iki gazete ile dönemin siyasi atmosferinde oldukça çetin bir muhalefet

çizgisi izleyen Eygi, 12 Mart 1971 Askerî Muhtırası'na giden süreçte artan baskılar sonucunda yurt dışına çıkmak zorunda kalmış; yönettiği gazeteler de muhtıra süreciyle birlikte kapatılmıştır (Akkoca, 2008).

Muhafazakâr kesimde basına yönelik bir diğer ilk girişim de Nurcular tarafından gerçekleştirilmiştir. Nurcular, ilk gazete çalışmalarına 1963 yılında başlamıştır. Ankara’da, Bediüzzaman’ın talebelerinden Said Özdemir etrafında toplanan Nurcular; tıpkı Yeni İstiklal gazetesinde olduğu gibi, 27 Mayıs Darbesi sonrasında İslami yayınlara getirilen baskıları ve yasağı delmek için bir gazete çıkarma kararı almışlardır. Bu amaçla, üniversite öğrencilerinden müteşekkil bir kadroyla önce İrşad, sonrasında ise İhlas gazetelerini çıkarmaya başlamışlardır. Ancak bu gazetelerin yayınlanış amacı siyasi propaganda ya da muhalefet yapmak değil; basımı ve dağıtımı yasaklanan Risale-i Nur Külliyyatı’nın neşriyatına gazete formatı altında devam edebilmektir. Nitekim gazete içeriğinde sadece İslami haberler ve Risale-i Nur’lardan bölümler yer almaktadır. Ancak bu yayınlar bir süre sonra sıkıyönetim idaresi tarafından fark edilmiş ve henüz birinci yılında kapatılmıştır. Yılmayan Nurcular bu kez İzmir’e giderek aynı kadro ve benzer bir formatla 1964 yılında Uhuvvet ve Zülfikar gazetelerini çıkarmışlardır. Ne var ki dönemin Sıkıyönetim Komutanı Korgeneral Faruk Güventürk’ün “Nurcular yeşil komünisttir” beyanının ardından, ona yönelik yürütülen sert yayın politikası nedeniyle bu gazeteler de kapatılmıştır. Bu tecrübe, Nurcuların gazete mecrasının önemini kavramasını sağlamış ve onları başladıkları bu gazetecilik serüveninden vazgeçirmemiştir. Aksine, bu defa hem dini hem de siyasi konuları birlikte işleyecek daha kapsamlı bir gazetenin yayını için kolları sıvamışlardır (Deligöz, 2020).

1967 yılında Ankara’da İrşad ve İhlas, İzmir’de ise Uhuvvet ve Zülfikar gazetelerini çıkaran ekip, cemaatin önde gelen isimleri tarafından İstanbul’a çağırılmıştır. Ekip, cemaatin görevlendirdiği Mehmet Kutlular denetiminde yeni bir gazetenin hazırlığına girişmiştir. Haftalık olarak

planlanan bu gazetenin adı İttihad olarak belirlenmiştir. İttihad gazetesinin içeriği oldukça zengin tutulmuştur; sadece siyasi olaylar ve Risale-i Nur haberleri değil, tefrikalardan sağlık köşelerine kadar pek çok farklı içeriğe yer verilmiştir (Salihoğlu, 2013). Ayrıca, İslami düşünce dünyasının tanınmış isimlerinden Hekimoğlu İsmail, Ahmet Şahin, Abdurrahim Karakoç ve Necmeddin Şahiner gibi isimler de bu gazetede köşe yazarlığı yapmışlardır.

İttihad gazetesi, kurulduğu 1967 yılından itibaren üç yıl boyunca haftalık olarak yayın hayatına devam etmiştir. Ancak 1970'lerin hararetli siyasi ortamında günlük bir gazetenin çok daha etkili ve zaruri olduğu kanaati belirmiştir. Bu doğrultuda İttihad gazetesi, günlük olarak yayınlanacak olan Yeni Asya gazetesine dönüştürülmüştür. Yeni Asya gazetesinin ilk sayısı, Demirel'in Boğaziçi Köprüsü'nün temelini attığı 21 Şubat 1970 tarihinde okuyucuyla buluşmuştur. Yeni Asya gazetesi, yayın hayatına başlamasının ardından Nur cemaati üzerinde büyük bir etki yaratmıştır. Bu gazete vasıtasıyla, o güne dek siyasetten uzak durmaya çalışan cemaat, kendisini siyasetin tam merkezinde bulmuştur. Dönemin güçlü yapısı AP'nin yanında saf tutarak; özellikle Millî Selamet Partisi (MSP) ve Milliyetçi Hareket Partisi'ne (MHP) yönelik sert bir propaganda süreci başlatmıştır. Gazetenin bu siyasi angajmanı, sonraki süreçlerde cemaat içinde ciddi kırılmalara ve bölünmelere yol açmıştır (Kırkinci, 2021).

12 Eylül Askerî Darbesi'ne kadar AP'yi desteklemeyi sürdüren Yeni Asya, darbe sonrasında sıkıyönetim yönetimi tarafından siyasi yayınları gerekçe gösterilerek kapatılmıştır. Fakat cemaat gazetecilik faaliyetlerine ara vermemiş; gazetenin kapanmasının hemen ardından aynı kadroyla Yeni Nesil adını verdikleri gazeteyi çıkarmaya başlamıştır. Ancak 1982 Anayasası'nın referanduma sunulacağı süreçte izlediği muhalif yayın politikası nedeniyle bu gazete de referandumdan sadece bir gün önce, 5 Kasım 1982'de askerî yönetim tarafından kapatılmıştır. Nurcular muhalif duruşlarında ısrar ederek, kapanan Yeni Nesil'in yerine bu

kez Tasvir adlı bir gazeteyi piyasaya sürmüşlerdir. Çok geçmeden bu gazete de 1 Ekim 1983'te kapatılmıştır. Askerî yönetim ile Nurcular arasında adeta bir inatlaşmaya dönen bu sürecin devamında, kapatılan Tasvir'in yerine sadece 45 gün sonra adı yine Yeni Nesil olan bir başka gazete yayınlanmıştır (Kaya, 2021).

Siyasetin gazete üzerinden cemaate taşınmasındaki ısrar, zamanla ciddi huzursuzluklara yol açmış ve gerilen ortam cemaati ikiye bölmüştür. Uzun süre gazetenin yönetimini üstlenen Mehmet Kutlular, hem cemaatten hem de Yeni Nesil Gazetesi'nden dışlanmıştır. Ancak Kutlular, kendisini destekleyen geniş bir tabanla yeniden örgütlenerek Yeni Asya Gazetesi'ni yayın hayatına geçirmiştir. Bir süre sonra Yeni Nesil Gazetesi, tiraj kayıpları nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır. Yeni Asya Gazetesi'nin AP'yi desteklemesi iki önemli sonucu beraberinde getirmiştir: Birincisi, o güne dek sisteme daima mesafeli ve muhalif olan Nurcu camia, AP kanalıyla sistemle entegre olmuştur. İkincisi ise bu destek, o dönem etkili ve radikal bir kanat olarak büyüme eğilimindeki muhafazakâr blogun bütünlüğünü bozmuş ve yapıyı parçalamıştır (Ceylan, 2026).

Muhafazakâr medyada iz bırakan bir diğer grup, Hüseyin Hilmi Işık'ın etrafında toplanan Işık Cemaati'dir. Gazeteciliğe merak salan cemaat mensupları, mesleğin inceliklerini Mehmet Şevket Eygi'nin yönettiği Babiâli'de Sabah gazetesinde öğrenmeye başlamışlardır. Fakat 1969 seçimlerine doğru cemaatin Süleyman Demirel'e verdiği güçlü destek ve gazetedeki aşırı lehte yayınlar, Eygi ile yollarının ayrılmasına yol açacaktır. Gazeteden uzaklaştırılan Işıklar, Enver Ören'in liderliğinde Hakikat adlı kendi gazeteyi kurmuşlardır. Kısa süre sonra, 22 Nisan 1970'te adı Türkiye Gazetesi olarak değiştirilen bu yayın, milliyetçi ve muhafazakâr çizgisiyle 1984'e kadar akşamları okurla buluşacaktır. 1984 yılından itibaren ise Türkiye’de bir ilke imza atarak adrese teslim abone sistemiyle dağıtılmaya başlanan gazete aynı zamanda sabahları yayınlanan gazeteye dönüşecektir (Akkoca, 2008).

22 Nisan 1970 tarihinde Türkiye Gazetesi adını alan bu yayın, milliyetçi-muhafazakâr bir çizgide 1984 yılına kadar akşam gazetesi olarak basılmıştır. 1984'ten sonra ise Türkiye'de ilk kez uygulanan "adrese teslim abonelik" sistemine geçerek sabahları yayınlanmaya başlamıştır. Türkiye Gazetesi, muhafazakâr bir çizgi benimsemekle birlikte devletin ve vatanın bütünlüğü ilkesinden hareketle hiçbir iktidarla karşı karşıya gelmemeye özen göstermiştir ("38. Kuruluş Yıldönümü", 2008). Bu yayın politikası, 1983 yılında iktidara gelen Turgut Özal döneminde gazetenin önünü açmıştır. Özal, o dönemin merkez sağdaki en güçlü yayını olan Tercüman gazetesi ile siyasi bir anlaşmazlığa düşmüş; bu nedenle Tercüman'ı pasifize etmek amacıyla Türkiye Gazetesi'ni desteklemeyi tercih etmiştir. Sağlanan teşvik kredileriyle gazetenin Türkiye genelinde hızlıca örgütlenmesi kolaylaştırılmıştır ("Cemaatlerin Gerçek Lideri: Özal", 2000). Aldığı finansal destekler, başarıyla uyguladığı eve abonelik sistemi ve dindar kitleye yönelik yayıncılığı sayesinde gazete tirajını hızla yükseltmiş ve beş yıl içinde Türkiye'nin en çok satan gazeteleri arasına girmiştir. 1990 yılına gelindiğinde ise kupon ve promosyon kampanyalarının da etkisiyle 1 milyon 424 bin tiraja ulaşarak Türk basın tarihinde önemli bir satış rekoruna imza atmıştır ("38. Kuruluş Yıldönümü", 2008). Abonelik sistemi ve dinî-millî söylemlerin getirdiği bu tiraj başarısı ile yüksek maddi gelir, gazeteyi zamanla bir holding yapılanmasına (İhlas Holding) götürmüştür.

Muhafazakâr kesimin bir diğer önemli yayın organı ise Türk siyasetinde bir dönem derin izler bırakan Millî Görüş camiasına ait Millî Gazete'dir. Necmettin Erbakan önderliğinde kurulan MSP, siyasi arenadaki varlığını bir basın gücüyle desteklemek amacıyla harekete geçmiş ve 12 Ocak 1973 tarihinde Millî Gazete yayın hayatına başlamıştır. Gazete, ilk yıllarında Hürriyet, Günaydın, Akşam ve Tercüman gibi ana akım medyadaki tecrübeli isimleri transfer ederek profesyonel bir kadroyla yola çıkmıştır. Yazar kadrosunda ise Necip Fazıl Kısakürek, Osman Yüksel Serdengeçti, Abdurrahim Karakoç, Şule Yüksel Şenler ve

Ahmet İhsan Genç gibi dönemin muhafazakâr camiasının en prestijli isimleri yer almıştır. Basın dünyasına iddialı bir giriş yapan Millî Gazete, kısa sürede Hürriyet ve Milliyet’in ardından içerik kalitesiyle öne çıkan en ciddi yayınlardan biri haline gelmiştir. Ancak bir süre sonra parti içinden, muhalif parti liderlerinin gazetede manşet yapıldığı gerekçesiyle yayın çizgisine müdahaleler başlamıştır. Siyasi baskı ve müdahalelerin artmasıyla gazetenin profesyonel kimliği zedelenmiş, deneyimli gazeteci kadrosu işi bırakmış ve yayın organı giderek bir parti bültenine dönüşmüştür (Canpolat, 2008). Bu eksen kayması tirajlara da olumsuz yansımış, gazete parti tabanı dışındaki okuyucu kitlesini büyük ölçüde kaybetmiştir. Yayın çizgisindeki bu değişim, tiraj ve etki kaybı üzerine Necmettin Erbakan gazete yönetiminde revizyona giderek genel yayın yönetmenliğine Fehmi Kuru’yu getirmiştir. Kuru döneminde gazetenin görsel tasarımı daha entelektüel bir formata kavuşturulmuş ve daha geniş kitlelere hitap edebilecek entelektüel yazarlar kadroya dâhil edilmiştir. Ne var ki, bir önceki ekibin yaşadığı parti içi müdahaleler ve eski yönetimin şikâyetleri bu yeni dönemde de tekrar edince Fehmi Kuru ve ekibi görevden ayrılmak zorunda kalmıştır (“Millî Gazete’de Neler Olup Bitiyor”, 1986). Bu yenilenme girişiminden de sonuç alamayan Millî Gazete, tam anlamıyla bağımsız bir gazete kimliğine bürünememiş ve varlığını büyük oranda parti mensuplarına hitap eden bir yayın çizgisiyle sürdürmüştür.

Muhafazakâr kesim tarafından ikame edilen bir diğer yayının organı ise 12 Eylül 1993 tarihinde yayın hayatına başlayan Beklenen Vakit gazetesidir. Daha önce Millî Gazete’de de görev yapmış olan Mustafa Karahasanoğlu tarafından çıkarılan gazetenin en belirgin özelliği, o döneme kadar yayınlanan diğer muhafazakâr gazetelerden çok daha radikal bir çizgi benimsemesi ve tüm haber ile yorumlarını doğrudan İslami referanslar üzerinden inşa etmesidir. Gazete; siyasal açıdan radikal muhafazakâr kanadın etkili figürleri olan Abdurrahman Dilipak, Hasan Karakaya, Hasan Aksay ve Mustafa Kaplan gibi isimleri kadrosunda barındırmıştır (Karahasanoglu, 2000). “Hak için, hakikat için,

mazlum ve mahrumlar için" sloganıyla kurulan Beklenen Vakit, mevcut siyasi iktidarlara ve sistemle sürekli çatışma yaşamış, muhalif ve radikal söylemleri siyasal alanda yüksek sesle dile getirmiştir ("Yayın Dünyası", 1993). Bu sert yayının politikası neticesinde mahkeme kararlarıyla çarpıtıldığı yüksek tazminat davaları ve mali cezalar nedeniyle kısa sürede kapanmak zorunda kalmıştır. Ancak aynı kadro, sadece isim ve imtiyaz sahibi değişikliğine giderek bu kez Akit gazetesi adıyla yeniden yayına başlamıştır. Yayın çizgisinden ve sisteme yönelik muhalif dilinden taviz vermeyen Akit de benzer bir akıbetle karşılaşmış; üstlendiği ağır tazminat yükü nedeniyle iflasın eşiğine geldiğini duyurarak 4 Aralık 2001 tarihinde yayın hayatına son vermiştir. Kadronun çok kısa bir süre sonra yeni bir gazete projesiyle döneceği ise gazetenin "elveda" yazısından anlaşılmaktadır ("Elveda", 2001). Hasan Aksay, Hasan Karakaya, Abdurrahman Dilipak, Kemal Güler, A. İhsan Karahasanoğlu ve Ülkü Kumral'ın ortak imzasıyla yayınlanan veda metninde yer alan, "Akit ne ki; SEKA kâğıdı, mürekkep ve baskı ünitesi... Biz ise buradayız. Beynimiz, yüreğimiz yerli yerinde ve kalemimiz elimizde." ifadeleri, okuyucuya yeni bir gazetenin doğacağı mesajını vermiştir. Nitekim bu açıklamadan yalnızca bir gün sonra, 5 Aralık 2001 tarihinde aynı kadro bu kez Anadolu'da Vakit adıyla yeniden okuyucunun karşısına çıkmıştır.

Laik ve seküler çevrelere karşı sert bir yayının politikası izleyen Vakit gazetesinden hemen sonra muhafazakar camianın entelektüel gazetesi olarak da tanımlanan Yeni Şafak gazetesi yayın hayatına başlayacaktır. 19 Eylül 1994 tarihinde Hekimler Birliği Vakfı Başkanı Dr. Yakup Yöntem ve Tufan Mengi'nin öncülüğünde günlük olarak yayın hayatına başlayan gazete, ilerleyen süreçte el değiştirecek ve muhafazakâr kesimin en önemli yayın organlarından biri haline gelecektir. Vakıf bünyesinde yayına başlayan gazete, mali imkânsızlıklar nedeniyle yaklaşık bir buçuk ay gibi kısa bir süre sonra kapanmıştır. Bunun üzerine gazetenin tüm haklarını Erenköy Cemaati'ne yakınlığıyla bilinen Ensar Vakfı satın almış ve yayın organı 23 Ocak 1995'te yeni bir

kimlikle yeniden okurla buluşmuştur (Dursun, 2024). Özellikle 28 Şubat döneminin baskıcı atmosferinde yayını sürdürülen gazete; Fehmi Kuru, Ahmet Taşgetiren, Abdurrahman Dilipak, Nabi Avcı, Yusuf Kaplan, Mustafa İslamoğlu ve Akif Emre gibi muhafazakâr camianın güçlü kalemlerini kadrosuna katarak bu süreçteki medya mücadelesinde ön saflarda yer almıştır. Ayrıca yine 28 Şubat sürecinde patlak veren "andıç" skandalı nedeniyle ana akım medyadan dışlanan Mehmet Barlas, Cengiz Çandar ve Ali Bayramoğlu gibi merkez/liberal basının ünlü isimlerine de köşelerini açmıştır. Bu hamle, gazetenin hem muhafazakâr çevrelerde hem de merkez medyada popülaritesini ve saygınlığını artırmıştır.

Yeni Şafak, Ensar Vakfı ve sonrasında Albayrak Grubu'na geçtiği dönemlerde siyasal alanda öncelikle Millî Görüş çizgisini desteklemiştir. Ancak Millî Görüş hareketinin bölünmesi ve Recep Tayyip Erdoğan liderliğindeki Adalet ve Kalkınma Partisi’nin Kasım 2002 genel seçimleriyle iktidara gelmesi üzerine ibreyi bu yöne çevirmiş, siyasi iktidara paralel olarak liberal-muhafazakâr bir yayın formatı benimsemiştir.

Öte yandan muhafazakâr kesim, radyo ve televizyon üzerindeki devlet tekelinin kalkmasıyla birlikte bu alana da güçlü bir giriş yapmıştır. 1993 yılında İskenderpaşa Cemaati Akra FM’i, Yeni Asya (Nur) cemaati Moral FM’i ve Erenköy Cemaati ise Marmara FM’i kurmuştur. Bu radyo girişimleri, muhafazakâr kitlenin medyanın en güçlü kitle iletişim aracı olan televizyon yayıncılığına da hazırlandığının somut bir göstergesi olmuştur.

2. TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONCULUĞUN SERBEST BIRAKILMASI VE İLK İSLAM REFERANSLI TELEVİZYON GİRİŞİMLERİ.

2.1. Türk Televizyon Yayıncılığında Karma Sisteme Geçiş Süreci

Türkiye’de özel yayıncılık girişimlerinin kökeni Cumhuriyet’in ilk yıllarına kadar uzanmaktadır. Ülkedeki ilk yayıncılık faaliyeti, aslında özel bir şirket eliyle gerçekleştirilmiştir. 1926 yılında radyo yayıncılığına dair ilk işletim imtiyazı; İş Bankası (%40), Anadolu Ajansı (%30), Falih Rıfkı Atay, Cemal Hüsnü Taray ve Sedat Nuri İleri ortaklığında Ankara’da kurulan Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi’ne verilmiştir (Ankaralığıl, 2024). Şirket, bu imtiyazı 26 yıl boyunca elinde bulundurmuştur. Ancak dönemin sosyo-ekonomik şartlarında şirketin zarar etmesi, dünyada gerginleşen siyasi dengeler ve radyonun kitleler üzerindeki manipülatif/etkin gücünün artması, devletin bu aracı kontrol etme ihtiyacını doğurmuştur. Bu durum, ilk özel radyo ve televizyonların yayın hayatına başladığı 1989-1990 yıllarına kadar sürecek olan bir devlet tekeli ortaya çıkarmıştır (Canoruç, 2009). Ara dönemdeki birçok özel girişim siyasi çalkantılar, askerî darbeler ve muhtıralar neticesinde sonuçsuz kalmış; yayıncılık alanı daha sıkı bir denetim altına alınmıştır. Bu süreçte TRT haricindeki bazı devlet kurumları radyo yayını yapsa da bu kuruluşlar devletin birer organı sayıldığından, mevcut tekel yapısını ortadan kaldıracak bir unsur olarak değerlendirilmemiştir (Tutal, 2021).

1980’li yılların başında küresel konjonktürde etkili olan liberalleşme ve yayıncılıkta özelleşme rüzgârları, zamanla Türkiye’yi de etkisi altına almıştır. Uluslararası ticari gelişmeler, teknolojik devrimler, sosyal ve siyasi hareketlilikler Türkiye’yi de yapısal bir değişime zorlamıştır. Bu dönemde çeşitli basın organları ile video şirketleri, özel televizyon ve radyo yayını yapmak üzere resmî girişimlerde bulunmuştur. Örneğin, Haziran 1985'te özel radyo kurma talebiyle TRT’ye 106 başvuru yapılmıştır. Bu başvurularda

Hürriyet gazetesi, Türkiye gazetesi, Karacan Yayınları ve Nadir Grubu gibi kuruluşlar başı çekmiştir. Ancak bu taleplere olumlu yanıt verilmediğinden devlet tekeli varlığını sürdürmüştür. Tekele yönelik tepkiler ve TRT’nin haber alma özgürlüğünü kısıtladığı yönündeki eleştiriler karşısında alternatif çözümler üretilmeye çalışılmıştır. Gazeteciler Cemiyeti’nin, TRT’nin özel girişimlerle ortaklıklar kurması yönündeki teklifi bu önerilerden biridir. Yayın tekeli kırma yönündeki bir diğer önemli hamle ise yerel yönetimlerden gelmiştir. Mevcut yasal mevzuatın elvermemesine rağmen yerel yönetimler ön hazırlıklara başlayarak İstanbul Radyo Televizyon Danışma Komitesi’ni kurmuşlardır. Komite, yaptığı çalışmalarla yerel yönetimlerin radyo ve televizyon yayıncılığı yapmasının demokratik bir gereklilik olduğunu vurgulamıştır (Cankaya, 2003).

2.2. TRT Tekelinin Kırılması ve Özel Televizyonculuğun Gelişmesi

Türkiye’de özel televizyonculuğun temelleri fiilen Avrupa’da atılmıştır. Türk iş insanı Cem Uzan ve ortağı Kuno Frick, 1989 yılında bir vergi cenneti olan Liechtenstein Prensiği’nin Vaduz şehrinde “Magic Box Incorporated” adıyla bir şirket kurmuş; 7 Şubat 1990 tarihinde de Federal Almanya’dan yayın yapmak üzere Eutelsat uydusundan iki kanal kiralamıştır. Şirket ayrıca, Alman Posta İşletmesi (Bundespost) bünyesinde kurulan bir istasyondan yayınlarını dağıtmak amacıyla Sat-1 Stüdyoları ile de anlaşma sağlamıştır (Kejanlioğlu, 1998).

Magic Box, yurt dışındaki hukuki ve teknik prosedürleri tamamladıktan sonra Türkiye’ye yönelik yapacağı yayınlar için TRT kökenli bürokratik ilişkilerini tesis etmiştir. Bu doğrultuda kuruluşun genel müdürlüğüne TRT Televizyon Dairesi eski başkanı, yönetim kurulu başkanlığına ise TRT eski genel müdürlerinden Tunca Toskay getirilmiştir. Kurumsal hazırlıklarını tamamlayan şirket, 1 Mart 1990 tarihinde Eutelsat F5 uydusundan Star 1 adıyla test sinyalleri göndermeye başlamış; 7 Mayıs’ta yayın süresini günde 5 saate çıkarmış ve Eylül ayından itibaren haftada 92 saatlik

düzenli yayın akışıyla haber vermeye başlamıştır (Cankaya, 2003).

Anayasal tekeli fiilen kadük bırakan bu kuruluşun bir anda ortaya çıkışı, hukuki ve siyasi tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Mevcut yasaları devre dışı bırakan ancak mevzuattaki boşluklar sebebiyle yasal olarak müdahale edilemeyen fiili bir durum ortaya çıkmıştır. Kuruluşun Türkiye'deki futbol kulüpleriyle ardı ardına naklen yayın anlaşmaları imzalamaya başlaması tartışmaları daha da alevlendirmiş ve sürecin hukuki bir zemine oturtulmasını zorunlu kılmıştır. Bu fiili durumu sona erdirmek isteyen Radyo Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK), Star 1'in TRT tekeli ihlal ettiğini ileri sürerek, kanalın yayın yapmasına olanak tanıyan Eutelsat transponderının kiralanmasına aracılık eden PTT Genel Müdürlüğü aleyhine Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı'na suç duyurusunda bulunmuştur. Açılan soruşturma neticesinde hazırlanan bilirkişi raporuna dayanılarak; Anayasa'nın 133. maddesindeki tekel hükmünün yalnızca Türkiye içinden yapılan yayınlarda geçerli olduğu, Star 1 yayınlarının ise yurt dışından yapıp birçok ülkeden izlenebildiği, PTT'nin bir yayıncılık değil yalnızca noktadan noktaya sinyal nakil hizmeti verdiği ve TRT vericilerinin kullanılmadığı gerekçeleriyle takipsizlik kararı verilmiştir. Savcılık, Magic Box'ı CNN veya BBC gibi uluslararası kuruluşlarla eş değer görmüş; karar metninde sanıkların, Türk hukukunun henüz son teknolojik gelişmeleri düzenleyememiş olmasından doğan yasal boşluklardan yararlandıklarını açıkça belirtmiştir (Cankaya, 2003).

Yasal boşluklardan faydalananak devletin yayın tekeli bir anda kıran Star 1 ile TRT arasında ciddi sorunlar baş göstermiş ve hukuki anlamda bir mücadele başlamıştır (Sarı, 2017). Star 1, TRT bünyesinde yetişmiş nitelikli iş gücünü yüksek maaş vaatleriyle transfer etmiş (Günebakanlı, 2010); aynı zamanda TRT'nin en büyük gelir kalemi olan reklam pastasından önemli bir pay almıştır (Çevik, 2014). Ülkedeki mevcut anayasal ve yasal düzenlemelerin özel televizyonlara

henüz izin vermemesine karşın, yayıncılık amacıyla kurulan şirketlerin sayısı hızla artmıştır. TRT ile Star 1 arasındaki mücadele devam ederken, sektöre eklenen üçüncü büyük kanal olan Show TV de aynı hukuki boşluktan yararlanarak 1 Mart 1992 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Show TV’nin ardından Kanal 6, Flash TV, TGRT, ATV, Kanal D, Cine 5, Kanal E ve BRT gibi kanallar ulusal ölçekte yayına girmiştir. Ulusal kanalların yanı sıra yerel televizyonculuk alanında da hızlı bir kuruluş süreci yaşanmıştır. Sonuç olarak, gelişen teknoloji ve yaratılan fiili durumlar mevcut yasaların önüne geçmiş ve radyo-televizyon alanında yeni bir hukuki düzenleme yapılmasını kaçınılmaz kılmıştır (Cankaya, 2003).

2.3. Özel Yayıncılığa İzin Veren Yasa Değişikliği

Özel televizyon yayınlarına yasal izin verilebilmesi için 1982 Anayasası’nın 133. maddesinin değiştirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla TBMM Anayasa Komisyonu 8 Nisan 1993 tarihinde toplanmış; 133. maddenin değiştirilmesine ilişkin öneriyi hazırlayarak görüşmeye hazır hale getirmiştir. 8 Temmuz 1993 tarihinde TBMM Genel Kurulunda ikinci kez ele alınan 133. madde değişikliği, milletvekillerinin 50 "hayır" oyuna karşılık 313 "kabul" oyuyla onaylanmıştır (2709 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 133 üncü Maddesinin Değiştirilmesi İle İlgili Kanun, 1993). Bu kararla birlikte radyo ve televizyon yayıncılığı üzerindeki devlet tekeli resmen ortadan kalkmıştır.

10 Temmuz 1993 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren anayasa değişikliği, yayıncılıktaki tekel konumunu şu ifadelerle sonlandırmıştır: “Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.” Düzenlemede ayrıca; devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo-televizyon kurumu ile kamu tüzel kişilerinden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve tarafsızlığının esas olduğu belirtilmiştir (İlkiz, 2005). İlgili kanunun; radyo ve televizyon yayınlarının kamu hizmeti anlayışına, anlatım özgürlüğüne, iletişimde ve yayında çoğulculuk esasına, devletin anayasada belirtilen temel ilke

ve niteliklerine, genel ahlaka ve manevi değerlere saygı gösterilerek yapılmasını düzenleyeceği ve gerekli eşgüdüm ile gözetim kurumlarını kuracağı hükme bağlanmıştır (2709 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 133 üncü Maddesinin Değiştirilmesi İle İlgili Kanun, 1993).

Bu doğrultuda, 13 Nisan 1994'te Meclis'te kabul edilen 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun" Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ile uyumlu şekilde hazırlanmıştır (Çakır & Gülnar, 2007). Ancak yasada yer alan kural ve genel ilkelerin, sözleşme normlarına pek de uygun olmadığı yönündeki tartışmalar uzun süre gündemdeki yerini korumuştur.

2.4. Muhafazakâr Televizyon Kanallarının Ortaya Çıkışı

Türk medyasında ve televizyonculuğunda ortaya çıkan ikili yapının, daha doğrusu birbiriyle mücadele eden iki grubun oluşum nedenlerini tam olarak anlayabilmek için geçmişten günümüze medyanın dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel ve işlevsel sürecine bakmak gerekmektedir. İlk kez yazılı şekliyle Batı'da ortaya çıkan medya; sivilleşmenin ve demokratikleşmenin bir ürünü olarak, devlet ile toplum arasında bir iletişim kurumu şeklinde doğmuş ve gelişmiştir (Habermas, 2003). Değişen siyasal, sosyal ve ekonomik şartlar çerçevesinde Batı medyası iki temel misyon üstlenmiştir: Birincisi medya, bir kültür üretimi aracı olarak işlevsel bir amaç doğrultusunda yapılanmış ve yapılandırılmıştır. Modern ulus devletlerin bugünkü kurumlarının yeniden üretilmesinde, yaygınlaştırılmasında, meşrulaştırılmasında rol oynamıştır. Özetle, Avrupa ve Amerika'da medya imajinatif bir rol üstlenmiştir (Bozkurt, 2022). Batı toplumunun tarihsel ve uzun dönüşüm tecrübeleriyle birlikte, medyanın yüklendiği bu misyon oldukça başarılı olmuştur. Medyanın ikinci işlevi ise toplumsal, siyasal, kültürel ve sanatsal alanlarda özgürlüklerin geliştirilmesi ve genişletilmesidir. Medya bu bağlamda; sivil otoritenin yerleşmesi ve denetlenmesi, toplumun sivil de olsa iktidar karşısında temel haklarının korunması, kültürel ve sanatsal

gelişmelerin desteklenip duyurulması ile bunların üretilmesi hususunda önemli roller üstlenmiştir (Türkmen, 2011). Bu açılardan bakıldığında, medyanın Türkiye’de aynı başarıyı gösterdiğini söylemek oldukça güçtür.

Türkiye’de medya, tıpkı Batı’da olduğu gibi Cumhuriyet döneminde de bir kültür üretim aracı olarak yapılandırılmıştır. Ancak inşa edilmek istenen yeni kültürün, toplumun geniş kesimlerinin yerleşik değerleriyle köklü zıtlıklar barındırması, aşılması güç bir soruna yol açmıştır. Kurtuluş Savaşı’nın ardından cumhuriyeti kuran kadrolar; toplumu Batı medeniyeti ekseninde dönüştürmek amacıyla tepeden inme yöntemler benimsemiş, tüm devlet kurumlarının yanı sıra basını da bu doğrultuda örgütlemişlerdir. Yeni sistemde basının öncelikli görevi; rejimin toplumun her kesimine benimsetilmesi, Batı kültürünün yerleştirilmesi ve muhafazakâr-dini özelliklere sahip halkın sekülerleştirilmesi olmuştur (Güz, 1991).

31 Ocak 1968 yılında TRT ile başlayan Türk televizyon yayıncılığı, uzun yıllar devlet tekelinde kalmış ve özel televizyon kuruluşlarının açılmasına izin verilmemiştir. TRT, kurulduğu günden itibaren egemen ideoloji doğrultusunda yapılandırılmış; haberlerden program içeriklerine kadar her yapım, mevcut iktidarların politikaları ekseninde şekillendirilmiştir (Çelik, 2024). Bu doğrultuda televizyon yayıncılığının temel amacı; mevcut sistemi topluma benimsetmek ve halkı devletin resmî ideolojisi çerçevesinde dönüştürmek olmuştur (Duran, 2000). Kurum bünyesinde hazırlanan haber ve programlar, izleyicilerin eleştirel düşünce becerilerini harekete geçirmekten ziyade; onların duygularına ve bilinçaltı süreçlerine etki etmeyi hedeflemiştir. Bu anlamda yer verilen programlara ciddi eleştirilerin yöneltildiği görülmüştür (Gökmen, 1989; Öngören, 1989; O. Öztürk, 1992; Taşgetiren, 1992b).

Yayına başladığı dönemde özerk bir statüye sahip olan TRT, zamanla konjonktürel siyasi akımların etkisiyle ideolojik bir görünüme bürünmüş; bu durum geniş halk kitlelerinin ve özellikle sağ partilerin şiddetli eleştirilerine yol

açmıştır. Kurumun özellikle özerkliğini hedef alan bu eleştiriler, 12 Mart 1971'de Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından verilen muhtıranın ardından ülkenin en önemli gündem maddelerinden biri haline gelmiştir. Partizanlık, taraftarlık, solculuk, komünistlik ve din karşıtlığı gibi suçlamaların hedefi olan TRT'nin özerkliği, 20 Eylül 1971 tarihli ve 1488 sayılı kanunla Anayasa'nın 121. maddesinde yapılan değişiklikle kaldırılmış; bunun yerine kuruma "tarafsızlık" ilkesi getirilmiştir (Cankaya, 2003). Özerkliğinin kaldırılması kurum üzerindeki tartışmaları dindirmemiş, aksine daha da şiddetlendirmiştir. Dönem dönem komünizm, kimi zaman da milliyetçilik propagandası yapmakla suçlanan TRT; mevcut iktidarların ve diğer egemen kurumların çizgisinde, 1990 yılında özel televizyonların kurulmasına kadar toplumu değiştirme ve dönüştürme işlevini tek başına sürdürmüştür.

Özel televizyon kanallarının serbest bırakılmasıyla birlikte Türk televizyonculuğunda yepyeni ve alışlagelmiş dışında bir yayıncılık anlayışı yerleşmeye başlamış; program formatlarından haber sunumlarına, içeriklerden reklamlara kadar büyük bir değişim yaşanmıştır. TRT'nin kendi misyonu doğrultusunda sürdürmeye çalıştığı kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı kısa sürede esnemiş; televizyonların ana hedefi artık reytinge ve buna bağlı reklam gelirlerinden elde edilecek kâra odaklanmıştır. Reyting kaygısıyla hazırlanan programların içerikleri tamamen popülist bir yaklaşımla oluşturulmuş, prime time (en çok izlenen) kuşakları eğlence formatlı yapımlarla doldurulmuştur. Erotik ve şiddet içerikli programların ekranın en yoğun saatlerinde yayına sokulması, toplumun geniş bir kesiminin tepkisine yol açmıştır. Ancak kanallar, tüm tepkilere rağmen bu yapımların halktan ilgi gördüğü iddiasıyla yayın çizgilerini değiştirmemiş; aksine haber bültenlerini dahi magazinelle bir formata büründürmüşlerdir. Bu süreçte habercilik; görselliği ve imgeselliği gerçeği yansıtmak için değil, dejenere ederek kullanır hale gelmiştir. Defalarca tekrarlanan görüntüler, kullanılan müzikler ve oluşturulan mizansenlerle haberler, izleyicinin duygu dünyasını olumsuz etkileyen bir yapıya bürünmüştür. Artık habercilikte bilgiyi zenginleştirme ya da

olayları tüm boyutlarıyla aktarma kaygısı güdülmemektedir. Tüm bunların yanı sıra televizyon kanallarının siyasi iktidarlara çarpık ilişkiler kurması ve arkalarındaki büyük sermaye gruplarının bu kanalları iktidarlar üzerinde birer baskı aracı olarak kullanmaya başlaması, toplumda ve siyasi örgütlerdeki rahatsızlığı daha da büyötmüştür.

Yukarıda değinildiğı üzere, Batı’da medya kendi organik değeri gelişimine uygun hareket ederek özgürlük alanlarının genişletilmesi misyonlarını üstlenmişken; Türkiye’de ortaya çıkan durum bunun tam tersi bir süreç şeklinde işlemiştir. Türk medyası özgürlüklerin alanını genişletmeye çalışmamış, aksine sistem tarafından idealize edilen sekülerleşme sürecini – kendi çıkarlarını da öncelikli kılarak – toplum çoğunluğunun ihtiyaçlarını, taleplerini ve kültürel kodlarını görmezden gelerek, hatta dejenere ederek hızlandırmaya çabalamıştır. Bu görünümüyle Türk medyası ve özelinde Türk televizyonculuğı; içinde bulunduğu milletin değeriğine, tarihine ve medeniyet birikimine sahip çıkmayan, bilakis bu değeriği yadırgayan ve toplumun çoğunluğunu oluşturan kesimi baskı altında tutarak dönüştürmeye çalışan bir yapı olarak algılanmıştır. Dolayısıyla bu durum, belli siyasal ve dini grupların bu argümanlar üzerinden medyaya yönelik şiddetli eleştiriler yöneltmesine neden olmuştur. Nitekim bu algı ve propaganda sonucunda; toplumun kendi öz değeriğine sahip çıkma, kendi kültürünü üretme ve mevcut medya yapılanmasına alternatif bir mecra oluşturma iddiasıyla, reaksiyoner bir hareket ve örgütlenme olarak muhafazakâr medya yapılanması şekillenmeye başlamıştır.

2.5. Muhafazakâr Televizyonculuk Fikrinin Gelişimi

Bu dönemde muhafazakâr kesim de yükselen dinamikleri yakından takip etmiş ve özel televizyonculuğı dair ilk öneriler –başlangıçta cılız da olsa– gündeme getirilmiştir. Bu konudaki ilk somut tekliflerden biri, Fatma Sevinç (Sevinç, 1989) tarafından Kadın ve Aile dergisinde kaleme alınmıştır. Sevinç, mevcut kitle iletişim araçlarının ve özellikle televizyonun, çocuklar ile yetişmekte olan gençlerin

psikososyal gelişimleri üzerinde yapıcı bir etkiden ziyade engelleyici bir rol oynadığına dikkat çekmiştir. Nitekim dönemin araştırmalarına dayandırılan bu yaklaşımda; okuma oranlarının düşmesi, bireylerde görülen girişimsizlik, hayal kurma yeteneğinin körelmesi ve kaba güce eğilim gösterme gibi toplumsal sorunlar, kitle iletişim araçlarının kontrolsüz ve bilinçsiz tüketiminin bir sonucu olarak değerlendirilmiştir. Tam da bu süreçte gündeme gelen özel televizyonculuk tartışmaları, muhafazakâr camia için mevcut yayıncılık anlayışına karşı en önemli alternatifi teşkil etmiştir. Sevinç'e göre, bu dönüm noktasında vakit kaybetmeksizin çalışmalara başlanmalı ve özel yayıncılığa geçildiği andan itibaren muhafazakâr kimliğin kendi ürettiği programlar izleyiciye sunulabilmelidir. Buradaki temel hedef; toplumun kültürüne, geleneklerine ve inanç dünyasına uygun içerikler geliştirerek, Türkiye'de öteden beri hegemonik bir unsur olarak sürdürülen Batılı yayıncılık modeline karşı yerli ve milli bir model inşa etmektir.

