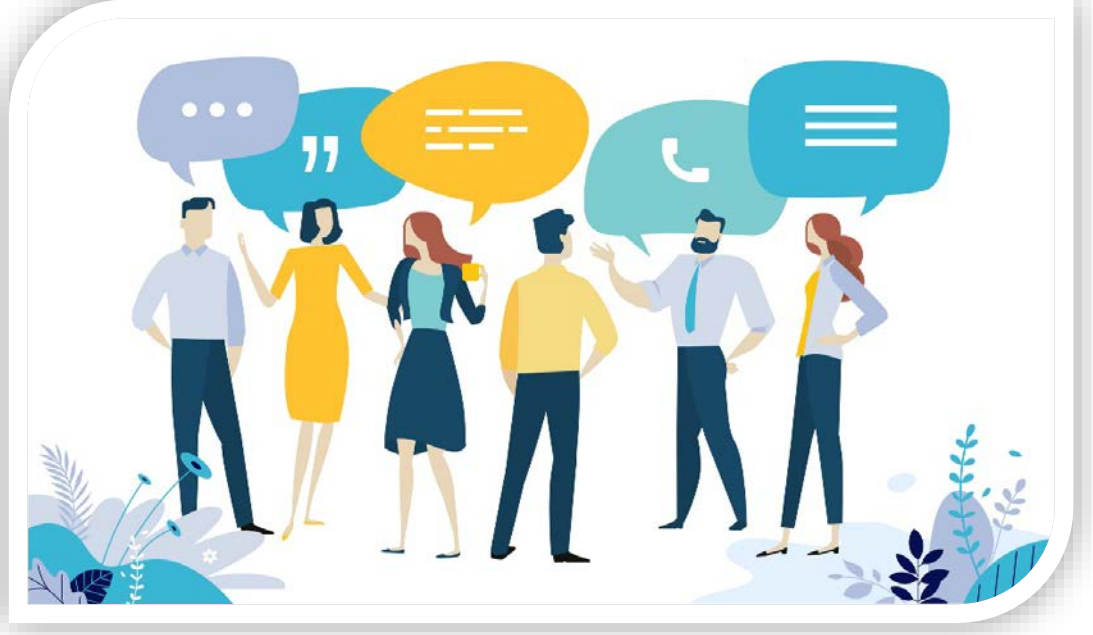


8th INTERNATIONAL
"COMMUNICATION IN THE NEW WORLD" Congress

JULY 1-3, 2022
ADIYAMAN, TURKEY



CONGRESS
PROCEEDINGS BOOK

Edited by
Assoc. Prof. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Assoc. Prof. Dr. Çiğdem TANYEL BAŞAR

ISBN 978-625-8323-38-2



8th INTERNATIONAL "COMMUNICATION IN THE NEW WORLD" Congress

1-3 July 2022
Adiyaman, TURKEY

PROCEEDINGS BOOK

Edited by
Assoc. Prof. Dr. Hasan ÇİFTÇİ
Assoc. Prof. Dr. Çiğdem TANYEL BAŞAR

All rights of this book belong to IKSAD GLOBAL.
Without permission can't be duplicate or copied. Authors of
chapters are responsible both ethically and juridically.

IKSAD Publications - 2022 ©

Issued: 12.07.2022

ISBN: 978-625-8323-38-2

RADYO İŞLETMELERİNİN LİSANSLARINA GÖRE REKLAM HARCAMALARINDAN ALDIĞI PAY VE YEREL RADYOLARIN REKLAM SORUNSALININ ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ

THE SHARE OF ADVERTISING EXPENDATURES OF RADIO ENTERPRISES ACCORDING TO THEIR LICENCES AND A MODEL SUGGESTION FOR SOLVING THE ADVERTISING PROBLEM OF LOCAL RADIOS

Doç. Dr. Mihalis Kuyucu

Alanya HEP Üniversitesi

ORCID ID: 0000-0002-1931-6844

ÖZET

Türkiye’de radyo kanallarının lisansları erişimlerine göre üç farklı tipe verilmektedir. Lisans başvurusunda bulunan radyo işletmeleri yayın yaptığı coğrafi alanlara göre RTÜK’ten yerel, bölgesel ve ulusal radyo lisansları almaktadır. Pandemi öncesi resmi verilerine göre Türkiye’de faaliyette bulunan toplam 858 radyo işletmesinin 32 tanesi ulusal lisansa sahiptir (Ratem,2019). Ulusal lisansa sahip olan radyo kanalları Türkiye’de radyo mecrasının reklam harcamalarından aldığı pay yaklaşık yüzde yetmiştir. Kalan yüzde otuzluk dilim ise yerel ve bölgesel lisanslara sahip radyo kanalları tarafından paylaşılmaktadır. Bu durum, Türkiye’de yerel ve bölgesel lisanslara sahip radyo işletmelerinin ekonomik yapısını olumsuz etkilemektedir. Radyo mecrasında yerel ve bölgesel radyoların reklam harcamalarından az pay alması bu işletmelerin ekonomik zorluklar yaşamasına neden olmaktadır. Yerel ve bölgesel radyo kanallarının ayakta kalmasında en büyük tehlike olan reklam gelirlerinin düşük olması yerel ve bölgesel lisanslı radyo kanallarında ekonomik bir sorunsal yaratmıştır. Bu konuda RATEM başta olmak üzere değişik sivil toplum kuruluşları birtakım çalışmalarda bulunsa da uzun yıllardır yaşanan yerel ve bölgesel radyo kanallarının reklam sorunsalına bir çözüm bulunamamaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren radyo kanallarının lisanslarına göre reklam harcamalarından aldıkları pay üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada yerel ve bölgesel lisansa sahip radyo işletmelerinin uzun yıllardır çok düşük seviyelerde kaldığı betimlenmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde ise ekonomik sorunlar yaşayan yerel ve bölgesel lisanslı radyo kanallarının bu sorunsalının çözülmesinde etkili olacak bir lisanslama modeli önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Radyo, RTÜK, Radyo Lisans, Reklam, Radyo Ekonomisi

ABSTRACT

The licenses of radio channels in Turkey are given in three different types according to their Access. Radio companies applying for licenses obtain local, regional and national radio licenses from RTÜK according to the geographical areas they broadcast. According to the pre-pandemic official data, 32 of the 858 radio enterprises operating in Turkey have national licenses. The share of radio media in advertising expenditures in Turkey is about seven percent for national licensed radios. The remaining thirty percent is shared by radio channels with local and regional licenses. This situation affects negatively the economic structure of radio enterprises with local and regional licenses in Turkey. The low share of local and regional radios in advertising expenditures in the radio channel causes these enterprises to experience economic difficulties. Low advertising revenue, which is the biggest threat to the survival of local and regional radio channels, has created an economic problem. Although various non-governmental organizations, especially RATEM, have been working on this issue, there is no solution to the advertising problem of local and regional radio channels, which has been experienced for many years. In this study, a research was conducted on the share of radio channels operating in Turkey from advertising expenditures according to their licenses. In the research, it is described that radio enterprises with local and regional licenses have remained at very low levels for many years. In the conclusion part of the research, a licensing model has been proposed that will be

effective in solving this problem of local and regional licensed radio channels' economic problems.

