



# ICES-2019

## 2<sup>nd</sup> International Congress On New Horizons In Education And Social Sciences



June 18-19  
2019

## ISTANBUL / TURKEY



[www.ibadcongresses.org](http://www.ibadcongresses.org)

ORGANIZED BY



[ibadcongresses.org](http://ibadcongresses.org)

&

2<sup>nd</sup> International Congress On New Horizons In Education and Social Sciences (ICES-2019)  
Abstracts

June 18-19, 2019 – Istanbul, TURKEY



**Publisher**

ASOS Publishing

Çaydaçıra Mah. Hacı Ömer Bilginoğlu Cad.

No: 67/2-4

MERKEZ/ELAZIĞ – TURKEY

ISBN: 978-605-7602-57-2

**Publishing Date:** July 15, 2019

**Editor**

Dr. Hayrullah KAHYA

**CITATION:** 2<sup>nd</sup> International Congress On New Horizons In Education and Social Sciences (ICES-2019) Abstracts

June 18-19, 2019 – Istanbul, TURKEY

© 2019 All Rights Reserved

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned. Nothing from this publication may be translated, reproduced, stored in a computerized system or published in any form or in any manner, including, but not limited to electronic, mechanical, reprographic or photographic, without prior written permission from the publisher [www.ibadcongresses.org](http://www.ibadcongresses.org) contact at [ibadconferences@gmail.com](mailto:ibadconferences@gmail.com). The individual contributions in this publication and any liabilities arising from them remain the responsibility of the authors. The publisher is not responsible for possible damages, which could be a result of content derived from this publication.

Yazıların hukuki ve etik sorumluluğu yazarlarına aittir.

## Yabancı Medya Yatırımlarının Türkiye'nin Medya Ekonomisine Etkileri: Yabancı Medya Yatırımcısı Beka Sorunu mu? Ekonomiye Katkı mı?

### KEYNOTE

Mihalis (Michael) Kuyucu<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi  
\*Corresponding author: michaelkuyucu@gmail.com

#### Abstract

Yabancı ülkelerin pazarlarına giriş yollarından biri olan doğrudan yabancı sermaye yatırımları; işletmelerin uluslararasılaşmasının ileri bir aşamasıdır. Çok farklı şekillerde tanımlanabilecek yabancı yatırım genel bir değerlendirmeye bir ülkenin karşılığını değişik şekillerde ilerde ödenmek üzere başka ülkelerden kısa sürede ekonomik gücüne ekleyebileceği mali ve teknolojik kaynaklardır. Türkiye yıllardır coğrafi anlamda sahip olduğu jeopolitik stratejik konum nedeniyle yabancı ülkelerin ilgi odağı olmuştur. Anadolu topraklarının Asya ile Avrupa arasındaki geçiş coğrafyası ve tarihi İpek Yolunun da en stratejik noktası olan Türkiye hem ekonomik hem de politik anlamda yabancı sermaye için önemli bir pozisyona sahiptir. Bu stratejik konumunun yanı sıra genç nüfusu ve sosyolojik yapısı ile de önemli bir pazar olarak yine yabancı sermaye piyasalarının ilgisini çekmektedir. Dördüncü kuvvet olarak adlandırılan medyanın Türkiye'ye olan ilgili özellikle iki bin onlu yıllarda artmıştır. Türkiye'de ilk yabancı medya yatırımlarında 1970'li yıllara kadar gitmek mümkündür. 12 Mart 1971 Muhtırasının ardından ABD ile yapılan ikili anlaşmalar uyarınca Türkiye'de yayın yapmaya başlayan Amerikan radyolarını bu alandaki ilk örnek olarak görmek mümkündür. Gerçek anlamda Türk medyasına yapılan yabancı sermaye yatırımlarını ise 1999'da Time Warner ile Doğan Medya'nın ortak girişimiyle kurulan CNNTurk, ülkemizdeki yabancı bir medya kuruluşuyla ortak kurulan ilk televizyon kanalı olmuştur. Bu dönemden sonra Türkiye'ye yatırım yapan yabancı medya yatırımcı sayısında gözle görülen bir artış yaşanmıştır. 2019 yılına geldiğimizde Türkiye'de yatırım yapan yabancı medya işletmeleri ABD, Rusya, Çin, Katar, İngiltere, Almanya gibi küresel dünya düzenince önemli rol oynayan ülkelere ait medya işletmeleridir. Yabancı sermayeli medyanın Türkiye'ye olan ilgisi beraberinde bazı konuları da tartışmaya açmıştır. Medyanın ekonomik politikğine yabancı medyanın katkısı için ekonomik anlamda medya ekonomisine katma değer getirdiğini savunurken, yabancı medyanın Türkiye'nin haber alma konusunda toplumu manipüle ettiğine dair sakıncalarını da dile getirmektedir. Bugün Türkiye'de yabancı medya sahiplik yapısı hukuki anlamda sınırlandırılmıştır. Yabancı medya yatırımcısı Türk medyasına yatırım yaparken o medya işletmesinin en fazla yüzde 50 oranında sahibi olabilmektedir. Kalan diğer yüzde ellilik hissenin bir Türk yatırımcıya ait olması gerekmektedir. Bu kanuni koşulu yabancı medya yatırımcıları bir engel olarak görürken, yabancı medyanın ulusallaşmaya tehdit olduğunu savunanlar bir gereklilik olarak görmektedir. Bu çerçevede Türkiye'de yabancı medya yatırımları hem Türkiye'nin ekonomisine hem de Türk medyasının ekonomik yapısına bir avantaj mı yoksa ülke medyası ve yapısına yönelik bir beka sorunu mudur konusu da tartışılan konular arasına girmiştir. Bu çalışmada Türkiye'de yabancı sermayeli medya yatırımlarının tarihsel boyutta analizleri yapılmış ve yabancı medyanın Türkiye'ye olan ilgisinin artış oranları betimlenmiştir. Bu artan ilginin Türk toplumu tarafından nasıl karşılandığı, Türkiye'de gençlerin yabancı medya sahipliğine nasıl baktıkları araştırılmış ve konu hem ekonomik hem de politik anlamda analiz edilmiştir.

**Keywords:** Medya, Medya Ekonomisi, Yabancı Medya, Yabancı Sermaye, Türkiye