Fatma Sevinç'in bu dolaylı önerisi, kısa bir süre sonra sinema ve televizyon sektörünün mutfağından gelen güçlü bir isim tarafından kamusal gündeme taşınacaktır. Bu isim; muhafazakâr sinema akımının (Milli Sinema) öncüleri arasında yer alan, uzun yıllar TRT bünyesinde genel müdür danışmanlığı yürüten ve camiada büyük yankı uyandıran Minyeli Abdullah filminin yönetmeni Yücel Çakmaklı'dır. Çakmaklı, İslam Dergisi'ne verdiği bir röportajda, özel muhafazakâr televizyon yayıncılığı konusuna dikkat çekerek sektörel ve ekonomik bir projeksiyon sunmaktadır. Çakmaklı'ya göre sinema, mahiyeti gereği sanat dalları arasında en yüksek sermayeyi gerektiren, gelişmiş bir teknolojiye, kurumsal bir iş bölümüne ve kolektif ekip çalışmasına dayanan bir sanayidir. Sektörün bu yapısal dinamiklerini göz önünde bulunduran Çakmaklı, Türkiye'de televizyon kanal sayısının artmasının ve dolayısıyla yayıncılıktaki devlet tekelinin kalkarak sektörün özel teşebbüse açılmasının an meselesi olduğunu vurgulamıştır. Dönemin medya ekosistemini de analiz eden Çakmaklı, ana akım basın organlarının son beş altı yıldır televizyon

yayınlarının özelleştirilmesini ısrarla talep etmelerinin arkasındaki temel motivasyonun, gazete ve dergilerde gittikçe azalan reklam gelirlerini televizyon pastasıyla telafi etmek olduğunu belirtmiştir. Bu ekonomik gerçeklikten hareketle, muhafazakâr kanadı temsil eden milli basın kuruluşlarının da pasif kalmaması gerektiğini savunan ünlü yönetmen; özel televizyon kanalları meselesinin ivedilikle gündeme getirilmesini ve bu yeni yayın imkânlarından stratejik olarak nasıl faydalanılabileceği üzerine kolektif bir biçimde düşünülmesi gerektiğini ifade etmiştir (Çakmaklı, 1989a).

Muhafazakâr kesimin söz konusu dönemde dile getirdiği bu öneri ve çıkışlar, ilk etapta geniş ölçekli bir yankı bulmamıştır. Ancak öne sürülen bu görüşlerin aslında yabana atılmayacak nitelikte olduğu çok geçmeden anlaşılmıştır. Nitekim Türkiye, 1989 yılının sonlarına doğru gerçekleşen bu teorik tartışmalardan kısa bir süre sonra fiilen özel televizyon kanallarıyla tanışmış; böylece hem Fatma Sevinç’in hem de Yücel Çakmaklı’nın öngörülerinde ne denli haklı olduğu net bir biçimde ortaya çıkmıştır.

90’lı yılların başından itibaren özel televizyon kanallarının ardı ardına yayına başlaması, beraberinde ciddi tartışmaları da getirmiştir. Bu kanalların mevcut yasal boşluklardan istifade ederek yayın içeriklerini yoğun biçimde cinsellik ve şiddet unsurları üzerine inşa etmeleri, o güne kadar Türk toplumunun alışık olmadığı aşırı eğlence odaklı bir formatın ekranlara yansımaya yol açmıştır. Yayın içeriklerine yönelik bu toplumsal tepki ve huzursuzluk; zaman zaman protesto gösterileriyle sokaklara taşınmış, zaman zaman da başta muhafazakâr hassasiyete sahip mecralar olmak üzere dönemin yazılı basınında geniş bir eleştiri dalgası olarak kendisine yer bulmuştur.

Özel televizyonların kurulduğu döneme kadar yayıncılığı tekelinde bulunduran ve birçok yönüyle eleştirilen TRT, her şeye rağmen yayınlarında müstehcenlik konusunda muayyen bir sınırı korumayı başarmıştır. Bu nedenle, cinsel içerikli yayınlara alışık olmayan geniş halk

kitleleri, özellikle günün hemen hemen her saatinde ekrana gelebilen erotik içeriklerden ciddi ölçüde rahatsızlık duymuştur. Yaşanılan bu huzursuzluk, çok geçmeden kitlesel protestolarla dışa vurulmuştur. Nitekim 8 Ağustos 1992 Cumartesi günü İstanbul Bağlarbaşı'nda bir araya gelen bir grup kadın, özel televizyonlardaki müstehcenliği ve erotizmi protesto etmiştir. Belirli bir siyasi veya sosyal örgüt tarafından organize edilmeyen bu sivil girişime yaklaşık iki bin kişinin katılması, tepkinin tabandaki yaygınlığını göstermesi açısından dikkat çekicidir. Sembolik olarak bir televizyon maketinin yakılmasıyla son bulan bu eylemde kalabalığın dağıttığı broşürler, özel televizyon yayıncılığının gidişatını ve bu gidişattan duyulan toplumsal kaygıyı açıkça gözler önüne sermektedir. Söz konusu broşürlerde yer alan ifadelerde, yaklaşık 60 milyonluk Türk toplumunu rahatsız eden bu emrivaki seksi yayınların "demokrasi hudutlarını çoktan aştığı" vurgulanmıştır. Toplumun "hayâ damarını çatlatan" bu yayın politikasından geri adım attırılması için yakalanan bu fırsatın kaçırılmaması gerektiği belirtilerek, gerçekleştirilen bu mitinge katılım göstermenin aslında Türk toplumunun "seks hastası olmadığını" çoğunluk iradesiyle kanıtlama mücadelesi olduğu ifade edilmiştir (Diriklik, 1995).

Özel televizyon kanallarını denetleyecek ve sınırlayacak yasal düzenlemelerin gecikmesi, bu mecraların reyting uğruna yayın çizgilerinden uzaklaşmalarına zemin hazırlamıştır. Bu durum, esasen kamu hizmeti yayıncılığı yapma ve toplumsal sorumluluk taşıma yükümlülüğü bulunan TRT'nin dahi popülist ve reyting odaklı yayın politikalarına kaymasına neden olmuştur. Örneğin, Star 1 televizyonunun dünya güzellik yarışmasını canlı olarak ekranlara getirmesinin ardından, TRT de benzer bir refleksle "Dünyanın En İyi Mankeni" adlı yarışmayı yayınlama yoluna gitmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışını ve toplumsal temsil sorumluluğunu arka plana iten TRT'nin bu tutumu, dönemin medya eleştirmenlerince sert bir biçimde sorgulanmıştır. Nitekim Abdurrahman Şen, kaleme aldığı "Yanlış Kulvarda Yarış" başlıklı yazısında, TRT yönetiminin "Magic Box anlayışının halk yığınlarınca tasvip edildiğini"

zannederek benzer ticari yolları denemeye kalkışmasını eleştirmiştir. Özel televizyonların hamlelerine TRT’nin de taklitçi bir yaklaşımla karşılık verdiğini belirten Şen; rakip kanalın güzellik yarışmasına karşı TRT’nin mankenler yarışmasını adeta "yüzüne gözüne bulaştırarak" yayınladığına dikkat çekmiştir. Özel kanalların reklamlarda dahi sansür uygulamadığı bu dönemde, TRT yayınlarında da hissedilir bir "esneklik" başladığını vurgulayan yazar, kurumun hitap ettiği geniş halk kitlesini değil de "bütün hayatıyeti beliyle diz kapağı arasına sıkışmış" sınırlı bir kesimi hedef kitle seçmiş gibi davranmasını büyük ve ciddi bir problem olarak nitelendirmiştir (Şen, 1991a).

Güzellik yarışması yayınlayan Star 1 televizyonunu taklit ederek "Dünyanın En İyi Mankeni" yarışmasını ekranlara getiren TRT, bu taklitçi yaklaşımını toplumun dini ve kültürel açıdan en hassas dönemleri olan Ramazan ve Kurban bayramlarında da sürdürmüştür. Özellikle toplumsal değerlerin ön plana çıkması gereken bu dini bayramlarda hem özel televizyon kanalları hem de kamusal yayıncılık yapması beklenen TRT, bayramların ruhu ve manevi anlamıyla tamamen tezat oluşturan içerikler hazırlamışlardır. Şarkılı, türkölü ve dansözlü eğlence formatları, bayram süresince ekranların ana unsuru haline gelmiştir. Manevi iklim ile ekranlardaki popüler kültür öğeleri arasında ortaya çıkan bu çelişkili durum, dönemin Yörünge dergisinde yayımlanan bir yorum yazısında sert bir biçimde eleştirilmiştir. İlgili yazıda, TRT’nin bayram boyunca gerçekleştirdiği yayınların gerçekte hangi bayram için hazırlandığının belirsizliğine dikkat çekilerek, bu içeriklerin Kurban Bayramı’nın manevi muhtevasıyla hiçbir ilişkisinin bulunmadığı vurgulanmıştır. Ekranlarda sürekli olarak dansöz oynatan ve "dansözden farksız" şarkıcıları izleyiciyle buluşturan TRT’nin, Müslüman toplumun inanç dünyasına ve bayramına yönelik nitelikli bir program yapmadığı ifade edilmiştir. Eleştiriye derinleştiren yorumda, milli ve manevi değerleri göz ardı eden bu programların asıl hedef kitlesinin kim olduğu ve kimin için hazırlandığı sorgulanarak kamusal

yayıncılıktaki eksen kaymasının altı çizilmektedir ("Neyin Bayramı", 1992).

Özel televizyonların Türk toplumsal yapısına uymayan ve kültürel yozlaşmayı hızlandırdığı düşünülen bu yayınları, TRT'nin de benzer bir çizgiyi benimsemesiyle birleşince, muhafazakâr kesimi daha derinlikli tartışmalara sevk etmiştir. Toplumun inanç ve kültür dünyasına saygılı, faydalı bir televizyon kanalına duyulan ihtiyaç artık daha yüksek sesle dillendirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda ilk yapısal eleştirilerden biri Salih Gökmen tarafından Yörünge dergisinde kaleme alınmıştır. Gökmen, muhafazakâr basın ve entelektüellerin sadece ekrandaki olumsuzlukları şikâyet etmekle yetinmesini eleştirerek, mevcut DYP-SHP koalisyon hükümetinin ve özel TV kurucularının ülkeyi "hızla çağdaş Batı toplumlarındaki 'ahlak' normlarının içine sürüklemekten başka" bir misyonu olmadığını vurgulamıştır. Dolayısıyla bu aktörlerden dini ya da ahlaki yayınlar beklemenin yersiz olduğunu belirten Gökmen, muhafazakâr kurumların sadece "lafa dayalı tenkit kampanyası" yürütmesini sert bir dille sorgulamıştır. Gökmen'e göre, Müslümanlar adına ortaya çıkıp unvan, makam, oy veya tiraj sahibi olan yapıların, kuru gürültü yapmanın ötesinde toplumsal sorunlara somut çareler üretme sorumluluğu bulunmaktadır. Bu noktada muhafazakâr camianın kendi gündemini belirlemesi gerektiğini savunan yazar, reaksiyoner bir tutumdan aksiyoner bir pozisyona geçilmesi çağrısında bulunmuştur. Gökmen, entelektüel çevrelerin geçmişe sığınmasını eleştirerek, Müslümanların artık nostaljik yaklaşımları bir kenara bırakması ve "'Bir zamanlar üç kıtada at koştururduk' övünmesinin çağdaş yorumu olan '%99'u Müslüman olan Türkiye' ütopyasından vazgeçme" zamanının geldiğini belirtmiştir. Basının, başkalarının belirlediği yozlaşmış gündemi sürekli eleştirmek yerine, alternatif çözümlere ön ayak olması gerektiğini ifade eden Gökmen şu çarpıcı uyarıyla yazısını sonlandırmıştır: "İşi gücü bırakıp elalemin ekrana çıkardığı pavyon karısını veya erotik şovları tenkitle vakit geçirirsek; 2000 yılına geldiğimizde hala 'Ah bir TV kanalımız olsa!' diye dertleşip dururuz." Gökmen'in bu çıkışı,

muhafazakâr medyanın sadece bir şikâyet mercii olmaktan çıkıp, kendi mecralarını kurma fikrine yönelmesindeki en somut tarihsel kırılmalardan birini teşkil etmiştir (Gökmen, 1992).

Yine yörünge Dergisinde, derginin sahibi ve İslami camianın tanınmış isimlerinden Resul Tosun, özel televizyon yayıncılığına ilişkin hazırlanan dosya çalışmasının sunuş yazısında, Müslüman kitlelerin medya sektöründeki kurumsallaşma eksikliğine dikkat çekmiştir. Tosun, İslami sermaye veya isimler öne sürülerek televizyon kanalı kurulacağına dair yayılan haberlerin, somut bir adımdan ziyade propagandadan ibaret kaldığını vurgulayarak televizyon alanında geç kalındığına dair endişelerini dile getirmiştir. Kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun, en dindar ailelerin dahi çocukları üzerindeki sosyalleştirme ve dönüştürme gücünü kırabilecek bir etkiye sahip olduğunu belirten Tosun, buna karşın toplumun neredeyse tamamının televizyonu vazgeçilmez bir sosyal ihtiyaç olarak kabul ettiğini ifade etmektedir. Oysa Türkiye'deki Müslüman kimliğe sahip kitlelerin; cami, okul ve vakıf gibi sosyo-kültürel kurumları kendi öz kaynaklarıyla inşa edebilecek yüksek bir fedakârlık ve cömertlik düzeyine sahip olduğunu hatırlatan Tosun, dışarıdan herhangi bir kolektif yardıma gereksinim duymadan bu tür büyük bütçeli medya yatırımlarını tek başına üstlenebilecek ciddi maddi imkânlara sahip kişilerin sayısının da azımsanmayacak ölçüde fazla olduğunu dile getirmektedir (Tosun, 1992).

Konuyu gündeme getiren ve İslami camianın o dönemki edilgen tutumunu eleştiren bir diğer isim ise İslam dergisi yazarı Nezir Arslan’dır. Arslan, yeni kurulan özel televizyon kanallarını ve bu kanalların yayın politikalarını incelediği yazısında, 1993 yılının başlarına kadar Müslüman kitlelerin kendi değer dünyalarıyla barışık ve güvenle izleyebilecekleri bir televizyon kanalının kurulmasının uzak bir ihtimal olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda İslami basına önemli bir sorumluluk düştüğünü savunan yazar, öncelikle gerekli sermayenin temini için güçlü bir kamuoyu oluşturulması ve

eş zamanlı olarak kurulacak kanalda istihdam edilmek üzere nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Medyaya karşı savunmasız bir konumda bulunan Müslüman kitleyi ise kolektif bir iş birliğine davet eden Arslan; bu kitlenin, umut vadeden ciddi girişimleri ve projeleri desteklemeye hazır olması gerektiğini ifade etmektedir. Nezir ayrıca mevcut yayın ilkelerine ve dini inançlara ters düşen içeriklere karşı toplumsal tepkinin dinamik tutulması gerektiğini, mevcut sistemde hakların talep edilerek kazanılacağını ve hedeflere ancak yoğun bir çaba ile ulaşılabileceğini belirtirken, özel kanalların niteliksiz yayınlarını sürdürmesindeki sorumluluğun bir parçasının da İslami camianın kendi eylemsizliğinde aranması gerektiği dile getirmektedir (Aslan, 1992).

Özel televizyon yayıncılığı alanında yaşanan gelişmeler ve bu süreçte ortaya çıkan olumsuzluklara muhafazakâr kesimin gösterdiği tepkiler, dönemin dinamiklerini şekillendirecektir. Ancak bu tepkilere rağmen, camianın önde gelen isimlerinin alternatif bir yayın mecrası kurma -"Bizim de bir televizyonumuz olsun"- söylemi karşısında ikircikli bir tutum sergilemesi, camia içinde saygın ve yüksek tirajlı bir konuma sahip olan Yörünge dergisini harekete geçirmiştir. Dergi, mevcut gelişmeleri ve tartışmaları ele almak amacıyla "Müslümanların Televizyonu Ne Zaman?" başlıklı (Ceylan vd., 1992) kapsamlı bir dosya çalışması hazırlayacaktır. Bu çalışmada, yaşanan güncel gelişmelerle birlikte muhafazakâr kamuoyunun önde gelen figürlerinin, muhafazakâr bir televizyon kanalının kurulabilme imkânı ve sürdürülebilirliği üzerine olan stratejik görüşlerine yer verilmiştir. Dosya kapsamında görüş beyan eden isimler, muhafazakâr bir özel televizyon projesine dair yaklaşımlarını, beklentilerini ve çekincelerini farklı perspektiflerden dile getirmektedirler.

Eski TRT Genel Müdürü ve ülkücü camianın önde gelen isimlerinden Prof. Dr. Şaban Karataş, kendisiyle yapılan görüşmede özel televizyon yayıncılığının gerekliliğine vurgu yaptıktan sonra, tüm Türk-İslam coğrafyasına hitap edecek

geniş ölçekli bir televizyon projesine dair vizyonunu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Her türlü kamu haberleşme sisteminin özel teşebbüsün elinde olması doğrudur. Devletin görevi bu alandaki hürriyeti tanzim etmek. Haksız rekabeti önleyici ve mahremiyeti koruyucu tedbirler geliştirmektir. ... Bu konuda girişimimiz var. Müslüman Türkleri ve Müslüman Türklerin ülkelerinde yaşayan herkesi, genel olarak dünyanın, özel olarak Türk dünyasının ve İslam dünyasının gidişatından haberdar etmek gayesi güdüyoruz. Yayınlarımız İslam medeniyeti kaynaklarından beslenecektir. Ve Türk ve İslam dünyasının bu günkü meselelerine yönelecektir. Yeterli kadromuz var. Eksikliğini kolay tamamlarız. ... Kanunsuz ve gayri meşru himayelerle ayakta duran korsan yayın kuruluşlarının yolundan gitmeye niyetimiz yoktur. Anayasada yapılacak değişiklikleri beklemek niyetindeyiz. O zamana kadar da teşebbüs sahipleri hangi temel esaslar etrafında anlaşabileceklerini görecekler ve hesaplarını yapacaklardır" (Karataş, 1992, s. 11).

Muhafazakâr kesimin önde gelen iş insanlarından ve Feza Film’in sahibi Mehmet Tanrısever ise muhafazakâr bir televizyon kanalının kurulabilme ihtimaline karşı oldukça karamsar bir yaklaşım sergilemektedir. Bu husustaki eleştirilerini net ve tavizsiz bir üslupla dile getiren Tanrısever, düşüncelerini şu sözlerle aktarmaktadır:

"Daha sinemasını yapamayan, özel TV'sini nasıl yapsın? Televizyonun yolu sinemadan, film yapmaktan geçer. Kaç yönetmenin, kaç senaristin, kaç oyuncun var? Sinema bir sanat, bir yazarlık işi. Türkiye'de edebiyatı bilen yok. Üç tane roman var ülkemizde, onlar edebiyat mı yani? Şimdi aldığım bazı romanları film diye çekmeye imtina ediyorum... Kimileri çıkmış, Hilal-1 deyip duruyor. Nerede Hilal-1, hani? Bunlar ancak zamanla olur. Önce sinemanın hakkını vermek gerekir" (Tanrısever, 1992, s. 11).

Muhafazakâr sinemacılar kuşağının öncü isimlerinden olan ve TGRT için çektiği "Danimarkalı Gelin" filmiyle büyük yankı uyandıran Salih Diriklik ise televizyon yayıncılığı için gerekli olan kalifiye yapımcı kadrosu eksikliğine, toplumsal izleme alışkanlıklarına ve kurumsal-mali zorluklara dikkat çekmektedir. Dönemin aktörlerinin hazırlıksızlığını ve

stratejik eksikliklerini eleştiren Diriklik, konuya dair yaklaşımını ve çözüm önerilerini şu sözlerle ifade etmektedir:

"Resmî olsun özel olsun televizyon yayınlarının inanan inanmayan herkes üzerinde meydana getirdiği etkinin boyutlarını tekrarlamakta fayda yok ancak şunu özellikle belirtmek istiyorum: ... ben 6 sene kadar Almanya'da bulundum ve orada insanların televizyonla çok fazla ilgili olmadıklarını, kendilerine birtakım kişisel meşgaleler bulduklarını, haftalık programlara göre televizyonu ne zaman açıp ne zaman kapatacaklarını önceden planladıklarını gördüm. Batıda belki bütün insanların rutin seyrettikleri tek program, her akşam yayınlanan ana haber bültenleridir; onun dışında insanlar sadece kendilerini ilgilendiren yapımları izliyorlar. ... Bizde, bizim gibi yaratıcı gücü fazla gelişmemiş, okuma ve kişisel hobi edinme alışkanlıkları bulunmayan toplumlarda ise durum çok farklı. İlgili ilgisiz, faydalı faydasız ne gösterilirse gösterilsin bütün gün ekranı açık tutan, onda gördüğü her şeyi "mal bulmuş Mağribi" gibi kapan ve/veya çocuklarını oyalamak için videoya çizgi film kaseti koyarak başını dinlemeye çalışan aile tipleri bizde oldukça fazla. Durum bu olunca televizyonun fertlerin ruh yapıları ve karakterleri üzerinde meydana getirdiği olumsuz etkilenmeler, bizim toplumumuzda bilhassa ön plana çıkıyor. ... Az önce sözünü ettiğim etkileme gücü dikkate alınınca, özel bir televizyon kanalına sahip olmanın zarureti kendiliğinden ortaya çıkıyor ancak Müslümanların bu konuda treni kaçırmakta olduğu kanaatindeyim. Biliyorsunuz şu sıralar öyle özel televizyon konusu oldukça popüler bir mevzu, önemi de ortada; ancak ben şahsen Hilal 1'in ve bazı kişi ve kuruluşların özel televizyon kurma söylentilerini tamamen spekülasyon olarak alıyorum. Mesela ben parası olan bir iki kişiyi yanıma alıp "Özel televizyon kurma çalışmalarına başladık, her şeyimiz hazır, mayıs ayında yayına geçiyoruz," diye beyanatlar versem bir anda ilgi odağı haline gelmez miyim? Gösterilen itibar da beni birkaç ay idare eder ama böyle bir tutum, bu işe niyetle eğilmek düşüncesinde olan bazı kişileri engelleyip "Hele bekleyelim bakalım Salih ne yapacak?" tereddüdüne sokmaz mı? Bu işe zarar olarak yeter de artar bile. Böyle bir işle ciddi olarak ilgilenen kişi sessiz ve derinden giderek önce kendi içinde ne yapmak istediğine karar vermeli, çevresine danışmalı, imkânların ve imkânsızlıkların ne olduğunu enine boyuna araştırmalı, bu işin tekniğini ve sanatını bilen kişilerle görüşüp olayı pişirdikten sonra ortaya çıkmalı. ... Ben, "Bir TV kanalı

kaçı mal olur?" diye soranları bilirim; yaklaşım genellikle böyle. "Kuracağımız kanalda ne gösterilecek? Bizim şu anki yapım kadromuz bu işe yeterli mi? Yetersizse bu kadro en kısa zamanda nasıl yetiştirilir? Sıkışınca yayına koyacağımız filmlerimiz, dizilerimiz, belgesellerimiz hazır mı?" gibi soruları soran henüz yok. Herkes "Hele bir başlayalım da tutturamazsak bile nam olur," havasında. Ortaya konan ana sermayenin bitimi halinde müessesenin nasıl döneceği bile düşünülmüş değil. Böyle bir kanala kim reklam verir? Hangi tür reklamlar yayınlanabilir? Başka gelir kaynakları olabilir mi? İşin cazibesi içinde bu problemler bile kimsenin aklına gelmiyor. Öncelikle, acilen bu işin önemine inanan kapital sahipleriyle program üretecek senarist, yönetmen vesaire gibi kişilerin birlikte oturup tartışmaları, ne yapacaklarına karar vermeleri gerekir; çünkü bu iş ne sırf para ile ne de sırf program yapımcılarının varlığı ile gerçekleşir. İki kesimin çok sıkı bir iş birliğine ihtiyacı vardır; aksi halde "Hele bir başlayalım da arkası gelir," mantığında kurulacak TV istasyonunun fındık kabuğunu doldurmaz yayınları, bizzat günümüz TV yayınlarından şikayetçi olan Müslüman kesim tarafından bile seyredilmez, güdük kalır. Eklemek istediğim son bir husus, Türkiye’de bu alandaki rekabetin büyük oluşu sebebiyle böyle bir teşebbüsün mali gücünün oldukça büyük olması gerektiğidir. Böyle büyük bir sermaye birikimini de bölük pörçük cemaatlerin veya üç beş iş adamı temin edemez. Değişik kişilerin özel TV heveslerini bir noktaya kanallara edecek tarafsız bir kuruluş, vakıf veya derneğin mutlaka devreye girip bu birimleri bir araya toplayıcı rol üstlenmesi gerekir. Henüz kimse böyle bir görev üstlenmediği, üstlenmeye de henüz talip olmadığı için özel TV meselesini kaçırmakta olan bir tren olarak görüyorum" (Diriklik, 1992, ss. 8-9).

Muhafazakâr sinema kuşağının öncü isimlerinden olan; "Reis Bey" ve "Kavanozdaki Adam" gibi dönemin sosyo-kültürel ikliminde derin izler bırakan önemli filmlere imza atan Mesut Uçakan ise Türkiye’deki muhafazakâr cemaatlerin yapısal çeşitliliğine, bu yapıların dini yorumlama biçimlerindeki farklılıklara ve kurulacak bir televizyon kanalının karşılaşacağı finansal-ideolojik tezatlarla dikkat çekmektedir. Sektörün içine doğacağı çok parçalı yapıyı ve yayın politikası oluşturmanın zorluklarını vurgulayan Uçakan, konuya ilişkin yaklaşımını şu sözlerle dile getirmektedir:

"Dört bir tarafından görüntü ağıyla çevrilmiş bir toplum yapısı içinde mutlaka özel televizyonu gerçekleştirmek lazım. Bunu tartışmak bile son derece abes. Fakat bu sanıldığı kadar kolay değil. Bu konuda çok farklı ve büyük açıklarımız var. Birincisi, televizyon kanalı kurulduktan sonra izlenecek politika nasıl oluşturulacak? Cemaat yapımız içerisinde bir homojenliğimiz yok. İslami metot konusunda çok farklı algılar, çok farklı tebliğ şeklinde yorumlar söz konusu. Bir banka reklâmı, ya da kadın kullanarak iletilen mamul reklâmına yer verilebilecek mi veya bir Yahudi'nin malına yer verebilecek misiniz? Bunu vermiş olsanız, sizin kendi inançlarınız doğrultusunda bir özel TV kurma gayeniz zaten ortadan kalkar. Vermemiş olsanız, bu sefer de gelir kaynaklarınız kurur. Hepimizin malumu ki özel televizyonu ayakta tutacak tek şey reklamdır. Piyasadan harcamalarınızı karşılayacak kadar reklam temin edemezseniz sürekli giderlerle karşılaşsınız. Bu yüzden, asıl problemler özel TV kurulduktan sonra başlayacaktır bence. Bu Özel TV'yi buna rağmen kuralım, çok ilgi çekeriz, çok izleyici toplarız ve pek çok reklâmı bize doğru çekeriz düşüncesi ise pratikte iyi niyetten öteye gitmez kanaatimce. Çünkü bu konuda ilk heyecanla kurulacak özel televizyonlarda, dergicilik ve gazetecilik konusunda yaşadığımız handikaplarla bir hizip mantığı kesinlikle süreceği için hem seyircide o kadar akış göstermeyecek hem de bu hizip mantığı birçok iş adamına cazip gelmeyecektir. Zaten Müslüman çevreler ilgi gösterecektir ki onların da Müslüman gazetelere ne derece ilgi gösterdiklerini görüyoruz. Kadro yetersizliğinin yanı sıra nasıl bir politika takip edileceği de başlı başına problem. Türkiye'de çok değişik Müslüman gruplar var. İçkisinden, kumarından vazgeçemeyeniyle, gece gündüz ibadet edip, dilinden Allah'ı düşürmeyenlere varıncaya kadar, Nurusu, Süleymancısı, Ülkücüsü, düşünün yani çok farklı gruplar var. Bu grupların kimisi 'İslam'da siyaset vardır' diyor, kimisi 'yoktur' diyor. Kimi devrimci, kimi halka rağmenci, kimi halka yakın gibi görüşlerle birbirlerine düşman iken böyle bir televizyonda bütün bu kitleleri kuşatacak ortak bir metot bulmak o kadar kolay değil. Böyle bir televizyon teşebbüsünün üç beş kişinin iyi niyet çabalarıyla yapılması, orta halli insanlardan para talep edilmesi gibi çalışmalarla yarıda kalabilir" (Uçakan, 1992, s. 15).

Muhafazakâr kesimin önemli entelektüellerinden biri ve Altınoluk dergisinin yayın yönetmeni olan Ahmet Taşgetiren ise Müslüman kitlelerin kolektif çalışma konusundaki

organizasyonel eksikliklerine ve ortak iş yapma kültüründeki uyumsuzluklarına dikkat çekmektedir. Medya alanındaki girişimlerin sermaye ya da insan kaynağı yetersizliğinden ziyade bir araya gelememe probleminden kaynaklandığını vurgulayan Taşgetiren, konuya dair yaklaşımını şu sözlerle ifade etmektedir:

" ... Bizler, yani Müslümanlar, olaya biraz geriden başlamış durumdayız. Bu gazete seviyesinde böyle oldu, şimdi TV'de de böyle oluyor. Neden? Sanırım tüm İslam dünyasında yaşanan süreçten nasibimizi alıyoruz. Uzunca bir süredir imkânlarını kendi iradeleriyle tasarruf edemeyen İslam toplumları, her şeyi sıfırdan inşa etmek, hatta bunu yönetimlere rağmen yapmak gibi bir konum içinde bulundular. Bu da ister istemez her alana sarf edilen imkânın sınırlı olmasına zemin hazırladı. Nasıl ki İslam toplumlarında Müslüman iş adamı, Müslüman bilim adamı, Müslüman bürokrat, Müslüman siyaset adamı yetişmesi yeni zamanların işi ise iletişim alanında da büyük kuruluşlara yönelme çabası da yeni yeni gelişmektedir. ... Şu anda bizim camiamızda, bu konu heyecan uyandırıyor. Bilhassa mevcut özel televizyon kuruluşlarının herkesin evinin içine getirdiği pislik ve bunun uyandırdığı öfke, "neden İslam'ın TV'si yok?" sorusunu hep canlı tutuyor. Sade Müslüman'ından bilim adamına, iş adamına, siyasetçisine, yazarına kadar herkes TV özlemiyle dolu. Ama bu nasıl gerçekleşecek? Kanaatimce, Müslümanların, bir özel televizyona vücut verecek sermaye birikimleri vardır. Bilgi birikimleri vardır. Elemanları da vardır. Ancak neden helva olmuyor? Bakınız Müslümanların çok iyi gazete çıkartacak paraları vardır. Bilgi birikimleri vardır, elemanları vardır ama neden dört dörtlük gazete çıkaramıyoruz. Bu iki soru birbirleriyle alakalı... Kanaatimce sistemin savurduğu insanlar olarak henüz organizasyon, birlikte çalışma şuuruna ulaşamadık. Kanaatimce henüz İslam, gerekli ağırlığını hissettiremiyor üzerimizde... Özel TV'yi kurmalıyız. Bu konuda birçok Müslüman gibi bizim de bazı çabalarımız oldu. Fizibilite planında hazırlıklar içerisindeyiz... Ölçü iyi bir TV olmalı. Bu gazeteye de benzemiyor. Ki bizler senelerce 'neden şöyle bir gazetemiz olmadı?' diye hasret çekmiş nesilleriz. Yarın da 'şöyle bir TV'miz olsaydı' diye hasret çekmemek lazım. Teknolojiyi kullanmak mesele değil artık. Bedelini öder, satın alırsınız. Ama TV'nin beynine koyacağınız fikir

kapasitesi önemli. Böyle bir oluşumun her safhasında üzerimize düşen görevi yapmaya hazırız" (Taşgetiren, 1992a, s. 20)

İsmailağa Cemaati'nin önde gelen isimlerinden Mahmut Talü ise muhafazakâr bir televizyon yayıncılığına ve kitle iletişim araçlarının toplumsal etkilerine yönelik oldukça özgün ve radikal bir perspektif sunmaktadır. Televizyonun toplumsal bir gerçeklik haline geldiğini ve edilgen bir reddedişle bu mecranın olumsuz etkilerinden kaçınmanın mümkün olmadığını savunan Talü, konuya ilişkin yaklaşımını şu sözlerle dile getirmektedir:

"... Televizyon bir alettir. Camında, kablosunda, ekranında vb. aksamında bir kötülük bulunmamaktadır. Ayrıca televizyon artık bütün topluma mal olmuş durumdadır. Söküp atmak mümkün değildir. Müslümanlardan müteşekkil bugünkü toplum televizyon ile müptela olmuşken, ben veya sen evine sokmamakla, ona fitnevizyon, deccal kutusu gibi isimler takmakla mesuliyetten kurtuluyor muyuz acaba. ... Seyretme demekle iş bitmiyor. Bu bakımdan A'dan Z'ye kadar bütün programları İslami prensiplere uygun olan bir özel TV'nin kurulmasının zaruriliğine inanıyorum. Hiç olmazsa, müptelalarımıza 'bunu seyret' diyebiliriz. Fakat şunu da belirtmek isterim ki, bu özel TV özel kanal şeklinde değil de televizyonu da (yani ekranı) özel olmalı. Diğer TV yayınları izlenmemelidir. Eve böyle bir televizyon alınmalı. Yoksa düğmelerle kanal değiştirildi mi, gene büyük sakıncalar aynen olacaktır. ... Maddi imkanlar halledilirse, sürekli program yapacak yeterli kadro bulunur" (Talü, 1992, s. 16)

Cemre dergisi yöneticilerinden Abdurrahman Şen ise muhafazakâr camianın kurumsallaşma süreçlerindeki entelektüel altyapı eksikliklerine ve özellikle insan kaynağı istihdamında sergilenen finansal mantaliteye dikkat çekmektedir. Sektördeki profesyonelleşme sorununu ekonomik gerçeklikler ve kültürel sermaye bağlamında ele alan Şen, konuya ilişkin yaklaşımını şu sözlerle dile getirmektedir:

"... Özel TV konusunda geç kalmakta olduğumuz konusundaki eleştirilere katılıyorum. Şartların şimdilik bunu gerektirdiğini de biliyorum. Özel TV'de başarılı olabilmek için öncelikle altyapıdaki eksikliklerimizi gidermemiz gerektiği

inancındayım. Bu da teknik değil, fikrî altyapı eksikliğidir... Gazetelerimizin kültür-sanat sayfaları, bu konudaki soruların açıklıkla sorulup açıklıkla tartışıldığı arenalar olması lazım. Ancak gazetelerimizin mevcut yapısı buna pek müsait değil. O halde iş dergilere kalıyor. Dergilerimizin hemen hepsi de öncelikle siyasi arenada kalem oynatmayı tercih ediyor. Bir kısmı da dini tedrisatta öncülük yapmayı ilke edinmiş... Bu konuda bizim girişimlerimiz kalemlerimizle sınırlı. Çalıştığımız gazeteden aldığımız maaşla evimizin nafakasını temine uğraşıyoruz. Girişim yapmak para sahiplerinin işi... Bizim sadece kalemimizle, bilgimizle, tecrübemizle, emeğimizle katkımız olabilir... Maddi imkân sağlanmış olsa yeterli kadromuz var. Ancak bu kadroyu kurabilmemiz, mevcut kültür ve basın kuruluşlarımızdaki mantaliteyle mümkün değil. Mesela TRT’den beş milyon maaş alan bir teknisyene özel TV kanallarından birisi 7,5 milyon maaş teklif ediyor... Bu kişiyi siz de çağırıp “hizmet” gerekçesini hatırlatarak 2,5 milyon teklif ederseniz o kadro başka işlerle uğraşmayı tercih eder. Siz de dövünüp avunup başkalarının yaptığına “kulp” takmakla uğraşırsınız... Program yapabilmek sanıldığı kadar zor değil. Üstelik bizim bir avantajımız var: Öz kültürümüzü en iyi bilen biziz. Bu hazineye liyakatli biçimde uzanacak ellerin bulacakları sayısız zenginlikler mevcuttur. İstanbul’un fethinden, Malazgirt’ten, Kosova’dan, Çanakkale’den, Sakarya’dan, Kore’den, Kıbrıs’tan çıkartılacak sadece kahramanlık destanları değil; sosyolojik, kültürel birçok konu, binlerce hikâye vardır. Günümüzdeki sıkıntıların her biri de destanlık çaptadır. O halde önce profesyonel yaklaşım, gerisi kendiliğinden gelir" (Şen, 1992b, s. 16).

Vefa Yayıncılık'ın sahibi Kemal Y. Ataman da televizyon yayıncılığının muhafazakâr camia için kaçınılmaz bir zaruret olduğunu dile getirerek, medyanın dönüştürücü etkilerine karşı ivedilikle bir güç birliğine gidilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Televizyonu toplumsal yapıyı koruma veya dönüştürme noktasında stratejik bir araç olarak konumlandıran Ataman, konuya ilişkin yaklaşımını şu sözlerle aktarmaktadır:

"Bizce, günümüz Müslüman'ının en öncelikli işlerinden birisi TV yayıncılığıdır. Çünkü artık halkımızın ezici çoğunluğu TV'yi izliyor ve yayınların tahrir edici etkisine karşı tek başına yapabilecek fazla bir şeyleri yok. O halde, düşmanın kullandığı cinsten bir silahla karşılık vermek gibi bir mecburiyetimiz var.

Ve bu vazife, bugün Müslümanların dertlerine kafa yoran herkesin üzerine yüklenmiş ağır bir yüküdür. Güçlerimizi birleştirip, özellikle de genç nesil üzerinde yıkıcı etkisi artık tartışılmayan mevcut programların karşısına ciddi, seviyeli ve geliştirici yapımlarla çıkmalıyız. Bugün eplerimizin içlerine uzanan ve kendi ellerimizle yerleştirdiğimiz alıcılara vasıtasıyla 7'den 70'e herkesi etkileyen, yönlendiren TV programlarına "dur" demenin zamanı geçmek üzeredir. Bir süre sonra, mevcut fırsatları da kaçırmış olabileceğimizi de hatırlarımızdan çıkarmamalıyız" (Ataman, 1992, s. 22).