Key Words: Radio, RTÜK, Radio License, Advertising, Radio Economy

GİRİŞ

1982 Anayasası'nın 26/1. Maddesinde düzenlenen düşünce ve kanaatleri açıklama ve yayma hakkında belirtildiği gibi *"Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü; radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir."*

Anayasa'nın 26/1. Maddesinde de düzenlendiği gibi radyo ve televizyon vasıtasıyla gerçekleştirilen iletişim özgürlüğü, basın yayın özgürlüğünün aksine izne tabidir. Bu düzenlemeden hareketle mülga 3984 Sayılı Kanun'un 16. Maddesinde¹ görsel ve işitsel yayınların izin sistemine tabi tutulması benimsenmiştir. 3984 Sayılı Kanun'un yürürlükten kaldırılması ile 15.02.2011 Tarih ve 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun yürürlüğe alınmış ve ilgili kanunda izin sistemi aynen benimsenmiştir. İlgili kanunun 27. Maddesinde Yayın Lisansı Türleri, Süresi ve Devir üst başlığı altında yayın lisansı konusu düzenlenmiştir (TBMM,2011).

15.02.2011 Tarih ve 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu m. 2/4 fıkrası uyarınca *"Türkiye'ye ait uydular üzerinden Türkçe olarak Türkiye'ye yönelik yayın yapan veya yayın dili Türkçe olmamakla birlikte Türkiye'ye yönelik ticari iletişim yayınlarına yer veren yayın kuruluşları, bu maddenin diğer fıkralarına bakılmaksızın Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında kabul edilir. Bu kuruluşların da Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki kuruluşlar gibi Üst Kuruldan yayın lisansı alması zorunludur."* Dolayısıyla ulusal ya da uluslararası medya kuruluşlarının Türkiye Cumhuriyeti devletinin yargı yetkisi altında olması nedeniyle RTÜK'ten yayın lisansı alması gerekmektedir.

Yayın Lisansı ise aynı kanunun m. 4/(hh) fıkrasında *"Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, bu Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmelik ve diğer düzenlemelerde belirtilen şartları haiz oldukları takdirde kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan her türlü teknoloji ile yayın yapabilmeleri için her bir yayın türü, tekniği ve ortamına ilişkin olarak ayrı ayrı olmak üzere Üst Kurulca verilen izin belgesi"* olarak tanımlanmıştır.

Kanun'un 6/1. Maddesinde belirtildiği gibi medya hizmet sağlayıcısı, bağı ve hesap verebilirliğini düzenlemektedir. Yayın içeriği ve yayınlanmasına müdahale edilemeyeceği veya yayın öncesi denetlenmeyeceği düzenlenmiştir. Dolayısıyla televizyon ve radyo yayınlarının içeriklerinin ve programların ön denetime tabi tutulmayacağı düzenlenmiş, her ne kadar yayın yapabilmek lisans alımı yolu ile izne tabi tutulsa da editoryal bağımsızlık garanti altına alınmıştır. Bununla birlikte kuruluşlar, yayınlarının haksız çıkar sağlamak amacıyla kullanılmamasını sağlamak zorundadır (m. 6/3). Yayıncılar, ticari iletişim ve üçüncü şahıslar tarafından üretilenler de dahil olmak üzere yayınlarının içeriğinden ve sunumundan sorumludur (m. 6/4).

RADO KANALLARINDA LİSANSLAMA

Radyo kanallarının yayın yapabilmesi için RTÜK'ten yayın lisansı alması gerektiğine yönelik hüküm doğrultusunda radyo kanalları, yayın yapacakları her ortam için ayrı ayrı olmak üzere RTÜK'ten lisans almak zorundadır. Bu nedenle uydu lisansı, kablolu yayın lisansı, mevcut yayını internet üzerinden de yayınlamak için lisans ve yalnızca internet ortamından lisans olmak üzere farklı lisans türleri mevcuttur. Ancak tüm lisans türleri için süreç aynı şekilde işlemektedir.

Hangi ortamdan olursa olsun, yayıncılık için lisans alınması temel olarak iki aşamadan oluşmaktadır.

¹ 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nun diğer hükümleri saklı kalmak kaydıyla, kamu ve tüm özel radyo ve televizyon kuruluşlarına kanal ve frekans bandı tahsis ile yayın izni ve lisansı vermek ve bu tahsis ve izni iptal etmek yetkisi, münhasıran Üst Kurula aittir.

İlk aşamada idari ve mali, ikinci aşamada ise teknik ve mali yeterlilikler değerlendirilmektedir. RTÜK'e lisans başvurusuna dair verilen dilekçe ve ilişkili belgelerin, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığında ilgili uzman personel tarafından incelenmesi neticesinde idari ve mali yeterlilikleri sağlayan kuruluşların lisans talepleri Üst Kurul onayına sunulmaktadır. Üst Kuruldan ilk onayın çıkması halinde kuruluşa teknik denetim talebinde bulunması ve lisans ücretine ilişkin ödemenin yapılması gerektiği bildirilmektedir. Bu aşamada lisans ücretinin taksitle ödenecek olması halinde ilk taksit ödemesinin yapılması ve dokuz taksit tutarındaki teminat mektubu ve teyit yazısının Üst Kurula sunulması gerekmektedir. Lisans ücretinin peşin olarak ödenmesi halinde ise teminat mektubu ve teyit yazısı şartı aranmaz. Teknik denetim sonucu düzenlenen raporun olumlu olması ve lisans ücretine ilişkin ödeme ile teminat mektubunun teyit edilmesi halinde kuruluşun lisans talebi tekrar Üst Kurul onayına sunulur. Üst Kuruldan ikinci onayın çıkması durumunda yayın lisansı alınmış olunur.

İnternet ortamından yayın sürecinde ise kuruluşun yayın lisansının olup olmaması ve mevcut yayınlarını internet ortamından sunup sunmayacakları konusu belirleyici olmaktadır. Medya kuruluşları, diğer ortamlardaki yayınlarını internet üzerinden de sunmak istediğinde dahi lisans almak durumundadır. Ayrıca yine diğer ortamlardaki yayınlarının haricinde internet üzerinden de yayın sunabilmek için lisans alımı zorunludur. Diğer ortamlardan yayın lisansı bulunan medya kuruluşları, ister mevcut yayınlarını internet üzerinden sunmak, isterse mevcut yayınları dışında internet ortamından yayın sunmak için, lisans süreleri ile sınırlı olmak, yayınlarını sunacakları URL adresi ve/veya yayınlarının iletimini gerçekleştirecek platform işletmecisini Üst Kurula bildirmek ve Üst Kuruldan lisans almak kaydıyla yayınlarını internet ortamından da sunabilirler.