Akademi-Afitaş A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Taşdiken ise Türkiye'de özel yayıncılığın emekleme döneminde muhafazakâr sermayeli bir televizyon kanalının karşılaşacağı reklam bağımlılığına ve ekrandaki kadın temsili gibi temel yapısal paradokslara dikkat çekmekte ve şu ifadeleri kullanmaktadır:

"Artık özel TV'nin önemini ve gereğini tartışmak söz israfıdır. Bilindiği gibi telsiz kanunuyla ilgili değişikliğin gündeme geldiği 1982 yılından bu yana TV ile ilgili hazırlıklar ve tartışmalar başlamıştır. Ancak o dönem beklenen anayasa değişikliğinin hâlâ gerçekleşmemiş olması süreyi uzatmıştır. Bu arada Magic Box'ın bulunduğu hileişeriye, iki ayrı özel kanalı da beraberinde getiriyor. Bildiğimiz birkaç grup da anayasa değişikliğini bekleyerek hazırlıklarını sürdürüyor. Bize gelince... Belli bir potansiyel gücü varsayarsak bizim için iki handikap söz konusudur. Birincisi reklam almak ve bu mevcut sistemin ürünlerini yayınlamak. Reklam almadan bir kanalın ayakta kalması mümkün değildir. Bu sektörün işleyişi, reklam verenlerin oluşmuş genel yargısıyla böyle bir medyaya bakışlarını asla iyimser bir hayalcilikle geçiştiremeyiz. Yapı olarak Türkiye'de Batı uzantısı olmayan, politika ve kültürde enternasyonalizmin sözcülüğünü yapmayan, belli odakların vizesini almanın, onların etki alanına girmeyi düşünmeyen bir kanala gürül gürül reklam akacağını varsaymak bir ham hayaldir. Siz ülkenin en çok seyredilen kanalı olsanız bile sirkülasyonunuzu uzunca bir süre size direnecek reklam ve sermaye sektörünün dışında düşünmek ve hesabınızı buna göre yapmak zorundasınız. Bunun da bu kadar canlı ve etkili olmamakla birlikte hayatiyetinizi sağlayacak yolları vardır. Ancak bunlar, biz en kaba, en primitif şeyler olan özel TV'nin önemi ve gereğini tartışmaktan henüz gündeme gelmemiştir. Reklamın ikinci yanı da her reklama açık olmayacağınız yahut

nereye kadar açık olacağınız konusudur. Bu konuda öbürü kadar ihmal edilmeyecek bir tartışma ve vize gerektiriyor. İkinci handikap bizatihi yayının kendisidir. Bir kadın resmi basıp basmamak konusunda basın organlarımızda yaşanan sıkıntı; dramada, müzikte ve bizzat yayının ana noktalarında daha büyümüş, daha devleşmiş bir şekilde karşınıza çıkmaktadır. Bu konuları da başlıklar halinde gündeme alıp mutlaka en opsiyonlu, en geniş çerçevesiyle bir çözüm bulmalıdır" (Taşdiken, 1992, s. 19).

Dönemin genç yazar ve yönetmenlerinden olan Mahmut Çetin de özel televizyonculuğun yapısal işleyişine, yerli program üretiminin iktisadi ve kültürel zorunluluğuna dikkat çekerek, yabancı içeriklerin dublaj yoluyla "yerleştirilmesi" çabasındaki absürtlüğü ve dramatik anlatının propaganda diliyle inşa edilemeyeceğini çarpıcı bir biçimde ortaya koymaktadır:

"Özel radyo ve televizyon meselesinin iki cephesi var. Birincisi yayıncılık, ikincisi programcılık. Yayıncılık büyük kısmıyla PTT'nin işi. Asıl mesele programcılık. Yeni yayın saatlerini dolduracak programı üretme veya bu üretimi koordine etme. Asıl mesele bu. Program üretilmeyince ne olur? Türkiye’de ve diğer müstemleke ülkelerde olduğu gibi Batılı ve özellikle Amerikan film ve dizi filmleri televizyon kanallarını istila eder. İyi bir çeviriyle gayriinsani/gayriislami unsurlar yok edilemez mi? Edilmeye çalışılır ama ortaya 'selamünaleyküm barmen' çıkar. Hikâyesi şu: Arap ülkelerinin birinde televizyonda kobbyo filmi yayınlanır. Kobbyo bara girer, barmene 'Selamünaleyküm barmen, çek bir viski' der. Ortaya çıkan cinayettir. Allah'ın selamı, viski ve barmen!.. Dublajın sonu budur. Elin filmiyle yayına geçilmez. Özel bir TV kuruluşu, bir hayır kuruluşu değil, özel-ticari bir kuruluştur. Bu değirmen, reklam alarak bazen de pazarlama yaparak yaşayabilir. Reklam alabilmek için kaliteli programlar üretmelidir. Çünkü program kaliteli olmayınca seyirci çekmeyecek, seyirci çekmeyen kuşağa da reklam alınmayacaktır. Seyirci nasıl çekilir? Seyirci her türlü kaliteli programı seyrederek. Bir özel TV özellikle film ve dizi filmleriyle nevi şahsına münhasır olabilir, seyirci çekebilir, kâr edebilir. Masa başında 5-6 saatlik bir yayını; İstiklal Marşı, haberler ve hava durumu, belgesel programlarla doldurup sonra da 'Acaba niye seyirci bizi seyretmiyor?' denmemelidir. İşin oluş şartları yerine getirilmelidir. En çok seyirciyi çeken ve seyirciyi bağlayan programlar film ve dizi filmlerdir. Yani

dramadır. Bizim hikâye, roman ve senaryoda çiftli meselelerimiz vardır. Bu meseleleri çözmedikçe başarılı drama programları üretilemez. Drama adı altında vaiz görüntülerseniz, seyirci bir defa seyreder; ikincide kendiniz yayınlar, kendiniz seyredersiniz" (Çetin, 1992, s. 14).

Özel yayıncılığın Türkiye'deki hızlı yükselişi ve kitlesel etkisi, dönemin muhafazakâr entelektüel çevrelerinde sadece teknik ya da ticari bir mesele olarak değil, aynı zamanda dinî-kültürel değerlerin korunması ve aktarılması bağlamında da hayati bir meşruiyet sorunu olarak ele alınmıştır. Yörünge Dergisi'nin öncülük ettiği kapsamlı dosya çalışmalarının ardından, Ahmet Taşgetiren yönetimindeki Altınoluk dergisi de bu toplumsal dönüşüme sessiz kalmayarak bir sayısını tamamen televizyon olgusuna ayırmıştır. Dönemin önde gelen ilahiyatçı ve akademisyenleri olan Ali Rıza Demircan, İsmail Kara, Hayrettin Karaman, Mahmut Çamdibi, İrfan Gündüz, Raşit Küçük ve İsmail Çakan'ın katılımıyla gerçekleştirilen geniş çaplı oturum, "İslam Televizyona Nasıl Yansımali" başlığı altında yayınlanmıştır. Bu entelektüel müzakerede katılımcılar; kitle iletişim araçlarının dönüştürücü gücünü, seküler nitelikteki özel televizyon ekranlarında İslami konuların ne şekilde yer bulması gerektiğini ve bu mecrada var olmanın fıkhi/ahlaki sınırlarını derinlemesine tartışmışlardır. Tartışmanın odak noktasını ise popüler kültürün ve reyting kaygısının egemen olduğu bu yeni medyada, dinî içeriğin özünden koparılmadan nasıl sunulabileceği sorusu oluşturmuştur. Bu bağlamda konuşan İlahiyat Profesörü Hayrettin Karaman, televizyonun modern bir tebliğ aracı olarak kullanılmasının kaçınılmaz bir zorunluluk olduğunu savunmuştur. Karaman, dinî muhtevanın üretimini ve sunumunu televizyon yapımcılarının inisiyatifine bırakmamak gerektiğinin altını çizerek, mevcut kitle iletişim araçlarının mevcut tüm olumsuz yapısal özelliklerine rağmen (araç-amaç paradoksu çerçevesinde) mutlaka kullanılması gerektiğini çarpıcı bir analogiyle şu şekilde vurgulamıştır:

"Biz ihtiyacı olanlara, mesela şeker taşımak istiyoruz. Ama elimizde başkalarının hep çöp taşıdıkları bir kamyon var. Ve

başka da bir aracımız yok. Buna şekeri koyup taşıyalım mı, yoksa bu çöp kamyonudur diye taşımaktan vaz mı geçelim? Bu hesabı oturup yapacağız. Ben bu hesabı yaptım. Diyorum ki, bir yandan bir başka araç imal etmeliyiz. Öte yandan da çöp kamyonuuyla şekeri taşımalyız. Çöp kamyonuulla şeker taşımak istemezseniz, yarın ne o araca ihtiyaç kalır ne de taşımaya. Çünkü taşıyacağınız kimse kalmaz diyorum" (Karaman, 1993, s. 11).

Karaman’ın çarpıcı benzetmesine ve kararlılığına katılımcılardan İrfan Gündüz’de katılmış, destek vermiştir. İmanlı, kararlı, donanımlı insan kaynağının önemine de vurgu yapan Gündüz TV’yi camia için bir zorunluluk olarak gördüğünü ve toplumun arayışına mutlaka cevap verilmesi gerektiğini belirterek şu ifadeleri kullanmıştır:

“Bir kere ben kendi TV'mizi kurmanın farz-ı ayn olduğunu söylemek istiyorum. Şayet kendimizinkini kuruluysak, çöp arabasıyla şeker taşımayı da göze almanız gerektiğine inanıyorum. Boşluğu dolduracak kâmiller bulamazsak gelip onu nâkıslar dolduruyor. Mehmet Aydın Bey hocamızın çok güzel bir tespiti var; “Bugün toplumda dine olan ilgi, bilginin çok önünde gidiyor”. Halbuki bunun tersi olması lazım, bu ilgiyi bilgi, ilim yönlendirmelidir. Hatta politikayı da ilim yönlendirmelidir. Toplumun gidişatını da ilim yönlendirmelidir. Bugün toplum bir arayış içinde, bulduğunu doğru zannediyor ve o doğruya sarılıyor. Halbuki yanlış. Bir daha da onları vazgeçiremiyorsunuz bu noktadan. İlgiyi yönlendirecek bilgidir. TV’ye fiziği ve müziği düzgün, aynı zamanda zeki ve uyanık bütün şahsiyetini organize olarak gündeme getirebilecek tip insanlar çıkmalı. Burada hep aklıma “Vel asr” gelir” (Gündüz, 1993, s. 16).

Oturumda Hayrettin Karaman ve Gündüz’ün kitle iletişim araçlarının pragmatik olarak kullanılması gerektiğine yönelik yapıcı yaklaşımlarına karşılık meseleye çok daha ihtiyatlı ve eleştirel yaklaşan isimler de mevcuttur. Bu isimlerin başında gelen İlahiyatçı Yazar İsmail Kara, televizyon mecrasının doğası gereği İslami konuları sığlaştırma riski barındırdığına ve Müslümanların bu sektöre plansızca dahil olmasının uzun vadede fikri bir aşınmaya yol açabileceğine dikkat çekmiştir. Kara, dönemin heyecanlı kitlelerinin aksine, derinlikli meselelerin bu tür mecralarda

hakkiyla tartışılmayacağını savunmaktadır. Sektördeki yetişmiş insan gücüyle birlikte ekranda yer alacak insan kaynağı eksikliğine de dikkat çeken Kara, ekranda sunulan ilk bakışta olumlu görünen adımların yanıltıcı olabileceğine vurgu yapmış, muhafazakâr camianın televizyon yayıncılığına katılma konusundaki aşırı iştahını da yapısal bir tehlike olarak nitelendirmiştir:

"Ben bugün Türkiye şartlarında Müslümanların bu tür konulara müdahale etmek veya dahil olmak konusunda çekimser olmalarından yanayım. Yani birinci sırada olan çekimserlik olması lazım. ... Bu konuda ... iyimser değilim. Türkiye'de İslami ve bununla bağlantılı millî konuların ciddi ve kayda değer bir şekilde konuşulması, tartışılması kesinlikle istenmemektedir. (...) Ben, katılmamayı savunmuyorum kesinlikle. Bir şekilde bu işin içindeyiz. Fakat benim gördüğüm, bizim tarafta yılların ihmal edilmişliğinden dolayı büyük bir istek ve katılma duygusu var. Bu tehlikelidir. Şimdi, 'Burada güzel şeyler de oluyor'u öne çıkarırsak, bu bizi yanılgıya götürür. (...) Şu anda TV kurmak faaliyetiyle ilgilenen arkadaşlar (Ajans 1400) bir dini program hazırladılar. Cuma sabahları Show TV'de yayınladılar. Ben o programları dikkatle izledim. Yaptıkları tek farklı şey, Kur'an-ı Kerim'in okunuşunu canlı çektiler, yani cemaatin huzurunda çektiler. Mesela, HBB'de cuma günleri, üstelik cuma namazı vaktinde hutbe yayınlanıyor. Bunu bir değişiklik olsun diye düşündüler. Fakat şimdi, 'Her hafta hutbesini vereceğimiz eli yüzü düzgün bir hoca bulamıyoruz' diyorlar. Bu da bir problemdir. ... Ayrıca TV için görüntü çok önemli. Siz istediğiniz kadar güzel ve etkileyici konuşun, kameraman öyle görüntüler yakalıyor ki bütün konuştuklarınızın üzerini örtüyor" (Kara, 1993, s. 15).

Oturumda yer alan İlahiyatçı akademisyen Raşit Küçük ise sanatsal ve kültürel yetersizliklere yönelik özeleştirilerini ortaya koyar. Küçük, muhafazakâr camianın teknik ya da mali girişimlerde bulunmasına rağmen, bu girişimlerin içini dolduracak nitelikli sanatçı, senarist ve edebiyatçı yetiştiremediğini vurgular. Toplumsal hafızayı sarsan trajedilere bile estetik ve kalıcı bir edebi yanıt verilemediğini belirten Küçük, nitelik ve başarı odaklı çalışmak yerine, plansız bir adanmışlıkla sürekli kaynak tüketen verimsiz kurumsallaşma çabalarını eleştirir. Dünyanın değişen

dinamikleri karşısında statükocu yöntemlerde ısrar edilmesini yapısal bir hata olarak gören Küçük, sanatsal tikanıklığı ve verimsiz kaynak kullanımını şu sözlerle ifade etmektedir:

"Müslümanlar bir defa sanatkâr olmalı. Sanatkârimiz yok, edebiyatçımız yok, senaryo yazar insanımız çok az. Bugün Bosna'da bir facia var. Hâlâ eve götürüp beni ağlatacak bir Bosna şiiri görmedim ben. Bosna'ya kimse şiir yazmadı. Eskiden bir deprem olurdu. Bir şiir yazılır, köylerde bile dolaştırılırdı. Umursamazlık içinde, duygusuzluk içinde bir toplum haline itilmişiz. Önce bunu bir ortaya getirmemiz lazım. Bunun için Müslümanların TV'de sadece münakaşalı, münazaralı dini programlara değil, çok çeşitli programlara çıkmalarının gereğine inanıyorum (...) Bir kötülüğümüz var. Başarı aramadan çalışmak adeta düsturumuz olmuş. Boyuna çalışıyoruz fakat başardığımız bir şey de yok ve halen aynı şeylerin üzerine gidiyoruz. Yani o kadar Müslümanların parası gidiyor, birtakım şeyler kuruyorlar. Oralarda hiçbir başarı elde edilmiyor. Onlarla hâlâ İslam toplumuna canlılık getirecekmiş gibi işin üstüne varıyoruz. Hâlbuki dünya değişiyor. Değiştirmemiz lazım bu başarısız alanı, düzeltmemiz lazım" (Küçük, 1993, s. 17).

Özel televizyon yayıncılığına dair yürütülen müzakereler, yalnızca sınırlı entelektüel çevrelerin gazete ve dergi köşelerindeki teorik yazılarıyla sınırlı kalmamış; eş zamanlı olarak muhafazakâr camianın sivil toplum kuruluşlarında, karar alıcı mekanizmalarında ve geniş katımlı istişare toplantılarında da hararetle tartışılmıştır. Bu kurumsal arayışların en somut örneklerinden biri, Ensar Vakfı çatısı altında gerçekleştirilen toplantıdır. Dönemin Vakıf Başkanı Ahmet Şişman, yönetim kurulu üyeleri, ilahiyatçı yazar Ali Rıza Demircan ve muhafazakâr sermayenin önde gelen çok sayıda iş insanının bir araya geldiği bu toplantıda, kurulması planlanan televizyon kanalının sürdürülebilirliği masaya yatırılmıştır. Oturum esnasında bazı iş insanları, medya sektörünün yüksek maliyet yapısını ve reklam ambargolarını gerekçe göstererek yoğun maddi endişelerini dile getirmiş ve ticari riskler üzerinden oldukça temkinli, hatta karamsar bir görüş ortaya koymuşlardır. Toplantıda söz alan ilahiyatçı Ali Rıza

Demircan ise meseleyi salt bir iktisadi gerçeklik ve kâr-zarar denkleminin ötesine taşıyarak yapısal bir ahlaki sorumluluk ve inanç ekseninde ele almıştır. Piyasa koşullarında mali kaygıları doğal karşılayan Demircan, buna karşın olası bir finansal zarardan çekinerek medya gibi stratejik bir alana yatırım yapmaktan kaçınmayı toplumsal ve dinî bir vebal olarak nitelendirmiştir. Muhafazakâr sermaye sahiplerinin diğer ticari sektörlerde büyük riskler almaktan çekinmediğini, ancak konu özel televizyon yayıncılığına geldiğinde zarar etme korkusuyla geri durduklarını ifade eden Demircan, bu tavrı sert bir dille eleştirmiştir. İş dünyasının maddi açıdan gelecek nesillerini dahi güvence altına alacak bir birikime ulaştığı halde, toplumun ve gençliğin manevi geleceğini inşa edecek medya yatırımlarından uzak durmasını bir çelişki olarak görmüştür. Demircan, sahip olunan servetin seküler bir refah ve zevk unsuru olmadığını, aksine toplumsal fayda ve ilahi rıza doğrultusunda harcanması gereken bir emanet olduğunu hatırlatarak; bu finansal gücün doğru yönlendirilmemesi halinde tüm sorumluların İlâhi Adalet huzurunda hesap vermek zorunda kalacağını vurgulamıştır (Diriklik, 1995).

2.6. Türkiye Geneline İlk Muhafazakâr Televizyon Teşebbüsleri

Birbiri ardına kurulan özel televizyonlar, reyting uğruna uygulanan yayın politikaları, Türk aile yapısına ve kültürüne uymayan programlar, kitlelerin rahatsızlığı ve tepkiler derken ilk muhafazakâr televizyon örgütlenmeleri de yavaş yavaş gündeme gelmeye başlamıştır. Aslında bu tür bir oluşumun mazisi, yönetmen Yücel Çakmaklı ile Elif Video'nun sahibi Ali Osman Emirosmanoğlu'nun ilk ciddi konuşmayı yaptıkları 1991 yılı Ramazan ayına kadar dayanır. Bu konuşmada, ayrı ayrı temaslarda bulunduktan sonra sonuçların birleştirilmesi kararı alınır. Bu karardan kısa bir süre sonra Yücel Çakmaklı ile Şaban Karataş Hilal-1 projesini ortaya atarken, Ali Osman Emirosmanoğlu daha sessiz ve derinden gitmeyi tercih eder. Ortaya atılan ilk girişim olan Hilal-1'i sırasıyla Atlas TV, Birlik TV ve TGRT takip eder.

2.7. Hilal 1

Hilal 1 projesini başlatan isim, 1964 yılından beri sinemanın içinde ve muhafazakâr sinemacıların öncüsü olan Yücel Çakmaklıdır. Çakmaklı hem sinema camiasında hem de Muhafazakâr camiada oldukça tanınan bir isimdir. 1970 yılında çekmiş olduğu, başrollerini İzzet Günay ve Türkan Şoray’ın oynadığı, Şule Yüksel Şenler’in “Huzur Sokağı” romanından uyarlanan “Birleşen Yollar” adlı film ve Özellikle muhafazakâr kesimin klasiği sayılan Minyeli Abdullah, Çakmaklı’yı mütedeyyin camianın hafızasına kazımıştır. Sinemadaki çalışmalarının yanı sıra Çakmaklı, uzun yıllar TRT bünyesinde görev yapmıştır. TRT’nin yayın politikası, 1974 yılındaki CHP-MSP koalisyonu döneminde İsmail Cem’in genel müdür olmasıyla birlikte belirgin bir dönüşüm yaşamıştır. İsmail Cem’in kurumsal çizgiyi sol siyasete yakınlaştırma girişimi, dönemin siyasi atmosferinde ciddi reaksiyonlara neden olmuştur (Alpbaz, 2024). Bu bağlamda, 1975 yılında iktidara gelen Demirel hükümetinin öncelikli icraatlarından biri TRT yönetimi değişikliğine gitmek olmuştur. Milliyetçi-muhafazakâr çizgideki Nevzat Yalçıntaş’ın kurumun başına getirilmesiyle birlikte, Çakmaklı’nın TRT kariyeri de başlamıştır (Kaçar, 2020). Yalçıntaş, Milliyetçi Talebeler Birliği’nden tanıdığı Yücel Çakmaklı’yı genel müdür başdanışmanlığı görevine getirmiş; daha sonra 1990 yılına kadar Çakmaklı TRT’de görev yapmayı sürdürmüştür (Çakmaklı, kişisel iletişim, 09 2007).

Çakmaklı’nın görev süresince çalıştığı genel müdürlerden biri olan Tunca Toskay, Turgut Özal tarafından göreve getirilmiş ve 1988 yılına kadar bu görevde kalmıştır. 1988 yılında Özal’ın Avrupa Birliği (AB) üyelik sürecini tekrar ivmelendirmesi neticesinde, Tunca Toskay Başbakanlık Müsteşarlığına atanmış ve yerine dışişleri kökenli olan Cem Duna getirilmiştir (Öztürk, 2022). Bu atamanın temel stratejik hedefi, TRT’yi AB entegrasyon sürecinde etkin bir enstrüman haline getirmektir. Bununla birlikte Toskay’ın Başbakanlık bünyesine alınmasının başka bir kritik nedeni daha bulunmaktadır. Turgut Özal, Avrupa

örneklerine paralel olarak Türkiye’de televizyon yayıncılığındaki devlet tekeli kırılmak ve özel televizyonculuğu yasallaştırmak niyetindeydi. Bu süreçte Tunca Toskay, Avrupa’daki özel televizyonculuk sistemini inceleyerek bir rapor hazırlamakla görevlendirilmiştir. Yücel Çakmaklı, söz konusu gelişmelerden haberdar olması ve Toskay ile olan iletişim kanallarının açık olması sayesinde, özel televizyonculuğun yakın zamanda serbest bırakılacağını öngörmüştür (Çakmaklı, kişisel iletişim, 09 2007). Bu öngörü ışığında Çakmaklı, muhafazakâr camiayı yeni yayın olanaklarını değerlendirmeye ve bu alanda proaktif adımlar atmaya teşvik etmiştir. 1989 yılında İslam dergisine verdiği bir röportajda sinemanın yüksek sermaye ve ileri teknoloji gerektiren endüstriyel niteliğine vurgu yapan Çakmaklı, televizyon kanal sayısının artacağı ve devlet tekelinin sona ereceği bir dönemin eşliğinde olunduğuna dikkat çekmiştir. Diğer basın kuruluşlarının reklam gelirlerini artırmak amacıyla özel televizyonculuğu ısrarla talep ettiklerini belirten Çakmaklı, "milli basın" olarak nitelendirdiği çevrelerin de bu süreçte pasif kalmaması gerektiğini savunmuştur (Çakmaklı, 1989b).

Tunca Toskay tarafından hazırlanan özel televizyon dosyasına dair kapsamlı bilgiye sahip olan Yücel Çakmaklı, TRT’deki görevinden istifa ederek İstanbul’a dönmüş ve muhafazakâr bir özel televizyon kanalı kurmak amacıyla "hizmet ehli" olarak nitelendirdiği iş insanları nezdinde girişimlere başlamıştır. Ancak projenin gerektirdiği yüksek teknolojik altyapı ve prodüksiyon maliyetleri, bireysel ya da sınırlı grupların tek başına üstlenebileceği bir düzeyde değildir. Bu durum, güçlerin birleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Çakmaklı, söz konusu gerçeklerden hareketle çeşitli cemaat ve şirketleri televizyonculuk sektörü hakkında bilgilendirerek bir güç birliği önerisinde bulunmuştur. Bu tasarıya göre, cemaatlerin ortaklığında bir şirket kurulması, her bir yapının iktisadi ve programcılık konularında yetkin ikiye temsilciyle yönetime katılması ve tüm cemaatlerden oluşacak bir icra kurulunun televizyonun yayın politikasını denetlemesi öngörülmektedir. Çakmaklı’nın bu önerisi,

Mahmut Esat Coşan ve Enver Ören gibi kanaat önderleri tarafından başlangıçta olumlu karşılanmış ve şirketin başına Şaban Karataş veya Nevzat Yalçıntaş gibi eski TRT genel müdürlerinin getirilmesi gündeme gelmiştir. Ne var ki süreç içerisinde Enver Ören’in kendi inisiyatifiyle hareket ederek mevcut ses kasedi üretimi yapan TGRT markasını, Nevzat Yalçıntaş ile birlikte aktif hale getirip ilk muhafazakâr televizyon yayıncılığına yönelmesi, Çakmaklı’nın kurmayı planladığı kolektif yapıyı zayıflatmıştır. Benzer şekilde, Esat Coşan liderliğindeki cemaatin de radyo istasyonu kurma çalışmalarına ağırlık vermesi, projenin sekteye uğramasına yol açmıştır (Çakmaklı, kişisel iletişim, 09 2007).

Bu gelişmelerin ardından, Milli Görüş camiası özel televizyonculuk konusuna ilgi göstermiş ve lider Necmettin Erbakan, Çakmaklı ile bir görüşme gerçekleştirmiştir. Erbakan, ellerindeki fizibilite raporları doğrultusunda gerekli mali kaynakların sağlanabileceğini ve Türkiye ile Avrupa’daki ortaklarla süreci destekleyebileceklerini ifade ederek Çakmaklı’ya iş birliği teklifinde bulunmuştur. Ancak Çakmaklı, söz konusu girişimin Milli Görüş hareketinin siyasi bir uzantısına dönüşmesi ve Milli Gazete örneğinde olduğu gibi tek sesli bir yayın organı haline gelmesi kaygısıyla bu teklifi reddetmiştir (Çakmaklı, kişisel iletişim, 09 2007).

Cemaatler nezdinde aradığı uzlaşmayı bulamayan ve siyasi bir yapının denetimine girmek istemeyen Çakmaklı, Prof. Dr. Şaban Karataş ile birlikte farklı mecralarda destek arayışlarını sürdürmüş; bu kapsamda Almanya’daki Türk vatandaşlarının sermayesine başvurma seçeneğini de değerlendirmiştir. Çakmaklı, bir yandan girişim haberlerini canlı tutmak için basına demeçler vermeye devam etmiştir. 12 Mayıs tarihli Yörünge dergisindeki röportajında, halktan gelen yoğun talebe ve iş dünyasındaki olumlu yaklaşıma dikkat çekerek, artık kadro sorununun aşıldığını ve nitelikli bir ekibe sahip olduklarını belirtmiştir. Bu işe tüm vaktini ayıracağını ifade eden Çakmaklı, başlangıç aşamasında günlük dört saatlik bir yayın planladıklarını açıklamıştır

(Çakmaklı, 1991a). Projenin fikir babası olduğunu vurgulayan Çakmaklı, 26 Mayıs tarihli Ekonomist dergisinde yer alan açıklamasında ise "Hilal-1" isminin kendi tasarımı olduğunu ve İslami değerlerle Türklük şuurunu birleştiren bir yayın politikası hedeflediğini belirtmiştir. Şirketin henüz kurulmamış olmasının, hazırlıkların eksik olduğu anlamına gelmediğini vurgulayan Çakmaklı, işin "gönüllü" bir vizyonla, yaklaşık 100 milyar liralık bir yatırımla gerçekleştirilebileceğini savunmuştur (Çakmaklı, 1991b).

Hilal 1 projesini hayata geçirme konusundaki kararlılığını koruyan Yücel Çakmaklı, finansman arayışlarında beklediği ivmeyi yakalamakta zorlanmıştır. Almanya merkezli girişimlerden bir nebze umutlu olsalar da gelişen bir dizi olay tüm planları sekteye uğratmıştır. 22 Mayıs tarihli Sabah gazetesinde yayımlanan ve Turgut Özal'ın tepkisini konu alan bir haber, sürecin seyrini değiştirmiştir. Söz konusu haberde, "Hilal-1" adıyla kurulması planlanan yeni özel televizyon girişimi karşısında Cumhurbaşkanı Özal'ın rahatsızlık duyduğu aktarılmaktadır. İddiaya göre Özal, ANAP Genel Başkan Yardımcısı Metin Gürdere ile yaptığı bir görüşmede, kendi oğlunun da ortakları arasında bulunduğu Star-1 kanalını savunarak, halkın eleştirilerine rağmen bu kanalın yüksek izlenme oranlarına ulaştığına dikkat çekmiş ve yeni bir teşebbüsün başarılı olmasının oldukça güç olduğunu vurgulayarak projeye karşı olumsuz bir tutum takınmıştır (Semercioğlu, 1991). Bu tepkinin arka planı ise mayıs ayı başında Almanya'nın Bonn şehrinde gerçekleştirilen Türk-İslam Kültür Dernekleri Birliği'nin 4. Kurultayı'na dayanmaktadır. Kurultaya davetli olarak katılan Metin Gürdere, o sırada Almanya'da temaslarda bulunan Yücel Çakmaklı ve Şaban Karataş ile bir araya gelmiş ve Hilal-1 projesi hakkında istişarelerde bulunmuştur. Gürdere, bu girişimi hayırlı bir teşebbüs olarak değerlendirerek desteklenmesi gerektiğini belirtmiş ve bu görüşünü daha sonra Cumhurbaşkanı Turgut Özal'a da aktarmıştır. Ancak Gürdere, Özal'dan beklediği desteği bulamadığı gibi, oldukça sert bir tepkiyle karşılaşmıştır. Cumhurbaşkanı'nın

sergilediği bu net ve olumsuz tavır, söz konusu projeye finansal veya manevi destek vermeyi düşünen çevrelerin geri adım atmasına ve projenin hareket alanının daralmasına sebebiyet vermiştir (Diriklik, 1995).

Ancak Çakmaklı Hilal 1’den umudunu kesmez ve Şaban Karataş ile birlikte iddialı demeçler vermeye devam ederler. TV’de 7 Gong Dergisi’nde Cengiz Semercioğlu "Hilal’li Geceler" başlıklı yazısında Yücel Çakmaklı ile görüşmesine yer verir. Beyanatta Çakmaklı Hilal-1’in anayasa değişikliği beklenmeksizin Avrupa üzerinden uydu yayını yapacağı ve Türk milletinin değerlerine uygun yerli içeriklerle alternatif bir kanal olacağı vurgulamaktadır (Semercioğlu, 1991). Ancak, dönemin kaynakları incelendiğinde, bu iddialı beyanatların arkasında somut bir teknik hazırlık veya uydu kiralama işleminin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Çakmaklı ve Karataş’ın bu tür açıklamalar yapmalarındaki temel amacın, Müslüman kamuoyunda yükselen özel televizyon beklentisine yanıt vererek, "bu işe talip oldukları" intibasını yaratmak ve bir kamuoyu oluşturmak olduğu değerlendirilmektedir. Projenin finansal zorluklar nedeniyle ilerleyemediği dönemlerde, Çakmaklı ve Karataş’ın "yayın hazırlıklarının sürdüğü" yönündeki beyanatları devam etmiştir. Çakmaklı, Star-1 kanalının sansürsüz ve popüler kültüre dayalı yayıncılığına karşı ahlaki bir alternatif inşa etme gerekliliğini öne sürerek, 100 milyar liralık bir sermaye hedefi belirlemiş ve inançlı kesimden destek çağrısında bulunmuştur (Diriklik, 1995). Bu süreçte Abdurrahman Şen, "Hilalsiz Gecelere Tahammülümüz Yok" başlıklı yazısıyla projeye destek vermiş; Şaban Karataş’ın "para var diye emir altına girmeme" şeklindeki söylemini ahlaki bir duruş olarak nitelendirmiştir (Şen, 1991b). Ancak vaatlere rağmen somut adımların gelmemesi, projenin sadece söylem düzeyinde kaldığına dair şüpheleri artırmıştır.

Çakmaklı ve Karataş, projenin gecikmesini erken seçime, korsan yayıncılığın mali risklerine ve yasal düzenlemelerin eksikliğine bağlayarak durumu savunmaya çalışmışlardır. Ne var ki Türkiye Gazetesi’ne verilen bir demeçte Şaban

Karataş, inançlı zenginlerden beklenen maddi desteğin sağlamadığını açıkça ifade etmiştir. Bu durum, projenin teknik veya yasal engellerden ziyade, finansal imkânsızlıklar nedeniyle durma noktasına geldiğini göstermektedir. Girişimin sürekli gündemde tutulması, camianın diğer aktörleri tarafından eleştirilere konu olmuştur. Mehmet Tanrısever, Hilal-1'in nerede olduğunu sorgulayarak bu durumu bir vakit kaybı olarak nitelendirirken (Tanrısever, 1992); Salih Diriklik, girişimi "ucuz beyanat" ve "spekülasyon" olarak tanımlamış, ciddi bir televizyon girişiminin sessizce ve teknik altyapısı pişirilerek ortaya konması gerektiğini savunmuştur (Diriklik, 1992).

Projenin başarısızlığına yönelik en somut eleştiri ise, daha önce projeyi destekleyen Abdurrahman Şen'den gelmiştir. Şen, "Hilali Beklerken" adlı kitabının girişinde iki yılı aşkın süredir beklenen televizyonu görmenin mümkün olmadığını belirterek, yapılması gerekeni yapmayanların vebaline dikkat çekmiştir (Şen, 1992a). Nihayetinde, büyük umutlarla duyurulan Hilal-1 projesi, konjonktürün oluşamaması, gerekli sermayenin toplanamaması ve kanaat önderlerinin bir araya gelememesi neticesinde fiyasko ile sonuçlanmıştır. Bu başarısızlığın muhafazakâr camia için asıl maliyeti, diğer grup ve cemaatlerin bu projenin neticesini izlemek adına yaklaşık iki yıl boyunca kendi medya girişimlerini ertelemeleri ve atıl kalmaları olmuştur. Hilal-1 projesi, bu yönüyle Müslümanların medya alanındaki kurumsallaşma çabalarını uzun süreliğine engelleyen bir "beklenti yönetimi" sürecine dönüşmüştür (Diriklik, 1995).

2.8. Atlas TV

Atlas TV macerası da yine Muhafazakâr bir televizyon talebinin ürünü olarak ortaya çıkmıştır. O dönemde, muhafazakâr camia içerisinde sinema ve video sektöründe tecrübe edinmiş pek çok isim, özel televizyonculuk üzerine fikir yürütmeye ve girişimlerde bulunmaya başlamıştır. Bu kesimi harekete geçiren temel saikler; mesleki birikimlerin yanı sıra, inanç temelli değer yargıları ve mevcut televizyon kanallarının yayın politikalarına yönelik duyulan

rahatsızlıktır. Aynı zamanda, muhafazakâr kitlelerden yükselen şikâyetler ve buna bağlı gelişen yerli bir televizyon kanalı talebi, girişimciler için stratejik bir fırsat alanı yaratmıştır. Daha önce “Akın Grup” çatısı altında sinema ve video sektöründe faaliyet göstermek amacıyla bir araya gelen ancak hedeflenen nihai sonuca ulaşmadan dağılan bir grup sinemacı, özel televizyon projesini hayata geçirmek amacıyla yeniden organize olmuştur. Söz konusu grubun içerisinde Mehmet Kılıç, Ahmet Ulueren, Salih Diriklik, Mesut Uçakan ve Abdurrahman Dilipak gibi alanında tanınmış isimler yer almaktadır. Genel gündemi değerlendirmek ve görüş alışverişinde bulunmak üzere aylık periyotlarla toplanan bu heyete, zaman zaman Sami Kılınç, Metin Özdemir ve Abdurrahman Üstün gibi iş dünyasından isimler de dâhil olmuştur. Uzun süredir gündemi meşgul eden ancak yüksek maliyet gereksinimi nedeniyle somut bir teşebbüse dönüştürülemeyen özel televizyon meselesi, grubun öncelikli tartışma konusu olmuştur. TGRT projesinin sürüncemede kalması ve Hilal-1 girişiminin başarısızlıkla sonuçlanması, sektörde bir tıkanıklığa işaret etmiştir. Bu kısır döngü içerisinde, Flash TV’nin kuruluş modeli ve test yayınına geçiş biçimi, grubun stratejik rotasını belirlemede ilham verici bir unsur olmuştur. 26 Ağustos akşamı Abdurrahman Dilipak’ın evinde gerçekleştirilen toplantıda, profesyonel ölçekte bir kanal kurulamaması durumunda, bölgesel yayın yapan ve sınırlı imkânlarla faaliyet gösteren bir yapının kurulabileceği kanaatine varılmıştır. Ankara’dan edinilen bilgiler; Özel Televizyon Yasası’nın yürürlüğe girmesinin ardından frekans tahsisinin zorlaşacağı, ancak hâlihazırda yayın yapan kanallara "müktesep hak" tanınacağı yönündedir. Bu hukuki öngörü doğrultusunda, yerel çapta yayın yapacak bir kanalın maliyet analizi çalışmalarına başlanmasına karar verilmiştir. Böylece hem çıkacak olan yasal düzenlemeden istifade edilecek hem de zaman içerisinde profesyonelleşecek bir kanalın temelleri atılmış olacaktır (Diriklik, 1995).

Bir hafta sonra toplanan grup, elde edilen verileri ve maliyet analizlerini değerlendirmiş; Flash TV modelinin uygulanabilir olduğu hususunda fikir birliğine varmıştır.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda; Sami Kılınç'ın finansal desteği, Salih Diriklik, Mesut Uçakan ve Mustafa Aksay'ın doğrudan operasyonel katkıları, grubun diğer üyelerinin ise dış paydaş olarak destek vermeleriyle projenin hayata geçirilmesi kararlaştırılmıştır. Şirket unvanı olarak "Polo TV", yayın ismi olarak ise "Atlas TV" tercih edilmiştir. Projenin başarısını artırmak ve sektördeki sinerjiden faydalanmak amacıyla, sektörün yetkin isimleriyle temas kurulmuştur. Bu kapsamda, 8 Eylül günü Ajans 1400 bünyesinde gerçekleştirilen görüşmede; Ahmet Bayazıd, Yücel Çakmaklı ve Şenol Demiröz'e proje detaylıca aktarılmış, geçmişteki Hilal-1 girişiminin başarısızlık nedenleri analiz edilmiştir. Projeye olumlu yaklaşan Ajans 1400 ekibi, her türlü katkıyı sunmaya hazır olduklarını beyan etmiştir. Ardından Ali Osman Emirosmanoğlu'ndan da destek sözü alınmış ve frekans tahsisine yönelik teknik ölçümler ivedilikle başlatılmıştır. Bu süreç, 15 Eylül tarihini Polo TV'nin gayriresmî kuruluş tarihi kılmıştır. 15 Eylül itibarıyla hazırlık çalışmalarını başlatan Polo TV, Beşiktaş'ta 200 metrekaarelik bir ofise yerleşmiş; idari yönetimde Mustafa Aksay, teknik yönetimde ise Ali Özdemir görevlendirilmiştir. Organizasyonel iş bölümü kapsamında; Faruk Aksoy yurt dışı belgesel içeriklerinin teminiyle, Salih Diriklik ve Mesut Uçakan ise program prototiplerinin oluşturulmasıyla görevlendirilmiştir. Polo TV, 16 Ekim 1992 tarihinde 1 milyar TL sermaye ile anonim şirket statüsünde resmîyet kazanmıştır. Şirket hisselerinin %80'i Sami Kılınç'a tahsis edilmiş; kalan %20'lik pay ise Mustafa Aksay, Salih Diriklik, Mesut Uçakan ve Mustafa Kılınç arasında eşit olarak paylaştırılmıştır. Eş zamanlı olarak, yayın altyapısının inşası için Sony firması ile anlaşma sağlanarak çekim ve montaj setlerinin tedarik sürecine geçilmiştir (Diriklik, 1995).

Polo TV'nin bu hızlı kurulum süreci devam ederken beklenmedik ve moral bozucu bir gelişme yaşanır. Sami Kılınç, Salih Diriklik ve Mesut Uçakan'la 8. Eylül'de yaptıkları görüşme sonucunda özel TV ile ilgili yeni bir teşebbüse girme niyetlerinin olmadığını belirten Ajans 1400 yetkilileri, 25 Ekim'de Gayrettepe Büyük Sürmeli Oteli'nde bir toplantı

düzenlemişlerdir. İş ve sanat çevresinden 100’e yakın insanın katıldığı bu toplantının amacı, yeni bir özel TV kanalının kuruluşunu organize etmektir. Ajans 1400 yetkilileri, aynı toplantıyı bu sefer 1 Kasım’da Ankara Büyük Erşan Otel’inde de tekrarlamıştır. Ajans 1400’ün bu sürpriz girişimi beklendiği gibi, şirket çalışmaları için ciddi adımlar atmış olan Polo TV ekibinde hayal kırıklığı meydana getirir. Yaşanan bu gerilimi çözmek amacıyla 4 Kasım 1992’de gerçekleştirilen görüşmede Birlik TV tarafı, Polo TV’nin feshedilerek sermayelerinin yeni oluşuma aktarılmasını önerecektir. Polo TV yöneticileri ise yaptıkları maddi yatırımları ve süregelen hazırlık süreçlerini gerekçe göstererek bu teklifi reddetmiş; iki girişimin paralel bir şekilde yürütülmesinin stratejik açıdan daha verimli olacağını savunmuştur. Taraflar, “bir dükkânla çarşı olmayacağı” fikri etrafında uzlaşarak iş birliği zemininde buluşmuşlardır (Diriklik, 1995).

Polo TV, bu rekabet ortamına rağmen yerel vericiler vasıtasıyla test sinyali yayınlarına başlamış ve 1993 yılı Ramazan ayında yayına geçmeyi hedeflemiştir. Ancak bu süreç, 13 Ocak 1993 tarihinde Sabah gazetesinde yayınlanan “Muhafazakârların TV atağı” başlıklı kapsamlı bir haberle sekteye uğramıştır. Hasan Cemal’in imzasını taşıyan haberde İslami çizgideki televizyon girişimlerinin sayısı 31 olarak belirtilmiş; Polo TV girişimin teknik altyapısı ve ticari arka planı detaylı bir şekilde aktarılmıştır. Haberde ayrıca Atlas TV ve RP arasında ideolojik bir yakınlık olduğu ima edilmiş ve girişim Türkiye genelinde organize bir televizyon ağı kurma çabası olarak yansıtılmıştır (Cemal, 1993). Haberin kamuoyunda yarattığı algı, hükümetin muhafazakâr kanattaki medya girişimlerine yönelik baskı mekanizmalarını harekete geçirmiştir. Ulaştırma Bakanlığı’nın girişimi ve İçişleri Bakanlığı’nın talimatıyla, 29 Ocak 1993 tarihinde valiliklere gönderilen bir genelge ile “yurt içinden” yayın yapan radyo ve televizyonların tespit edilmesi istenmiştir. Genelgede yer alan “yurt içi” ibaresi hedefin aslında kimler olduğunu ortaya koyar niteliktedir. Çünkü İnterstar, Show TV, Kanal-6, Tele On ve HBB uydudan yayın yaptıkları için

bu genelge onları kapsam dışı bırakmaktadır. Bu hukuki süreç neticesinde 1 Nisan 1993 tarihinden itibaren birçok özel kanal kapatılmıştır. Atlas TV, yayın faaliyetlerine fiilen başlamamış olmasına ve sadece test sinyali vermesine rağmen, hakkında soruşturma açılan ve genel müdürü yargılanan tek yayın kuruluşu olmuştur. Yaklaşık bir yıl süren dava süreci sonucunda Mustafa Aksay hakkında soruşturmaya gerek duyulmasa da bu idari baskı süreci Polo TV'nin yayıncılık iddiasından vazgeçerek geleneksel bir yapım şirketine dönüşmesine neden olmuştur. Sonuç olarak, büyük bir özveriyle başlatılan Atlas TV projesi, ekran yüzü olmadan sona ermiştir (Diriklik, 1995).

2.9. Birlik TV

Birlik TV de tıpkı Hilal 1 ve Atlas TV gibi, yine muhafazakâr camia içerisinde film ve belgesel yapımlarıyla uğraşan Ajans 1400 tarafından örgütlenmiştir. Tüm iddia ve söylentilere rağmen muhafazakâr kesim içerisinde henüz bir televizyonun kurulamaması, buna karşın kamuoyunda ciddi bir beklentinin oluşması ve alanda belli bir sermayenin bulunması Ajans 1400'ü harekete geçirmiştir. Televizyon projesi için kolları sıvayan ajans yöneticileri, 25 Ekim 1993'te Gayrettepe Büyük Sürmeli Oteli'nde düzenlenen kahvaltılı bir toplantıda iş ve sanat dünyasından 100'e yakın kişiyle bir araya gelmiştir. Ajans 1400'ün önemli isimleri olan Ahmet Bayazıd, Şenol Demiröz ve Nazif Gürdoğan'ın konuşma yaptığı toplantıda, yıllardır bu sektörün içerisinde birikim kazandıklarını ve milletin öz değerlerine bağlı bir yayıncılığa ihtiyaç duyduğunu ifade etmişlerdir. Bu noktada başkalarının öncülük etmesini beklemenin bencillik olacağını vurgulayan yetkililer, hafızasını kaybetmiş bir toplumun yeniden inşasına yardımcı olmayı temel yayın politikası olarak belirlemişlerdir. Hazırlanan fizibilite raporuna göre, kurumlaşma safhasına geçilmesi ve halka açık bir şirket aracılığıyla finansman sağlanması planlanmıştır. Toplantıda, asgari 30 milyon DM'lik (Alman Markı) bir bütçeye ihtiyaç duyulduğu, bunun 18 milyon DM'lik kısmının sabit yatırım, geri kalanının ise işletme giderleri olduğu belirtilmiş; yatırım

süresi 8 ay, hedef kitle ise %12’lik bir izleyici oranı olarak öngörülmüştür (Diriklik, 1995)

Ajans 1400 ekibi, 1 Kasım’da Ankara Büyük Erşan Oteli’nde tekrar bir araya gelerek projenin hayata geçirilmesine dair kararlar almıştır. Ardından Yücel Çakmaklı ve Ahmet Bayazıd Birlik TV’nin tanıtımı ve sermaye toplama çalışmaları için büyük bir Türkiye turuna çıkmışlardır. Ekip, bu faaliyetleri yürütürken rakip konumdaki Polo Şirketinin Atlas TV projesini de bünyelerine katmayı hedeflemiştir. Polo TV’den Faruk Aksoy, Mesut Uçakan ve Salih Diriklik ile Ajans 1400’den Ahmet Bayazıd, Şenol Demiröz ve Yücel Çakmaklı’nın katıldığı toplantıda, halka arz sürecindeki zorluklar masaya yatırılmıştır. Ali Osman Emirosmanoğlu dışı açık şirketlerde hisse senedi satmanın güçlüklerine değinirken, Mesut Uçakan benzer tecrübelerinden yola çıkarak endişelerini dile getirmiştir. Yücel Çakmaklı, halkın kendilerine güveneceği konusunda iddialı bir tutum sergilese de Salih Diriklik daha önceki Hilal 1 başarısızlığını hatırlatarak, halkın güvenini kazanmak için öncelikle İstanbul’da dört verici ile deneme yayınına başlanması gerektiğini savunmuştur. Ancak bu teklif Ajans 1400 yetkilileri tarafından kabul görmemiş ve taraflar kendi amaçları doğrultusunda hareket etme kararı alarak ayrılmışlardır. Birleşmeyi sağlayamayan Ajans 1400, kurumsal yapılanma sürecini hızlandırarak bir yayın şirketi kurma girişimlerine başlamıştır. Aynı zamanda yapımları finanse etmek amacıyla Medya Vakfı için harekete geçilmiştir (Diriklik, 1995).

Bu süreçte "Birlik TV, Reklâm, Film A.Ş." adıyla bir yapım merkezi kurulmuş; Mehmet Doğan, Nabi Avcı, Nuri Şahin, Özkul Eren, Mehmet Soyak ve Mustafa Çelik gibi isimlerin de ortaklığında 250 milyon liralık bir sermaye ilan edilmiştir. Çeşitli dergilerde verilen ilanlarla hisse senedi satışları başlatılmıştır. Yücel Çakmaklı, Anadolu turları sırasında Birlik TV’nin yakında kiralanacak bir uydu kanalıyla Türkiye’nin %80’ine ulaşacağını, Türksat uydusunun devreye girmesiyle de yayın ağının Türk

cumhuriyetleri, Ortadoğu ve Avrupa'ya genişleyeceğini iddia etmiştir. Ancak Çakmaklı'nın bu iddialı açıklamaları, Hilal 1 örneğinde olduğu gibi sonuçsuz kalmıştır. Yapılan tüm tanıtım çalışmalarına rağmen Birlik TV projesi gereken maddi desteği toplayamamış, haziran ayı içerisinde müteşebbis heyet tarafından sona erdirilerek toplanan paralar sahiplerine iade edilmiştir. Bu başarısızlığın ardından Medya Vakfı da kendisini feshetmiştir. Birlik TV, daha yayına başlayamadan söylem düzeyinde kalarak camiadaki üçüncü büyük hayal kırıklığı olmuştur. Bu girişimin en büyük şanssızlığı ise Millî Görüş camiasının televizyon alanına ilgisinin artmasıyla kendi televizyon kanallarını kurma fikrinin ortaya çıkmasıdır. Bu durum, "yakında Yeni Dünya adlı bir kanal kurulacak, Birlik TV senetlerini satın almayın" şeklinde yayılan dedikodular nedeniyle projeye destek verecek birçok kişinin geri çekilmesine yol açmıştır (Diriklik, 1995).

2.10. TGRT

TGRT, muhafazakâr kesimdeki özel televizyon boşluğunu doldurmaya aday bir kanal olarak gündeme gelmiştir. Bu girişimin kurucuları sinema kökenli değil, gazeteci kökenlidir. Işıkçılar cemaati olarak bilinen muhafazakâr grubun yayın organı Türkiye Gazetesi yönetimi, özel televizyonculuğun serbest bırakılacağı beklentisiyle altyapı çalışmalarına ilk başlayan gruplardan olmuştur. Henüz özel televizyonların yayında olmadığı 9 Şubat 1989 tarihinde kurulan TGRT, 9 Mart Perşembe günü Cağaloğlu'ndaki binasında gerçekleştirilen bir kokteyl ile açılmıştır. Davetliler arasında konuşan Türkiye Gazetesi sahibi Enver Ören ve Genel Müdür Rahim Er, şartlar oluştuğunda kanalın yayına geçeceğini bildirmişlerdir. TGRT'nin somut bir adım atılmadan kurumsallaşması o dönem için dikkat çekici bulunmuştur. Ancak kısa süre sonra bu kuruluşun bir başka gerekçesi daha olduğu anlaşılmıştır. Türkiye Gazetesi'nin bağlı olduğu İhlas Holding, iflas eden Nora firmasından aldığı fabrikada teyp kaseti üretimine başlamıştır. Bu kasetlere radyofonik programlar kaydederek

gazete promosyonu olarak dağıtmayı planlayan yönetim, TGRT’yi de bu programların hazırlanması amacıyla kurmuştur. Şirkete TGRT isminin verilmesi ise ileriye dönük beklentilerin bir göstergesidir (Diriklik, 1995).

TGRT, radyofonik çalışmalarını sürdürürken sessiz sedasız televizyon altyapısını da hazırlamıştır. Bu amaçla holding bünyesinde Vizyon Ajans adlı bir yapım şirketi kurulmuş ve ilk film yapımı olarak "Kurdoğlu 1" çekilmeye başlanmıştır. TGRT bir yandan film üretimini sürdürürken, diğer yandan yayıncılığa geçiş için girişimlerini devam ettirmiştir. Amerika’nın ünlü haber kanalı CNN ile ortaklık kurulmaya çalışılmış ancak sonuç alınamamıştır. Bu girişimin ardından Enver Ören ve Rahim Er öncülüğünde, özel televizyonların niteliği ve statüsünün tartışılacağı bir toplantı tertiplenmiştir. 10 Ocak 1992 Cuma günü Ramada Otel’inde yemekli olarak yapılan toplantıya 40’tan fazla davetli katılmıştır. TGRT, bu toplantıdaki talepler doğrultusunda 2 Şubat 1992’de daha geniş kapsamlı bir organizasyon daha düzenlemiştir. Kalyon Otel’deki bu toplantıya; Devlet Bakanı Gökberk Ergenekon, Ulusal Radyo-TV, Boğaziçi Radyo-TV, Süzer TV, Flash TV, TRT, HBB, Koç Holding ve Vakkorama Radyo-TV temsilcileri, Radyo TV Yüksek Kurulu üyeleri ile Uğur Dündar katılmıştır. TGRT’yi ise Enver Ören, Rahim Er, A. Mücahid Ören ve Nevzat Yalçıntaş temsil etmiştir. Frekans tahsisi, TV yasası, kredi kıstasları, hisse kotası ve yerli yapım oranlarının tartışıldığı toplantıda; devletin özel kanallara destek vermesi ve ilgili yasanın acilen kabul edilmesi konusunda ortak görüş oluşmuştur. Ayrıca Enver Ören, çıkacak kanunda gereksiz ayrıntılara girilmemesini ve TRT’deki kanal sayısının ikiye indirilmesini teklif etmiştir (Diriklik, 1995).

TGRT, toplantı sürecinde film yapımlarına devam etmiş; "Kurdoğlu"ndan sonra "Rehber İnsanlar Dizisi" kapsamında "Bışr-i Hafi" filminin çekimlerine başlamıştır. Vizyon Ajans bünyesinde süren çalışmaların ardından 14 Ağustos 1992’de TGRT sinyal yayınlamaya başlamış, ancak yayın tarihi konusunda kesin bir karar alınmamıştır. Film ve program

yapımına yoğunlaşan TGRT, yayın için gereken sermayeyi toplamada zorlanmıştır. Mali sorunu aşmak isteyen yönetim, geçmiş örneklerde olduğu gibi muhafazakâr halkın desteğine başvurmuştur. Atlas TV, Hilal 1 ve Birlik TV gibi TGRT de "gelin hep beraber" çağrısıyla hareket etmiştir. 13 Kasım 1992 tarihli gazetede "Gelin, televizyonumuzu beraber kuralım" anonsuyla yayımlanan tam sayfa ilanda; "Yıllardır hasretini çektiğiniz, 'benim televizyonum' diyebileceğiniz TGRT'yi birlikte kuralım. Bu tarihi görevi yerine getirebilmek için yapacağınız tek şey Türkiye gazetesine bir yıllık abone bedelini peşin ödemek ve yeni aboneler bulunmasına yardımcı olmaktır" denilmiştir¹. Başlatılan bu kampanyaya da özel bir PR çalışması gerçekleştirilmiş Türkiye gazetesini ziyaret eden Kadın Dernekleri üyeleri, Cumhurbaşkanı Turgut Özal gibi isimler 1 milyon 80 bin lira olarak belirlenen abonelik ücretini ödeyerek TGRT'nin kuruluşuna açıktan destek vermişlerdir. Açılış öncesi manyetik bilezik, saat, masaj yastığı gibi promosyonlar ile tiraj yükseltmeye çalışan Türkiye Gazetesi televizyon yayınlarıyla birlikte promosyon konusunu başka bir boyuta taşımıştır. "Her güne bir araba" kampanyasıyla birlikte her akşam TGRT ekranlarından gazete tarafından dağıtılmış şanslı numaralara buz dolabı, çamaşır makinesi, çeyiz seti, televizyon gibi hediyeler vermeye başlanmıştır. Nitekim kampanyalar ile televizyon izleyici kitlesini genişletirken Türkiye Gazetesi'nde trajını artırarak 600 binlere taşımıştır (Selek, 2025).

TGRT için yürütülen PR çalışmasına gazete köşe yazarları da dahil olmuş, yazılarıyla yürütülen kampanya iletişimine destek olmuşlardır. Örneğin Mustafa Necati Özfatı, kaleme aldığı yazısında kanalın üstlendiği büyük maddi ve manevi yüke dikkat çekmiş, okuyuculara hizmet

¹ Gazete reklâmının verildiği günün ertesinde yayınlanan gazetenin birinci sayfasından kampanyaya destek veren bazı kişi ve kurumların haberlerine yer verilmiş, haberlerde kampanyaya olağanüstü bir desteğin olduğu, birçok ev hanımının kollarındaki bilezikleri dahi bağışlayarak TGRT'nin kuruluşuna destek verdikleri aktarılmıştır ("Kampanyaya Büyük Destek", 1992).

amaçlı bir yıllık abone olmalarını telkin etmiş ve kampanyaya katılmayanların büyük bir vebal altında kalacağını iddia etmiştir (Özfatura, 1992). Benzer şekilde Yalçın Özer de TGRT’ye gösterilen ilginin Enver Ören’e ve Türkiye Gazetesi’ne duyulan güvenin bir tezahürü olduğunu belirtmiş, birçok okuyucunun bizzat gazeteye gelerek veya mektup yazarak "çorbada bizim de tuzumuz olsun" düşüncesiyle projenin bir parçası olmak istediğini ifade etmiştir (Özer, 1992).

TGRT, bir yandan Türkiye Gazetesi üzerinden yürütülen destek kampanyalarıyla sermaye oluşturmaya çalışırken, diğer yandan dönemin siyasi figürlerinden Turgut Özal’ın aracılığıyla Vakıf Bank’tan temin edilen 400 milyar liralık kredi ile altyapı yatırımlarını finanse etmiştir. Bu finansal destek, Londra merkezli Bright Star stüdyolarıyla yapılan anlaşmalar ve Eutelsat üzerinden kiralanan uydu kapasitesiyle uluslararası standartlarda bir yayıncılık hedefinin alt yapısını oluşturmuştur. Ancak dikkat çekici bir biçimde, sağlanan bu ciddi ekonomik kaynaklara rağmen, gazete abonelikleri ve destek kampanyaları aracılığıyla izleyiciden mali katkı talebi devam etmiştir. TGRT, Türkiye çapında bir yayın ağı kurmayı amaçlarken yayın politikası üzerinde titizlikle durmuştur. Ören, kanalın yayın çerçevesini “Türkiye Gazetesi’nde mevcut olan her şey” şeklinde tanımlamış; bu doğrultuda gazetenin içerik yelpazesinde yer alan haber, drama, dini içerikler, spor, röportajlar ve ekonomi gibi temaların televizyon diline aktarılmasını hedeflemiştir. Bu stratejinin bir parçası olarak, gazetenin yayın çizgisine aykırı görülen müzik ve eğlence programlarına yer verilmemesi kararlaştırılmıştır. Bu süreçteki stratejik kararlardan bir diğeri, daha önce ses kaseti formatında hazırlanan radyofonik eserlerin acilen film veya dizi haline dönüştürülmesi olacaktır. Ocak 1993 itibarıyla Vizyon Ajans bünyesinde 60’a yakın filmin eş zamanlı çekimine başlanması, projenin en kırılma noktalarından birini oluşturmuştur. Söz konusu sürecin iyi planlanamaması, hem ortaya çıkan eserlerin niteliksel açıdan zayıf kalmasına hem de TGRT’nin ilerleyen dönemlerde ciddi

bir ekonomik dar boğaza girmesine neden olacaktır (Diriklik, 1995).

Test yayınları sürecinde Kurdoğlu gibi daha önce çekilmiş sinema filmleriyle yayına başlayan TGRT, kendini diğer kanallardan ayırtırmak için her akşam yayınlanan "Huzura Doğru" programını bir temel taş olarak konumlandırmıştır. Bununla birlikte Yumurcak, Hanımeli, Tarihin Aynasında, Genç Görüş ve magazin içerikli Gökkuşağı gibi programların yanı sıra Şehir ve İnsan, Sanat ve İnsan gibi sohbet formatları da yayın akışına dahil edilmiştir. Birçok teknik ve operasyonel eksikliğe rağmen, kanalın muhafazakâr bir cemaat yapısı tarafından kurulması ve o dönemin şartlarına göre modern teknik imkânlarla yayına başlaması, muhafazakâr kamuoyunda büyük bir heyecan uyandırmıştır. Bu heyecan, Sevinç Çokum'un ifadelerinde de karşılığını bulmuş; Çokum, TGRT'yi diğer kanalların yüzeyselliğinden ayıran, "huzurun aydınlığıyla" hareket eden ve onarıcı bir misyon üstlenen "farklı" bir yayın kuruluşu olarak niteleyerek kanalın temsil ettiği değerler sistemine vurgu yapmıştır (Çokum, 1993).

TGRT, yalnızca muhafazakâr kesimin değil, ana akım medya profesyonellerinin de dikkatini çekmeyi başarmıştır. Milliyet gazetesinin televizyon eki Oskar TV dergisinin Genel Yayın Yönetmeni Tevfik Yener, kanalın yayıncılık stratejisini profesyonel bir bakış açısıyla takdir etmiştir. Yener'e göre TGRT, yayıncılığın en temel kuralı olan hedef kitle belirleme sürecini başarıyla yönetmiş; Türkiye Gazetesi'nin okur kitlesini doğrudan izleyici olarak konumlandırarak, kitlenin inanç, gelenek ve felsefesine uygun bir yayın çizgisi belirlemiştir. Yener, diğer kanallarda sıkça rastlanan ve muhafazakâr içeriklerin ardından yayınlanan uygunsuz içeriklerin yarattığı tutarsızlığa dikkat çekerek TGRT'nin bu çelişkiye düşmeden rakiplerinden ayırdığını ve izleyici sadakati kazanma konusunda avantajlı bir konuma geldiğini belirtmiştir (Yener, 1993).

TGRT, kuruluş dönemindeki amatörlüğü aşmak adına kadrosunu profesyonelleştirerek yayın kapasitesini hızla

artırma yoluna gitmiştir. 1 Haziran 1993’te, Kurban Bayramı’nın ilk günüyle eş zamanlı olarak yayın süresini 5,5 saate çıkaran kanal; Ekonomi Vitrini, Edebiyatın İçinden, Boş Yok ve Kamera Şakaları gibi yapımlarla akışını zenginleştirirken, temel programı Huzura Doğru’nun süresini de bir saate yükseltmiştir. Erişim coğrafyasını verici ağını genişleterek ve PTT kablolu yayın sistemine dahil olarak büyüten kanal, 23 Haziran 1993’te yayın süresini 20 saate, 5 Temmuz 1993’te ise tam gün yayına çıkararak Türkiye’de İnterstar ve Teleon’dan sonra 24 saat yayın yapan üçüncü kanal haline gelir. Ancak bu hızlı geçiş, içerik üretiminde ciddi bir kriz doğurmuş; yayın saatlerinin önemli bir kısmı Tür-Pa reklamları ve gece tekrarlarıyla doldurulmak zorunda kalınmıştır. İçerik açığını gidermek amacıyla hızlandırılan tarihi ve dini film projeleri ise profesyonellikten uzaklaşmıştır. Bu tür "ucuz ve kalitesiz" yapımlar, hem izleyici nezdinde hem de basın çevrelerinde tepkiyle karşılanmıştır (Diriklik, 1995). Yeni Yeryüzü dergisinde TGRT’nin üretim stratejisini sert bir dille eleştiren Hamit Şükrü; kanalın, Yeşilçam’ın eski yönetmenlerine yaptırdığı "evliya filmlerini" tasavvufi derinlikten uzak, estetikten yoksun ve "Takma Sakal Dönemi Türk Sineması"nı hatırlatan bir ilkelikte bulunduğunu ifade etmiştir. Şükrü, yerli dramalara ayrılan devasa bütçelerin böylesi bir "zihin özürülü" içerikle heder edilmesini anlayamadığını belirtmiştir (Hamit, 1993).

Tam gün yayın formatına geçişle birlikte haber yayıncılığına da ağırlık veren kanal, bu alanda ciddi altyapı yatırımları gerçekleştirmiştir. 1 Ocak 1993’te Türkiye Gazetesi bünyesinde kurulan İhlas Haber Ajansı’nın (İHA) Türkiye genelindeki 35 bürosuna teknik donanım ve kamera desteği sağlanarak ülkenin dört bir yanından görüntülü haber akışı temin edilmiştir. İHA’nın sağladığı bu imkân, özellikle 2 Temmuz 1993 tarihinde Sivas’taki Madımak Oteli yangını sırasında belirginleşmiş; yaşanan olayların görüntüleri ajans aracılığıyla tüm Türkiye’ye ulaştırılmıştır. Haber yayıncılığındaki bu ilerlemelere karşın, kanal yayın formatını oturtmakta ve kurumsal kimliğini netleştirmekte

zorlanmıştır. Bu eksikliği gidermek amacıyla 15 yıl boyunca TRT Genel Müdür danışmanlığı görevini üstlenen Yücel Çakmaklı, aynı sıfatla TGRT bünyesine katılacaktır. Çakmaklı'nın gelişi, kanalın içerik anlayışında kısa sürede hissedilir bir dönüşüm yaratmıştır. Daha önce Türkiye televizyonlarında pek görülmeyen, aralarında Sergei Eisenstein'ın "Potemkin Zırhlısı", Boris Marokus'un "Vişne Bahçesi", Chernove'un "Vanya Day"ı ve Ahmet Rüstemov'un "Nesimi" gibi eserlerin de bulunduğu Rus klasikleri, sinema kuşaklarında izleyiciyle buluşturulmuştur. Ancak bu entelektüel hamlelere rağmen kanal, daha önce niteliği nedeniyle eleştirilen pembe dizilerden vazgeçmemiştir (Diriklik, 1995).

TGRT, televizyonculuk faaliyetlerini yürütürken karşılaştığı operasyonel zorluklara rağmen, teknik altyapısını ve fiziksel imkânlarını güçlendirmeye odaklanmıştır. Bu doğrultuda, 1993 yılının sonlarına doğru inşası tamamlanan 13 bin metrekarelik yeni yayın merkezine taşınma süreci başlatılmıştır. Yaklaşık 3 bin metrekaresi stüdyo alanı olarak ayrılan ve Sony'nin en güncel teknik ekipmanlarıyla donatılan bu modern tesis, 26 Eylül 1993 tarihinde Muhammed Ali ve Çağrı filminin yönetmeni Mustafa Akad gibi dünya çapında isimlerin de katıldığı görkemli bir törenle açılmıştır. Altyapı yatırımlarıyla eş zamanlı olarak kadrosunu genişleten kanal, personel sayısını 40'tan 500'e çıkarmıştır. Bu dönemde kurulan TGRT FM ise 3 Kasım 1993 itibarıyla İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa merkezli yayınlarına başlamıştır. "Alternatif televizyon" sloganıyla yola çıkan TGRT, gerçekleştirdiği yoğun prodüksiyon faaliyetlerine rağmen kalite standartlarını yakalamakta zorlanmış ve reyting sıralamalarında arzu ettiği konuma ulaşamamıştır. Çok sayıda dizi ve film projesine girişmek, yüksek maliyetleri beraberinde getirmiş; yapım sayısının fazlalığı ise eserlerin bütçelerini ve dolayısıyla niteliklerini düşürmüştür. Nitekim kanalın yapım şirketi İFPAŞ, Aralık 1993'te TGRT bünyesinde 25'i dini temalı olmak üzere toplam 103 adet TV filmi ve 30'a yakın dizi üretildiğini duyurmuştur. Düşük bütçelerle, hızlı bir şekilde üretilen bu yapımlar,

profesyonellikten uzak ve yüzeysel nitelikleriyle dikkat çekmiştir. Yeterli reklam gelirini elde edemeyen kanal, alternatif yayıncılık modelini hayata geçiremeyince, mali sıkıntıların da etkisiyle ana akım rakiplerinin yayın çizgisine yaklaşmıştır. Bu süreçte vurdulu-kırdılı aksiyon filmleri, içerikten yoksun yarışma programları, seviyesiz eğlence formatları ve toplum yapısına yabancı Latin pembe dizileri TGRT ekranlarının yeni yüzü haline gelmiştir (Diriklik, 1995).

TGRT, kuruluşundaki temel misyonundan uzaklaşarak hızla ticari bir yayıncılık anlayışına evrilmiştir. Bu dönüşümün en dikkat çekici işaretlerinden biri, kanalın "Süper Yarışma" adlı programın sunuculuğuna, daha önce Kanal 6’daki performansıya dikkat çeken Seda Sayan’ı transfer etmesi olmuştur. Bu adım, TGRT’nin o güne kadar benimsediği muhafazakâr yayın çizgisinden sapışının önemli bir kırılma noktası olarak değerlendirilmiştir. Sayan, ilerleyen süreçte "Kadın Gözüyle" ve "Seda Sayan’lı Dakikalar" gibi programlarla ekran yüzü olmaya devam etmiş; kuruluş aşamasında müzik yayınlarını "haram" olduğu gerekçesiyle reddeden kanalın ekranında şarkılarıyla yer alarak bu değişimi pekiştirmiştir. Kanalın özünden uzaklaşma emareleri, 1994 yılının başında yılbaşı kutlamalarıyla daha belirgin hale gelmiştir. TGRT, diğer özel kanalların dansözlü ve müzikli yılbaşı programlarına, farklı bir formatla olsa da eklenmiştir. Selin ve Ümit Aktan çiftinin sunduğu yılbaşı özel programında, Bosna Marşı ve Mekke’nin Fethi gibi muhafazakâr temalara yer verilmesine rağmen, yılbaşının kutlanması bir tezat olarak algılanmıştır. TGRT, ödüllü yarışma programları, çok sayıdaki pembe dizi, kadın programları ve yılbaşı özel yayınlarıyla zamanla liberal bir yayın çizgisine kaymıştır. 1994 yılı yeni yayın döneminde bu değişimi simgeleyen en somut gelişme, kanalın temel programı olan Huzura Doğru’nun prime-time yayın süresinin bir saatten yarım saate indirilmesi olmuştur. TGRT’ye "Huzur TV" kimliğiyle büyük bir ümit bağlayan muhafazakâr izleyici kitlesi, bu dönemde hayal kırıklığı yaşamaya başlamıştır. Kanal, bu süreçte İhlas Holding’in ticari hedefleri doğrultusunda bir "pazarlama kanalı"

misyonu üstlenmiştir. Yarışma programları, Türkiye Gazetesi abonelik kampanyaları, İhlas markalı su ısıtıcıları ve distribütörlüğü alınan Subaru ve Kia marka otomobillerin reklamlarıyla ekran adeta bir tanıtım mecrasına dönüşmüştür (Diriklik, 1995).

Sonuç olarak TGRT'nin yayın hayatındaki dönüşüm süreci, kanalın kuruluşundaki muhafazakâr misyondan hızla uzaklaşmasına, ticari ve liberal bir yayıncılık modeline evrilmesine ve nihayetinde kurumsal bir krize dönüşmesine neden olmuştur. Bu dönüşüm, program içeriklerinden sunucu profillerine, reklam tercihlerinden kurumsal vizyona kadar geniş bir yelpazede izlenmiştir. TGRT'nin ekran yüzü politikası, kanalın "Huzur TV" kimliğinden uzaklaştığının en somut göstergelerinden biri olmuştur. Yayın akışında ağırlıklı olarak kadın sunucuların yer alması ve Seda Sayan, Meral Konrad, Sibel Can, Gülben Ergen gibi isimlerin transfer edilmesi, eğlence dünyasının bu kadın sanatçılarına muazzam ücretler ödenmesi (Önkibar, 2019) muhafazakâr kitleler nezdinde ciddi bir rahatsızlığa neden olmuştur Bu değişim, reklam kuşaklarına da yansımış; kanal, Coca-Cola gibi muhafazakâr kesim tarafından "kapitalist sembol" olarak görülen markaların reklamlarına ekranlarını açmıştır. Nereye gideceğini tam olarak kestiremeyen kanal değişime rağmen genel kitleden beklediği ilgiyi göremezken muhafazakâr camianın da kendisinden uzaklaşmasına neden olmuştur. Elindeki tüm teknik imkân ve insan kaynağına, birikime rağmen bir türlü reyting ve ekonomi sorunların çözmemiştir. Yayın dengesi tartışılan TGRT içine düşmüş olduğu belirsizliği İhlas Grubu'nun bankacılık sektörüne adım atmasıyla netleştirecek ve TGRT'nin amacının hizmet değil kar olduğunu kamuoyuna deklare edecektir ("İhlas Holding Nereye", 1994).

RP'nin siyasi yükselişi döneminde hükümeti destekleyen TGRT, 28 Şubat süreci ile birlikte yeni bir varoluş krizi yaşamıştır. "Fişlenme" korkusu ve devletçi politikalara uyum sağlama zorunluluğu, kanalı imajını kökten değiştirmeye itmiştir. Bu dönemde kanal, "piyasa sanatçıları"

olarak adlandırılan popüler isimlerle (Gülben Ergen, Sibel Can, Hülya Avşar, Sibel Turnagöl, Ebru Gündeş, Mahsun Kırmızıgül, İbrahim Tatlıses vb.) yüksek maliyetli sözleşmeler imzalamıştır (Özel Haber, 2008). Bu transferlere ödenen astronomik ücretler ve Enver Ören’in şaşaalı yaş günü kutlamaları, İhlas Holding’in finansal yapısını derinden sarsan bir israf sürecini başlatmıştır. TGRT’nin "faizsiz kazanç" ilkesiyle kurulan İhlas Finans'taki kaynakları bu maliyetli imaj çalışmalarına aktarması, holdingi telafisi imkânsız bir ekonomik krize sürüklemiştir. Ekonomik krizin etkisiyle İhlas Finans’a el konulması, TGRT için "sonun başlangıcı" olmuştur. "Gelin televizyonumuzu birlikte kuralım" sloganıyla halktan toplanan sermaye ile yola çıkan kanal, süreç sonunda mali yükümlülüklerini karşılayamaz hale gelmiştir. Yaşanan bu yapısal ve finansal çöküşün ardından TGRT, 2006 yılında News Corporation iştiraki olan News Netherlands BV ve Ahmet Erteğün ortaklığına satılarak yayın macerasını farklı bir mülkiyet yapısıyla sürdürmek zorunda kalmıştır. Sonuç olarak TGRT, alternatif bir medya kanalı olma iddiasıyla çıktığı yolda, profesyonellikten uzak içerik üretimi ve ticari hırsın getirdiği ideolojik savrulma nedeniyle kurumsal kimliğini yitirmiş; bu değişim hem sadık izleyici kitlesinin kaybına hem de holdingin finansal çöküşüne neden olmuştur (İhlas TGRT’deki hisselerini sattı, 2006).

Hilal 1 projesiyle başlayıp TGRT ile zirveye oturan “muhafazakar televizyon” çalışmaları bir anlamda hayal kırıklığı ile sonuçlanmıştır. Oysa süreci henüz başında yakalayan camia hem televizyon olgusunu tanımlamak hem de ekonomik zorluklarını tespit etmek için sık sık istişare meclisleri kurup tartışmışlardır. Camianın önde gelen entelektüelleri, sanatçıları, iş adamları geniş zaman ve masa etrafında konuyu enine boyuna irdelemiş görünmektedirler. Ancak son tahlilde televizyon girişimleri, kimsenin memnun olmadığı bir şekilde başlangıç yapıp, aşağıya doğru seyreden bir süreç üretmişlerdir. Muhafazakâr çevrenin önemli yönetmen ve yazarlarından olan Mahmut Çetin bunun nedenlerini iki temel düzemde açıklamaktadır. Çetin’e göre

birinci düzlemde muhafazakâr kesimin yaşadığı temel sorun, televizyonculuğu yalnızca teknik bir mesele olarak algılayıp, onun bir “zihni hadise” olduğu gerçeğini göz ardı etmesidir. Bu yaklaşım, özgün bir yayıncılık dili üretmek yerine, Batılı formatların taklit edildiği yüzeysel bir pratiğe hapsolmaktadır. Çetin, bu durumu şu ifadelerle özetlemektedir:

"Televizyon aslında bir zihni hadisedir, sağ kesim ise bu zihni hadiseyi anlamıyor, direniyor; zannediliyor ki bu iş teknik bir şeydir, aletleri alırız, dindar elemanları doldururuz ve bu alet ve dindar elemanlarla yayıncılık yaparız. Böyle bir şey yok. Niyet, zihniyet değişmesi diye bir hadise var; bu değişimi gerçekleştiremediği ve işin özünü kavrayamadığı için orijinal, kendine ait, kendini üreten değil, basit, öykülenen bir iş ortaya çıkıyor. Muhafazakâr kesim bu durumu sadece televizyonda yaşamıyor, müzik alanında da sinema alanında da yaşıyor. Zihniyet değişimi yaşamıyor; aslında kendi toplumsal köklerinden değil de sadece İslami birtakım kurallardan yola çıkıyor. Net çizgilerle kendisini önce sınırlıyor, daha sonra bu sınırlama içinde bunalınca açılıma gidiyor. Bu net değişim, dönüşümlerde haliyle dikkat ve tepki çekiyor. Çünkü dün kara dediğiniz gün gelip beyaz dediğiniz zaman, misyon edindiğiniz ilkeleri de harcamış oluyorsunuz. Bu nedenle sürekli bir deneme yanılma söz konusu camiada. Oysaki bir imparatorluk geleneğini bünyesinde taşıyan bu ülkenin insanların böyle hatalar yapması, böylesi acziyete düşmesi anlaşılması güç bir durumdur. Batı'nın teknolojisini alalım ama kültürünü almayalım mantığı temel yanlışlardan birisi; teknolojiyle birlikte kültürünün de bir bölümünü alacaksınız." (M. Çetin, kişisel iletişim, 06 2007).

Çetin'e göre ikinci temel düzlem ise “büyük ölçekli kurumlaşma arzusu, bir anlamda devletleşme isteğidir. “Türkiye'de muhafazakâr kesimin medya alanındaki teşebbüsleri, başlangıçta "emr-i bi'l-ma'ruf" (iyiliği emretme, kötülükten alkoyma) gibi dini ve toplumsal bir misyonla yola çıkmış olsalar da zamanla bu vizyonun yerini devasa yapıları ayakta tutma kaygısı almıştır. Büyük ölçekli kurumsallaşma arzusu, kaçınılmaz bir mali bağımlılık zincirini de beraberinde getirmiş; bu durum ise kurumların kuruluş amaçlarıyla çelişen bir dönüşüme zemin

hazırlamıştır. Reklam ve sermaye odaklı bir hayatta kalma mücadelesi, kurumsal kimliklerdeki keskin ideolojik sınırların aşınmasına ve aydınların televizyon ekranlarındaki konumlarının daraltılmasına yol açmıştır. Bu süreç, bir dönemin "alternatif" olma iddiasını taşıyan kurumlarının, piyasa kuralları içerisinde nasıl statükonun bir parçası haline geldiğini göstermektedir:

“Kurumları o kadar büyük kurdular ki; TGRT, Kanal D gibi kuruldu; Kanal 7 de yine çok büyük kurumsallaşmaya gitti. Daha sonra bu büyükçe kurulan kurumları yaşatma çabası, "emr-i bi'l-ma'ruf" ilkesini gölgeledi. Buradan şu ortaya çıkıyor: Asıl amaç emr-i bi'l-ma'ruf değil de büyük bir güç odağı oluşturmak, gücü ele geçirmek. Personel sayısı bir dönem TGRT'de 1000'in üzerine çıkmıştı, Kanal 7 hakeza öyle. Zaten toplanmış paralarla kurulduğu için devamını da yine toplama paralarla getirmeye çalıştılar; bu haliyle başarılı bir sonucu ortaya çıkartamayacaktı. Kurumları yaşatmak artık gaye haline geldi. Gaye bu olunca ve bunu nasıl yapabileceklerini düşününce, tek yolun reklam ve bu bağlamda Reklam Verenler Derneği ile anlaşmak olduğunu anladılar. Bu reklam derneği de bilindiği gibi çoğunluğu yabancı sermayeden oluşmakta; örneğin Unilever. Haliyle reklam ve sponsor gelirleri sağlayabilmek için bu firmalardan reklamlar istenildi ve böylece ekranda ilk yenilgiler de başladı; çünkü düne kadar eleştirilen, ürünleri şaibeli kılınan bu firmalar, reklamlarıyla birlikte televizyondan cevaz almış oldu ve helal çerçevesine girmeye başladı. Entelektüel iddialarla ve kendi aydınlarıyla sahneye çıkan bu televizyonlar, bir süre sonra ön plana çıkarttıkları bu aydınları yavaş yavaş nasihat makamına çekmiş ve tıpkı diğer televizyonlar gibi sadece Ramazan'dan Ramazan'a müracaat edilen kişiler konumuna indirgemmiştir. Bu aydınlar da bu programlarda menkıbeler, hatıralar anlatmış; politik ve siyasal konulara hiçbir şekilde girememişlerdir” (M. Çetin, kişisel iletişim, 06 2007).