Öte yandan diğer ortamlardan (uydu, kablolu ve/veya karasal) yayın lisansı bulunmayan kuruluşların 01.02.2019 tarihinde yürürlüğe giren İnternet'te Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Hizmetlerin İletimi Hakkında Yönetmelik uyarınca internet yayınlarına ilişkin olarak RTÜK'ten lisans alması zorunlu hale gelmiştir. İlgili yönetmeliğe göre internette radyo iletimi sağlamak için lisans isteyen radyo kuruluşlarının İnternet-RD yayın lisansını alması gerekmektedir.

Tüm medya kuruluşları gibi radyo kanalları da yayın yapabilmek için RTÜK'ten lisans almak zorundadır. Bunun içinde lisans başvurusunda bulunurken birtakım belgelerin toplanması gerekmektedir. Radyo kuruluşları lisans başvurusunda bulunurken:

1. Üst Kurul'a hitap eden bir dilekçe ile yayın lisans başvuru formu
2. Kuruluş ana sözleşmesinin ve ortaklık yapısının gösterildiği Ticaret Sicili Gazetesi örneği,
3. Şirketi temsile yetkili kişiye ait yetki belgesi, ortakların ve yönetim kurulu üyelerinin vatandaşlık numaraları, ikametgâh ve adli sicil kayıtları, yabancı uyruklular için noter onaylı pasaport örneği,
4. Radyo kuruluşlarının yayınlarında kullanacağı çağrı işareti adına ait yönetim kurulu kararı,
5. Verilmesi öngörülen program hizmetlerinin içeriği, genel yayın planı ve program yayın saatleri hakkında bilgiler, teknik altyapı hizmetine ilişkin bilgiler, satın alınmış ve/veya kiralanmış olan tesis, araç, gereç ve hizmetlerine ilişkin bilgileri başvurusunda sunmak zorundadır.

Yayın lisansı verilen bir anonim şirketinin ortakları arasında ya da üçüncü bir kişi ya da tüzel kişiliğe hisse devri, bir başka medya hizmet sağlayıcı şirkete devri, başka bir medya hizmet sağlayıcı şirketle birleşmesi ya da bölünmesi veya kısmi bölünmesi mümkündür. Ancak otuz gün içinde Üst Kurul'a bildirmek gereklidir ve Üst Kurul iznine tabidir.

Yayın lisansının devri ise karasal yayın lisansı olmamak kaydıyla mümkündür. Karasal radyo yayın lisansı devredilemez. Yayın faaliyetine devam etmeme kararı alan kuruluş, lisansını RTÜK'e iade eder. Karasal yayın dışındaki ortamlar için yayın lisanslarının devri için ise Üst Kurul'dan alacağı ilişiksizlik yazısı, vergi ve SGK borcu olmadığına dair güncel tarihli belgeler, yayın lisansının devrine ilişkin yönetim kurulu kararı, noter onaylı devir sözleşmesini, yayın lisansını devralacak kuruluş ise başvuru belgelerine ek olarak devreden şirketle mutabık kalındığını belgeleyen noter onaylı devir sözleşmesini RTÜK'e sunmak zorundadır.

Yayın lisansı verilmesi için kanunda aranan şartlardan birinin kaybedilmesi halinde medya kuruluşuna

şartları yeniden yerine getirmesi için 30 günlük süre tanınır. Verilen sürede şartı yerine getiremeyen kuruluşların yayımları üç aylığına durdurulur. Bu sürenin sonunda halen şartlar yerine getirilmediyse yayın lisansı iptal edilir. Aynı zamanda iflas, tüzel kişiliğin sona ermesi veya mahkeme tarafından yayın izninin iptali halinde yayın lisansı iptal edilir. Yayın lisansı olmasına rağmen lisans tipi dışında yayın yapan kuruluşlar uyarılır, uyarıya rağmen devam eden kuruluşlar, Kanun'un 33/1. Maddesi uyarınca bir yıldan iki yıla kadar hapis, bin günden beş bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

Radyo işletmeleri aldıkları lisans karşılığında RTÜK'e bir para ödemek zorundadır. İlgili mevzuat² uyarınca uydu, kablolu ve internet yayın lisans ücretleri ile yayın iletim yetkilendirme ücretleri ile verici tesis ve işletim şirketi yayın iletim yetkilendirme ücreti Hazine ve Maliye Bakanlığınca her yıl ilan edilen yeniden değerlendirme oranı kadar artırılarak, Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanmakta ve takip eden ocak ayı başından itibaren uygulanarak, geçerli olan tarifeye ve Kanununun 42. maddesine göre tahsil edilmektedir. 2021 yılı için değerlendirme oranı, %36,20 olarak belirlenmiş olup radyo istasyonlarının ödemesi gereken lisans ücretleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Ortam	Kuruluş Tipi	10 Yıllık Uydu Lisansı Ücreti	1 Yıllık Yayın Yetkilendirme Ücreti
Uydu		67.991 TL	
	Platform işletmecileri için		323.686 TL+ (Abone sayısı x 1,294674)
	Altyapı işletmecileri için		809.185 TL
Kablolu	Nüfusu 1 milyondan az olan tek il için	6.490 TL	
	Nüfusu 1 milyondan fazla olan tek il için	9.738 TL	
	Çok il yönelik yayın yapan	67.991 TL	
	Platform işletmecileri için		323.686 TL+ (Abone sayısı x 1,294674)
	Altyapı işletmecileri için		809.185 TL
İnternet		18.217 TL	182.168 TL

Tablo 1. Radyo İstasyonlarının Lisans Ücretleri (RTÜK , 2022b)

Uydu veya kablo ortamından radyo yayın hizmeti vermek isteyen radyo kuruluşlarının stüdyo merkezleri; birinde kumanda masası, diğerinde ise program yapım ve kayıt cihazlarının bulunduğu en az iki yalıtımlı bölümden oluşmalıdır. Yerel lisans tipinde radyo yayın hizmeti verecek kuruluşlar ise bunun yerine çok amaçlı tek bir stüdyo kullanabilirler. Radyo stüdyolarında kullanılan donanım, yazılım ve teçhizat genel olarak güncel teknolojiye, ilgili ulusal ve uluslararası standartlara uygun olmalıdır. Ayrıca aşağıda belirtilen cihazlar ve donanım yerine amaçlanan işlevleri yerine getirmek ve teknolojik gelişmeye uygun olmak şartıyla ayrı ayrı ya da birleşik olarak en az bunlara eşdeğer teknik kalitede başka cihaz ve sistemler kullanılabilir. Buna göre bir stüdyo merkezinde aşağıdaki teçhizatlar bulunmalıdır (RTÜK, 2022).