3. SON KURULAN İSLAM REFERANSLI TELEVİZYON KANALLARI VE KURUMSAL İNCELEMELERİ: KANAL 7, TV5, HİLAL TV

3.1. Kanal 7

3.1.1. Kuruluşu

Muhafazakâr medya felsefesi ve pratikleri üzerine yürütülen tartışmalarda, kurumsal kimliği ve geçirdiği dönüşümle odağa yerleşen en dikkat çekici aktör şüphesiz Kanal 7'dir. Kanalın bu denli ön plana çıkması, kurucu misyonunu eksiksiz bir şekilde sahaya yansıtmasından ya da başlangıçtaki vaatlerini bütünüyle yerine getirmesinden ziyade; neşet ettiği sosyolojik taban içerisinde yol açtığı ideolojik kırılmalardan, kurumsal tartışmalardan ve hakkında ileri sürülen iddialardan kaynaklanmaktadır. Kuruluş aşamasından itibaren belirli bir siyasi parti ve gelenek (Millî Görüş) tarafından organize edilmesi, Türkiye'nin yakın siyasal tarihindeki çalkantılarla birleştiğinde; hem arka planındaki siyasi iradenin kendi içinde hem de televizyonun öz kurumsal yapısında kalıcı tartışmalara yol açmış ve kanalı uzun bir süre medyanın gündeminde tutmuştur.

Diğer muhafazakâr yayın organlarının çıkış paradigmalarında görüldüğü üzere, Kanal 7 de temelde "toplumun millî ve manevi değerlerine saygılı bir yayıncılık alternatifi sunma" iddiasıyla yayın hayatına başlamıştır. Ancak güncel tartışmalar ve eleştiriler, televizyonun zamanla bu kurucu misyondan uzaklaştığı ve sekülerleştiği tezi üzerinde yoğunlaşmıştır. Kanal, özellikle kuruluş aşamasında finansal ve lojistik destek sağlayan aktörler, örgütler ve taban tarafından ciddi ithamlara maruz bırakılmıştır. Bu suçlamaların hukuki bir boyut kazanarak yargıya intikal etmesi, meselenin siyasi bir niteliğe bürünmesi ve bu süreçte mağduriyet yaşadığını belirten kitlelerin sesini yükseltmesi, merkez medyanın da ilgisini bu noktaya çekmiştir. Merkez medyanın konuyu derinlemesine araştırması ve haber dosyalarına taşıması, Kanal 7'nin

kuruluş serüveninin, finansal kaynaklarının ve kurumsal dönüşümünün farklı odaklarca detaylı bir şekilde çözümlenmesine zemin hazırlamıştır.

Kanal 7 Televizyonu’nun kuruluş serüveni, muhafazakâr kesimin Avrupa’daki Türk vatandaşlarından topladığı sermayeyle faaliyet gösteren Kombassan Holding’in Yönetim Kurulu Başkanı Haşim Bayram’ın girişimleriyle başlamıştır. Haşim Bayram ve yardımcısı Ekrem Baki, 1991 yılında, devlet televizyonunun resmî tutumundan ve yayın tarzından bağımsız, İslami ilkelere uygun yayın yapacak bir televizyon kanalına ihtiyaç duyulduğu düşüncesiyle harekete geçmişlerdir. Kombassan Holding’in ekonomik gücüyle böyle bir kanalın kurulabileceği kanaatine varılmasının ardından; Ömer Lütfi Mete, İsmail Güneş ve Seyfettin Manisalıgil’den bir fizibilite raporu talep edilmiştir. Bu kapsamda, bir yıl boyunca TRT’ye teknik ziyaretler düzenlenmiş, kanalın altyapı ve maliyet analizlerine ilişkin kapsamlı araştırmalar yürütülmüştür. Televizyon kanalına yönelik ön hazırlıklar tamamlandıktan sonra konu, Haşim Bayram tarafından dönemin RP Genel Başkanı Necmettin Erbakan’a sunulmuştur. Erbakan, kendisine iletilen listeden bazı isimleri çıkararak, kanalın kuruluşunda rol alacak heyeti Altınoluk’taki konutuna davet etmiştir. 1992 yılında gerçekleşen bu Altınoluk görüşmesine Recai Kutan, Haşim Bayram, Zekeriya Karaman, Mehmet Tarık Çetin ve Azmi Ateş katılmışlardır. O dönem RP’nin Merkez Yönetim Kurulu’nda yer alan ve Erbakan’ın özellikle mali hususlarda güvendiği bir isim olan Zekeriya Karaman, bu toplantı sonucunda televizyon kanalının kuruluşuyla görevlendirilmiştir. Toplantıda alınan kararlar doğrultusunda, 28 Aralık 1992 tarihinde 8 ortaklı Yeni Dünya İletişim A.Ş. unvanıyla bir şirket kurulmuştur. Şirketin Yönetim Kurulu Başkanlığına Recai Kutan, Başkan Yardımcılığına ise Haşim Bayram getirilmiştir. Ekrem Baki ve Zekeriya Karaman da yönetim kurulu üyesi olarak görev almışlardır. Yönetimdeki bu 4 ismin her birinin hisse oranı %24 olarak belirlenirken, şirketin kuruluşuna katılan diğer 4 ortağın hisse oranları ise %1’de kalmıştır. Şirketin tescil

edilmesinin ardından, 1993 yılının mart ayında Haşim Bayram ve Recai Kutan, kurulacak televizyon kanalına finansman sağlamak amacıyla Almanya'ya gitmişlerdir. Dönemin Millî Görüş Teşkilatı Almanya Başkanı Osman Yumakoğulları ile görüşen Kutan ve Bayram, teşkilatın kontrolündeki camileri ziyaret etmeye başlamışlardır. Haşim Bayram ve Osman Yumakoğulları, 3 ay boyunca Avrupa'daki ilgili tüm birimleri ziyaret ederek İslami çizgide bir televizyon kanalının kurulmasının önemini aktarmış ve gurbetçi vatandaşlardan maddi destek talep etmişlerdir (Gültekin, 2005).

Avrupa'da gerçekleştirilen bu fon toplama faaliyetleri ve toplantılar, yıllar sonra medyanın da gündemine gelmiş; söz konusu süreç Kanal D'de 14 Ekim 2005 tarihinde yayınlanan 32. Gün adlı haber programında şu ifadelerle ekranlara yansıtılmıştır:

"Bismillahirrahmanirrahim." İlk önce hepinizi muhabbetle selamlıyorum. Esselamünaleyküm. Ocak sonlarına doğru buraya gelmiştik, sizlerle kısa bir sohbet yaptım. O zaman çocuğumuz var, dostumuz ahabamız var; birlikte utanmadan seyredebileceğimiz bir TV kanalı çalışmalarının yapıldığını söylemiştim. Bu TV için de arada bir geleceğimi belirtmiştim o zaman.

Muhterem kardeşlerim, 20. asrın son zamanlarına yaklaştığımız çağımızda TV kadar etkili silah kesinlikle yoktur. Bir seneye yakındır çalışma içindeyiz. Elhamdülillah belli bir noktaya geldik. Artık duyurduk bütün meseleyi dünyaya; izlenebilecek, hem de kendi çizgimizde Cenab-ı Hakk'ın yarattığı şikâyet doğrultusunda yayın yapacak bir televizyon kanalı çalışması son süratle devam ediyor. İlk uydu dokuz aylığına tutulmuştu. Ben o zaman çıtlatmışım, dokuz aydır para ödüyoruz. Bu uydunun yayın alanı Avrupa'nın tamamı. Hemen hemen Pekin'e kadar, Asya'nın tamamına yakın; Afrika'nın, Güney Afrika hariç, tamamı. 2-3 uydu görüşmesi var şu anda. Arzumuz, öbür Amerika'nın tarafına da yayınları kapsatmak. Yani 24 saat; başlangıçta 12 ile 12-8 saat arası ama 1-2 hafta sonra 24 saate çıkacak. 24 saat 5-6 dilde birden. Aynı programın bir kanaldan Türkçe izlerken, bir kanaldan İngilizce, bir kanaldan Arapça... Bu şekilde çok köklü çalışma yapacağız.

Geçen sene para ödenerek yapılan reklam 4.5-5 trilyon lira civarında. Geçen seneki rakamları konuşuyorum. Bu reklam pastasının yüzde 4,5-5 kadarını alabilirsek, biz bir senelik 24 saat yayın yapmak suretiyle televizyonun masraflarını hayli hayli çıkarırız. Eğer yüzde 15-20’lik bir pay alabilirsek, 1-1.5 trilyon gibi de net bir maddi kâr görünüyor.

En sosyal insanlar dediğiniz adam bile bizim kanalı izleyecek. Neden? Biz insana insanca yaklaşacağız. Çizgi film vereceğiz, sinema filmi vereceğiz, spor programlarıyla diğer her türlü programı da... İnsana insan gibi yaklaşacağız. İnsanı sömürmeyeceğiz. Hatta latife filan olsun diye söylemiyorum; siz sabah işe gittiğinizde biz o gün evdeki bacılarımıza, annelerimize öyle yayın programları koyacağız ki hem işini yapacak hem onu izleyecek. Eve geldiğinizde akşam yorgun argın, sizin hanımınız ve çocuğunuzun size karşı davranışının müspet yönde değiştiğini göreceksiniz. Biz onları o şekilde eğiteceğiz. Ve endirekt yollarla insanı yaradılış gayesi çizgisine getirmeye vesile olmaya çalışacağız.

Kardeşlerim, toparlamak üzereyim. Şimdi hak verirsiniz ki böyle bir kanal için çok ciddi meblağ lazım. Biz ilk önce şöyle düşündük: 5-6 şirket bir araya gelip bunu kuralım, kimseye yük olmayalım. Bunun için çalışma yaptık. Mesela bizim şirketimiz var kendimizin, Kombassan. 25-30 milyar, hatta 50 milyar verelim dedik. Böyle 3-5 kişi veya şirket çıksa bu iş biter. Kâr-zarar ortaklığı üzerine çalışan Yeni Dünya İletişim A.Ş. isimli bir televizyon şirketi kuruldu. Şirketin yönetim kurulu başkanı, eski imar ve iskân bakanlarımızdan Sayın Recai Kutan Beyefendi’dir. Başkan yardımcısı halihazırda benim. Muhasebe yöneticisi Zekeriya Karaman Bey.

Kardeşlerim, şimdi kâr-zarar ortaklığı üzerine çalışıyor şirket. Yalnız ben hemen şunu belirtiyim: Ben kâr-zarar ortaklığıyla, televizyonu sadece maddi kâr gibi düşünen insanlarla yola çıkmak istemem. Manevi menfaatinden dolayı, Allah rızası için belirtmek isteriz. Şirket olarak kâr ve zarar ortaklığı üzerine kurulduk. Hisseler en düşük 200 mark. 200 marktan, 5 bin marka kadar gidiyor. 200 mark da olur, 400 mark da. 600 mark da olur, 800 mark da olur, bin de 2 bin de olur, 5 bin de. Ortak olacaksınız; bir liralık hissen olsun, yakasına yapışacaksınız yönetici olan adamın. "Arkadaş, hani verdiğim bir liranın önemi yok ama yıllardır beklediğimiz bir özlem var, arzu var. Siz, Müslümanların pırıl pırıl arzusunu heba edemezsiniz; yapacaksın adam gibi yap. Yapmayacaksın defol git!"

diyeceksiniz. Onun için ortaklık sistemi getirilmiştir, herkes hesap sorabilsin diye.

Sabırla dinlediniz, Allah razı olsun. Kardeşlerim sorularını sorsun, sonuç olarak kardeşlerim 5-6 dakika onları cevaplayalım. Ondan sonra senetleri burada satışa çıkaracağız. Yani ortaklığı dağıtacağız daha doğrusu. Parası olmayan kardeşimiz olabilir. Burada vekil bırakacağız, parayı 3-5 gün sonra verebilir. Tekrar ediyorum; Allah rızası için, içinizden geldiği şekilde. Parası olmayabilir, o zaman desin ki: "Yarabbi, param yok, olsa verirdim. Hayırlı iş, bunlar başarsın." diye dua etsin. Benim için 100 bin marktan efil. Çünkü rahmet bir tanenin içinde mi, bir harmanın içinde mi, bilemeyiz.

Şunu rica ediyorum: Gittiğimiz günlük sohbetlerde "Valla hocam," diyorlar, "karılarımızın kolundan, boynundan altını çıkarmana razıyız." Böyle istemiyoruz. Eğer bu televizyon kanalını istiyorsanız, Allah rızası için çoluğumuzun, çocuğumuzun o zararlı yayınlardan kurtulmasını istiyorsanız, gerçek haberlerle bir an evvel tanışmak istiyorsanız, efendim bu namussuzlardan, bu dünyayı kasıp kavuran zalimlerden bir an evvel kurtulmak istiyorsanız, televizyon kadar etkili bir silah yok. 1 milyon, 1 milyar... Bir televizyona helal olsun. Ben Türkiye'nin bütün köylerini bir senede dolaşamam. Ama bir televizyon kanalıyla günde bin sefer dolaşırım. Doğru mu? Bu kadar etkili. Öyleyse bunun manasını, önemini anlatmaya uzun uzun gerek yok. Kâr ve zarar ortaklığı üzerine çalışıyoruz. Ne dediğimiz belli ("Kanal 7 Böyle Kurulmuş", 2005).

Avrupa turları vasıtasıyla fon toplama faaliyetleri sürerken, İstanbul'daki yetkililer gurbetçileri döviz hesaplarına yönlendirmiş ve havale masraflarını önlemek adına bir bankayla anlaşarak 9 ayrı döviz hesabı açmışlardır. Henüz televizyona dair somut bir adım atılmamışken, üç ay içinde bu hesaplarda 6 milyon 400 bin mark birikmiştir. Bu süreçte Mehmet Tarık Çetin, Necmettin Erbakan'ın talimatıyla kendi cebinden 750 bin dolar ödeyerek EUROTELSAT uydusunu kiraladığını iddia etmiş ve bu harcamanın toplanan paralardan tazmin edilmesini talep etmiştir. Ortada herhangi bir belge olmamasına rağmen Zekeriya Karaman'ın bu ödemenin yapılması yönündeki görüşü, ortaklar arasında ilk fikir ayrılığına yol açmıştır. Bu gelişmenin ardından bankadaki paralar, Erbakan'ın

talimatıyla başka bir bankaya transfer edilmiş ve parayı ilk yatıran kişi olan Ekrem Baki’nin tek başına para çekme yetkisi iptal edilerek bu yetki sadece Zekeriya Karaman’a bırakılmıştır. Karaman, Aralık 1993’te kanalın Reşitpaşa’daki ilk binasını kiralamıştır. Banka hesaplarının yanı sıra, yurt dışından ve Anadolu’dan hisse senedi karşılığı elden de nakit toplanmış; ancak bu paraların miktarı ve kullanım şekli belirsiz kalmıştır. Kanalın kuruluş aşamasında hisseler blok halinde el değiştirmeye başlamıştır. Ekrem Baki %24’lük hissesinin tamamını zaman içinde elinden çıkarırken, büyük kısmını (%20) Azmi Ateş’e devretmiştir. Bu sırada Kanal D’de Fatma Girik’in sunduğu programda kanalın mali yapısına yönelik iddiaların gündeme gelmesi üzerine, Zekeriya Karaman ve Mustafa Çelik, haberlerin partiye zarar verdiği gerekçesiyle Dönemin Enerji Bakanı Recai Kutan’ı ikna ederek %30’luk hissesini devralmışlardır. Kanalın hamilerinden Haşim Bayram da sürekli artan mali talepler karşısında ilgilenemeyeceğini belirterek %24’lük hissesini Karaman ve Çelik ikilisine devretmiştir. Mali ihtiyaçların sürmesi nedeniyle Türkiye’deki otel ve restoranlarda 1998 yılına kadar para toplama organizasyonları devam etmiştir. Necmettin Erbakan ve eski MÜSİAD Başkanı Erol Yazar’ın da katıldığı açık artırma usulü bağış toplantılarına rağmen finansal sorunlar çözülememiştir. Erbakan’ın sorunları kendi içlerinde çözmelerini istemesi üzerine yönetim, kanalın etkili olabilmesi için partiden bağımsız görünmesi gerektiğini savunmuştur. Mustafa Çelik’in gelişyle başlayan bu liberalleşme süreci, kanalın RP çizgisinden kademeli olarak kopmasına zemin hazırlamıştır. Merkez medyanın mülkiyet yapısına dair soruları üzerine, Mustafa Çelik’in girişimleriyle kanalda Yimpaş Holding’in etkisi hissedilmeye başlanmıştır. Holding, kanala yüksek reklam bütçeleri ayırmış, sponsorluklar üstlenmiş, borç para vermiş ve Eyüp’teki bir binasını tahsis etmiştir. Bu mali ilişkiler neticesinde, borçlara mahsuben kanal hisselerinin %70’i Yimpaş Holding’e geçmiştir. Ancak 2001 ekonomik kriziyle birlikte kanalın bütçe açıkları büyüyünce, Holding tüm sorumluluğu ve hisseleri yeniden Zekeriya Karaman ve Mustafa Çelik’e

devretmiştir. Nihai süreçte, mülkiyetin büyük çoğunluğu Karaman ve Çelik'te kalmıştır. Esasen bu hisseler, kuruluştan itibaren büyük hissedarlarca temsil edilen ve sayıları 50 bin civarında olduğu tahmin edilen gurbetçi vatandaşlara aittir. Büyük hissedarların finansal risklerden kaçınması ve yönetim kolaylığı sağlanması gerekçeleriyle devredilen bu hisseleri daha sonra geri satmak isteyen vatandaşlara, yönetim tarafından olumsuz yanıt verilmiş veya değerinin çok altında ödeme teklif edilmiştir. Örneğin, 1994 yılındaki 10 milyon TL'lik (güncel karşılığı 800 Euro olan) bir hisse için kanal yönetimi sadece 100 Euro ödemeyi vadetmiştir ("www.millethaber.com", 2005; Gültekin, 2016; Kanal 7'nin öyküsü, 2008; Kanal 7'nin kuruluşu için şok iddia!, 2008).

Kanal 7 Televizyonu'nun hisse ve yönetim kontrolünün tamamen Zekeriya Karaman ve Mustafa Çelik ikilisinin eline geçmesinin ardından, Türkiye'deki siyasi konjonktür kanalın yayın politikasını ve kurumsal pozisyonunu derinden etkilemiştir. RP'nin kapatılmasının ardından kurulan FP'nin de Anayasa Mahkemesi kararıyla kapatılması ve bu gelişmeyi takiben yeni parti oluşumu sürecinde mevcut siyasi kadronun "gelenekçiler" ve "yenilikçiler" olarak ikiye bölünmesi, kanalın stratejik bir yol ayrımına girmesine neden olmuştur. Bu kırılma, Kanal 7'nin Necmettin Erbakan liderliğindeki geleneksel camiadan yapısal ve fikrî olarak kesin bir kopuş yaşamasını beraberinde getirmiştir.

Recep Tayyip Erdoğan önderliğinde kurulan AK Parti'nin kısa sürede toplumsal popüleritesini artırarak ilk genel seçimlerde iktidara gelmesi ve siyasi söylem olarak liberal-muhafazakâr bir çizgiyi benimsemesi, Kanal 7'nin yayın ve destek odağının AK Parti eksenine kaymasına yol açmıştır. Kuruluş dönemindeki yayın misyonundan ve ilkelerinden zamanla uzaklaşan televizyon kanalı, benimsediği liberal yayın anlayışını pekiştirmiş ve siyasi iktidarın da etkisiyle medyadaki büyük reklam pastasından önemli ölçüde pay almaya başlamıştır. Bu siyasal yönelim değişikliğinin ardından, dönemin Saadet Partisi (SP) Genel Başkanı Recai Kutan, daha önce karşılıksız olarak devrettiği

%30’luk hissesini geri talep etmiştir. Taraflar arasında yaşanan ve kamuoyuna ve medyaya da yansıyan uzun tartışmaların neticesinde Kutun, hisselerinin gasp edildiği gerekçesiyle hukuki süreci başlatarak mahkemeye başvurmuştur (Kanal 7’de hile yapıp hisselerimi uçurdular, 2003).

Gurbetçi sermayesi ve yerel katılım fonlarıyla temelleri atılan Yeni Dünya İletişim A.Ş., geçirdiği bu idari ve siyasi dönüşümlerin sonucunda bünyesinde; TVT adlı müzik kanalını (daha sonra satmıştır), Haber 7 adlı haber kanalını (daha sonra kanal ismini ÜLKE TV olarak değiştirmiştir), Haber7.com internet haber portalını, Ulusal çapta yayın yapan Radyo 7 istasyonunu barındıran büyük bir medya grubuna dönüşmüştür. Kurumsal mülkiyet yapısındaki bu değişime paralel olarak Kanal 7’nin üst düzey yöneticileri ve personel kadrosundan birçok isim siyaset sahnesinde de yer almışlardır.

3.1.2. Misyonu

Yukarıda kuruluş sürecini anlatmaya çalıştığımız metinden de anlaşılacağı gibi kanalın ilk kuruluş aşamasındaki misyonu; İslami ilkeleri ve toplumun genel kültürel yapısını önceleyen, referans alan, mevcut televizyonların yozlaştırıcı, dejenere edici etkisine karşı aile kurumunu koruyucu ve izlence ihtiyacını karşılayıcı amacının yanında, toplumun temsil edilmeyen muhafazakâr çoğunluğunun temsil edileceği ve sadece Türkiye’de değil tüm dünyada Müslümanların sözcülüğünü yapacak, muhafazakâr kitlelerin siyasal arenada gücüne güç katacak bir televizyon şeklindedir.

3.1.3. Yayın İlkeleri

Kanal yönetimi, belirledikleri yayın ilkelerini kurumsal internet sitelerinde ve yayın kataloglarında detaylı bir şekilde deklare etmiştir:

- Toplumsal sorumluluk taşıyan ve sorumluluğunu yerine getiren bir yayın kuruluşudur.

- İnsan haklarına saygılıdır; her türlü terör, şiddet, işkence, fanatizm, ırkçılık ve sömürünün karşısındadır.
- Dini, ahlaki ve manevi değerlere saygılıdır.
- Millî kültüre, toplumun bilim ve sanat varlığına katkıda bulunmayı esas alır; Türkçeyi doğru ve dil bilincini geliştirici bir biçimde kullanır.
- Yayınlarında Türkiye'nin bütünlüğünü ve ülke menfaatlerini gözetir.
- Eşitlik ve adaletten yanadır; zulmün her türlüünü reddeder.
- Hukukun üstünlüğünü esas alır; özgürlük ve çok seslilikten yanadır.
- Demokrasiyi insanlık aleminin ortak değerlerinden biri olarak kabul eder.
- Ekonomik bağımsızlığını, toplumsal sorumluluğunu yerine getirmenin vazgeçilmez şartı olarak görür.
- Emeğe saygılıdır; çalışanları arasındaki ilişkiler karşılıklı güven ve sorumluluk esasına göre yürütülür.
- Kurumsal rekabet bilinci içinde sürekli gelişmeyi ve toplam kaliteyi hedefler; statükoculuğu reddeder.
- Yayınlarında, evrensel yayıncılık ilkelerinden yana "taraftır".
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından hazırlanan "Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi"ne bağlı kalmayı taahhüt eder.
- Bu metinde belirtilen ilke ve etik anlayışın Türkiye'de yaygınlık kazanması için çalışır (Kanal 7 Kurumsal, 2008).

3.1.4. Yayın ve Program Stratejileri

Kanal 7 Televizyonu, kuruluşunun ilk yıllarında yayın politikasında dini ve kültürel içeriklere ağırlık vermiştir. Bu dönemdeki program yapısı, genellikle dini meselelerin ele alındığı tartışma ve oturum formatlarından oluşmuştur. Dini içerikli programların yanı sıra, o güne kadar ana akım medyada yer bulmakta zorlanan ilahi tarzındaki klipler ile Anadolu’nun âşık ve ozanlık geleneğini yansıtan müzik programlarına da yayın akışında yer verilmiştir.

İlk yıllarında İslami ve kültürel hassasiyetleri yüksek bir yayın çizgisi benimseyen Kanal 7; İran ve Hint sinemasının seçkin örneklerini, Türk sinemasının toplumcu-gerçekçi yapımlarını ve 7. Sanat gibi kültür-sanat programlarını izleyiciyle buluşturmuştur. Ayrıca İslam tarihindeki önemli şahsiyetlerin hayatlarını konu edinen çizgi filmler ve kadınlara yönelik hazırlanan gündüz kuşağı programlarıyla hedef kitlesi üzerinde etkili bir yayıncılık faaliyeti yürütmüştür. Kanal yönetimi, üstlendiği misyon gereği bu dönemde yayın denetimi süreçlerini titizlikle işletmiştir. Filmlerdeki müstehcen sahneler ayıklanmış, yabancı yapımların dublajları İslami terminolojiye uygun olarak yeniden hazırlanmış ve reklam kuşaklarında muhafazakâr değerlerle çelişen içeriklere yer verilmemiştir. Haber bültenleri ise ağırlıklı olarak muhafazakâr kesimin hassasiyetlerine ve bu coğrafyada meydana gelen gelişmelere odaklanmıştır. Zaman içerisinde ekonomik zorlukların aşılması gerekçesiyle piyasa koşulları da göz önünde bulundurularak katı yayın politikaları esnetilmeye başlanmış ilerleyen dönemlerde kanalın yayın içerikleri kademeli olarak ana akım medyanın popüler içeriklerine yaklaşmıştır.

Reyting kaygılarının ön plana çıkmasıyla birlikte, sabah ve öğle kuşaklarında diğer televizyon kanallarının benzeri niteliğinde olan Nur Ertürk’le Her Sabah ve Şoray’ın Altın Günü gibi kadın odaklı eğlence programlarına geçiş yapılmıştır. Klasik Türk, İran ve Hint sinemasının yerini Yeşilçam’ın arabesk ve melodram ağırlıklı yapımları alırken; akşam kuşaklarında ise İsmail Türüt Şov, Latif Doğan

Küstüm Şov ve Mahmut Tuncer Şov gibi eğlence odaklı yapımlar yer bulmuştur. Kanal, büyük bütçeli ana akım televizyonların popüler yüzlerle ürettiği formatları, daha mütevazı bütçeler ve yerel figürlerle kendi imkânları dâhilinde yeniden üretmeye çalışmıştır. Yine Kanal, bütçesinin verdiği oranda Reyting alacak yapımlar üzerine odaklanmış, Prime Time kuşaklarında döneminde ciddi ses getiren uzun kısa televizyon filmlerine (Kalp Gözü, Dadaloğlu'nun İntikamı gibi) yer vermiştir.²

3.1.5. Haber Dili/Anlayışı

Kanal 7 televizyonunun yayıncılık faaliyetlerinde en yüksek etkinliği gösterdiği ve başarı sağladığı alanların başında haber bültenleri gelmiştir. Kuruluşunun ilk yıllarından itibaren özellikle Anadolu coğrafyasında geniş bir izleyici kitlesinin ilgisine mazhar olan kanalın haber sunumu ve habercilik yaklaşımı, ilerleyen yıllarda toplumun farklı kesimleri tarafından en çok tercih edilen ana akım mecralardan biri hâline gelmesini sağlamıştır. Türk televizyon haberciliğinde "Anchorman" olgusunun yükselişe geçtiği bir dönemde, o süreçte henüz geniş kitlelerce tanınmayan Ahmet Hakan Coşkun ile bu sürece dâhil olan kanal, kısa sürede habercilik alanında adından söz ettirmeyi başarmıştır. Aynı zamanda Kanal 7 Haber Dairesi Başkanlığı görevini de yürüten Coşkun; geliştirdiği farklı, dinamik ve nispeten tarafsız olarak nitelendirilebilecek net üslubuyla, dönemin yerleşik ana akım medya anlayışlarına güçlü bir alternatif haber politikası sunmuştur.

"Haber Saati" başlığı altında hazırlanan ana haber bülteninde; mevcut gelişmeler sansasyondan, ajitasyondan ve magazinsel unsurlardan arındırılmış, şeffaf bir yayıncılık ilkeleriyle izleyiciye aktarılmıştır. Bültenlerde haber yorumculuğuna farklı bir format kazandırılmış; stüdyoya davet edilen uzman konuklar aracılığıyla olayların

² Kanal7 ve diğer televizyonlar hakkındaki içerik analizleri kanalların yıllık yayın katalogları, TV dergileri incelenerek ve TV'lerin bizzat dönem yayınları izlenerek yapılmıştır.

derinlemesine analiz edilmesi sağlanmıştır. Özellikle siyasi nitelikli haberlerde, konunun muhatabı olan taraflar stüdyoda ağırlanarak ya da telefon bağlantılarıyla yayına dâhil edilerek, kişilerin kimliklerine bakılmaksızın tarafsız bir şekilde cevap ve düzeltme haklarını kullanmalarına olanak tanınmıştır. Bu kurumsal uygulama, kanalın habercilikte benimsediği tarafsızlık iddiasını pekiştiren stratejik bir nitelik arz etmiştir.

Kanal 7, dış haberler ekseninde özellikle Orta Doğu’daki sosyo-politik gelişmeleri yakından takip ederek, hitap ettiği muhafazakâr izleyici kitlesinin beklentilerini rasyonel düzeyde karşılamayı başarmıştır. Dış Haberler Müdürü Sefer Turan’ın yönetimindeki haber servisi, Orta Doğu bölgesinde oldukça etkin ve yaygın bir haber ağı kurmuştur. Bölgedeki gelişmeleri anlık olarak aktaran ve dönemin en önemli siyasi figürleriyle özel röportajlar gerçekleştiren bu servis, haber bültenlerinin kurumsal ağırlığını ve prestijini kayda değer oranda artırmıştır. Haber bültenlerinde elde edilen bu başarı, Kanal 7’nin genel izlenme oranlarını yükselterek en çok takip edilen televizyon kanalları arasında yer almasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra, yine haber dairesi tarafından hazırlanan, yapımcılığını ve sunuculuğunu Ahmet Hakan Coşkun’un üstlendiği "İskele Sancak" programı; ele aldığı entelektüel konular ve ulaştığı kitle bakımından kanalı, eğitim düzeyi yüksek ve nitelikli bir izleyici profili ile buluşturmuştur.

2004 yılının ağustos ayına gelindiğinde, kurumun haber dairesinde köklü bir yönetsel değişim yaşanmıştır. Kanalın en prestijli ekran yüzü ve Haber Dairesi Başkanı olan Ahmet Hakan Coşkun, yaşanan kurumsal anlaşmazlıklar neticesinde kanalla yollarını ayırmıştır. Bu ayrılık, televizyon kanalının adının bir süre daha medya gündeminde kalmasına yol açmıştır. Söz konusu ayrılığın ardından, kurumun eski prestijli haber kimliğini koruyup koruyamayacağı ve yakaladığı başarı grafiğini sürdürüp sürdüremeyeceği kamuoyunda ve medya çevrelerinde tartışma konusu olmuştur. Ancak bu polemiklere rağmen Kanal 7, yayın çizgisini bozmadan sessiz ve kararlı bir şekilde yoluna devam

etmiş; kadrosuna dâhil ettiği iki kadın spiker ile "Haber Saati" formatını sürdürmeyi başarmıştır.

Ahmet Hakan Coşkun'un istifasından sonra Haber Dairesi Başkanlığı görevine getirilen Nazmiye Yılmaz yönetiminde kanal, habercilik ilkelerini ve kurumsal çizgisini değiştirmeden yayın hayatına devam etmiştir. Bu dönemde, "merkez medya" olarak tanımlanan diğer ana akım televizyon kuruluşlarının haber bültenlerinde magazinsel içeriklerin ön plana çıkarılması, haberlerin ajite edilerek sunulması ve tarafsızlık ilkesinin açıkça ihlal edilmesi, medyadaki dezenformasyondan rahatsız olan bilinçli ve seçici izleyici kitlesinin yönelimini yeniden Kanal 7 haber bültenlerine kaydırmasına zemin hazırlamıştır.

Başarı grafiğini istikrarlı bir şekilde koruyan Kanal 7 Haber Dairesi, 2006 yılında yeni bir kurumsal hamle gerçekleştirmiştir. Kurum, uzun süredir kendi bünyesinde muhabir olarak görev yapan Erhan Çelik'i ana ekran yüzü olarak konumlandırmış ve böylece televizyon haberciliği literatürüne ikinci bir "anchorman" kazandırma girişiminde bulunmuştur. Kanal; ekran enerjisi ve düzgün diksiyonuyla dikkat çeken Erhan Çelik'in yanına, yalnızca muhafazakâr medyada değil merkez medyada da güçlü bir karşılığı olan gazeteci-yazar Fehmi Koru'yu dâhil etmiştir. "Haber Saati" bülteninde hayata geçirilen bu formülle kanal, "haberi aktarma" ile "olayları yorumlama" işlevlerini birbirinden ayırma politikasını sürdürmüştür. Bu stratejik kadro ve format yapılanması, kanalın haber bültenlerinin kurumsal güvenilirliğini pekiştirmiş ve izlenme oranlarının yükselmesini sağlamıştır (*MTM Medya Takip Merkezi TV Verileri (06 Ağustos 2007 - 12 Ağustos 2007)*, 22.082007).

Söz konusu dönemden itibaren Haber Dairesi Başkanlığı görevini yürüten Nazmiye Yılmaz, bültenleri hazırlarken reyting kaygısını öncelikli bir kriter olarak görmediklerini vurgulamaktadır. Yılmaz, elde edilen bu sürdürülebilir başarının arkasında yatan temel editoryal dinamiği ve habercilik felsefesini şu sözlerle açıklamaktadır: "Ana haber bültenleri için izlenmek oldukça önemli. Ama Kanal 7 Haber

için her şey demek değil. Kanal 7’de reytingi nasıl aldığınız önemli. Haber niteliği taşımayan bir konuyu tamamen farklı görüntülerle kurgulanmış bir haberin aldığı reyting bana ahlaki gelmiyor. Bizim için doğru haber yaparak yani, görüntüyle bilginin birbirini tamamladığı haberlerle reytingde iyi noktalarda olmak önemli. Haberin ruhunu bozmadan şekil vermeniz gerekiyor. En hassas olduğumuz nokta burası.”

Başarının bir diğer temel sütunu olarak habercilikte "ekip ruhu" olgusuna vurgu yapan Yılmaz, kurumsal aidiyet ve kolektif çalışma disiplinine dair şu değerlendirmelerde bulunmaktadır: “12 yılın sonunda şunu gönül rahatlığıyla söyleyebilirim: 'Biz iyi bir ekibiz'. Ama ekip ruhunu yakalamak kesinlikle kolay olmadı. Ekip olabilmek için her şeyden önce haber anlayışınızın örtüşmesi ve ortak bir üslup geliştirmeniz gerekiyor. Birbirinizi tamamlamanız gerekiyor. Her bir dişlinin görevini yerine getirirken aynı zamanda bir başka boşluğu doldurması gerekiyor. Bu işin teknik ve yönetsel boyutu tabii. Olayın bir de insani boyutu var. Gününüzün büyük bir bölümü işte geçtiği, hatta diğer bölümüne de sarktığı için sadece teknik anlamda değil, insan olarak da anlaşmanız gerekiyor. Biz zoru başardık. Hem iyi anlaşılan hem de ortak üslup ve anlayışı yakalayan bir ekip olduk.”

Yayıcılık felsefesi açısından temel amaçlarının izleyiciye yalnızca yalın ve manipülasyondan uzak haber ulaştırmak olduğunu belirten Yılmaz, bu ilkelerden taviz vermeyeceklerini ve yeni yayın döneminde de aynı editoryal çizgiyi sürdüreceklerini ifade etmiştir. Haber sunumunda sade, anlaşılır ve halkın genelinin kavrayabileceği bir dil kullanmaya devam edeceklerinin altını çizmiş, "haber" ile "yorum" işlevlerini birbirinden ayıran kurumsal formülü koruyacaklarını, ek olarak yeni dönemde derinlemesine analiz sunan "özel dosya haberciliğine" daha fazla ağırlık vereceklerini ancak haber aktarımındaki yapısal ilkelerin değişmeyeceğini belirtmiştir. Kurumun hedef kitle projeksiyonuna ve izleyici profiline dair bilgiler de veren

Yılmaz; Kanal 7 izleyicisinin doğrudan ve nitelikli "haber alıcı" bir kitle olduğunu savunmuştur. Haber merkezinin yegâne misyonunun, Türkiye ve dünyada yaşanan güncel gelişmeleri nesnel bir biçimde ekrana taşımak olduğunu vurgulamış, izleyici kitlesini "sağ" veya "sol" gibi ideolojik kamplaşmalar üzerinden tanımlamadıklarını ifade etmiştir. Yılmaz, haber dairesinin sergilediği tarafsızlık ve olaylara yaklaşımındaki nesnel tutum sayesinde toplumun her farklı sosyo-politik görüşünden ve kesiminden heterojen bir izleyici kitlesine ulaşmayı başardığını iddia etmiştir (*MTM Medya Takip Merkezi TV Verileri (06 Ağustos 2007 - 12 Ağustos 2007)*, 22.082007; *Gündem*, 2007).

Tüm bu kurumsal ilke ve tarafsızlık iddialarının yanı sıra, Kanal 7 haber merkezinin siyasi içerikli yayınlarında – çok belirgin olmamakla birlikte– mevcut siyasi iktidar yanlısı bir yayın çizgisi benimsediği de görülmüştür. Bültenlerde siyasi iktidara yönelik yapısal ve derinlemesine eleştirilere pek yer verilmemiş; aksine, muhalif veya alternatif medya çevrelerinde dile getirilen eleştiri ve iddiaların iktidar perspektifinden "iç yüzünü aydınlatmayı" ya da argümanları esnetmeyi amaçlayan bir içerik stratejisinin izlendiği görülmüştür. Nitekim bu yayın politikası nedeniyle kanal, medya ekosisteminde zaman zaman "iktidarın yayın organı" olmakla suçlanan ciddi eleştirilere de maruz kalmıştır. Ancak bu kurumsal konumlandırmaya ve eleştirilere rağmen, haber programlarının yüksek izlenme oranlarına ulaştığı somut bir gerçektir. Bu durumun temel makro-politik nedenlerinden biri; dönemin iktidar partisi olan AK Parti'nin ülke genelinde en yüksek oy oranına sahip siyasi aktör konumunu sürdürmüş olmasıdır. Sosyolojik ve izleyici davranışları açısından değerlendirildiğinde; AK Parti seçmen kitlesinin, Kanal 7'yi kendi değer dünyalarıyla özdeşleşen kurumsal bir mecra olarak algıladığı ve medya tüketim tercihlerini bu aidiyet ilişkisi üzerinden şekillendirdiği söylenebilir. Siyasi kimlik ile medya tercihi arasındaki bu paralellik, kanalın yüksek reyting performansının sürdürülebilirliğine doğrudan zemin hazırlamıştır.