- 1) Yayın amaçlı ses mikseri
- 2) Kaydedici ve okuyucu cihazlar
- 3) Yayın dönüşünü dinlemek için FM radyo alıcısı
- 4) Telefon Hibrit Ünitesi

² Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uydu Yayın Yönetmeliği ile Kablolu Yayın Yönetmeliğinin 8/3, 14/3 ve 14/4 maddeleri, Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmeliğinin 12/5 ve 15/4 maddeleri ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Verici Tesis ve İşletim Şirketi ile Multipleks İşletmecileri Hakkında Yönetmeliğinin 24/1 ve 24/2 maddeleri

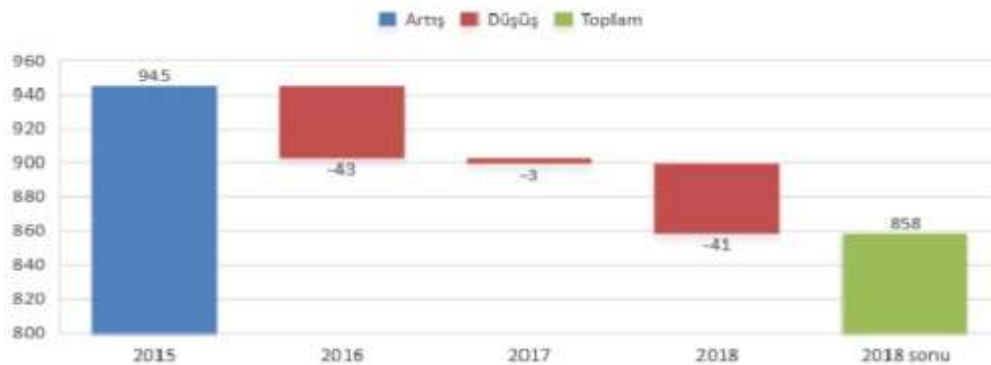
- 5) Telsiz İnterkom Sistemi
- 6) Yüksek kaliteli mikrofonlar
- 7) Stüdyo kalitesinde dinleme hoparlörleri
- 8) Yayın devamlılığını sağlayacak güçte kesintisiz güç kaynağı ve jeneratör
- 9) RTÜK kayıt cihazı

RADYO MECRASINDA LİSANS TÜRLERİ

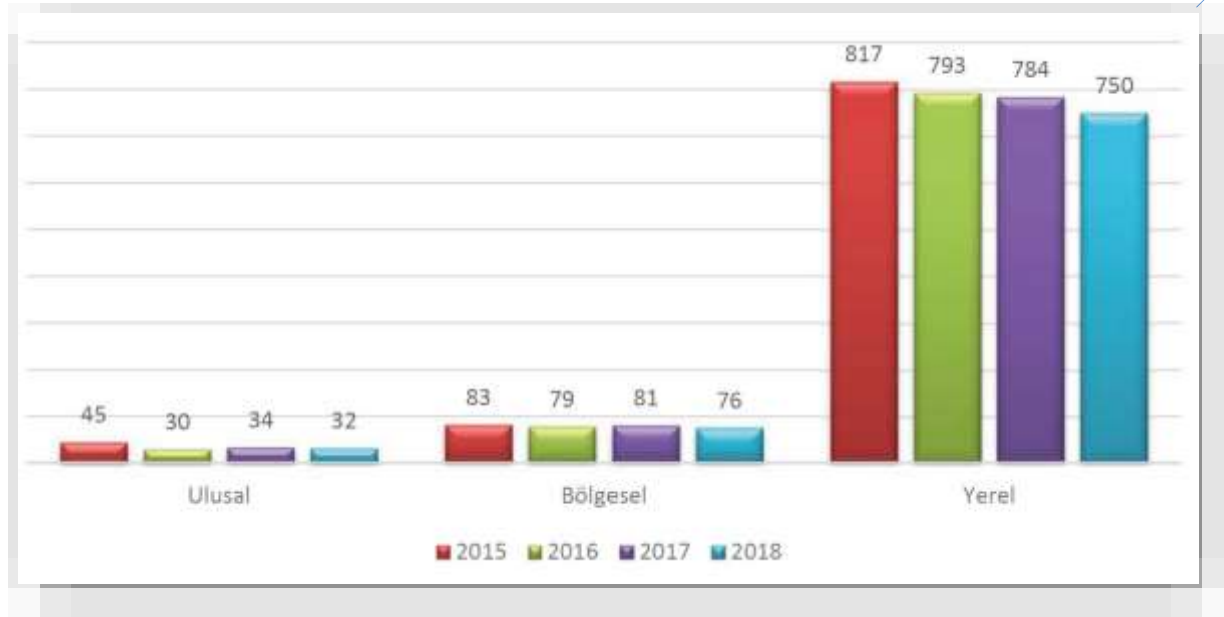
Türkiye’de karasal radyo yayıncılığı yapmak isteyen bir radyo kanalının yayın yapacağı coğrafyaya göre üç lisans tipinden birini almak zorundadır. Eğer radyo kanalı sadece bir tek il ve onun sınırları içinde yayın yapacaksa o zaman “R3” yerel lisans almak zorundadır. Eğer bir bölgede yayın yapmak istiyorsa “R2” bölgesel ve ulusal yayın yapmak istiyorsa “R1” ulusal radyo lisansı almak zorundadır. Ulusal radyo lisans alan radyo kanalları en az üç farklı bölgede (Örnek: Marmara Bölgesi -Ege Bölgesi-Akdeniz Bölgesi) yayın yapmak zorundadır.

Türkiye’de 2010 yılında 35 ulusal (R1), 99 bölgesel (R2) ve 1078 yerel (R3) lisanslı toplam 1212 radyo lisansı ile karasal yayın yapan radyo kanalı faaliyet gösterirken (Rekabet Kurulu ,2010), bu sayı 2014 yılında toplam 1059’a düşmüştür. RTÜK’ün 2014 yılında açıkladığı Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu’nda 38 ulusal (R1), 99 bölgesel (R2) ve 922 yerel (R3) lisanslı radyo kanalının olduğu belirtilmiştir (RTÜK,2014). Bu veride yerel lisansa sahip radyo kanallarının dört yıllık bir süre içinde 1059’dan 922’ye gerilediği görülmektedir

2018 yılına gelindiğinde radyo piyasasında faaliyet gösteren radyo işletmesindeki azalma eğilimi devam etmiştir. Lisanslı radyo sayısı 2015 yılından 2018 yılına kadar geçen süreçte toplamda 87 adet azalmıştır. 31.12.2018 itibariyle Türkiye’de 858 adet karasal yayın yapan FM radyo işletmesi bulunduğu açıklanmıştır (Ratem, 2019). 2020 yılına gelindiğinde ise pandemi öncesinde 32 ulusal (R1), 76 bölgesel (R2) ve 750 yerel (R3) lisanslı radyo sayısı faaliyet göstermekteydi (Bianet,2022).



Şekil 1. Türkiye’de Yayın Yapan Lisanslı Radyo Kanal Sayısında Yaşanan Değişim (2015-2018) (Ratem,2019)



Şekil 2. 2015-2018 Yıllarında Faaliyet Gösteren Karasal Lisans Sahibi Radyo Kanal Sayısında Yaşanan Değişim (Ratem, 2018).