3.1.6. Reklâm Stratejileri – Ekonomik Yapılanması

Kanal 7, kurumsal kuruluş sürecinde de belirtildiği üzere, dinî referansları ve İslami ilkeleri merkezine alan bir yayın politikasıyla yayın hayatına başlamıştır. Kurumsal yapısının arkasında yalnızca homojen bir toplumsal tabanın değil, aynı zamanda bu kitleyi organize eden ve programlarında İslami normları referans gösteren siyasi bir partinin bulunması, televizyonun tüm faaliyet alanlarında sıkı bir editoryal denetimi zorunlu kılmıştır. Bu gerekçeyle, kanalın kuruluşunun ilk yıllarındaki reklam stratejisi; mevcut piyasa koşullarına uyum sağlamaktan ziyade, reklam verenlerin seçiciliğini ve yerleşik reklam anlayışlarını dönüştürmek üzerine kurgulanmıştır.

Ana akım medyada muhafazakâr yayıncılık yapan kuruluşların karşılaştığı en büyük yapısal sorun, büyük oranda bu finansman ve reklam stratejilerinden kaynaklanmaktaydı. Televizyon yayıncılığının yüksek sermaye gerektiren kârsız bir ticari faaliyet olması, işletme maliyetlerinin yüksekliği ve bilinen en temel gelir kaynağının reklam endüstrisi olması karşısında; muhafazakâr kanalların ideolojik referansları nedeniyle pek çok ticari reklama ekranlarında yer verememesi, aşılması güç bir finansal paradoksu beraberinde getirmiştir.

Kanal 7, yayın hayatının ilk yıllarında reklam gelirleri bağlamında oldukça ciddi finansal krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Bu durumun arkasında iki temel makro neden bulunmaktadır: Birincisi, kurumsal misyon ve hedef kitle beklentileriyle çelişme endişesiyle her türlü reklam içeriğinin yayınlanamaması; ikincisi ise izlenme oranlarının henüz düşük olması ve kanalın siyasi bir partinin yayın organı olarak algılanması sebebiyle reklam veren büyük sermaye grupları tarafından tercih edilmemesiydi. Kapitalist ekonomik sistemin ana aktörleri olan yüksek sermayeli şirketler ve holdingler, tüketici kitlesine ulaşmak amacıyla reklam endüstrisinin yerleşik kurallarını uygulamaktaydı. Dönemin genel reklam anlayışında tüketici üzerindeki etkiyi ve satışları artırmanın en yaygın yolu, görsellerde cinsellik

unsurunu ön plana çıkarmaktı. Bu strateji, herhangi bir ürün kategorisiyle de sınırlı tutulmamaktaydı; örneğin bir çocuk bezi reklamında bebeklerin podyumda sergilenmesi ya da sıradan bir gıda maddesi reklamında lezzet algısının cinsel çağrışımlarla aktarılması bu durumun tipik örneklerini oluşturmaktaydı. Reklam sektöründe bu seküler ve pragmatik anlayış hâkimken, İslami ahlak yapısının bu tür imaj ve içerikleri meşru görmemesi, taraflar arasında uzlaşamaz bir doktrinsel sorunun doğmasına yol açmıştı. Bu nedenle muhafazakâr televizyon kanalları, piyasada üretilen reklamların önemli bir kısmını geri çevirmek zorunda kalmıştır. Böyle bir editoryal lükse sahip olunabilmesi için kanalın dışarıdan bir sermaye grubu veya vakıf tarafından sürekli finanse edilmesi gerekmektedir ki bu da sürdürülebilirliği oldukça güç bir bütçe anlamına gelmekteydi. Neticede, her televizyon kanalı gibi Kanal 7 de bu ekonomik gerçeklikle yüzleşmek ve reklam stratejilerini yeniden yapılandırmak zorunda kalmıştır. Bu revizyon süreci ise kurumsal hedeflerden ve başlangıçtaki yayın misyonundan kademeli tavizlerin verilmesi sürecini başlatmıştır.

Kanal 7, piyasanın bu sert ekonomik gerçeğiyle kuruluşundan kısa bir süre sonra yüzleşmiştir. İlk yıllarda, kurumsal misyonu korumak ve temsil ettiği muhafazakâr kitlenin tepkisini çekmemek adına katı bir reddediş politikası izlenmiştir. Bu doğrultuda; faiz kurumları oldukları gerekçesiyle banka reklamları, kozmetik ürünleri ve içinde örtülü veya açık müstehcen mesaj barındıran her türlü ticari içerik reddedilmiştir. Kanalın, piyasadaki reklam anlayışını dönüştürmeye yönelik alternatif stratejileri de organik bağ hissettiği siyasi partinin varlığı ve toplumsal imajı nedeniyle sekteye uğramıştır. Reklam veren firmalar, muhafazakâr tüketici kitlesini kazanmak isteseler dahi, kanala özel reklam üretme girişimlerinin kendilerini belirli bir siyasi partiyle ilişkilendireceği endişesini taşımış ve bu yaklaşıma mesafeli durmuşlardır.

Kurumsal giderlerin karşılanması için hayati önem taşıyan ticari reklam gelirlerinden mahrum kalan televizyon yönetimi, bütçe açığını kapatabilmek adına hitap ettiği izleyici kitlesinden sık sık doğrudan maddi yardım ve bağış talebinde bulunmaya başlamıştır. Ancak bu kitlesel destek taleplerinin süreklilik arz etmesi ve toplanan meblağların devasa televizyon bütçesini karşılamada yetersiz kalması, kanalın kuruluşunda rol oynayan kurucu aktörlerin ve sermayedarların tek tek yönetimden çekilmelerine yol açmıştır.

İşte bu kırılma noktasında Kanal 7, reklam stratejilerini ve izleyici kitlesinin kurum üzerindeki ideolojik baskısını yeniden analiz etmeye başlayacaktır. Türkiye’de yaşanan makro-politik gelişmelere paralel olarak kanalda yavaş yavaş liberalleşme eğilimleri baş göstermiş, dirsek temasında bulunulan siyasi partiden kurumsal olarak uzaklaşmış ve AK Parti’nin iktidara gelmesinin hemen ardından tüm kurumsal yayın stratejisi liberal yayıncılık ilkelerine göre yeniden şekillendirilmiştir. Gerek kanalın yayın felsefesinde yaşanan bu pragmatik paradigma değişimi gerekse AK Parti iktidarıyla birlikte muhafazakâr sermayenin ve medyanın meşruiyet kazanması, ana akım reklam veren firmaların kanala olan ilgisini ve teveccühünü artırmıştır. Bu yeni dönemle birlikte mali sıkıntılarını aşmayı başaran Kanal 7, elde ettiği ticari kârlar sayesinde ekranını içerik yönünden zenginleştirmiş, yüksek bütçeli yapımlara imza atmış ve ana akım medyadaki genel reyting yarışına doğrudan dâhil olabilmıştır (Sönmez, 2006).

3.1.7. Seyirci Kitlesi ve İzlenirlik Oranı

Kanal 7, dönemi itibarıyla izleyici kitlesinin demografik ve sosyo-kültürel özelliklerini bilimsel olarak tanımlayacak kurumsal bir saha araştırması yaptırmamış olsa da izleyici profilinin ağırlıklı olarak Anadolu’da ve taşrada yaşayan vatandaşlardan oluştuğu kurumsal bir netlikle kabul görmekteydi. Bu durumun temel nedeni; kanalın ana akım medya diline entegre ettiği ılımlı İslami kimliği ve bu kimlikle uyumlu program politikalarıydı. Nitekim dönemin en çok

izlenen ve yüksek reyting alan yapımlarına bakıldığında; "Şoray Uzun Yolda", "Şebnem Kısaparmak ile Paylaştıkça", "Kalp Gözü" ve "Kezban Yenge" gibi doğrudan Anadolu insanının kültürel kodlarını, yaşam pratiklerini ve değer dünyasını yansıtan içerikler öne çıkmaktaydı.

Söz konusu yapımların içerik analizine bakıldığında şu tematik yönelimler dikkat çekmektedir:

- **Şoray Uzun Yolda:** Anadolu coğrafyasını kapsayan kültür turlarıyla yerel gelenek ve görenekleri mizahi ve samimi bir dille ekrana taşımaktaydı.
- **Şebnem Kısaparmak ile Paylaştıkça:** Toplumsal hassasiyeti yüksek olan askerlik, mahkûmiyet ve gurbetçilik gibi temaları işleyerek geniş kitlelerle duygusal bir bağ kurmaktaydı.
- **Kalp Gözü:** Senaryoları ve verdiği didaktik mesajlarla doğrudan Anadolu insanının manevi dünyasını, dinî ve ahlaki değerlerini konu edinmekteydi.
- **Kezban Yenge:** Taşra hayatının gündelik ilişkilerini ve yerel kültürün karakteristik özelliklerini kurmaca bir anlatıyla izleyiciye sunmaktaydı.

Bu içerik stratejisinin bir sonucu olarak Kanal 7, bahsi geçen dönemlerde genel reyting ortalamalarında Türkiye'nin en çok izlenen ilk 5 televizyon kanalı arasında yer almayı başarmıştı. Aynı zamanda, televizyon pazarında en çok takip edilen ilk 100 program listesinde kanalın ortalama 10'a yakın yapımı düzenli olarak kendine yer bulmaktaydı. Kurumun ulaştığı bu kitlesel başarının somut bir göstergesi olarak 17 Aralık 2006 tarihli reyting sıralaması incelendiğinde; "Hafta Sonu Haberleri", "Kalp Gözü", "Şoray Uzun Yolda", "Fıkralarla Türkiye", "Uçan Kaz", "Dadaloğlu'nun İntikamı" ve "Kanal 7 Spor" gibi oldukça farklı kategorilerdeki yapımların ilk yüzde önemli başarılar elde ettiği ve kanalın ana akım medyadaki rekabet gücünü tescillediği görülmekteydi.

3.2. TV5 Televizyonu

3.2.1. Kuruluşu

Kanal 7 televizyonunun kuruluş aşamasında, finansman ve organizasyonel süreçlerin tamamını üstlenerek öncü bir rol oynayan Millî Görüş hareketi, Refah ve Fazilet partilerinin devamı niteliğindeki SP dönemiyle birlikte önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Parti içinde meydana gelen bölünme neticesinde SP, kuruluşuna önyak olduğu ve desteklediği bu yayın organı üzerindeki kontrolünü kaybetmiştir. Söz konusu ayrışmanın ardından Kanal 7, yeni kurulan Adalet ve Kalkınma Partisi’ni (AK Parti) destekleme kararı almıştır.

Bu siyasi gelişmelerin akabinde SP, Necmettin Erbakan liderliğinde Millî Görüş çizgisi doğrultusunda yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Televizyon yayıncılığının ve medyanın siyasi alandaki etki gücünün hızla artması üzerine, Erbakan’ın talimatıyla parti yönetimi yeni bir televizyon kanalı kurmak amacıyla çalışmalara başlamıştır. Bu projenin yürütülmesi için parti teşkilatından eski Devlet Bakanı Teoman Rıza Güneri ile eski milletvekili Hüsametdin Korkutata görevlendirilmiştir. Kanalin idari ve teknik altyapısını oluşturmak amacıyla, Refah-Yol Hükûmeti dönemi bakanlarından gazeteci Gürcan Dağdaş ve eski İstanbul Milletvekili Metin Işık ile temasa geçilmiştir. Planlamalar doğrultusunda Gürcan Dağdaş’ın genel müdürlük, Metin Işık’ın ise genel yayın yönetmenliği görevini üstlenmesi kararlaştırılmıştır. Bu doğrultuda Metin Işık, bir yandan farklı televizyon kanallarıyla görüşerek personel istihdamı sağlamaya çalışmış, diğer yandan da satın alınması planlanan yayın kuruluşlarının sahipleriyle diplomatik temaslar yürütmüştür. Bu bağlamda, ilk olarak Adana’da faaliyet gösteren yerel bir televizyon kanalıyla görüşülmüş; ardından kablolu yayın lisansı bulunan Tatlıses TV’nin devralınması amacıyla İbrahim Tatlıses ile irtibata geçilmiştir (Erbakan, Şimdi de İbrahim Tatlıses’in Televizyonunun Peşinde..., 2003).

Söz konusu arayışlar neticesinde, kurulması planlanan ulusal kanal için uygun nitelikteki yayın kuruluşu Yozgat'ta bulunmuştur. Refah-Yol Hükûmeti döneminde Yozgat Milletvekili olarak görev yapan Kazım Arslan'ın öncülüğündeki kuruluş ekibi, kentte yerel düzeyde yayıncılık faaliyetlerini sürdüren Bayrak TV'yi satın almak üzere girişimlerde bulunmuştur. Yürütülen müzakereler sonucunda, 18 Ağustos 2003 tarihinde, 150 milyar Türk lirası sermayeli Anadolu İletişim A.Ş. adına Bayrak TV'nin tüm hisseleri devralınmıştır. Bu iktisap işlemi; Kazım Arslan ile birlikte 21. Dönem milletvekillerinden Suat Pamukçu, Şeref Malkoç, Cafer Güneş, İsmail Aydoğdu ve Ahmet Özçelik adına, 200 bin Amerikan doları bedel karşılığında resmîleştirilmiştir. Hisse devrinin tamamlanmasının akabinde bir açıklama yapan Kazım Arslan, 200 bin dolara mal ettikleri bu televizyon kanalının sermayesini kısa süre içinde 7,2 trilyon Türk lirasına çıkaracaklarını ifade etmiştir. Ayrıca kanalın genel merkezinin en kısa sürede İstanbul'a taşınacağını belirten Arslan; öncelikli hedeflerinin yayın ilkeleri, isim, logo, fiziki mekân ve idari yapılanma gibi kurumsal kimlik unsurlarının yeniden yapılandırılması olduğunu beyan etmiştir (SP'nin de bir televizyonu oldu..., 2003).

Yayın kuruluşunun satın alınmasının ardından, yerel ölçekten ulusal yayıncılık düzeyine geçişi sağlayacak teknik ve idari çalışmalara hız verilmiştir. Bu doğrultuda, kanalın faaliyetlerini yürüteceği ana hizmet binası olarak İstanbul Ayazğa'da bulunan ANS stüdyoları kiralanmıştır. Yeniden yapılanma süreci kapsamında kanalın yeni ismi "TV5" olarak belirlenmiş ve kurumsal kimlik çalışmalarının ardından yönetim kadrosu kamuoyuna duyurulmuştur. Kanalın idari ve editoryal yapısında dikkat çeken görevlendirmelere gidilmiştir. TV5'in Yönetim Kurulu Başkanlığına Teoman Rıza Güneri getirilirken; Genel Yayın Yönetmenliği görevine, uzun yıllar Londra'da sinema ve televizyon alanında akademik ve pratik çalışmalar yürüten, aynı zamanda Yeni Şafak gazetesindeki köşe yazılarıyla tanınan Yusuf Kaplan atanmıştır. Kanalın Program Müdürlüğü görevini

muhafazakâr sinema ve televizyon yayıncılığının önde gelen yönetmenlerinden Hüseyin Aydemir üstlenirken, Haber Müdürlüğü pozisyonuna ise yine Yeni Şafak gazetesinde haber editörlüğü tecrübesi bulunan gazeteci Metin Mutanoğlu getirilmiştir. Gerekli teknik altyapı, donanım ve insan kaynağının tamamlanmasının ardından kanal; TV5 adı ve kurumsal logosuyla 11 Şubat 2004 tarihinde resmî olarak ulusal yayın hayatına başlamıştır.

3.2.2. Misyonu

TV5, dönemin diğer muhafazakâr yayın kuruluşlarına benzer şekilde, mevcut ana akım medya yapılanmasından ve onun sosyo-kültürel çıktılarından rahatsızlık duyan bir çevre tarafından organize edilmiştir. Necmettin Erbakan’ın öncülük ettiği siyasi çizgi; kültürel ve medeniyet değerlerinin merkez medya tarafından yeterince temsil edilmediğini, siyasal alanda kendilerine yönelik yapıcı bir desteğin sağlanmadığını savunmuştur. Dahası, daha önce İslami hassasiyetlerle kurulan bazı televizyon kanallarının ana akım medyanın kötü birer kopyası haline geldiği, hatta bir kısmının ideolojik kökenlerine ve toplumsal tabanına "iharet ettiği" yönündeki eleştiriler, özgün bir yayın organının kurulmasında temel motivasyon kaynağı olmuştur. Bu doğrultuda TV5, İslami ilkeleri referans alan ve aynı zamanda Millî Görüş hareketinin siyasi arenadaki sesi olabilecek bir kitle iletişim aracı olarak tasarlanmıştır.

Kanalın kurumsal misyonu ve yayın felsefesi, dönemin Genel Yayın Yönetmeni Yusuf Kaplan tarafından kaleme alınan manifestoda şu ifadelerle aktarılmaktadır:

"TV5, televizyon yayıncılığına yeni bir ses, yeni bir soluk ve esaslı bir ruh getirmek amacıyla kuruldu. Türkiye’deki yayıncılık anlayışlarının kültürel değerlerimizi, toplumsal dinamiklerimizi ve aile yapımızı çözücü, tahrip edici boyutlar kazanması, geleceğimiz olan genç kuşakları tehdit etmektedir. Geleceğe emin adımlarla yürüyebilmemiz için bu dinamiklerin korunması ve pekiştirilmesi zorunludur. İşte TV5, orta vadede mevcut televizyonculuk dilini ve tarzını dönüştürmeyi; uzun vadede ise temel dayanaklarını kendi kültür ve medeniyet birikimimizden alan yeni bir televizyon dili geliştirmeyi

hedeflemektedir. Bu doğrultuda hem habercilikte hem de programcılıkta öncü ve örnek alınabilecek formatlar geliştirmektedir. Ayrıca, medeniyet değerlerimizi özümsemiş, dünyaya kompleksiz bakan, entelektüel ufku gelişmiş yeni bir televizyoncular kuşağı yetiştirerek TV5'i bir 'ekol' haline getirmeyi amaçlıyoruz. Bütün bunları gerçekleştiribilmenin yolu üç temel sermayeyi aynı anda harekete geçirmekten geçmektedir: Ekonomik sermaye, entelektüel sermaye ve toplumsal-kültürel sermaye. TV5, toplumumuzu yöneten ve yönetmeye aday kuşakların; bölgesel ve küresel sorunlar konusunda güvenilir bilgilere, analizlere birinci elden ulaşmasını sağlayacak düzeyli, aydınlatıcı ve vazgeçilmez bir başvuru kaynağı olacaktır. Artık ailece seyredilebilecek, evinizde ve işyerinizde huzur ile kardeşlik iklimini hâkim kılacak bir televizyonunuz var" (Kaplan, 2004).

Yusuf Kaplan'ın bu değerlendirmelerinden de anlaşılacağı üzere, TV5'e sadece alternatif bir yayın kuruluşu olma misyonu yüklenmemiş; mevcut medya düzeninin dilini ve işleyişini yapısal olarak dönüştürme hedefi verilmiştir. Sonuç olarak kanal, Milli Görüş'ün hedeflediği yeni bir "medeniyet hamlesinin" kitle iletişimsel ve ideolojik motor gücü olarak konumlandırılmıştır.

3.2.3. Yayın ve Program Stratejileri

TV5, yayın stratejisini ticari reyting kaygılarından ve dönemin popüler "Televole" kültüründen uzak, pedagojik ve kültürel değeri yüksek bir çizgi üzerine inşa etmeye çalışmıştır. Kanalin yayın politikası; haber, kültür-sanat, din, ekonomi ve spor programlarının ağırlıkta olduğu tematik bir çerçeveye dayanmaktadır. Program formatları incelendiğinde, izleyici kitlesine hitap eden oldukça heterojen bir içerik yelpazesi göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda; Haber, Spor, Hayat-Aktüel, Kültür-Eğitim, Tartışma, Müzik, Sağlık, Belgesel, Sinema ve Dizi gibi çok sayıda başlık altında özgün yapımlar üretilmiştir.

Kanalin kuruluş yıllarında, yayın akışları ve üretilen içerikler Genel Yayın Yönetmeni Yusuf Kaplan tarafından titiz bir editoryal denetimden geçirilmiştir. Çoğu zaman hazırlık aşamasında yapılan stratejik müdahalelerle

şekillenen bu yayıncılık anlayışında; dekor tasarımlarından metin yazımına, jenerik ve fragman estetiğinden sunucuların giyim kuşamına ve konuk seçimine kadar her alanda Kaplan’ın belirleyici kurumsal vizyonu etkili olmuştur.

TV5, muhafazakâr medyadaki varlığını pekiştirmek adına ilk olarak kurumsal misyonu ile uyumlu iç yapım belgesellere yönelmiştir. Cumhuriyet’in ilk yıllarından itibaren tartışılan Türkçe ezan uygulamasının tarihsel arka planını inceleyen “Garp İzi”, Türk-İslam medeniyetinin sembol isimlerini ve eserlerini konu edinen “Saklı Zaman” ve Türk edebiyatının düşünsel köşe taşlarından Kemal Tahir’in yaşamı ile eserlerini ele alan “Bir Yol Ayrımı” bu dönemin ilk önemli projeleridir. Bu yapımlardan Bir Yol Ayrımı, 2005 yılında Türkiye Yazarlar Birliği (TYB) tarafından "En İyi Belgesel Ödülü"ne layık görülmüştür. Sinema konusunda da hassas davranan kanal, sinema kuşağında popüler kültür ürünleri yerine dünya sinemasının estetik ve sanatsal değeri yüksek klasik örneklerine yer vermiştir. Nitelikli sinema izleyicisini hedefleyen kanal; İtalyan, Meksika, İran, İngiliz, Amerikan ve Rus sinemasının seçkin yapımlarını ekrana taşımıştır. Bu kapsamda “Bisiklet Hırsızları”, “Vadim O Kadar Yeşildi ki”, “Altına Hücum”, “Alexander Nevsky”, “Viva Zapata!” ve “Taş Arslan” gibi sinema tarihinde iz bırakmış kültürel filmler gösterilmiştir. Müzik ve eğlence programlarında farklı bir yaklaşım benimsenmiştir. Müzik yayınlarında kanalın benimsediği doktrinel ilkeler doğrultusunda belirli kısıtlamalara gidilmiştir. Bu bağlamda, kadın ses sanatçılarının kliplerine veya performanslarına yayınlarda yer verilmemesi kesin bir yayın kuralı olarak uygulanmıştır. Müzik kuşağı genel olarak ilahi ve ezgi tarzındaki kliplerle sınırlandırılmış; bunun yanı sıra âşıklık geleneğini yaşatmayı amaçlayan “Aşıklar Meydanı” ve klasik müzik örneklerinin sunulduğu “Bir Tatlı Huzur” gibi niş programlar üretilmiştir.

Haber ve Tartışma programları ise kanalın üzerinde durduğu önemli bir konu olmuştur. Haber yayıncılığına stratejik bir ağırlık veren kanal; “Sabah Gündemi”, gün içine

yayılan 1-3-5 Ara Haber Bültenleri, 19 Ana Haber ve Gündönümü Haberleri ile güncel gelişmeleri izleyiciye aktarmıştır. Siyasi ve toplumsal gelişmelerin arka planını analiz etmek amacıyla da “Açılım”, “Perspektif”, “Pazar Gündemi” ve “Kulis Ankara” gibi açık oturum ve tartışma programlarına geniş yayın aralıkları tanınmıştır. Diğer taraftan toplumu bilgilendirme misyonunun bir parçası olarak dini ve entelektüel içerikli programlara alan açılmıştır. Bu çerçevede “Gönül Sohbetleri”, “Tefsir Günlüğü”, “Süleymaniye Dersleri”, “Kitabiyat” ve çocuklara yönelik “Çocuk Kulübü” gibi tematik yapımlar gerçekleştirilmiştir.

Kuruluş dönemindeki bu hızlı, sistemli ve iddialı yayın atacağına rağmen, TV5 ilerleyen süreçte ciddi yapısal ve ekonomik sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Yaşanan finansal kriz, tasarlanan büyük ölçekli projelerin sekteye uğramasına neden olmuştur. Ekonomik darboğazın derinleşmesi, program maliyetlerinin karşılanamaması ve personel maaşlarının ödenmesinde yaşanan aksamalar; Genel Yayın Yönetmeni Yusuf Kaplan ile Yönetim Kurulu arasında yönetsel bir krize yol açmıştır. Bu krizin aşılabilmesi neticesinde Yusuf Kaplan ile yollar ayrılmış; bu ayrılığın ardından TV5, içerik kalitesi, izlenirlik oranı ve kurumsal prestij açısından gerileme dönemine girmiştir.

3.2.4. Haber Dili/Anlayışı

TV5 haber bültenleri, dönemi itibariyle Türkiye’deki televizyon haberciliği örnekleri arasında belirgin bir muhalif duruş sergilemesiyle dikkat çekmiştir. Kanal, haber üretim süreçlerinde hem küresel ölçekteki egemen güçleri hem de dönemin iktidar partisini eleştirel bir süzgeçten geçirmektedir. Bültenlerin içerik analizi yapıldığında, sunulan haberlerin ezici bir çoğunluğunun siyasi içerikli olduğu ve yargılayıcı bir dilin benimsendiği görülmektedir. Siyasi bir duruş olarak Avrupa Birliği (AB) ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) merkezli jeopolitik girişimlere mesafeli yaklaşan TV5, editoryal gündemini büyük oranda bu anti-empyrialist ve eleştirel aks üzerine inşa etmektedir. Dönemin TV5 Haber Müdürü Abdullah Özkan, bültenlerde

benimsenen bu ilkesel ve alternatif haber dilini şu sözlerle ifade etmektedir:

"TV5 Haber, genç bir kadroyla yeni bir 'haber dili' oluşturma gayreti içerisinde. Bu haber dili, mevcut kabul edilmiş yaklaşımları reddeder, saplantılı olmamayı, haberin arka planına bakabilmeyi, 'aslında ne oluyor?' sorusunu sorabilmeyi gerektirir. TV5 Haber’de ahlaki değerleri, toplumun inancını, kültürünü, geleneklerini çok önemsiyoruz; bu değerlere zarar verebilecek yayıncılık anlayışından kaçınıyoruz. Kişilik haklarının kutsal olduğunu savunuyoruz, kendimizi adalet yerine koymamamız gerektiğini biliyoruz; yargılama değil ama kamu adına sorgulama hakkımızın olduğunu farkındayız. Sorgularken bile, kılı kırk yarıyoruz, kimseye haksızlık etmemeye, gerçek dışı bir bilgiyi kamuoyuna duyurmamaya özen gösteriyoruz. Tüm bu özene rağmen hata yaptığımızı fark ettiğimizde, hiçbir şekilde gocunmadan mutlaka düzeltiyoruz, bir daha aynı hatayı yapmamak için de gerekli önlemleri alıyoruz.

TV5 haber muhalif bir yayın politikası izlemekte; doğrusu medyanın asıl görevinin de iktidara yakın durmaya çalışmak değil, millet adına iktidarın yapıp ettiklerini sorgulamak, deyin yerindeyse denetlemek olduğuna inanmaktadır. Ama bunu yaparken asla tahrip edici bir yayın politikası değil, yol gösteren, eksikliklere vurgu yapan, iş birliğine açık, öneri getiren bir yayın politikası takip etmektedir. TV5 Haber’in ekranı, söyleyecek sözü olan, Türkiye’nin sorunlarına kafa yoran, yorum ve analizleriyle kamuoyunu aydınlatacak tüm siyasi düşüncedeki kişilere açıktır. Şimdiye kadar da zaten toplumun tüm renklerine ve düşüncelerine ekranını açmış, kamuoyunun değişik bilgi kaynaklarından beslenmesine önayak olmuştur. Küreselleşme çağında toplum, kitle iletişim araçlarıyla müthiş bir enformasyon bombardımanına tabii tutulmaktadır. Böylesine bir kaos ortamında gerçek ile doğru, güzel ile çirkin birbirine karışmakta, izleyiciler medya aracılığıyla aldıkları enformasyonu analiz etme, yorumlama imkânı bulamamaktadır. İşte TV5 haber, biraz da küresel çağın getirdiği bu olumsuzluk ile baş etmeyi kendisine görev bilmekte, izleyicisine sunduğu haberleri süzgeçten geçirirken kamuoyuna sağlayacağı faydayı da göz önüne alarak, her gün akan yığınla haber arasından izleyicileri tatmin edecek bir bülten hazırlamak için çaba harcamaktadır” (A. Özkan, kişisel iletişim, 02 2007)

TV5'in haber bültenlerinde mevcut iktidara yönelik sert eleştiriler yöneltirken, diğer taraftan organik bir bağa sahip olduğu SP'nin siyasi propaganda ve reklam faaliyetlerine geniş yer verilmesi, genel habercilik ilkeleri bağlamında bir çelişki olarak tartışılmaktadır. Haber Müdürü Abdullah Özkan, ana akım medyadaki sahiplik yapısı ile TV5'in finansal-ideolojik arkasını kıyaslayarak tarafsızlık kavramına yönelik eleştirilerini ve bu duruma ilişkin kurumsal savunmayı şu şekilde dile getirmektedir:

"Tarafsızlık sözünün, medya için gerçekçi olmadığını düşünüyorum. 'Ben tarafsız yayın yapıyorum' diyenlerin de gerçeği söylemediğini biliyorum. Burada önemli olan 'kimden ve neden yana taraf olduğunuz'dur. Bugün merkez medyanın çoğu, patronlarının kişisel çıkarlarından yana taraftır. Patronun petrol şirketinin çıkarları, bankasının çıkarları ya da holdinginin çıkarları, yayın politikasını şekillendirir. Teşvik alamayan medya grubunun bir anda iktidar aleyhine yayın yapmaya başlamasını acaba nasıl izah etmek gerekir? TV5 Televizyonunun arkasında şükür ki, bankası, holdingi olan bir patron yok. Patronun borsadaki hisselerini takip etmek, aleyhine yayın yapan varsa cevap yetiştirmeye çalışmak zorunda değiliz. TV5'in arkasında bir siyasal düşünceye gönül vermiş ve tüm insanlığın saadetini hedeflediğine inandıkları bu düşüncenin yaygınlaşması için çalışan çok geniş bir halk kitlesi var. Onun için TV5'in siyasal iktidarla göbek bağı yok; kredi, teşvik ilişkisi yok, yayın organını tetikçi gibi kullanan çağ dışı bir zihniyet yok! Durum böyle olunca, haber yaparken daha özgür oluyorsunuz, kamu denetçiliği görevinizi kişisel çıkarların sert duvarlarına çarpmadan yapabilmenin keyfini sürüyorsunuz. TV5 haber, güçlüden değil haklıdan yana taraftır; insan hakları, hukuk devleti, demokratikleşme, özgürlükler ve ülkemizin kalkınmasından yana taraftır. Mazlumdan yana taraftır, ezilenin yanındadır, zalimlere karşı çıkmayı görev bilmektedir" (A. Özkan, kişisel iletişim, 02 2007)

TV5, haber bültenlerinin akış sıralamasında ve gündem maddelerinin hiyerarşisinde ana akım televizyon kanallarından farklılaşarak evrensel ve mazlum odaklı (örneğin Filistin'deki hak ihlalleri gibi) bir uluslararası vizyon benimsemektedir. İktidar kanadından gelebilecek siyasi baskılara veya tepkilere karşı refleks geliştirmeyi habercilik

etiğine aykırı bulan kanal yönetimi, "sert muhalefet" yaklaşımlarını kamusal sorumluluk bilinciyle temellendirmektedir. Özkan, iktidar ilişkileri ve sert muhalefet eleştirilerine yönelik son olarak şu değerlendirmede bulunmaktadır:

"Bir habercinin görevini yaparken 'acaba iktidar ne der, ya da falan yetkiliden nasıl tepki alırız' diye düşünmesini abes bulurum. Biz görevimizi yaparız; iktidarın uygulamalarını kamuoyu adına izleriz, yanlış bulduğumuz noktalarda uyarı görevimizi yaparız. Ne iktidara deyim yerindeyse 'yaranmak' gibi bir çabanın içindeyiz, ne de iktidar gücünden korkup ürkekerek görevimizi ihmal ederiz. Medya, özü itibarıyla zaten muhalif bir kimliği temsil eder. 'Sert muhalefet' sözü ise oldukça öznel; hangi muhalefet türüne sert, hangisine yumuşak denebileceği kişiye göre değişir. Ama TV5 Haber'in ölçüsü; hakkaniyettir, adalettir, gerçeklerden ve doğrulardan ayrılmamaktır. Bu ölçüler içerisinde söylediğimiz her söz, yaptığımız her haber, sert muhalefet şeklinde değerlendirilse bile, bizi görevimizi yapmaktan alıkoyamaz. Çünkü yanlışla 'yanlış' demekten çekinirsek, halkın çıkarlarını değil kendi çıkarlarımızı korumaya başlarız. Bu da iktidara göbeğinden bağımlı güdümlü medyaya yeni bir üye daha kazandırmaktan başka bir işe yaramaz" (A. Özkan, kişisel iletişim, 02 2007).

3.2.5. Reklâm Stratejileri – Ekonomik Yapılanması

Muhafazakâr yayıncılığın karşı karşıya olduğu en temel yapısal sorun, ekonomik bağımsızlığın ve finansal sürdürülebilirliğin sağlanamamasıdır. Kurumsal ya da holding düzeyinde bir fon desteğinin bulunmadığı senaryolarda, televizyon işletmelerinin birincil gelir kalemini reklam sektörü oluşturmaktadır. Ancak mevcut reklam endüstrisinin muhafazakâr kanalların yayın ilkelerine uygun içerik üretmekteki yetersizliği ve İslami ilkeleri benimseyen yayıncıların bu içerikleri editoryal filtrelerle tabi tutması, reklamı efektif bir finansman kaynağı olmaktan çıkarmaktadır. Ayrıca, bu tür yayın kuruluşlarının arkasında büyük ölçekli ticari holdinglerin bulunmaması, destek aldıkları siyasal çevrelerin ise genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerden (KOBİ) oluşması, ekonomik darboğazın kronikleşmesine yol açmaktadır. Zamanla büyüyen bu

finansal kriz, kanalların başlangıçta ortaya koydukları ideolojik iddiaları ve misyon bilincini törpülemekte, onları yayın politikalarında taviz vermeye zorlamaktadır.

TV5 de kurumsallaşma sürecinde benzer bir ekonomik döngünün içine girmiş ve finansal sürdürülebilirliği en birincil sorun alanı olarak tecrübe etmiştir. Kanal, kurumsal misyonu çerçevesinde mevcut kapitalist ekonomik sistemi eleştirmekte ve arkasındaki siyasi organizasyonun söylemlerine paralel olarak alternatif bir ekonomik yapılanma vadetmektedir. Bu doktrinel pozisyon, piyasada üretilen mevcut reklam içeriklerinin İslami ilkeler doğrultusunda sıkı bir elemekten geçirilmesini zorunlu kılmaktadır. Kanalın reklam gelirlerini artıramamasının arkasında üç temel makro neden sıralanabilir:

Birincisi, yayın ilkeleriyle çelişen reklam içeriği yapısıdır. Kanal; müstehcen unsurlar barındıran görsel içeriklere, faiz esasına dayalı finans kurumlarının reklamlarına ve kozmetik sektöründen gelen ürünlerin büyük bir kısmına kurumsal misyonu gereği yer vermemektedir. Modern reklamcılık stratejilerinde tüketim arzularını tetiklemek amacıyla cinselliğin ön plana çıkarılması, üretilen reklam filmlerinin çoğunun kanalın editoryal politikasıyla uyuşmamasına yol açmaktadır. Bu durum, reklam havuzunu en baştan asgari düzeye indirmektedir.

İkincisi, izlenme oranlarının düşüklüğüdür: Geniş kitlelerin ilgisini çekecek popülist programlar yerine estetik ve klasik sinema örneklerine yer verilmesi, hedef kitleyi belirli bir entelektüel sermayeye ve eğitim düzeyine sahip niş bir tabanla sınırlandırmaktadır. Reklam veren firmaların bütçelerini dağıtan medya ajansları için reyting oranları birincil tercih kriteri olduğundan, TV5 ticari bir cazibe merkezi haline gelememektedir.

Üçüncüsü, kanalın belirgin bir siyasi partinin yayın organı olarak algılanmasıdır: TV5'in doğrudan angaje olduğu siyasi partinin seçimlerde düşük oy oranları alması ve politik

söylemlerinin piyasa aktörleri tarafından marjinal bulunması, reklam verenler nezdinde negatif bir etki yaratmaktadır. Firmaların önemli bir kısmı, reklam verdiklerinde bu siyasi yapıyla aralarında bir ideolojik bağ veya sempatizanlık ilişkisi olduğu algısının doğmasından çekinmektedir. Ek olarak, farklı dünya görüşlerine sahip reklam verenler, bu tür bir yayın organına finansal destek sağlamaktan rasyonel olarak kaçınabilmektedirler.

Bahsedilen bu yapısal faktörler, kanalın operasyonel giderlerini karşılayabilmesi için alternatif maddi kaynaklar arayışını zorunlu kılmıştır. Ancak reklamlardan karşılanamayan bu bütçe açığı, kurumsal bir sermaye transferiyle de kapatılamamıştır. Kısa vadeli çözümler kapsamında taraftarlardan bağış/yardım toplanması ve hisse senedi satışı gibi yöntemlere başvurulmuştur. Bununla birlikte, televizyon yayıncılığının son derece yüksek maliyetli bir endüstri olduğu gerçeği dikkate alındığında, bu tür yerel finansman girişimlerinin orta vadede bile işlevsel olamayacağı kısa sürede anlaşılmıştır. Nitekim TV5, kuruluşunun henüz üçüncü yılında derin bir ekonomik krize sürüklenmiştir. Personel maaşlarının ödenememesi nedeniyle nitelikli ve deneyimli iş gücü kaybedilmiş; kurumsal yapı ve mutfak kadrosu giderek amatörleşmiştir. Bu yönetsel amatörleşme, doğrudan ekran estetiğine, görsel kaliteye ve yayın heyecanına yansımıştır. Finansal olarak desteklenemeyen program projeleri rafa kaldırılmış, mevcut yapımlar ise izleyiciyi cezbedecek nitelikli ve etkili bir içerik derinliğine ulaştırılamamıştır.

3.2.6. Seyirci Kitlesi ve İzlenirlik Oranı

TV5, karasal yayın lisansına sahip bir yayın kuruluşu olup³ Türkiye’nin hemen her ilinde yayınlarını izleyiciye

³ TV5 yaşadığı ekonomik krizler ve artan maliyetler sonucu karasal yayın hakkını 2009’un sonlarına doğru Doğan Holding bünyesinde yayın yapan CNN Türk kanalına 23.5 milyon TL bedelle devretmiştir. Detaylar için: <https://www.haberturk.com>

ulaştıran geniş bir verici altyapısına sahiptir. Kanalın bölgelere göre izlenme oranları, ilgili coğrafyaların muhafazakârlik eğilimleri ve dindarlık dereceleriyle paralellik göstermektedir. Bu bağlamda, kanalın en yoğun izleyici kitlesine İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde ulaştığı değerlendirilmektedir; bu durum üzerinde bölgelerin sosyo-kültürel yapısı kadar siyasal tercihleri de belirleyici bir rol oynamaktadır. Yurtiçi izleyicinin yanı sıra TV5, Avrupa’da da kayda değer bir izleyici kitlesine hitap etmektedir. Yabancı ülkelerde kurumsal ve örgütsel bağlarını daha dinamik tutan diaspora vatandaşları arasında en geniş ağa sahip yapılardan biri olan Avrupa Millî Görüş Teşkilatı, bu izleyici kitlesinin merkezinde yer almaktadır. Teşkilat üyeleri TV5 ile güçlü bir manevi aidiyet bağı kurarak kanalı kendi yayın organları olarak benimsemişler, bu durum da televizyonun Avrupa pazarında sürdürülebilir bir izleyici tabanı elde etmesini sağlamıştır.