Günümüzde Türkiye’de radyo mecrasında en yaygın olan yayın tipi karasal ve internet radyo yayıncılığıdır. Ancak sayısı az da olsa kablo yayın lisansına ve uydu lisansına sahip kanallar vardır. Mayıs 2022 itibariyle kablo yayın lisansına sahip olan 15 radyo istasyonu bulunmaktadır. (RTÜK, 2022c). Uydu yayın lisansına sahip radyo sayısı 113’tür (RTÜK, 2022d).

Dijital yayıncılıkta yaşanan gelişmeler internet aracılığı ile yayın yapan radyo kanallarının da sayıca artmasına neden olmuştur. RTÜK 2018 yılından itibaren internet aracılığı ile yayın yapan internet (web) radyolarına da lisans alma zorunluluğu getirmiştir. 2022 yılının ilk yarısı itibariyle İnternet ortamından yayın yapan (İnternet-RD Lisansı) ve lisansı olan 638 radyo kuruluşu bulunmaktadır (RTÜK, 2022a).

Radyo İşletmelerinin Lisansların Göre Reklam Harcamalarından Aldığı Pay

Yapılan pek çok sektörel ve akademik araştırmada yerel lisansla yayın yapan radyo kanallarının en büyük sorununun reklam verenin ilgisini çekememeleri ve buna bağlı olarak yaşadıkları ekonomik sorunlar olduğu görülmektedir.

Altunbaş (2003) yaptığı araştırmada yerel radyoların en büyük sorununu “radyo reklam dağıtımını yapan ajans ve şirketlerin yerel radyoları önemsememesi” olarak tespit etmiştir. Benzer bir şekilde Kuyucu (2014) ‘da araştırmada yerel radyoların yaşadığı en önemli sorununun “reklam alamama” ve buna bağlı ortaya çıkan ekonomik sorunların olduğuna vurgu yapmıştır.

Radyo kanallarının tek gelir kaynağı reklam yatırımlarından aldığı paydır. Bu reklam yatırımları spot reklam, sponsorluk, advertoriyal gibi alt türlere ayrılmaktadır. Radyo işletmeleri reklam olarak ticari varlıklarını sürdürmek zorundadırlar. Ülkemizde medya holdinglerine bağlı birer işletme olarak faaliyet gösteren radyo işletmeleri ile patronajları medya dışında iş alanlarına yatırım yapan iş insanları olan radyo işletmelerinin reklamlara olan bağımlılıkları daha düşüktür. Türkiye’de özellikle ulusal lisansa sahip (R1) radyo işletmelerinin genelde medya holdinglerine bağlı faaliyet gösterdiği görülmektedir. Medya dışında farklı bir alana yatırımı olmadan faaliyet gösteren tek radyo grubu Number One Fm ve Number One Türk FM’dir. Ancak bu iki ulusal radyo lisansına sahip kanal da bünyesinde birer televizyon kanalı barındırmakta ve grup olarak faaliyet göstermektedir. Medya grubuna veya holdinglere bağlı olmadan faaliyet gösteren ulusal lisanslı radyo kanallarına baktığımızda bunların çok az sayıda olduğunu görmekteyiz. Kafa Radyo, CRI TÜRK, Radyo Seymen gibi ulusal yayın radyo kanalları herhangi bir holdinge bağlı olmadan yayın yapmaktadır. Ancak bu işletmeleri de finanse eden güçlü arka planlar vardır. Mesela CRI TÜRK adlı radyo kanalı Çin Devleti tarafından finanse edilmekte, Kafa Radyo ise bünyesinde dergiler barındıran bir şirkete bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Kafa

Radyo ayrıca Koç Holding'ten rutin olarak finansal destek amaçlı reklam ve sponsorluk anlaşmaları yapmaktadır.

Radyo mecrasının reklam harcamalarından aldıkları pay incelendiğinde 2000li yıllar boyunca reklam harcamalarından ulusal lisansa sahip radyo işletmelerinin, diğerlerine göre çok daha yüksek oranda pay aldıkları görülmektedir.

Yıl	Ulusal (R1) Pay (%)	Bölgesel (R2) Pay %	(Yerel (R3) Pay %
2004	70	11	19
2005	67	12	20
2006	71	11	18
2007	70	11	19
2008	69	11	20
2009	71	12	17
2010	73	12	16
2014	71	14	15
2015	72,6	13	14,3
2016	72,7	13,1	13,6
2017	70,3	14,1	14,8
2018	69,0	15,3	15,7

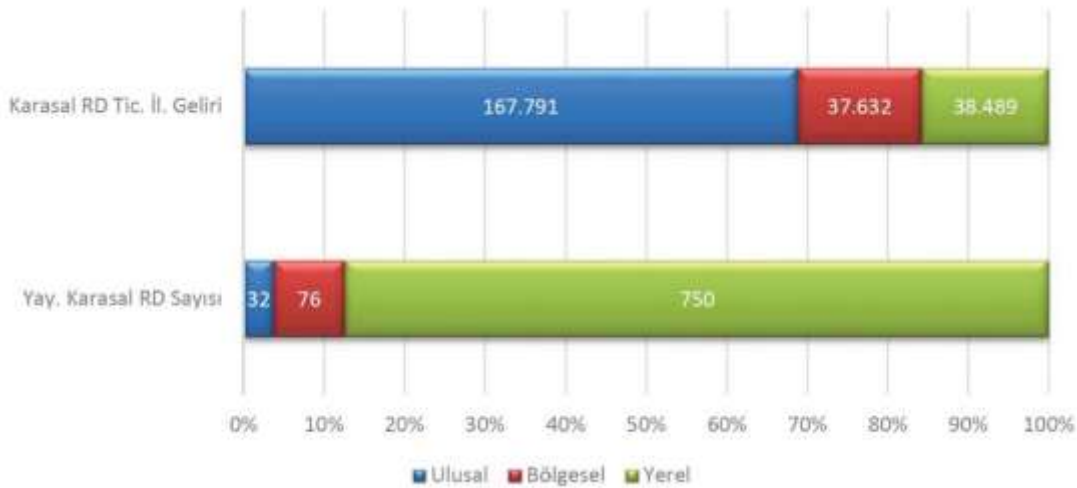
Tablo 2. Lisansların Göre Radyo İşletmelerinin Reklam Harcamalarından Aldıkları Pay (2004-2018)
Kaynak: (Sözeri ve Güney,2011) , (Ratem 2018) , (RTÜK,2018)

RD LİSANS TÜRÜ	ADET	ORAN	GELİR TL	ORAN
ULUSAL	38	3%	140.537.378,78	71%
BÖLGESEL	99	9%	28.102.503,42	14%
YEREL	922	80%	29.191.106,46	15%
UYDU	92	8%	283.846,00	0,1%
KABLOLU	4			
TOPLAM	1155	100%	198.114.834,66	100%

Tablo 3. 2014 Yılında Lisanslara Göre Faaliyet Gösteren Radyo Sayısı ve Reklam Harcamalarından Aldıkları Pay (Ratem, 2014)

Tablo 3'te radyoların lisans türü bazında reklam harcamalarından aldığı pay gösterilmiştir. Bu verilere göre, toplam içinde sadece %3 oranında bir ağırlığa sahip olan ulusal radyoların ticari reklam geliri %71,14 ağırlığındadır. Bir başka önemli nokta ise, %3 oranındaki ulusal radyoların toplam gelirden aldığı %71 ağırlığındaki gelirin %58'inin sadece 5 medya grubu tarafından paylaşılıyor olmasıdır. Diğer yandan, %80 oranında bir yoğunluğa sahip olan yerel radyoların gelirleri ise toplamın %15'i ile sınırlıdır. %9 oranında bir ağırlığa sahip olan bölgesel radyoların gelirdeki ağırlığı da %14'tür (Ratem,2014:14).