Kanalın genel seyirci profilini ampirik veriler olmadan kesin olarak ortaya koymak güçtür. Bununla birlikte, organik bağ kurduğu siyasi partinin sosyolojik tabanından hareketle bir analiz yapıldığında, bu hedef kitlenin büyük ölçüde muhafazakâr alt ve orta gelir gruplarından oluştuğu varsayılabilir. Ancak TV5’in ana akım medyadan farklı olarak keskin ve muhalif bir çizgide haber yayıncılığı yapması, Türkiye’deki entelektüel ve aydın kesimlerin de dikkatini kanala yöneltmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda, kanalın özellikle haber bültenlerinin ve nitelikli tartışma programlarının, başlangıçtaki dar ideolojik tabanını aşarak

com/medya/haber/169954-erbakan-tv5i-dogana-23-5-milyon-tl-ye-satti

Tıpkı Millî Gazete’nin başlangıcında olduğu gibi entelektüel, kapsayıcı ve mevcut yayın düzenlerine alternatif bir model iddiasıyla kurulan kanal günün sonunda “parti televizyonu”na dönüşmekten kurtulamamıştır.

Bugün TV5 Televizyonu kıt kaynaklarla, basit, masrafsız program içerikleriyle; Saadet Partisi’nin siyasi çizgisine uygun olarak yayın faaliyetlerini sürdürmektedir.

daha heterojen ve geniş bir kitle tarafından takip edildiği düşünülmektedir.

3.3. Hilal TV

3.3.1. Kuruluşu

Türkiye’de İslami hassasiyetleri merkezine alan yayıncılık geleneğinin son örneklerinden biri Hilal TV olmuştur. Ülke genelinde karasal yayın lisans izinlerinin bir süreliğine askıya alınması sebebiyle, kanal kurumsal altyapısını tamamlayarak 21 Mart 2005 tarihinde yayın hayatına uydu üzerinden başlamıştır. Kanalin amblemi, bir hilal figürünün çevrelediği dünya tasvirinden oluşmaktadır. Logoda hilal sembolünün tercih edilmesi, kurucularının ifadesiyle, hilalin küresel ölçekte İslamiyet’in ve ilahî birliğin ortak bir simgesi olarak kabul görmesinden kaynaklanmaktadır; böylece kanalın ulaştığı her coğrafyada İslami kimliğinin doğrudan anlaşılması hedeflenmiştir. Bu tercihin bir diğer tarihsel gerekçesi ise İslam dünyasının son büyük imparatorluğu olan Osmanlı Devleti’nin de dünya genelinde hilal simgesiyle özdeşleşmiş olmasıdır.

Yayın hayatına başlamadan önce geniş çaplı bir tanıtım ve reklam kampanyası yürüten kanal, Müslümanların ramazan ayına hilali gözetleyerek başlaması ritüelinden mülhem bir strateji geliştirmiştir. Bu doğrultuda "Ramazan'da iki hilal birden doğacak" sloganı ekseninde şekillendirilen kampanya neticesinde Hilal TV, ramazan ayının ilk sahur gecesinde resmî yayın faaliyetlerine başlamıştır.

Hilal TV, farklı sektörlerde ticari iştirakleri bulunan muhafazakâr kimlikli yedi iş insanının ortaklığıyla kurulmuştur. Kurumsal yapıda bu kurucu ortaklar dışında başka bir hissedar bulunmamakta ve hisse satışı yoluyla sermaye genişlemesine gidilmemektedir. Ortaklar, faaliyet gösterdikleri ticari alanların medya sektörüyle herhangi bir yapısal bağının bulunmadığını belirtmektedirler. Bu bağlamda, medya yatırımlarından ticari bir kâr veya finansal getiri elde etmeyi hedeflemediklerini; ortaklık

motivasyonlarının rasyonel ekonomik kazançtan ziyade, manevi ve ideolojik bir amaca hizmet etmek olduğunu ifade etmektedirler. Kanalın arkasındaki organizasyonel yapıyı ve sosyo-dini desteği sağlayan odak noktası ise liderliğini Mustafa İslamoğlu'nun yürüttüğü Akabe Vakfı'dır. Kanal yöneticileri, kurumsal ve editoryal süreçlerde Akabe Vakfı'nın üye ve gönüllü kitlesinden yoğun bir manevi destek aldıklarını açıkça dile getirmektedirler (İnanç, kişisel iletişim, 05 2007). Dolayısıyla Hilal TV, belirli bir dini vakıf ağının entelektüel ve toplumsal sermayesi üzerine inşa edilmiş bir kitle iletişim aracı niteliği taşımaktadır.

3.3.2. Misyonu

Hilal TV, yayın hayatına başlamadan önce yazılı basın organları aracılığıyla "Bir Televizyon Kurmak" üst başlığı ve "Gerekleler - İlkeler - Hedefler" alt başlığıyla kurumsal bir manifesto yayımlamış, ayrıca bu metni resmî internet sitesinin ana sayfasına kalıcı olarak yerleştirmiştir. İslam dininin kitle iletişim araçlarına ve televizyon yayıncılığına yönelik perspektifini kuramsal düzeyde ele alması, aynı zamanda o güne kadar faaliyette bulunan muhafazakâr yayın organlarının çizgilerine yönelik yapısal bir eleştiri barındırması bakımından önem taşıyan bu metin, kanalın temel misyonunu yansıtmaktadır. Literatürde medyanın dönüşümü açısından dikkate değer bir kaynak niteliği taşıyan ve kanalın varlık gerekçesini doğrudan ortaya koyan bu kurucu belgede, hedeflenen yayıncılık anlayışı şu ifadelerle temellendirilmektedir:

"Televizyonun en büyük şanssızlığı, Modern Batı gibi insanlığın yol kazası sayılan bir uygarlık eliyle keşfedilmiş olmasıdır. Fakat bir gerçek vardır: Her keşif, "gizli olanın ayan kılınması", "ceninin tevellüdü"dür. Yani doğumdur. Her doğan fitrat üzere doğar; onu başkaları yoldan çıkarır. Televizyon adlı aracı keşfeden akıl, ona dilini öğreten aklın ta kendisidir.

Sonuçta ortaya bir "televizyon dili" çıkmıştır ve bu dil kendisini kullanan herkesi nesnesi kılmaktadır. Bundan böyle de kim bu dile sorgusuz sualsiz teslim olursa, hiç kimsenin

tereddüü olmasın ki, onu da teslim alacak ve nesneleştirecektir.

Mevcut dile teslim olarak açılan her kanal, amiyane tabirle "davul senin omzunda tokmağı ötekinin elinde" bir durumdur. Yapılması gereken bellidir: Yepyeni alternatif bir televizyon dili kurmak!

Mevcut televizyon dili, onu üreten kültürün hastalıklarıyla maluldür. Bu dil sömürgeci, tüketimi körükleyici, mütehakkim, Batı merkezci, dayatmacı, aptallaştırıcı, indirgemeci, profan ve seküler, pozitivist ve maddeci, yabancılaştırıcı, zevkçi, görünürdeki çok seslilik iddiasına rağmen tek sesli, tüm özgürlük iddialarına rağmen otoriter, gayr-i ahlaki, erdem kinci ve değer yıkıp fiyat biçici bir dildir. Altı özellikle çizilmelidir ki, bu dil "televizyonun dili" değil, onun "kurucu aklının dili" dir.

Televizyonu kullanandan bağımsız bir "televizyon aklı" yoktur. Onu kullananın aklı televizyonun da aklıdır. Tüketici bir aklın elinde televizyon da tüketici olmaktadır. Bu tüketim giderek bir sarmala dönüşmekte, oyuncusuyla ve seyircisiyle, sahip olanıyla ve sahip olunanyla, öznesiyle ve nesnesiyle kendisini bu girdaba kaptıranların tümünü birden içine çekip tüketmektedir. "Reyting"i televizyonun kaderi, yani "tek belirleyici olgusu" haline getiren de işte bu sarmaldır.

Televizyonu insani değerleri tüketmeyecek şekilde tasarlamak mümkündür. Yeter ki, yeni bir dil kuracak akla ve birikime, bu dili konuşacak özgüvene, bunu savunacak dirence, bunu benimsetecek yeteneğe, bunu sevdirecek estetiğe sahip olunsun. Yeter ki, kazanma hırsıyla "Reyting" tuzağına düşülmesin.

Eldeki tüm veriler, medeniyet merkezli bir inşa için yaygın eğitim aracı olarak bir televizyon kanalına ihtiyaç olduğu sonucunu vermektedir. Hassasiyet sahibi ebeveynlerle televizyon etkisine açık çocukların arası günden güne açılmaktadır.

Popüler kültür televizyon aracılığıyla sadece duyarsız kesimlerin değil, duyarlı kesimlerin çocuklarının tasavvur ve kişiliklerini de şekillendirmektedir. Çaresiz aileler, kendi hassasiyetlerini öz çocuklarına taşıyacak bir dil geliştirememenin acısıyla kıvranmaktadırlar. Bu acıyı azaltacak usul bir ses, mütevazı bir soluk hissettiklerinde heyecan duymaktadırlar.

Bu arayışlar bir ihtiyacın göstergesidir. Bu yalnızca Türkiye ölçeğinde değil, dünya ölçeğinde de somut ve ivedi bir ihtiyaçtır. Bu sadece Müslümanlar açısından değil, onları Müslüman kılan değerler sistemi olan İslam açısından da ihtiyaçtır. Bunun, dört ayrı açıdan dört ayrı gerekçesi vardır:

1. Allah'a karşı sorumluluk açısından: İslam'ın risalet kurumu ebedidir. İlahî bir emanet, nebevi bir mirastır. Sadece ebedi değil, aynı zamanda evrenselidir. Ebedi ve evrensel risaletin sesi olmak farz-i kifayedir. Bu farz evrensel ölçekte bihakkın yerine getirilmiyorsa, tek tek bütün müminlerin boynuna farz-i ayn olur.

2. İslam'a karşı sorumluluk açısından: Küresel aktörler, İslam'ı, kurdukları denklemi bozma potansiyeli taşıdığı için küresel ölçekte "düşman öteki" ilan etmişlerdir.

Hız. Peygamber'le başlayıp Pireneler'e kadar dayanan ilk İslam dalgasını "Reconquista" ve "Haçlı Seferleri" süreciyle, Osmanlı ile başlayıp Viyana önlerinde durdurulana kadar gelişen ikinci İslam dalgasını Osmanlı'nın tasfiyesiyle hallettiğini düşünen küresel aktörler, üçüncü dalgayı daha oluşmadan yatağında kurutma projesini faaliyete geçirmişlerdir.

İslam'a ve Müslümanlara topyekûn saldırı projesinin "keşif kolluğu" görevini dün oryantalistler yapıyorlardı. Üçüncü saldırının keşif kolu olan yeni oryantalizmin aracı yazılı ve basılı araçlar değil, görüntülü araçlardır. Bunun da en etkili örneği televizyondur.

3. Müslümanlara karşı sorumluluk açısından: Müslümanlardan bahsetmek, günümüzde bir buçuk milyar manevi yetim ve öksüzden bahsetmektir. Bir o kadar mağdur, mazlum ve mahzundan bahsetmektir.

"Müslümanlara karşı neden biz sorumluluk olalım ki?" sorusunun cevabı bellidir: Çünkü dünya Müslümanlarının gözü biz istesek de istemesek de bu topraklardadır. Bunun ispata ihtiyacı yoktur. Bu beklenti bazen bir dua, bazen bir imdat çılgılığı, bazen bir teşvik, bazen bir tazir makamında duyurulmaktadır. Kayıp yitirildiği yerde aranır. Hiç kimse kaybını yitirdiği yerde aradığı için suçlanamaz.

O halde onların arayan gözlerini ve gönüllerini mahzun etmemek, en azından umutlarını söndürmemek kardeşlik sorumluluğumuzun bir gereğidir. Bu sorumluluğun en iyi ifa

edileceği araçlardan biri de sorumluluğunu müdrik bilişim ve iletişim organlarıdır.

4. İnsanlığa karşı sorumluluk açısından: İslam’ı küresel güç odaklarının hedefine oturtan şey, insanlığın tek çıkış yolunun İslam olduğu gerçeğidir. Bu gerçeği küresel aktörler "İslam’ın meydan okuyucu" su olarak algılamaktadırlar.

İslam eğer insanlığa vaat ettiklerini hedef kitlesine doğru, etkili, zamanında ve yerinde duyurabilirse, bu küresel hegemonyayı tümüyle geçersiz kılan evrensel bir tevhit-özgürlük-adalet dalgasına yol açabilir. Bu dalganın önünde hiçbir güç duramaz.

Hiçbir askeri ve ekonomik tehdit bu dalgayı durduramaz. İşte böyle bir dalganın oluşmaması için ilk yapılması gereken şey "imaj bozma"dır.

İslam’ın imajını Müslüman olmayan dünyanın gözünde bozma ihalesini başta televizyonlar olmak üzere medya üstlenmiştir. Medya’nın bu küresel oyunu, ancak İslam’ın kendisini ifade edeceği mukabil araçlarla bozulabilir.

İslam’ın vaat ettikleri, İslam’ı alternatifsiz kalmaktadır. Onun her inançtan ve kesimden insanı hâlâ kendine döndürme ve inşa etmedeki gücü karşısında duramayacaklarını anlayan güç odakları, korktuklarının başlarına gelmemesi için son çareyi "topyekûn savaş"ta bulmuşlardır.

Bunun için de sıfırı tüketmiş olan modern insanın önündeki tek sahici alternatif olan İslam hedef alınmıştır." (Bir Televizyon Kurmak, 2008)

Yukarıda ayrıntılı olarak yer verilen kurucu metinden de anlaşılacağı üzere Hilal TV, kuruluş felsefesini İslami değerler üzerine temellendirerek tüm yayın faaliyetlerinde Kur’an merkezli bir yaklaşımı esas alacağını deklare etmektedir. Kanal yönetimi, İslam’ın temel ilke ve sınırlarının aynı zamanda yayın politikasının da değişmez prensipleri olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda televizyon, yalnızca bir kitle iletişim aracı olarak değil; İslam referanslı özgün bir yayın dili geliştirme hedefiyle kurgulanmıştır. Söz konusu kanalın temel amacı, bu yeni dil aracılığıyla toplumsal düzeyde tahrip edildiği veya tüketildiği düşünülen insani değerlerin yeniden inşasına katkıda bulunmaktır.

3.3.3. Yayın İlkeleri

Hilal TV yayın ilkelerini de yine kurucu metninde 18 madde olarak ayrıntılı bir şekilde beyan etmiştir:

1. Hilal Televizyonu "helal" bir televizyondur. Vahyin haramlarla ilgili çektiği kırmızı çizgi Hilal Televizyonu'nun da kırmızı çizgisidir, aşılamaz. Vahyin helallerle ilgili çektiği yeşil çizgi Hilal Televizyonu'nun da yeşil çizgisidir. Bu çizgiye ait birden fazla seçenek varsa aralarında tercih yapılır. Bu iki çizgi ortasında kalan "sarı bölge" mutlaka alanında yetkin ve otorite kimselerden oluşmuş Üst Kurul'un görüşüne sunulur ve çıkan sonuç uygulanır.
2. Hilal Televizyonu, "vahyin haramlar konusunda çektiği kırmızı çizgiye riayet ilkesi" ile "reel durum" aşılamaz bir biçimde karşı karşıya geldiği takdirde, geçici kapatmaktan kalıcı kapatmaya, elden çıkarmaktan bitkisel hayata girmeye kadar her tür seçeneği denemek suretiyle, kuruluş amacına aykırı konuşlanmamayı taahhüt eder.
3. Hilal Televizyonu için televizyon yayıncılığı "amaç" değil, yalnızca bir "araç"tır. Dolayısıyla "amaç"ı asla "araç"a feda etmez. "Amaç" ile "araç" arasındaki ehem-mühim dengesini titizlikle gözetir.
4. Hilal Televizyonu, seyircisini televizyonun nesneleştirici etkisinden koruyan bir televizyondur. Öncelikle seyirciye saygılı, onu ahmaklaştırmayan ve ahmak görmeyen, yani televizyonu bir "iletim" aracı olmaktan çıkarp bir "iletişim" aracına dönüştüren bir yayıncılık anlayışına sahiptir ve bu anlayışı titizlikle korur.
5. Hilal Televizyonu, seyircisini televizyonun zaman tüketici etkisinden koruyan bir televizyondur. Yayın çizgisini, seyircisinin kişisel vecibelerini unutturmayacak ve erteletmeyecek şekilde, söz gelimi sabah namazını, hatta teheccüdü hesaba katan bir zihniyetle düzenler. Yine aynı sebepten dolayı yayın akışını, yerleşik olan 24 saat aralıksız yayın anlayışı yerine, $3 \times 8 = 24$ saat esasına göre düzenler. Yani yüksek nitelikli programlardan meydana gelen 8 saatlik bir yayın akışı günde 3 kez arka arkaya tekrarlanır. Böylece: a) Dünyanın farklı bölgelerindeki seyirci, saat farkından kaynaklanan program kaçırma kaygısından kurtulur, b) Farklı meslek ve mesai sahipleri modern

hayatın yoğun temposunda arzu ettikleri programı 24 saat içinde izleyebileceği üç aynı zaman seçeneğine kavuşmuş olur ve c) Seyirci, deyim yerindeyse "televizyon hastası" haline gelmekten korunmuş olur.

- 6. Hilal Televizyonu, "daha çok seyirci" değil "daha nitelikli seyirci" ilkesi çerçevesinde, herkesin her şeyi seyretmesine değil, programın kendisi için hazırlandığı hedef kitleye ulaşmasına özen gösterir. Herkese ulaşmak yerine, arayana ve ihtiyacı olana ulaşmak gibi makul ve ahlaki bir hedefi vardır.*
- 7. Hilal Televizyonu tüm programlarında medeniyet merkezli bir bakış açısını esas alır. Alt aidiyetlere ve kimliklere çağıran bir üsluba asla geçit vermez. Aidiyet, insaniyet ve İslamiyet'tir. Hilal Televizyonu medeniyetin yeniden inşası ve ihyası için, geçmişte medeniyetimizin ürettiği bilgi ve birikime yaslanır. Ancak babalarının ocağına sadakatin, o ocaktaki küllü değil közü çağa taşımak olduğunu asla göz ardı etmez.*
- 8. Hilal Televizyonunun "kal dili"nin ötesinde bir de "hal dili" vardır. Bu dilin birinci unsuru ezandır. Hilal Televizyonu beş vakit ezanı, yayın merkezi olan İstanbul odaklı olarak muntazaman duyurur. Program akışları ezan vakitlerine göre düzenlenir. İslam'ın şiarları Hilal Televizyonu'nun da şiarlarıdır ve bu şiarlar titizlikle gözetilir, asla bozulmaz.*
- 9. Hilal Televizyonu "inşa amaçlı" bir televizyon kanalıdır; seyircisinde bir tasavvur, akıl, şahsiyet ve hayat inşasını hedefler. Bunu yaparken de bir programın inşa edicilik vasfının, onun seyirciye "ben seni inşa ediyorum" diye bağırması olmadığını, aksine inşada en başarısız olanların, muhatabını inşa ettiğini başıra çağıra ilan eden bir üslupla yapılan programlar olduğunu titizlikle göz önüne alır.*
- 10. İlahi bir inşa projesi olan vahyin sesi, Hilal Televizyonu'ndan yankılanan tüm seslerin üstündeki sestir. Bu asla değiştirilemez, ihmal edilemez, ertelenemez. Gaye i'la-yi Kelimetullah olmalıdır. İ'la-yi Kelimetullah'ın doğru karşılığı "vahyin yüceltilmesi"dir. Vahyin yüceltilmesi ise, onun yüreklere ulaşması, doğru anlaşılması ve yaşanmasıyla olur. Bunun için de vahyin inşa edici vasfının öne çıkarılması esastır. Kanalı bir ağaca benzetirsek, bu misyon ağacın kökü mesabesindedir. Diğer*

tüm programlar bu ağacın köküne nispetle ancak gövdesi, dalları, yaprakları mesabesindedir. En yetkin ağızlardan Kur'an tilaveti boş zamanları doldurmak için değil, bir gönül ziyafeti olarak asli programlar arasında yer alır.

11. Hilal Televizyonu, söz uygarlığının sözcüsü olarak, sözün, görüntünün sahte ve uçucu cazibesi altında ezilmesine izin vermez. Dolayısıyla seyircisinin sadece zihnini değil, hafızasını da inşa amacıyla muntazaman seçme ayet, hadis, Esmâ-i Hüsnâ, Veda Hutbesi, kelimât-ı kibar, şiir, makale klipleri yayınlar.
12. Medeniyet merkezli bir sanat bilincini esas alan Hilal Televizyonu, bu konuda tüm yeteneklere fırsat tanır. İslam sanatlarının tüm dallarına yer verir. Ses, hat, mimari, şehircilik vb. alanlarda kadim ve yeni örnekleri, onları üreten sanatkârları ekrana taşır.
13. Hilal Televizyonu, tüm yayınlarında adil, mutedil, dengeli bir dil kullanır. Kaba ve kinci bir biçimde hiçbir zümre, sınıf, klik, cemaat, mezhep ve meşrep yandaşlığı ya da karşıtlığı yapmaz. "Müslümanlar kardeşler" düsturunu asla ihlal etmez.
14. Hilal Televizyonu'nun yayınlarında kullanacağı din dili, tıpkı televizyon dili gibi özgün bir dildir. Bu dilin başlıca özelliği, sahih, samimi, müdellel, etkili ve estetik olmasıdır. Bu din dilinde İslam medeniyetinin ürettiği Burhan-Beyan-İrfan Bilgi Sistemlerine, sahih naslarda gözetilen orantıya uygun olarak dengeli bir biçimde yer verilir. Din alanında ucuz polemiklere prim verilmez. Muhatabın bu alanda yüksek bir bilinç kazanması hedeflenir. Din anlayışında da altın kelime olan "denge" çerçevesinde hareket edilir. Dini cahillerin tartışma konusu yapacağı yöntemlere geçit verilmez. "Geleneksel dindarlık mı, modern dini söylem mi?" ikileminin aldatıcı cazibesine kapılmıyız. Yapıcı, ıslah edici, inşa edici, imar edici bir format öncelenir. Katılımcıların "dinci" değil "dindar" olmaları göz önüne alınır. Ehliyet ve liyakat her işte olduğu gibi bu alanda da esastır.
15. Hilal Televizyonu yayınlarında özel ve tüzel kişiliklerin hak ve hukukuna yönelik iftira, karalama, tahkir ve tezyife hiçbir durumda yer verilmez. Muarızlara karşı meşru ve ahlaki olmayan bir mücadele yöntemi benimsenmez.

16. Hilal Televizyonu, siyasi bir kanal değildir. Hilal Televizyonu'nun ideolojisi ve kendine özgü siyasi çizgisi elbette vardır. Fakat kaba, çığ ve göze batan siyasi dilden özenle kaçınır. Uçucu ve geçici siyasi dilin, kalıcı ve iz bırakıcı asil mesajı bastırmasına izin vermez. Mesajın akidevi, ahlaki ve toplumsal vurgusunu, siyasi dilin kısa vadeli getirisine kurban etmez.
17. Günümüz televizyon kanalları, genellikle, dünya haber kartellerinin tüketicisi konumundadırlar. Haber kartelleri ise haberi kendi filtresinden geçirdikten sonra servis yapmaktadır. Sonuç olarak, günümüz dünyasında haber masum değildir. Hilal Televizyonu mevcut haber kartellerinin "haber tüketicisi" olmak yerine, kendi haberinin üreticisi olmayı tercih eder. Yani haberlerin arka planı üzerinde durur, onları yorumlar. Böylece seyircisine haber üretim kartelleri eliyle saptırılmamış gerçek gündemi sunar. Bunu kendi gönüllü muhabir ağı marifetiyle yapar.
18. Hilal Televizyonu sermaye yapısını ve işletme stratejisini, kuruluş ilke ve hedeflerinin önüne ekonomik kaygıları geçirmeyecek şekilde düzenlemiştir. Bu, kendisine "Haydi, ne yap yap daha fazla kazan, daha fazla reyting yap!" denemeyecek bir yapıdır. Bunu korumak için de mali özerklik ve özgürlüğü üzerinde titizlenir. Gücünü duruş sahibi olmasından ve bu duruşa itibar eden dostlarından alır. Reklam, pazarlama, sponsorluk gibi gelir kaynaklarıyla ilgili tavrını, önceden belirlenmiş stratejiler çerçevesinde koyar. İmkânlarıyla hedefleri arasında en uygun dengeyi kurmayı daima göz önünde bulundurur (Bir Televizyon Kurmak, 2008).

Hilal TV'nin yayın ilkeleri, İslami hassasiyetin kurumsal bir vizyonla harmanlandığı derinlikli bir doktrini temsil etmektedir. Kanalin, yayın hayatına başlamadan önce kamuoyuna deklare ettiği bu 18 maddelik ilkeler bütünüyle, kendisini yalnızca bir kitle iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda medeniyet merkezli bir "inşa projesi" olarak konumlandığı görülmektedir. Söz konusu ilkeler, yüzeysel bir yayın bildirgesi olmanın ötesine geçerek; içerik stratejisinden kullanılan dile, mali-ticari yaklaşımlardan reklam politikalarına kadar yayıncılık faaliyetlerinin tamamını kuşatan kapsamlı bir taahhütler dizisi niteliği taşımaktadır. Kanalin bu kurucu metni ayrıca modern

dünyanın kitle iletişim araçlarındaki "nesneleştirici" ve "zaman tüketici" etkilere karşı bir savunma mekanizması da geliştirmekte, İslam'ın evrensel değerlerini güncel bir dille yeniden yorumlayan bütüncül bir dünya görüşü sunmaktadır. İlkeler bütününden hareketle yorumlandığında kanalın yayın politikasının; habercilikten estetiğe, aile yapısından bireysel sorumluluklara kadar uzanan geniş bir yelpazede, modern seküler dayatmaların dışında kalan özgün ve "helal" bir alan oluşturmayı hedeflediği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Hilal TV'nin, ahlaki sınırlarını ve geleceğe dair kurumsal hedeflerini somutlaştırarak İslami yayıncılık alanında özgün bir ekol oluşturmayı hedeflediği söylenebilir.

3.3.4. Yayın ve Program Stratejileri

Hilal TV yönetimi, program hazırlık süreçlerinde reyting kaygısını ikincil planda tuttuklarını ve bu anlayışı kanalın yayın hayatı boyunca sürdüreceklerini ifade etmektedir. Kurucu manifestolarında da vurgulandığı üzere kanal, niceliksel çokluktan ziyade "nitelikli izleyici" profiline ulaşmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda eğitim odaklı içeriklere öncelik verilmekte; düşünen ve düşünce üretimine meyilli kitlelerin beklentilerine yanıt verebilecek program formatları geliştirilmektedir. Yönetim, program formatlarını oluştururken bu ilkeye bağlı kalacaklarını açıkça belirtmektedir.

Kanalın program tasarımı, izleyici taleplerinden ziyade deklare edilen misyon çerçevesinde şekillendirilmektedir. Bununla birlikte yönetim, hedef kitlenin eğlenme ve dinlenme gibi insani ihtiyaçlarını da göz ardı etmemektedir. "Hayat boşluk kabul etmez" anlayışıyla hareket eden kanal, bu tür talepleri ilkesel tutarlılıktan ödün vermeden; bilinçli bir kurguyla eğitici ve faydalı içeriklere dönüştürerek karşılamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda tasarlanan eğlence odaklı yapımlar, İslami öğretinin izin verdiği sınırlar dâhilinde gerçekleştirilmektedir. Programların büyük çoğunluğu kurum içi yapım olarak hazırlanmaktadır. Dışarıdan gelen program önerileri, kanalın misyonuna

uygunluk esasına göre "kesin ihtiyaç", "opsiyonel" ve "uygunsuz" şeklinde kategorize edilerek değerlendirilmektedir. Finansman modeli ise kurumsal destekler ve sponsorluk anlaşmaları üzerine kuruludur. Sponsorluk ilişkileri, genellikle karşılıklı gönüllülük ve yardım anlayışı çerçevesinde yürütülmekte olup, bütçe disiplini gereği yüksek maliyetli yapılardan kaçınılmaktadır (İnanç, kişisel iletişim, 05 2007)..

Yayın akışı incelendiğinde, Hilal TV’nin herhangi bir alanda özelleşmek yerine genel yayıncılık formatına sadık kaldığı görülmektedir. Kanal; sohbet, tartışma, sağlık, çocuk, müzik, mizah, gezi, belgesel ve sinema gibi çok çeşitli formatları bünyesinde barındıran heterojen bir yapıya sahiptir. Tüm bu yapılarda ortak payda ise muhafazakâr ve İslami perspektiftir. Müzik programlarında ilahi ve halk ezgilerine, sohbet programlarında Kur’an, hadis ve sünnet eksenli söyleşilere, sinema ve dizi filmlerinde İslam medeniyeti ile tarihsel şahsiyetleri konu alan yapımlara, haber ve tartışma programlarında ise İslam coğrafyasındaki güncel gelişmelere geniş yer verilmektedir.

Kanalın ekran yüzlerini ve program yapımcılarını, muhafazakâr entelektüel çevrelerin yakından tanıdığı isimler oluşturmaktadır. Mustafa İslamoğlu, Ali Bulaç, Abdurrahman Dilipak, Engin Noyan, Hakan Albayrak, Nihat Bengisu, Nevzat Tarhan, Ulvi Alacakaptan ve Emin Kazıcı gibi akademisyen, yazar ve sanatçılardan oluşan bu kadro, kanalın entelektüel derinliğini temsil eden temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

3.3.5. Haber Dili/Anlayışı

Hilal TV, yayın hayatına başladığı günden itibaren ana akım habercilik anlayışından farklı bir tutum benimseyerek, geleneksel anlamda günlük haber bültenleri sunmamayı tercih etmiştir. Kanal yönetimi, bu stratejik kararın temel gerekçelerini iki ana başlıkta temellendirmektedir: İlk olarak, haber akışını sağlayan küresel ajansların büyük oranda Batı merkezli olması ve bu yapıların egemen güçlerin

perspektifini yansıtmaması, haberlerin manipülasyona açık ve taraflı bir nitelik taşımasına yol açmaktadır. İkinci olarak, profesyonel bir haber merkezinin kurulması ve sürdürülmesi, kanalın mevcut mali imkânlarını aşan yüksek bütçeli bir operasyon gerektirmektedir. Bu doğrultuda kanal yönetimi, alternatif muhafazakâr haber ajanslarının güçlenmesine ve gerekli finansal altyapının oluşmasına kadar haber bülteni yayınlamayı erteleme kararı aldıklarını ifade etmektedirler.

Kanalın habere yönelik bu eleştirel yaklaşımı, yayın ilkelerinin 17. maddesinde de şu şekilde formüle edilmiştir: "Günümüz televizyon kanalları, genellikle, dünya haber kartellerinin tüketicisi konumundadırlar. Haber kartelleri ise, haberi kendi filtresinden geçirdikten sonra servis yapmaktadır. Sonuç olarak, günümüz dünyasında haber masum değildir. Hilal Televizyonu mevcut haber kartellerinin 'haber tüketicisi' olmak yerine, kendi haberinin üreticisi olmayı tercih eder. Yani haberlerin arka planı üzerinde durur, onları yorumlar. Böylece seyircisine haber üretim kartelleri eliyle saptırılmamış gerçek gündemi sunar. Bunu kendi gönüllü muhabir ağı marifetiyle yapar" (Bir Televizyon Kurmak, 2008)

Bu strateji doğrultusunda kanal; Türkiye ve dünya yazılı basınının taranarak irdelendiği "Basında Bugün" ve "Dünya Basınında Bugün" adlı programlar ile haftalık yayınlanan ve haberlerin arka planını derinlemesine analiz eden "Habermatik" gibi yapımlara yer vermektedir. Hilal TV, bu yaklaşımıyla doğrudan haber servisi yapmak yerine, mevcut haber akışını denetleyen ve yorumlayan bir "eleştirel medya okuryazarlığı" kanalı olma misyonunu üstlenmiştir.

3.3.6. Reklâm stratejileri – Ekonomik Yapılanması

Televizyon yayıncılığının yüksek maliyetli bir sektör olması ve gelirlerin reklam kalemine bağımlı bulunması, yayın kuruluşları için kronik bir finansal kırılganlığı beraberinde getirmektedir. Sektörel gelirlerin kısıtlılığı, birçok ideolojik veya misyon odaklı yayıncılık yapan kanalı,

kuruluş ilkelerinden ve söylemlerinden taviz vermeye zorlamaktadır. Bu zorlu ekonomik gerçekliğe rağmen Hilal Televizyonu, kurumsal değerlerini korumaya yönelik özgün bir reklam stratejisi izlemeye çalışmıştır.

Kanal yönetimi, “İslam’ın yeşil ve kırmızı çizgileri, Hilal Televizyonu’nun da çizgileridir” ilkesini reklam politikalarının merkezine yerleştirmiştir. Bu bağlamda, yayın akışında yer alacak içerikler titiz bir ahlaki süzgeçten geçirilmektedir. Temel kriter, reklamın İslami ölçütlerle uyumudur. Örneğin; tesettür reklamlarında mesajın İslam’ın emrine mi atıfta bulunduğu, yoksa kadın estetiğini bir meta olarak mı öne çıkardığı sorgulanmaktadır. Eğer reklamda estetik vurgusu ön plandaysa, söz konusu içerik reddedilmektedir. Benzer bir hassasiyet; bankacılık, kozmetik sektörü ve İslami değerlerle çelişen unsurlar barındıran diğer reklam türleri için de geçerlidir (İnanç, kişisel iletişim, 05 2007).

Yönetim, mevcut reklam gelirleriyle yayıncılığın sürdürülebilirliğinin kısa vadede mümkün olmadığını bilincindedir. Bu noktada stratejik bir dönüşüm hedefleyen kanal, reklam veren firmaların bakış açısını değiştirmeyi amaçlamaktadır. Muhafazakâr sermaye sahiplerinin, mevcut televizyonculuk anlayışı nedeniyle reklam içeriklerinde yeterince hassas davranmadığını öngören yönetim; kanalın ilkelerine uygun içerikler üretilmesi durumunda, bu firmaların kitlelerine ulaşmak için kendilerini tercih edeceğine inanmaktadır. Bu vizyon doğrultusunda, kanal bünyesinde bir prodüksiyon birimi kurularak reklam veren firmalara içerik üretimi konusunda destek sağlanması planlanmaktadır (A. İnanç, kişisel iletişim, 05 2007).

Uygulanan bu seçici reklam stratejisi kısa vadede gelirler üzerinde olumsuz bir etki yaratsa da kanal yönetimi uzun vadeli vizyonunu ekonomik kaygılara feda etmeme kararlılığındadır. Bu süreçteki finansal açık, kuruluş aşamasında katkı sağlayan yedi ortağın sağladığı sermaye desteği ile kapatılmaktadır. Kanalın nihai hedefi, dış finansman bağımlılığından kurtularak kendi kendine

yetebilen ve ekonomik özgürlüğünü kazanmış bir yayıncılık modeli oluşturmaktır. Bu bağlamda, reklam stratejilerinin dönüşümü yanında, televizyonu destekleyecek farklı iş kollarında faaliyet gösterilmesi de stratejik planlamalar arasında yer almaktadır (İnanç, kişisel iletişim, 05 2007).

Kanal bünyesinde müstakil bir haber ya da reklam ajansı bulunmamakla birlikte, reklam alım departmanı içerisinde küçük ölçekli üretimlerin gerçekleştirildiği bir prodüksiyon birimi faaliyet göstermektedir. Mevcut finansal tablo incelendiğinde, televizyonun giderlerinin %60'ının reklam ve sponsorluk gelirleri ile karşılandığı, geri kalan %40'lık kısmın ise kurucu yedi ortak tarafından finanse edildiği görülmektedir.

3.3.7. Seyirci Kitlesi ve İzlenirlik Oranı

Hilal Televizyonu, izleyici kitlesini analiz etmeye yönelik sistematik veya akademik bir saha araştırması yürütmemiştir. Bunun yerine, kanal yönetimi izleyici profilini genel gözlemler ve izleyicilerden gelen geri bildirimler üzerinden anlamlandırmaya çalışmaktadır. Elde edilen veriler, kanalın ağırlıklı olarak Avrupa'daki gurbetçi nüfus ve Türkiye'nin kırsal kesimlerinde takip edildiğini göstermektedir. Bu durumun temel sebebi, kanalın uydu üzerinden yayın yapması ve belirtilen bölgelerdeki izleyicilerin televizyon yayınlarını büyük ölçüde uydu alıcıları aracılığıyla takip etme alışkanlığıdır (İnanç, kişisel iletişim, 05 2007). Resmi verilere dayanmasa da Türkiye'de 2 milyonun üzerinde uydu alıcısı bulunduğu düşünülmektedir.⁴ Bunun yaklaşık 10 milyonluk bir izleyici kitlesine tekabül etmesi, kanalın ulaştığı kitlenin azımsanmayacak düzeyde olduğunu kanıtlamaktadır. Ayrıca uydu alıcılarının ülke genelindeki kullanım oranının yıllar itibarıyla %70 seviyesinde artış göstermesi, kanalın gelecekte potansiyel izleyici sayısını daha da genişletebileceğine dair bir öngörüü desteklemektedir.

⁴ 2007-2008 yılları arasında

Buna karşın, il merkezlerinde karasal yayınların baskınlığı nedeniyle kanalın izleyici kitlesi bu bölgelerde daha sınırlı kalmaktadır. Kanal yöneticilerinin izleyicilerle kurdukları doğrudan iletişim ve etkileşim süreçleri, kanalın eğitim seviyesi yüksek, dini duyarlılıkları gelişkin ve bilinçli bir kitleye hitap ettiği yönünde bir izlenim uyandırmaktadır. Söz konusu kitle, televizyon yayınlarını tesadüfi bir tercihle değil, kanalın yayın politikası ve ilkeleriyle kurdukları aidiyet ilişkisi çerçevesinde bilinçli bir şekilde takip edenlerden oluşmaktadır.⁵

⁵ Hilal TV tüm tedbir ve çabalarına rağmen ekonomik kaynaklarını istikrarlı hale getirememiş ve 29 Kasım 2019 yılında yayınlarına son verme kararı almıştır. Kanal kapanma duyurusunu şu sözlerle kamuoyuna duyurmuş ve bir gün ekonomik sorunları ortadan kaldırdıklarında yayın hayatına tekrar döneceklerini ifade etmişlerdir:

“Çıktığımız bu yoldaki nihai amacımız, ekrana gelen bütün unsurların reyting ve ticari kaygılara yem edildiği günlerde, alternatif bir söylem ve nitelikli bir televizyonculuk anlayışını seyirciye ulaştırmak oldu. Fakat son iki yıldır ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik daralmanın şartları daha zor hale getirmesi, diğer kanallar gibi Hilal TV’yi de etkilemiştir. Yönetim kurulu olarak aldığımız tüm tasarruf tedbirlerine ve Hilal Televizyonu’nun uğradığı maddi ve manevi tüm saldırılara rağmen geldiğimiz noktada televizyon yayınına asgari seviyede dahi sürdürecektir ekonomik gücü kaybetmiş bulunmaktayız. Bu sebeple 29 Kasım itibarıyla ekranımızın izleyicilerimize kapanacağını ve Hilal TV’nin televizyon ekranlarına veda edeceğini üzülerek duyuruyoruz. ... Umudumuz şu ki, hem izleyicilerimizin desteği, hem de reklam verenlerimizin artışı ile Hilal Televizyonu bir gün tekrar sizlere ulaşacak ve kaygısını taşıdığımız tasavvur inşasını yeniden ekranlara taşıyacaktır” (Hilal TV, yayınlarına son veriyor, 2019)

SONUÇ

Türkiye’de medya, faaliyetlerine başladığı ilk yıllardan itibaren bir kültür üretim aracı olarak tasarlanmış ve yeni kurulan cumhuriyetin ideolojisini topluma yayma ve benimsetme göreviyle yapılandırılmıştır. Ancak, hedeflenen bu kültürel dönüşümün toplumun geniş kesimlerinin sahip olduğu yerleşik değerlerle çatışması, aşılması zor bir toplumsal sorunu beraberinde getirmiştir. Başlangıçta yazılı basına verilen bu görev, televizyon yayıncılığının gelişmesiyle birlikte Devlet denetimindeki TRT’ye aktarılmıştır. Kamu hizmeti anlayışıyla kurgulanan TRT, özel televizyon yayıncılığı gelişene dek siyasi tartışmaların merkezinde yer almış ve dönemin hâkim ideolojisinin propaganda aracı olma vasfını sürdürmüştür. Özellikle sağcı siyasi çevrelerin kurumu, sekülerleşmeyi teşvik ettiği ve değerlere yabancılaştığı gerekçesiyle "solculuk" veya "dinsizlik" gibi kavramlarla eleştirmesi, TRT’nin halk nezdindeki imajının zedelenmesine yol açmıştır.