2018 yılı sonunda yayında olan ulusal frekanslı radyolar, toplam radyo sayısının yalnızca %3,7'sini oluştururken reklam harcamalarından aldıkları payın %68,8'ine sahip olmuştur. Adet olarak %8,9 paya sahip olan bölgesel radyo işletmeleri reklam harcamalarından %15,4 pay almıştır. Sayısı 750 olan yerel lisanslı radyo işletmeleri ise adet olarak toplam radyo sayısının %87,4'üne denk gelmekte, ancak reklam harcamalarından aldıkları pay %15,8 olmuştur.



Şekil 3. 2018 Yılında Radyo İşletmelerinin Lisans Sayıları ile Reklam Harcamalarından Aldıkları Pay Arasındaki Oran (RTÜK,2018).



Şekil 4. 2015-2018 Yılları Arasında Lisans Türüne Göre Radyo İşletmesine Düşen Reklam Harcama (Bin TL) (RTÜK, 2018).

Radyo mecrasında faaliyet gösteren yerel radyo lisanslı işletmelerinin sayıca çok olması ve reklam pastasından aldıkları toplam payın düşük olması radyo başına düşen yıllık ortalama gelirinin de düşük olmasına neden olmuştur. 2018 yılında bir yerel radyonun reklam harcamalarından aldığı pay yıllık ortalama 51 bin TL iken bir ulusal radyo kanalının reklam harcamalarından aldığı pay yıllık yaklaşık 5 milyon 243 bin TL olmuştur. Bu durum özellikle yerel radyoların aleyhine olan bir ekonomik tablonun doğmasına neden olmuştur. Yıllık ortalama 51 bin lira ciro yapan bir yerel radyonun kendini ekonomik anlamda ikame etmesi nerdeyse imkansızdır. Personel istihdamı, teknik giderler, lisanslama ücretleri ve vergiler hesaplandığında yerel radyolarının sektörden paylarına düşen bu düşük ciro ile ayakta kalabilmesi nerdeyse imkansız hale gelmiştir. Bu konu ile ilgili dönem dönem sektör çalışanları da açıklamalarda bulunarak yerel radyo lisansına sahip radyo işletmelerin yaşadığı ekonomik sorunlara vurgu yapmıştır.

Kanal 7 Medya Gurubu Planlama ve Teknik Daire Başkanı Muzaffer Şafak 2021 yılının temmuz ayında yaptığı açıklamada dijital dönüşüm neticesinde sayısı gitgide artan dijital radyoların ve Türkiye’de sayısal karasal radyo yayıncılığının henüz başlamamış olmasının radyo mecrasının ekonomik yapısı üzerine olumsuz etki ettiğini belirtmiştir. Şafak (Haber7,2021):

Yaklaşık olarak bir bölge ya da ile yayın yapan radyo sayısı ortalama 30 ile 100 adet arasındadır. Bu sayılara internet üzerinden yapılan lisanslı ya da olmayan radyo sayılarını ilave edersek çıkan toplam sayının büyüklüğü şaşırtıcı olacaktır. Bu durum özellikle reklam gelir paylaşımının tahammül edilemez seviyeye çıkaracağı görülecektir. Sanıyoruz Radyo sektörünü bölgesel ve yerel yayıncılar için zor günler bekleyecek. Ulusal radyolar bu zorluklarla reklam gelirlerinin kabul edilebilir seviyede olmasıyla tahammül edebilmektedir. Radyo yayınlarının devamı elbette vaz geçilmez olmalıdır. Olağanüstü zamanlarda haberleşmenin bilgi iletiminin en kolay ve pratik yolu radyo kuruluşları ve onların işlettiği vericilerdir. Bu şekilde geniş kitlelerin bilgilendirilmeleri kolay ve hızlı olacaktır. Bu bile radyoların devamı için geçerli ve önemli bir neden olacaktır. Bu konuda ekonomik desteğin ve özendiriminin ilgili regülasyonlar ve devlet tarafından sağlanması, sübvansiyon edilmesi radyo kuruluşlarına nefes aldirabilecektir.”

Yerel ve bölgesel lisansa sahip radyo kanallarının reklam harcamalarından aldıkları payın düşük olmasının en büyük nedeni bu radyoların yayın yaptığı coğrafyalarda yayın yapan, büyük sermayeli İstanbul merkezli ulusal lisanslı radyo kanallarının da bulunmasıdır. Bu kanalların neredeyse tamamı bir medya holdingine bağlı yüksek sermayelerle yayın yaparak rekabetçi avantajlar elde etmektedir. Finansal açıdan daha az sorunu olan ulusal radyo kanalları sahip oldukları bu rekabetçi avantajı yatırımlarına da yansıtmaktadır. Bir yandan yüksek yatırıma sahip, medya holdinglerinden finansal destek alan ulusal radyo kanalları diğer yandan ise finansal zorluklar içinde faaliyet gösteren yerel ve bölgesel radyo kanallarından oluşan radyo pazarı eşit olmayan rekabet koşullarına da ev sahipliği etmektedir.

Türkiye’de medya sahipliği ile ilgili yapılan kanuni düzenlemelerde rekabet yasası radyo ve televizyon sahipliğini coğrafi erişime göre değil işletmelerin sahip olduğu ciroya göre uygulanmaktadır. 7 Haziran 2001 tarihinde TBBM’de kabul edilen ve yürürlüğe giren 4676 nolu radyo ve televizyon kuruluş ve yayınları yasasının 29. maddesinin d ve e bendi radyo ve televizyon sahipliği ile ilgili “Üst Kurul tarafından düzenlenecek yönetmeliğe uygun olarak her yıl yapılacak yıllık ortalama izlenme oranı ölçümlerine göre yıllık ortalama izlenme veya dinlenme oranı % 20’yi geçen bir televizyon veya radyo kuruluşunda bir gerçek veya tüzel kişinin veya bir sermaye grubunun sermaye payı % 50’yi geçemez. Gerçek kişinin hisselerinin hesaplanmasında üçüncü derece dahil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî husumlara ait hisseler de aynı kişiye aitmiş gibi hesaplanır.” demektedir.

Medya sahipliği yasasının kapsamının sadece dinlenme oranlarına göre uyarlanması radyo mecrasının faaliyet içinde bulunduğu rekabette adil olmayan bu yapının ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Yerel lisanslı radyo kanallarının içinde bulunduğu bu ekonomik darboğazdan kurtulabilmesi için ekonomik anlamda gelişmesi gerekmektedir. Bu ekonomik gelişme ya direkt devlet sübvansiyonu ile ya da medya sahipliğinin ilgili kanununda yapılacak değişikliklerle yapılabilir.

Yerel lisansa sahip yerel radyoların devletten alabileceği sübvansiyonlar arasında müzik telif ödemelerinde muaf tutulması, vergi indirimleri, kamu spotlarının ücretli yayınlanması ve benzeri uygulamalar yer alabilir. Bu konuda RATEM 2021 yılında, yıllardır radyo kanallarında ücretsiz yayınlanan kamu spotlarının bedeli karşılığında yayınlanmasını talep etmiş ve kendilerine verilen sözün yerine getirilmesini talep etmiştir (Ratem,2021).

Yazılı basın mecrası devletten gelen resmi ilanlardan para alırken, radyo ve televizyon kanallarının kamu spotlarını hiçbir bedel almadan yayınlamak zorunda olması yerel ve bölgesel lisanslı radyo kanallarının olası bir katma değer gelirden mahrum bırakmaktadır. Devletin yerel lisanslı radyo kanallarına yapabileceği sübvansiyonlar arasında kamu spotların yayınlarına yönelik bir reklam bütçesi sunması da yer almalıdır.

Devlet sübvansiyonları sağlansa bile ortaya çıkacak ek gelir yerel ve bölgesel lisanslı radyo kanallarının ekonomik kalkınmasına büyük bir katkı sağlayamayacaktır. Bu işletmelerin ekonomik bir kalkınma yaşayabilmesi için reklam pastasından aldıkları payın daha yüksek olması gerekmektedir. Bunun içinde yaklaşık yüzde 70 olan ulusal lisanslı (R1) radyo kanallarının reklam harcamalarından aldığı payın yerel ve bölgesel lisanslı radyo kanallarına kayması gerekmektedir.

Bunun için yapılması gereken iki farklı uygulamadan bahsedilebilir. Birincisi reklam ajansları ve reklam

müşterilerine radyo mecrasına reklam verirken belirli oranda bir reklam bütçesini yerel lisanslı radyolara ayırmasına yönelik bir yasanın çıkartılmasıdır. Böyle bir yasa reklam harcamalarının ulusal lisanslı radyo kanallarından yerel lisanslı radyo kanallarının payına geçmesine katkıda bulunabilir. Ancak bunu birtakım çevreler “piyasaya müdahale” olarak adlandırabilir. Kendi özgür iradesiyle en yararlı olacağını düşündüğü mecraaya reklam veren reklam verenin böyle bir uygulamaya zorlanması liberal yönetimlerin pek tercih etmek istemeyeceği bir uygulama olacaktır.

Bu konuda önerilecek ikinci model ise, medya sahiplik yasasında yapılacak bir revizyon olacaktır. Radyo ve televizyon kanal sahipliğinde yeni bir uygulamaya gidilerek ulusal lisanslı karasal radyo yayıncılığını sadece kamu medyasının yapması ve mevcutta faaliyet gösteren ulusal lisanslı (R1) radyo kanallarının bölgesel (R2) lisansla yayın yapması olacaktır. Ulusal karasal radyo yayıncılığının kamu medyası TRT’ye bırakılması hem kamusal yayıncılığının teşvik edilmesi adına hem de her bölgenin kendi radyo işletmelerini güçlendirmesi adına avantaj olacaktır. İstanbul merkezli medyanın kontrol ve denetiminde olan 2019 yılı verilerine göre sayısı 32 olan ulusal lisanslı (R1) radyo kanalı ile yeniden iletim yasasının getirdiği boşluklarla RTÜK’ten aldıkları ek erişim yayın hakkına sahip radyo kanallarının sadece bölgesel yayın yapması kısa vadede radyo pazarında ortaya çıkan olumsuz rekabetçi pazarın eşit rekabetli bir pazara dönüşmesine katkıda bulunacaktır. Ayrıca yeniden iletim yasasının da ortaya çıkarttığı suiistimallerin yerel radyo yayıncılığının aleyhine sonuçlar çıkartması nedeniyle tamamen kaldırılması ve radyoların yeniden iletim yasasını kullanarak yayın yapmalarının yasaklanması da gerekmektedir.

Söz konusu modelin uygulanmasının radyo ve Türkiye ekonomisine olası katkıları ise aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- Ulusal radyo yayıncılığının kamu medyasının kontrol ve denetimine verilmesi kamusal yayıncılığın teşviki açısından avantaj olacaktır. Kamu medyasının gerek içerik üretiminde gerekse reklam politikasında sosyal devlet anlayışına göre bir strateji yürütmesi sektörde özel sermayeye sahip radyo işletmelerinin kendi aralarında eşit koşullarda rekabet etmesinin önünü açacaktır.
- Ulusal lisansla yayın yapan radyo kanallarının sadece bölgesel yayın yapması durumunda Türkiye’nin Marmara Bölgesi dışında kalan bölge ve coğrafyalarını da domine eden İstanbul merkezli karasal radyo yayıncılığının yerini söz konusu coğrafyaya ait yerel karasal radyo yayıncılığı alacaktır. Bunun sonucunda yerel radyo lisansına sahip olan radyo işletmelerinin yatırım yapması ve kendi coğrafyalarından dinleyici kazanarak reklam alma fırsatına sahip olacaktır.
- Söz konusu model, yerel coğrafyalarda medya ve iletişim sektöründe yetişmiş personelin istihdamına katkıda bulunacağı gibi medya istihdamının radyo ayağının istihdamına da olumlu yönde etki edecektir. Medya sektöründe çalışmak isteyenlerin İstanbul merkezli medyaya yığılmasının önüne geçecek ve işitsel medyada istihdam olanakları tüm ülkeye eşit oranda dağıtacaktır.
- İstanbul merkezli medyaya bağlı faaliyet gösteren ulusal radyo kanallarının ana akım yayıncılığı ön plana getirmesi yerel coğrafyaların da ihmal edilmesine neden olmaktadır. Yerel coğrafyalarda faaliyet gösteren radyo kanalları bu yasa sayesinde yerel motiflere dokunan ve dolayısıyla yerel kültürle içiçe bir yayıncılık yaparak yerel değerlerin de yaşatılmasında katkıda bulunacaktır.

SONUÇ

Türkiye’de özel sermayeli radyo yayıncılığı doksanlı yılların başında başlamıştır. Özel radyo yayıncılığının başlaması ile birlikte pazarda faaliyet gösteren radyo sayısında artış gözlenmiştir. Özel radyo kanallarının frekansları hiçbir lisans almadan kendi isteklerine göre gelişi güzel almaları ortaya resmi olmayan lisanssız bir radyo yayıncılık pazarının çıkmasına neden olmuştur. Yıllardır yapılacağı söylenen ama bir türlü yapılamayan radyo lisans ihalesi işitsel medya pazarında çok ciddi sorunları da beraberinde getirmiştir.