Özel televizyon kanallarının serbest bırakılmasıyla birlikte Türk televizyonculuğunda köklü bir paradigma değişimi yaşanmıştır. Yayın içeriklerinden reklam stratejilerine kadar uzanan bu değişim sürecinde, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı yerini hızla reyting odaklı ticari bir modele bırakmıştır. İzlenme oranlarını artırmak amacıyla popülist içeriklere, şiddet içeren programlara ve magazinел bir haber diline ağırlık verilmesi, toplumun geniş kesimlerinde rahatsızlık uyandırmıştır. Buna ek olarak, televizyonların siyasi iktidarlar ve büyük sermaye yapılarıyla kurduğu girift ilişkiler, medyanın demokratikleşmeye katkı sağlayacağı yönündeki beklentileri boşa çıkarmıştır. Özel medya kuruluşlarının toplumsal kültürel kodları görmezden gelerek sekülerleşmeyi hızlandırma çabası, muhafazakâr kesimlerin tepkisini artırmış ve bu kitleyi kendi değerlerini sahiplenilen alternatif bir medya yapısı arayışına itmiştir.

Bu reaksiyoner hareketin ilk aşamaları, sinema sektörü odaklı girişimlerle başlamış ancak sermaye yetersizliği ve

organizasyonel eksiklikler nedeniyle Hilal 1, Birlik TV ve Atlas TV gibi teşebbüsler yayın hayatına başlayamadan başarısız olmuştur. Dini referansları temel alan ilk başarılı televizyon girişimi, Türkiye Gazetesi'nin sahibi Enver Ören tarafından kurulan TGRT olmuştur. TGRT, gazete aracılığıyla sağlanan mali destek ve promosyon kampanyalarıyla önemli bir kitleye ulaşmıştır. Ancak yönetim zafiyetleri, ekonomik krizler ve reklam gelirlerinin İslami kriterler nedeniyle düşük kalması, kanalın zamanla liberalleşmesine ve misyonundan uzaklaşmasına neden olmuştur.

1990'lı yıllarda siyasi arenada güç kazanan RP çizgisi, medya ayağını oluşturmak amacıyla Yeni Dünya İletişim bünyesinde Kanal 7'yi hayata geçirmiştir. İslam medeniyeti ve kültürü ekseninde yayın yapmayı hedefleyen kanal, ekonomik ve entelektüel örgütlenme planındaki eksiklikler nedeniyle kısa sürede maddi ve siyasi krizlere girmiştir. 28 Şubat süreci ve sonrasında yaşanan siyasi baskılar, holding kaynaklarının kesilmesine ve reklam gelirlerinin azalmasına yol açarak kanalın siyasi çizgisinden uzaklaşmasına neden olmuştur. AK Parti döneminde ise Kanal 7, iktidarla paralel bir yayın çizgisine yönelerek ekonomik büyüme kaydetmiş ancak bu durum kuruluş misyonunun dönüşmesine yol açmıştır. Kanal 7'nin bu değişimi muhafazakâr çevrelerde hayal kırıklığı yaratmış, bunun üzerine Milli Görüş çizgisini temsil etmek amacıyla TV5 kurulmuştur. Ancak TV5 de siyasi dalgalanmalar, finansal sıkıntılar ve nitelikli kadro eksikliği nedeniyle izleyici nezdinde etkili olamamıştır.

2004 yılına gelindiğinde, muhafazakâr kesimdeki arayışlar Akabe Vakfı önderliğinde kurulan Hilal TV ile devam etmiştir. Kanal, geçmiş tecrübelerden ders çıkararak yayın hayatına başlasa da yüksek maliyetler ve düşük reklam gelirleri karşısında benzer bir akıbetle karşılaşmış; bütçe kısıtlılığı nedeniyle içerik kalitesi düşmüş ve kanal oturum programlarıyla sınırlı, monoton bir yapıya bürünmüştür.

Sonuç olarak, muhafazakâr televizyon yayıncılığının yaşadığı başarısızlıklar ve dönüşümler, iki temel nedene dayanmaktadır: ekonomik sürdürülebilirliğin

sağlanamaması ve entelektüel kadro yetersizliğidir. Televizyon yayıncılığının yüksek maliyetli yapısı, muhafazakâr televizyonların reklam gelirlerine bağımlı olmasını zorunlu kılmış; ancak piyasadaki reklamların büyük çoğunluğunun muhafazakâr hassasiyetlerle uyuşmaması, bu kurumları ya finansal krizlere sürüklemiş ya da ideolojik taviz vermeye zorlamıştır. Muhafazakâr televizyonların yayıncılık ilkelerini koruyarak ayakta kalabilmesi, sadece reklam gelirlerine endeksli olmayan alternatif finansman modellerinin geliştirilmesine ve kendi zevk ve beğenilerini üretebilecek nitelikli, entelektüel bir birikimin oluşturulmasına bağlı görünmektedir. Bu eksiklikler giderilmediği sürece, muhafazakâr televizyonların etkili ve iddialı birer medya organı olarak kalıcı olması zor bir hedef olarak varlığını korumaktadır. Nitekim de şu anki güncel manzara bu şekildedir. İslami hassasiyetlerle yola çıkan ve kitlesel büyük hedefler güden kanalların kimisi liberalleşmiş ve çizgilerini tamamen terk etmiş, kimisi etkisiz, dar bir kitleye hapsolmuş kimisi de yayını tamamen durdurmak zorunda kalmıştır. Bu anlamda Kanal 7 artık ana akım medya dediğimizi seküler yayın çizgisine çok yakın bir yayın politikasıyla mevcudiyetini sürdürmektedir. TV5 Kanalı iddialarından vazgeçmiş, siyasi etiketini muhafaza ederek dar bir kitleye uydu ve internet üzerinden yayınlarına devam etmektedir. Hilal TV ise tüm çabalarına rağmen ekonomik kaynaklarını çeşitlendiremediği, yeterli kaynak üretemediği için yayınlarına son vermek zorunda kalmıştır.

KAYNAKÇA

- Açık, H. (2020). *Günümüzde Dinî Bir Akım Olarak Erenköy Cemaati ve Dinî Görüşleri* [Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Afşar, E. (2020). Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Serbest Cumhuriyet Fırkası’nın “Programları” Ekseninde Mukayesesi. *History Studies International Journal of History*, 12(4), 1351-1380. <https://doi.org/10.9737/hist.2020.881>
- Akkoca, M. (2008, Nisan 30). Camia İle Son Temaslarım. *Önce Vatan Gazetesi*.
- Akman, M. (2023). Işıkçılar Grubu ve Işıkçılık’ın Serencamı. İçinde Mustafa Sarmış (Ed.), *Türkiye’de Dini Gruplar Teorik ve Uygulamalı Araştırmalar* (ss. 241-272). Nobel Yayınları.
- Akşin, S. (2000). *Türkiye Tarihi: Çağdaş Türkiye*. Can Yayınları.
- Aktay, Y. (2000). Cumhuriyet Döneminde Din Politikaları ve Din İstismarı. *İslamiyat Dergisi*, 3(3), 37-49.
- Algar, H. (2006). Nakşibendiyye. İçinde *İslam Ansiklopedisi* (C. 32, ss. 335-342). TDV.
- Algar, H. (2020). Hüseyin Hilmi Işık. İçinde *İslam Ansiklopedisi: EK.1* (ss. 335-342). TDV. <https://islamansiklopedisi.org.tr/isik-huseyin-hilmi>
- Alpay, K. (1993). Nihat Armağan ile Hilal Dergisi Üzerine,. *Haksöz Dergisi*, (31).
- Alpbaz, M. M. (2024). Siyasi Kutuplaşma Ortamındaki TRT’nin Genel Müdürleri İsmail Cem ve Şaban Karataş’tan 1961 Anayasasına Bakışlar. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 155-174.
- Ankaralığil, N. (2024). Kuruluşundan Günümüze Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığına Yönelik Yasal Düzenlemeler. *TRT Akademi*, 9(21), 554-577. <https://doi.org/10.37679/trta.1493621>

- Aslan, N. (1992). Özel TV’de Son Durum. *İslam Dergisi*, (105).
- Atal, N., & Şimşek, E. (2006a, Eylül 20). En Büyük Nakşî Cemaati: Menzil. *Sabah Gazetesi*. <https://arsiv.sabah.com.tr/2006/09/21/gnd135.html>
- Atal, N., & Şimşek, E. (2006b, Eylül 20). Siyasetin Gözde Dergâhı İskenderpaşa Cemaati. *Sabah Gazetesi*. <https://arsiv.sabah.com.tr/2006/09/20/gun101.html>
- Atal, N., & Şimşek, E. (2006c, Eylül 20). Versaceli Erenköy Müritleri. *Sabah Gazetesi*. <https://arsiv.sabah.com.tr/2006/09/20/gun102.html>
- Atal, N., & Şimşek, E. (2006d, Eylül 21). Giyim tarzıyla öne çıkan: İSMAİLAĞA. *Sabah Gazetesi*. <https://arsiv.sabah.com.tr/2006/09/21/gnd135.html>
- Ataman, K. Y. (1992). Özel TV Konusunda Bütün Güçler Birleşmeli. *Yörünge Dergisi*, (63), 22.
- Ataş, C. (2022, Aralık 6). Holdingleşen Nakşibendi tarikati: Erenköy Cemaati. *Medyascope*. <https://medyascope.tv/2022/12/06/holdinglesen-naksibendi-tarikati-erenkoy-cemaati/>
- Atatürk, M. K. (2007). *Nutuk*. En Kitap.
- Atay, T. (2019, Mart 25). *Tayfun Atay | Reis’e İskenderpaşa viz gelir tırıs gider*. T24. <https://t24.com.tr/yazarlar/tayfun-atay/reis-e-iskenderpasa-viz-gelir-tiris-gider,22048>
- Ay, Ş. (2004). Türkiye’de Siyasal İslam. *Mevzuat Dergisi*, (83). <https://www.mevzuatdergisi.com/2004/11a/02.htm>
- Aydın, G. (2006, Eylül 10). İsmailağa camii. *Hürriyet Gazetesi*. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/ismailaga-camii-5057666>
- Aydın, F. (2018). *Geçmişten Bugüne Nakşibendilik*. Al-İbar Yayıncılık.
- Bir Televizyon Kurmak*. (2008, Ekim 26). www.hilaltv.net
- Bir ve Beraber MÜSİAD*. (2015). [Kitapçık]. MÜSİAD. https://www.musiad.org.tr/uploads/popup-1/musiad_nedir_tr_17122025.pdf

- Birand, M. A., & Yalçın, S. (2012). *The Özal: Bir Davanın Öyküsü*. Doğan Kitap.
- Bora, T. (2013). Sol-Sağ Şemasında İslâmcılık: Üçüncü Yol, Orta Yol, Milli Sağ. *Türkiye’de İslâmcılık Düşüncesi ve Hareketi Sempozyum Tebliğleri*, 514-537.
- Bozkurt, M. (2022). *Fantazmagorik Bir Mekân Olarak Twitter ve Simülatik Flaneurler: Sosyal Medyanın Kimlik ve Mekân İnşasındaki Rolü* [Doktora]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulut, F. (1997). *Tarikat Sermayesinin Yükselişi*. Doruk Yayınları.
- Cankaya, Ö. (2003). *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927 – 2000*. Yapı Kredi Yayınları.
- Canoruç, M. Ş. (2009). Anayasal Kurum Olan TRT’nin “Özerkliği”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 16-45.
- Canpolat, U. İ. (2008, Nisan 28). *Demirel’in masonluk belgesi nasıl ele geçirildi?* Haber7. <https://www.haber7.com/siyaset/haber/315720-demirel8217in-masonluk-belgesi-nasil-ele-gecirildi>
- Cemaatlerin Gerçek Lideri: Özal. (2000, Haziran 27). *Cumhuriyet Gazetesi*.
- Cemal, H. (1993, Ocak 13). Muhafazakarların TV Atağı. *Sabah Gazetesi*.
- Ceylan, İ. F. (2026, Şubat 27). *Milli Görüş Tarihi refah Partisi Dönemi – 17 – Yeni Asya-Yeni Nesil ayrılığı ANAP’ın başına Mesut Yılmaz geliyor*. Milli Gazete. <https://www.milligazete.com.tr/milli-gorus-tarihi-refah-partisi-donemi-17-yeni-asya-yeni-nesil-ayriligi-anapin-basina-mesut-yilmaz-gelior>
- Ceylan, İ. F., Gökmen, S., & Koşar, A. (1992). Müslümanların Televizyonu Ne Zaman? *Yörünge Dergisi*, (63), 7-22.
- Coşkun, M. (2007, Haziran 22). *Türkçe Ezan*. *Vakit Gazetesi*.

- Çağatay, N. (1988). Atatürk Devrimlerinin Amaçları ve Esprisi. *Belleten*, 52(204), 993-1002. <https://doi.org/10.37879/belleten.1988.993>
- Çakır, V., & Gülnar, B. (2007). Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 207-223.
- Çakmaklı, Y. (1989a). Sinema ve TV Üzerine". *İslam Dergisi*, (76).
- Çakmaklı, Y. (1989b). Sinema ve TV Üzerine. *İslam Aylık Mecmua Dergisi*, (89).
- Çakmaklı, Y. (1991a, Mayıs 12). Çakmaklı Özel Tv için Kolları Sıvadı. *Yörünge Dergisi*, (22).
- Çakmaklı, Y. (1991b, Mayıs 26). Hilal 1 TV Ne Zaman. *Ekonomist Dergisi*, (21).
- Çakmaktaşı, B. (2023). Tekke ve Zaviyelerin Kapatılmasından Sonra Türkiye Mevlevihanelerinin Durumu. *TYB Akademi*, (39), 82-109.
- Çelik, C. (2012). Göç, Kentleşme ve Din. İçinde Niyazi Akyüz & İhsan Kapcioğlu (Ed.), *Din Sosyolojisi El Kitabı* (ss. 297-306). Grafikler Yayınları. https://www.academia.edu/36630367/G%C3%B6%C3%A7_Kentleşme_ve_Din
- Çelik, K. (2024). Türkiye'de TRT'nin İktidarlarca Propaganda Aracı Olarak Kullanılması. *Journal of History School*, 16(LXV), 1598-1622. <https://doi.org/10.29228/joh.69802>
- Çetin, M. (1992). Selamün aleyküm Barmen. *Yörünge Dergisi*, (63), 14.
- Çevik, A. Ö. (2014, Aralık 19). Özal'ın Sinyaliyle Kurulan İlk Özel Televizyonlar. *Bianet*. <https://bianet.org/yazi/ozal-in-sinyaliyle-kurulan-ilk-ozel-televizyonlar-160908>
- Çokum, S. (1993, Nisan 24). TGRT Farkı. *Türkiye Gazetesi*.
- Çolak, İ. (2007). *Kuvayı İlmiye*. Nesil Yayınları.

- Deligöz, M. (2020, Mayıs 2). *Nur Talebelerinin Sesi: İhlas, Zülfikar ve Uhuvvat Gazeteleri*. <https://muzafferdeligözblogu.wordpress.com/2020/05/02/nur-talebelerinin-sesi-ihlas-zulfikar-ve-uhuvvet-gazeteleri/>
- Demirci, M. (2011). Gazi Dervişler ve Balkanlar. *Tasavvuf*, (27), 147-159.
- DİA. (1995). Muhammed Râşid Erol. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 11). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. <https://islamansiklopedisi.org.tr/erol-muhammed-rasid>
- Diriklik, S. (1992). Müslümanlar Treni Kaçırmak Üzere. *Yörünge Dergisi*, (63), 8-9.
- Diriklik, S. (1995). *Flesbeck: Sinema ve TV’de İslami Endişeler*, (C. 2). Söğüt Ofset.
- Dokuyan, S. (2021). Tekkelerin Kapatılması ve Tasfiye Süreci 1925-1938. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (98), 217-244.
- Duman, D. (1999). *Demokrasi Sürecinde Türkiye’de Muhafazakârlık*, (2. bs.). Dokuz Eylül Yayınları.
- Duman, M. Z. (2011). Turgut Özal’ın Politikalarında Ekonomik Rasyonalizm. *Sosyoloji Dergisi*, (23), 105-123.
- Duran, R. (2000). *Apoletli Medya*. Belge Yayınları.
- Dursun, S. (2024, Ekim 10). Şafak böyle söktü. *Yeni Şafak*. <https://www.yenisafak.com/hayat/safak-boyle-soktu-4649583>
- Elveda. (2001). *Akit Gazetesi*.
- Emin, F. (1993). *Turgut Özal: 1983 – 1993*. Risale Yayınları.
- Erbakan, Şimdi de İbrahim Tatlıses’in Televizyonunun Peşinde... (2003, Temmuz 17). <http://www.haberx.com/n/85515/erbakan-simdi-de-ibrahim-tatlisessin.htm>
- Erdoğan, M. (1999). Türk Politikasında Din: Türkiye’nin İslam-sız Demokrasi Arayışı. *İslamiyat Dergisi*, 2(2), 11-24.
- Erkoyuncu, Ü. (2025). 1974 CHP-MSP Koalisyonu: İdeolojik Uçların Ortak Yönetim Denemesi. *Tarih ve Gelecek*

- Dergisi*, 11(4), 749-770. <https://doi.org/10.21551/jhf.1810936>
- Ermiş, B. (2018). *Günümüz Dini Grupların Siyasetle İlişkisi (Altınoluk/Erenköy Cemaati)* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Eroğul, C. (1990). *Demokrat Parti Tarihi ve İdeolojisi*. İmge Kitabevi.
- Ersin, İ., & Yıldırım, C. (2016). Necmettin Erbakan'ın Manevi Kalkınma Söyleminin İslam Ekonomisi İçerisindeki Yeri ve Sosyal Sermaye ile Asimetrik Bilgi Konularıyla İlişkisi. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 141-158.
- Erşahin, S. (2024, Mayıs 21). *Şeyh Edebali*. <https://turk.dunyasiensiklopedisi.gov.tr/detay/1672/%C5%9Eeyh-Edebali->
- Esen, N. (2011). Necip Fazıl Kısakürek'te Dinsel Değişim. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 11(1), 129-154.
- Eygi, M. Ş. (2005). *Hiçbir işe yarayamıyorum* [Mülakat]. <https://www.biyografi.net/kisiyrinti.asp?kisiid=948>
- Fergan, E. E. (2002). *İstiklal Mahkemelerinde: Sebülürreşad'ın Romanı*. Beyan Yayınları.
- Gökmen, S. (1989, Kasım 30). Aptal Kutusu. *Zaman Gazetesi*.
- Gökmen, S. (1992). Ah bir TV kanalımız olsa. *Yörünge Dergisi*, (86).
- Gülan, A., & Coşkun, İ. (2021). *Mehmet Şevket Eygi: İstanbul Beyefendisi Müslüman Bir Müneverin Portresi*. Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Güldal, M. (2024). *Milliyetçi- Muhafazakâr Neslin Yetiştirilmesinde Bir Çatı: İlim Yayma Cemiyeti: 1951-1981* [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güler, H. (2006, Kasım 11). Hakka Tapan ve Halkı Tutan Serdengeçti. *Merhaba Gazetesi*.

- Gültekin, L. (2005, Eylül 15). Kanal 7 Böyle Kuruldu. www.8sutun.com.tr. <http://www.8sutun.com.tr/node/19915>
- Gültekin, L. (2016). *Şatafatlı Mağlubiyet*. Doğan Kitap.
- Gün, F. (2018). Eşref Edip Fergan’ın Hayatı, Eserleri ve Sırât-ı Müstakîm Sebilürreşad Mecmuası. İçinde Lütfü Sunar (Ed.), *İslam’ı Uyandırmak* (C. 2, ss. 251-265). İlem Yayınları.
- Günay, Ü., & Ecer, A. V. (1999). *Toplumsal Değişme, Tasavvuf, Tarikatlar ve Türkiye*. Erciyes Üniversitesi Yayınları.
- Gündem, M. (2007, Mart 12). Nazmiye Yılmaz: Belki, kadın şüpheciligi avantajım olmuştur. *Yeni Şafak Gazetesi*. <http://www.yenisafak.com.tr/roportaj/?t=01.07.2007&c=16&i=34359&Nazmiye/Yilmaz/Belki/kadin/suphechiligi/avantajim/olmustr>
- Gündüz, İ. (1993). İslam Televizyona Nasıl Yansımali. *Altınoluk Dergisi*, (84).
- Günebakanlı, M. (2010). *Televizyonda Görsel Tasarım ve TRT Kurumundaki Tematik Kanallardaki Uygulamalar* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güner, A. (1991). *Tarikatlar Ansiklopedisi*. Milliyet Yayınları.
- Güz, N. (1991). *Türkiye’de Basın İktidar İlişkileri: 1920-1927*. Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Habermas, J. (2003). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (Tanıl Bora & Mithat Sancar, Çev.). İletişim Yayınları.
- Hamit, Ş. (1993). TGRT Maantığı. *Yeni Yeryüzü Dergisi*, (4).
- Hamsici, M. (2024, Mart 29). *İsmailağa: Bir cemaatin anatomisi*. BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/c510v5wyrdo>
- Hilal TV, yayınlarına son veriyor. (2019, Kasım 27). Independent Türkçe. <https://www.indyturk.com/node/96706/medya/hilal-tv-yay%C4%B1nlar%C4%B1na-son-veriyor>

- Işık, M. (2023a). *Türk Siyasal Hayatında 28 Şubat Süreci Kavramlar, Olaylar, Aktörler*. Özgür Yayınları.
- Işık, M. (2023b). Türkiye’de Cemaat- Siyaset İlişkisi: İskenderpaşa Cemaati Üzerinden Bir Analiz. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 59-72. <https://doi.org/10.15182/diclesosbed.1264837>
- İhlas Holding Nereye. (1994, Kasım 7). *Yeni Şafak Gazetesi*.
- İhlas TGRT'deki hisselerini sattı. (2006, Temmuz 24). www.hurriyet.com. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/ihlas-tgrtdeki-hisselerini-satti-4804110>
- İlkiz, F. (2005, Ekim 13). *Anayasa ve RTÜK*. Bianet. <https://bianet.org/haber/anayasa-ve-rtuk-62330>
- İnce, A. (2017). Nakşîlik-Siyaset İlişkisi Bağlamında Türkiye’de Dinî Gruplar ve Milli Görüş. *Journal of Turkish Studies*, 12(Volume 12 Issue 10), 143-164. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.11972>
- İslamoğlu, M. (2003). *İslami Hareketler ve Kıyamlar Tarihi* (C. 2). Denge Yayınları.
- İsmailağa Cemaati hakkında ne biliyoruz? (2022, Haziran 23). [euronews](https://tr.euronews.com/2022/06/23/ismailaga-cemaati-hakkinda-ne-biliyoruz-mahmut-ustaosmanoglu-kimdir). <https://tr.euronews.com/2022/06/23/ismailaga-cemaati-hakkinda-ne-biliyoruz-mahmut-ustaosmanoglu-kimdir>
- Kabacıoğlu, H. (2016). *Capitalist development in Turkey and the rise of islamic capital* [Master Thesis, Middle East Technical University]. <https://open.metu.edu.tr/handle/11511/25708>
- Kaçar, F. (2020). Gelenekselliğe Dönüş Cabası: Yücel Çakmaklı ve Milli Sinema Anlayışı. İçinde İrfan Hıdıroğlu (Ed.), *Türk Sinemasında Bir Arayış: Milli/İslami Sinema*. LİTERATÜRK Akademia.
- Kampanyaya Büyük Destek. (1992, Kasım 14). *Türkiye Gazetesi*.
- Kanal 7’de hile yapıp hisselerimi uçurdular. (2003, Temmuz 31). bigpara.hurriyet.com.tr. https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/genel-haberler/kanal-7-de-hile-yapip-hisselerimi-ucurdular_ID462590/

- Kanal 7 Böyle Kurulmuş. (2005, Ekim 14). *Radikal Gazetesi*.
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=166920>
- Kanal 7 Kurumsal. (2008, Ekim 26). <https://web.archive.org/web/20120106140253/http://www.kanal7.com/kurumsal.php>
- Kanal 7’nin kuruluşu için şok iddia! (2008, Eylül 20). Haber3.
<https://www.haber3.com/medya/kanal-7nin-kurulusu-icin-sok-iddia-haberi-370405>
- Kanal 7’nin öyküsü. (2008, Eylül 30). T24. <https://t24.com.tr/politika/kanal-7nin-oykusu,9491>
- Kaplan, Y. (2004). TV5 Geliyor. *TV5 Kurumsal Tanıtım Kataloğu*.
- Kara, İ. (1993). İslam Televizyona Nasıl Yansımali. *Altınoluk Dergisi*, (84).
- Kara, M. (2006). Cumhuriyet Döneminde Tarikatlar. *Demokrasi Platformu*, (6), 1-20.
- Kara, M. (2018). *Tasavvuf ve Tarikatlar Tarihi* (15. bs.). Dergah Yayınları.
- Kara, M. (2020). Türkiye’de Tarikatların Yasaklanması ve Mahkumiyet. İ. Ç. De Jong - & Bernd Radtke (Ed.), *Doğuşundan Günümüze Tasavvufa Dair Tartışmalar On Üç Asırlık İhtilaf ve Mücadele* (ss. 491-507). Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Karahasanoğlu, M. (2000). Cuma Dergisi: Tavizsiz Çizgisinden Hiç Ayrılmadı. *Cuma Dergisi*, (501).
- Karaman, H. (1993). İslam Televizyona Nasıl Yansımali. *Altınoluk Dergisi*, (84).
- Karataş, Ş. (1992). Türk ve İslam dünyasına sesleneceğiz. *Yörünge Dergisi*, (63), 11.
- Karpat, K. (2017). *Kısa Türkiye Tarihi*. Timaş Yayınları.
- Kaya, M. A. (2021, Şubat 21). *Nurcuların Gazeteleri*. Yeni Asya. https://www.yeniasya.com.tr/m-ali-kaya/nurcularin-gazeteleri_322211

- Kejanlioğlu, D. B. (1998). *Türkiye’de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye’de Radyo Televizyon Yayıncılığı* [Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keloğlu İşler, E. (2007). Demokrat Parti’nin Halkla İlişkiler Yönetimi | Başkanlık Referandumu Paneli. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (24), 111-128.
- Kılıç, A. R. (2017). *Din-Devlet İlişkisi Açısından Menzil Cemaati Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, M. (2017). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Dinin Denetlenmesi ve Muhafaza Meselesi. *Tarihin Peşinde: Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmaları Dergisi*, IX(18), 295-317.
- Kırkıncı, M. (2021, Aralık 20). *Yeni Asya Gazetesinin Çıkarılmaya Başlanması – Mehmed Kırkinci Hocaefendi*. <https://mehmedkirkinci.com/yeni-asya-gazetesinin-cikarilmaya-baslanmasi.html>
- Kıvrak, E. (2020). Milli Nizam Partisi: Tarihsel ve Kuramsal Bir Değerlendirme. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 6(12), 133-153. <https://doi.org/10.25306/skad.689268>
- Kızıлтаş, E. (2019, Temmuz 14). Mehmed Şevket Eygi.... *Takvim Gazetesi*.
- Kızmaz, Z., & Çevik, M. (2016). Madde Bağımlılığıyla Mücadelede İnanç Odaklı Yaklaşım: Kardelen Rehabilitasyon Merkezi Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 313-336. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.346941>
- Kongar, E. (2001). 21. Yüzyılda Türkiye (29. bs.). Remzi Kitabevi.
- Köroğlu, A. (2020). *Türkiye’de İslamcı Söylemin Oluşumunda Tercümelerin Etkisi (1960-1990)* [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kurtoğlu, Z. (2005). Türkiye’de İslâmcılık Düşüncesi ve Siyaset. *İçinde Modern Türkiye’de Siyasal Düşünce: İslamcılık* (C. 6, ss. 201-216). İletişim Yayınları.
- Kurucumuz Enver Ören. (t.y.). Geliş tarihi 06 Temmuz 2026, gönderen <https://ihlas.com.tr/kurucumuz-enver-oren-2>
- Küçük, R. (1993). İslam Televizyona Nasıl Yansımali. *Altınoluk Dergisi*, (84).
- Millî Gazete’de Neler Olup Bitiyor. (1986). *Girişim Dergisi*, (8).
- MTM Medya Takip Merkezi TV Verileri (06 Ağustos 2007 – 12 Ağustos 2007). (22.082007). Medya Takip Merkezi. <http://www.medyatakip.com/?bolum=istatistikler>
- Murat, E. (2006). Necip Fazıl’ın Büyük Doğu’su. *Anadolu Gençlik Dergisi*, (76).
- Muslu, İ. (2021, Kasım 6). *En Güzel Arkadaşlar... Ortadoğu Gazetesi*. <https://www.ortadogugazetesi.com/kose-yazisi/29656/en-guzel-arkadaslar>
- MÜSİAD | Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği. (2026). <https://www.musiad.org.tr/icerik/misyon-ve-283>
- Neyin Bayramı. (1992). *Yörünge Dergisi*, (81), 22.
- Ocak, A. Y. (2013). *Türkler, Türkiye ve İslam*,. İletişim Yayınları.
- Öngören, M. T. (1989, Kasım 15). Aile Filmi. *Milliyet Sanat Dergisi*.
- Önkibar, S. (2019). *Takkeli Firavunlar ve Büyük Siyasi Sırlar*. Kırmızı Kedi Yayınları.
- Öz, E. (2015). Yasak Bir Hafızayla Yüzleşmek: Menemen Olayı İrtica mı, Komplo mu ? *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 0(5). <https://doi.org/10.16947/fsmiad.74718>
- Öz, S. (2013). *Çok Ortaklı Şirketlerin Dini ve Toplumsal Temelleri (Yimpaş örneği): 232 y.* [Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi]. (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi). <https://kutuphane.isam.org.tr/detayilhtez.php?navdi1=tr&tidno=18566>

- Özcan, S. (2016). Seyyid Muhammed Râşid Erol'un Hayatı ve Tasavvufi Etkisi. *Şarkiyat*, 8(2), 765-784.
- Özel Haber. (2008, Ocak 17). *Enver Ören'in Dünyü Bugünü*. www.ensonhaber.com.
<http://www.ensonhaber.com/Gundem/104307/Enver-Orenin-dunu-bugunu.html>
- Özer, Y. (1992, Kasım 16). TGRT'ye Destek Büyüyor. *Türkiye Gazetesi*.
- Özfatura, M. N. (1992, Kasım 29). Televizyonun Önemi. *Türkiye Gazetesi*.
- Özgürel, A. (2001, Şubat 27). Tarikat Cemaat Devlet: Maneviyattan Ticarete. *Radikal Gazetesi*.
- Özköse, K. (2016). Mevlânâ Hâlid-İ Bağdâdî'nin Tasavvufi Görüşleri. İçinde Abdulcebbar Kavak (Ed.), *Mevlana Halid-i Bağdadi ve Osmanlı Toplumunda Halidilik Bildiriler Kitabı* (ss. 25-60). https://isamveri.org/pdfdrgr/D241847/2012/2016_OZKOSEK.pdf
- Öztürk, O. (1992, Şubat 2). "Perşembe'nin Gelişi, Yörünge Dergisi, Sayı: 63, 2 Şubat 1992.. *Yörünge Dergisi*, (63).
- Öztürk, S. (2022). Türk Siyasî Tarihinde Medya Ve Siyaset İlişkileri Üzerine Bir İnceleme: 12 Mart'tan 28 Şubat'a. *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 10(52), 9-33.
- Saka, A. (2025). XIX ve XX. Yüzyıllarda Osmanlı Devleti'nde Siyasal Yaşama Tasavvufi Hareketlerin Etkisi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 13(46), 69-97. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1681736>
- Salihoglu, M. L. (2013, Haziran 18). *Bâbîlî'de yeni bir soluk: İttihad gazetesi*. YENİ ASYA. https://www.yeniasya.com.tr/m-latif-salihoglu/babiali-de-yeni-bir-soluk-ittihad-gazetesi_211573
- Sarı, G. (2017). Türkiye'de Özel Televizyon Yayıncılığının Gelişimi Ve Medyanın Mülkiyet Yapısı. *Ulağbilge*, 5(18), 2087-2096.
- Sarıbay, A. Y. (1985). *Türkiye'de Modernleşme Din ve Parti Politikası: MSP Örnek Olayı*. Alan Yayıncılık.

- Sayarı, B. (1978). Türkiye’de Dinin Denetim İşlevi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, (33), 173-185.
- Selek, F. (2025). *Türkiye Gazetesinin Gelişimi ve Türk Medyasındaki Yeri* [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Semercioğlu, C. (1991, Mayıs 2). “Hilal’li geceler”, TV’de 7 Gong Der-gisi, 5.Haziran 1991. 7 Gong Dergisi, (22).
- Sevinç, F. (1989). Evlerimizin masum çehreli diktatörleri. *Kadın ve Aile Dergisi*, (53).
- Seyhan, R. (1983). Üstad’ı Anlamak. *Mavera Dergisi*, VII(80,81,82,)), 64-68.
- Sitembölükbaşı, Ş. (1995). *Türkiye’de İslam’ın Yeniden İnkişafı (1950-1960)*,. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Sönmez, M. (2006, Ocak 5). *Medyanın 2005 Bilançosu ve 2006*. http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=4264
- SP’nin de bir televizyonu oldu... (2003, Ağustos 18). *Milliyet*. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/spnin-de-bir-televizyonu-oldu-5159588>
- Şahin, E., & Selek, N. (2021). Yenilenen Kurumsal Marka İmajının Reklamlar Aracılığı ile Tüketiciye Aktarılması: Petlas Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 24(1), 288-306. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.902625>
- Şen, A. (1991a, Haziran 8). Yanlış Kulvarda Yarış”,. *Zaman Gazetesi*.
- Şen, A. (1991b, Ağustos 10). Hilal’siz Gecelere Tahammülümüz Yok. *Zaman Gazetesi*.
- Şen, A. (1992a). *Hilali Beklerken*. Ajans Cemre Yayıncılık.
- Şen, A. (1992b). Özel TV Konusunda Geç Kalıyoruz. *Yörünge Dergisi*, (63), 16.
- Şeyhanlıoğlu, H. (2019). Demokrat Parti Döneminde Türkiye’de Kültürel Faaliyetler (1946-1960). *Journal Of History And Future*, 6(4), 1369-1384. <https://doi.org/10.21551/jhf.831072>

- Talü, M. (1992). Özel TV Kesin Çözüm Değil. *Yörünge Dergisi*, (63), 16.
- Tanrısever, M. (1992). TV'nin Yolu Sinemadan Geçer. *Yörünge Dergisi*, (63), 13.
- Taşdiken, M. (1992). Yapacaklarımızın Ölçüsü Yaptıklarımızsa İyimser Değilim. *Yörünge Dergisi*, (63), 19.
- Taşgetiren, A. (1992a). Müslümanlar Her Olaya Geriden Başlıyor. *Yörünge Dergisi*, (63), 20.
- Taşgetiren, A. (1992b, Şubat 2). Müslümanlar Her Olaya Geriden Başlıyorlar. *Yörünge Dergisi*, (63).
- Taştan, A. (2021). Dini Sosyal Kimliğin İnşası: İsmail Ağa Cemaati Örneği. *İctimaiyat*, 5(2), 445-460. <https://doi.org/10.33709/ictimaiyat.909667>
- Taşyürek. (1995). *İslam'ın Sisli Yılları*. İhtar Yayıncılık.
- Tekin, M. (2006). Işıkcılık. *Demokrasi Platformu*, 2(7), 47-64.
- Tekin, M. (2017). Işıkcılık, Bir Dönüşümün Hikayesi. *Yakın Doğu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 81-96.
- Tosun, N. (2007). Mehmet Sami Ramazanoğlu. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 34). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. <https://islamansiklopedisi.org.tr/ramazanoglu-mahmut-sami>
- Tosun, R. (1992). TV, dağıtım, anket ve hamle üstüne hamle. *Yörünge Dergisi*, (63), 2.
- Tuğluca, M. (2014). Osmanlı Hukukunun Yeniden Üretiminde Balkan Fetihleri ve İstimâlet Politikası. *Studies of The Ottoman Domain (Osmanlı Hakimiyet Sahası Çalışmaları)*, 4(6), 21-38.
- Tutal, B. (2021). Kamu Yayıncılığı Bağlamında Meteorolojinin Sesi Radyosu. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 350-362. <https://doi.org/10.52835/19maysbd.885183>
- Türkmen, T. (2011). *Demokratik Toplumun Oluşumunda Medyanın Rolü [Yüksek Lisans Tezi]*. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Uçakan, M. (1992). Asıl Problem Özel TV kurulduktan Sonra Başlayacaktır. *Yörünge Dergisi*, (63), 15.
- Www.millethaber.com. (2005). [www.millethaber.com. http://www.millethaber.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6142&Itemid=31](http://www.millethaber.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6142&Itemid=31)
- Yakışır, G. (2019). *İletişim ve Propaganda Teknikleri Açısından Dini Gruplar* [Yüksek Lisans Tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yayın Dünyası. (1993). *Değişim Dergisi*, (8).
- Yener, T. (1993, Haziran 5). TGRT ve Çeşitlemeler. *Oskar TV Dergisi*, (35).
- Yılmaz, K. Y. (1995). Esad Erbili. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 11, ss. 348-349). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. <https://islamansiklopedisi.org.tr/esad-erbili>
- Yılmaz, Ö., & Yıldız, U. (2005, Eylül 17). Nakşi gruplar: Menzil ve İskenderpaşa. *Sabah Gazetesi*. <https://arsiv.sabah.com.tr/2005/10/17/gun110.html>
- Yiğit, A., Yiğit, Ö., Tekin, C., Gökner, Ş., & Daşkın, Y. (2023). 28 Şubat Postmodern Darbe Süreci ve Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 10. <https://doi.org/10.46868/atdd.2023.586>
- Yılmaz, Ö. (2020). Anadolu Millî Mücadele Hareketine Tekke ve Tarikat Şeyhlerinin Katkıları. *Journal of Analytic Divinity*, 4(2), 148-165. <https://doi.org/10.46595/jad.795447>
38. Kuruluş Yıldönümü. (2008, Nisan 22). *Türkiye Gazetesi*. 2709 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 133 üncü Maddesinin Değiştirilmesi İle İlgili Kanun, 3913 360 (1993).