Lisans ihalesinin yapılmaması ortaya sayısı bini geçen korsan faaliyet gösteren radyo kanalının çıkmasına neden olmuştur. İki binli yıllarda geçici lisansla faaliyet göstermeye başlayan radyo kanallarının 2022 yılına geldiğimizde hala bir frekans yasası olmadan RTÜK’ün onlara tahsis ettiği geçici lisanslarla yayın yapması Türkiye’nin işitsel medyanın sahip olduğu çarpık pazarın ortaya

çıkmasında başrolü oynamaktadır.

Medyada doksanlı yıllarda başlayan holdingleşme İstanbul merkezli büyük sermayeli bir medya atmosferinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Medya sahiplik yasasının Avrupa'nın pek çok gelişmiş ülkesinin aksine daha yüzeysel kalması neticesinde medya pazarında eşit koşullar içermeyen bir pazar yapısı ortaya çıkmıştır. Medya Türkiye'de İstanbul merkezli ve holdinglere bağlı bir yapıya dönüşmüş ve bir holdinge bağlı olmayan medya işletmelerinin ekonomik anlamda ayakta kalması nerdeyse imkânsız hale gelmiştir. Bu koşulların dışında kalan ve İstanbul dışında faaliyet gösteren radyo kanalları rekabetçi bir dezavantaj içinde oldukları için ekonomik anlamda zor günler geçirmeye başlamıştır. Bu ekonomik zorluk 2000 yılından itibaren hemen hemen her yıl yayınlanan reklam harcamalarından radyo kanallarının lisansların göre aldıkları payda da kendisini göstermektedir.

Günümüzde Türkiye'de sayısı 800'ün üstünde olan yerel (geçici) lisansla yayın yapan radyo kanalı olmasına rağmen, bu radyo kanalları reklam harcamalarından sadece yüzde 15 oranında bir pay almaktadır. Benzer biri şekilde bölgesel lisansla yayın yapan radyo kanallarının reklam harcamalarından aldığı pay yüzde 15 civarında iken İstanbul merkezli holding medyasının sahip olduğu ulusal lisanslı radyo kanallarının reklam harcamalarından aldığı pay yüzde 70 civarında olması ortaya eşit koşullardan uzak rekabetçi yönü olmayan bir radyo pazarının çıkmasına neden olmuştur. Bu durum hem işitsel medyayı büyük sermayeli iş insanlarının kontrol ve denetimi altına almakta hem de yerel motiflerle ait olduğu coğrafyalarda yayın yapan radyo kanallarının kendi coğrafyalarına istihdam, kültür ve ekonomik anlamda destek olamamalarına neden olmaktadır.

Yerel radyo yayıncılığının ekonomik anlamda güçlendirilmesi için kamunun bazı yeni uygulamalara gitmesi gerekmektedir. Bu çalışmada kamunun biri sübvansiyon diğeri ise medya sahiplik yasasında yapılacak değişikliklerle, radyo pazarının eşit koşullara sahip bir rekabetçi pazara dönüşmesi adına bir model önerisinde bulunulmuştur. Devletin yerel radyo işletmelerinin gider kalemleri arasında yer alan telif ödemeleri, vergiler gibi ödemelerde indirim sağlaması, uzun yıllardır bedava yayınladıkları kamu spotlarına bir reklam bedeli ödenmesi devlet sübvansiyonlarına örnek olacaktır.

Yerel radyo işletmelerinin ekonomik anlamda güçlendirilmesinde en önemli rolü reklam harcamalarından aldıkları pay oynamaktadır. Şu an reklam harcamalarından yüzde 70 pay alan İstanbul Holding medyasına ait radyo kanallarının aksine yerel radyo kanallarının yüzde 15 pay almasının önüne geçilmesi için İstanbul holding medyasına bağlı yayın yapan ulusal frekanslı radyo kanalının bölgesel lisansla yayın yapması, yeniden iletim yasasının suiistimaliyle ortaya çıkan korsan ulusal radyo kanallarının bu yasanın iptaliyle kapatılması radyo piyasasında eşit bir rekabetçi yapı oluşturacaktır. Ulusal radyo yayıncılığının sadece kamu medyası olan TRT tarafından yapılması ve ticari radyo yayıncılığının bölgesel ve yerel lisanslı erişimlerle yapılmasına yönelik çıkarılacak bir yasa, Türkiye'de İstanbul dışında kalan coğrafyalara hem ekonomik hem de kültürel bir katkı sağlayabileceği gibi can çekişen yerel radyo işletmelerinin de reklam harcamalarından aldığı payda artış yaşamasına ve daha aktif hale gelmesine neden olacaktır.

KAYNAKLAR

Altunbaş H. (2003). Başlangıçtan Günümüze Radyo ve Radyo Reklamcılığı, Türkiye'de Yerel Radyo İstasyonlarının Reklam Aracı Olarak Kullanılışı Sorunları ve Model Önerisi. Anadolu Üniversitesi S.B.E. Reklam ve Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı Doktora Tezi. Eskişehir.

Bianet (2022). Media Ownership Monitor Türkiye. <https://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/radyo/> Erişim Tarihi: 24.06.2022.

Kuyucu, M. (2014). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Yerel Radyo İşletmelerinin Sorunları ve Yerel Radyo İşletmelerinde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı. The Journal of Academic Social Science Asos Journal, 1(5), 62-79.

Ratem (2014). 2014 Yılı Radyo Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu. Ratem Yayınları: İstanbul.

Ratem (2018). Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu – 2018. Ratem Yayınları: İstanbul.

- Ratem (2019). Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu -2019. Ratem Yayınları: İstanbul.
- Ratem (2021). Ratem’den Kamu Spotlarına Ücretlendirme Talebi. <https://ratem.org/ratem-39-den-kamu-spotlarına-ucretlendirme-talebi-301> Erişim Tarihi: 01.06.2022.
- Rekabet Kurulu (2010). 10-22/303-111 nolu Rekabet Kurulu kararı,11.03.2010.
- RTÜK (2014). Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu (2014), RTÜK Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı, Ankara, 2014.
- RTÜK (2018). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu – İdari ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı; 2018 Yılı Faaliyet Raporu, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu – Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı
- RTÜK. (2022a). <https://www.rtuk.gov.tr/internet-ortamından-yayın-izni-olan-kuruluslar-rd-tv-ibyh/1759>
- RTÜK. (2022b). <https://www.rtuk.gov.tr/internet-yayın-lisansı-olan-kuruluslar-listesi-rd-tv-ibyh/1758>
- RTÜK. (2022c). <https://www.rtuk.gov.tr/kablo-yayın-lisansı-olan-kuruluslar-listesi-rd-tv/1761>
- RTÜK. (2022d). <https://www.rtuk.gov.tr/uydu-yayın-lisansı-olan-kuruluslar-listesi-rd->
- Sözeri , C & Güney , Z. (2011) . Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi. Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı Yayınları. ISBN 978-605-5832-77-3
- TBMM (211). 15.02.2011 Tarih ve 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun