

## RUSYA'DA TV YAYINCILIĞI VE ULUSAL TV KANALLARININ İNTERNET SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ<sup>1</sup>

### TV BROADCASTING IN RUSSIA AND WEBSITE CONTENT ANALYSIS OF THE NATIONAL TV CHANNELS

*Yavuz Ercan GÜL<sup>1</sup>, Cevit YAVUZ<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *KTMÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Doktora Programı Öğrencisi  
Bişkek / Kırgızistan*

<sup>2</sup> *Ordu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Öğretim Üyesi Ordu / Türkiye*

**Öz:** SSCB'nin kültür ve teknoloji mirasçısı konumunda bulunan Rusya Federasyonu'nun içerisinde bugün birçok medya holdingleri bulunmaktadır. Bunlar devlet, özel ve yarı özel olarak birbirinden ayrılmaktadırlar. Bu holdinglerin sahip oldukları televizyon kanalları Rusya'nın neredeyse tamamına yayın yapmaktadırlar. Televizyon kanalları arasında özellikle devlete ait olanlar en çok izlenen kanallardan oluşmaktadırlar. Çalışmamızda bu televizyon kanallarının en çok rağbet görenleri araştırılarak tablolar halinde incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** SSCB, Televizyon, Medya, VGTRK, İnternet

**Abstract:** As the culture and technology heir of the USSR, in the Russian Federation today, there are many media holdings. They are separated from each other as the state, private and semi-private from each other. These holdings owned television channels are broadcasting to nearly all of Russia. Between television channels, especially state-owned ones are composed of the most watched channels. In our study, the most sought of the television channels researched and analyzed in tables.

**Key Words:** USSR, TV, Media, VGTRK, İnternet

*Doi: 10.17361/UHIVE.201569761*

(1) *Sorumlu Yazar: Yavuz Ercan GÜL, KTMÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Bişkek / Kırgızistan ydidim@gmail.com Geliş Tarihi / Received: 19.12.2014 Kabul Tarihi / Accepted: 07.03.2015 Makalenin Türü: Type of article (Araştırma – Literatür / Research -Literature) Çıkar Çatışması / Conflict of Interest: Yok / None “Etik Kurul Raporu Yok – None of Ethics Committee” (Araştırmada Kurum İzni Var / Yok) “YOK” “The Research Council Permit Yes / No” “NO”*



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015

ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

### Giriş

Günümüzün yeni iletişim mecrası olan internet; televizyon izleyicilerinin tercihini belirlemede konvansiyonel medyanın yerini alarak, internet teknolojisi ve televizyon altyapısının sunduğu seçenekler etkileşimi en üst boyuta taşımaktadır. Birden fazla ürünün High Definition Video tanıtım ve reklam filmlerinin aynı veya farklı arayüz sayfalarında yayınlanmasına olanak tanımaktadır. İnternet vasıtasıyla kurumlar ve bireyler iletişime geçme, kendilerini tanıtmaya, veri aktarımı sağlama gibi olanaklara kavuşurken, bu da doğrudan karşılıklı iletişimi güçlendirmektedir. Organizasyon ile kitle arasındaki bağlantı internet ile etkili hale gelmektedir (Taş ve Kestellioğlu, 2011:73). Bu nedenle internet, dünyada milyonlarca örgüt ve kişilerin katıldığı bilgisayarlar arası bilgi transferini gerçekleştiren bilgi ağı olarak tanımlanmaktadır (Akkılıç, 2004:148). Dünyadaki televizyon kanalları ve bunların içerisinde uluslararası olarak yayın yapan kanallarında geline bu noktada, gelişen teknolojiye kayıtsız kalması düşünülemez.

Teknoloji alanındaki yeni buluşlar her zaman eski-lerin geri plana itilmesini netice vermiştir. Mesela radyo, bulunduğu zamanda ve özellikle II. Dünya Savaşı'na kadar çok etkili bir şekilde neredeyse bütün devletler tarafından kullanılırken, radyoya göre ses ve görüntü gibi daha fazla imkan sunan televizyon, radyonun bu popülaritesinin kaybolmasına sebep olmuştur. Ancak televizyondan sonra internetin bulunması televizyonun popülaritesinin kaybolmasına sebep olması gerekirken,

bunun aksine televizyonun internet teknolojisine entegre olması, interaktif televizyon yayıncılığını geliştirerek televizyonun popülaritesini artırmıştır (Kırık, 2013:67).

Bu bağlamda bizim makalemizin konusunu oluşturan bugünkü Rusya Federasyonunun ulusal televizyon kanallarının, internet ortamına ne derece entegre olduğu ve SSCB dönemi gibi televizyonun monopol bir sistem içerisinde yer aldığı tarihi tecrübelerin varisi olan Rusya'da, küresel dünya sistemi içerisinde televizyonların durumu merak konusudur.

Çalışmamızın birinci bölümünde; SSCB ve son dönemi olan reformlar döneminde televizyon yayıncılığı tarihi bir süreç içerisinde ele alınmıştır.

İkinci bölümde; Rusya Federasyonunun kurulduğu vakit olan 1991'den itibaren televizyon yayıncılığının Rusya'daki gelişim seyri irdelenmiştir.

Çalışmamızın son bölümü olan üçüncü bölümde ise; bugün Rusya'da yayın yapan ulusal televizyon kanallarının izlenme oranı yüksek olanlarının internet sitelerinin içerik analizi yapılmıştır. Devlet televizyon ve radyo kurumu olan VGTRK'nın içerisinde bulunan televizyon kanallarını temsilen "Rossiya1" kanalı seçilmiştir.

### SSCB Dönemi Televizyon Yayıncılığı (1917-1991)

Teorik olarak çeşitli bilim adamları tarafından üzerinde çalışılan televizyon, Ruslarda Sankpeterburg Artiller Akademisi'nde öğretmen olarak



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015

ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

çalışan K. D. Perskiy'in 24 Ağustos 1900 yılında ParisteDördüncü Dünya Elektronik Kongresi'nde "Elektrikli Film Olarak Televizyon" çalışmasını sunmasıyla başlamıştır(Меркулов, 2006:76). Daha sonra dünyada 20 yıl boyunca bilimsel alt yapısı hemen hemen eş zamanlı olarak Amerika, İngiltere, Rusya, Almanya, Fransa gibi ülkelerde oluşturulmuş ve hareketli resim konusunda denemeler yapılmıştır. Hareketli resimlerin elektronik aletlerle bir yerden başka bir yere gönderildiği 26 Temmuz 1928 yılında Taşkent laboratuvarında Sovyet mucitlerinin çalışmasıRusya'da ilk uygulama olarak kabul edilmektedir (Телевидение, В Системе СМИ, 2014). Bu çalışmaya paralel olarak ABD'de ilk televizyon yayını denemeleri yine Rus asıllı olan Vladimir Zvorikintarafından yapılmıştır(Vivian, 1998: 197). I. Dünya Savaşında radyo yayını konusunda Rusya tarafında büyük başarı sergileyen Zvorikin, 1917 devrimi sonrasında hakkında çıkan tutuklama kararından dolayı Amerika Birleşik Devletleri'ne kaçmak zorunda kalmıştır. Televizyon çalışmalarına burada devam etmiştir. 1929 yılında yine Rus asıllı olan RCA (Radio Corporation of America)'nın başkanı DevidSarnov (1891-1971) birlikte çalışmayı teklif etmiştir. Zvorikinçalışmalarını RCA'da devam ettirmiştir(Тимченко, 2010: 12).

1930'lu yıllarda ilk yayınları başlayan televizyon, bu dönemde yeteri kadar ilgi görememiştir. Bu döneme radyo damgasını vurmuş, televizyonun önemi keşfedilememiştir. II. Dünya Savaşı'na kadar radyonun çelimsiz bir uzantısı olarak

görülmüştür (Jeanneney, 1996: 260). Çünkü bu dönemde hiç bir devlet teknolojik gelişmeleri takip edecek durumda değildir. Büyük devletler Sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan hammadde ihtiyacını karşılamak için çareler ararken savaş teknolojisi olarak güçlenme yoluna gitmişlerdir. Radyo da bu dönemde savaş teknolojisi olarak tanımlanabilecek bir propaganda görevi üstlendiğinden, televizyon konusundaki bütün gelişmeleri gölgesinde bırakmıştır.

1934 yılında SSCB'de ilk televizyon yayını yapılmış ve 1938 yılında ise televizyon yayıncılığı için Şabolov'da "Moskova Televizyon Merkezi" adlı bir yer açılmıştır(Gül, 2014:133). II. Dünya Savaşı'na kadar bu merkezde film, bale, tiyatro içerikli yayınlar yapılmıştır. 1950'li yıllarda Sovyetler Birliği tarafından bu çalışmalar desteklenmiş, ilk olarak Amerika'nın NTSC standardı kullanılmaya başlanmıştır. Amerika ile SSCB arasında bulunan soğuk savaştan dolayı Komünist Partisi yöneticileri bu standartın kullanılmasını uygun bulmamışlar ve Amerika'ya bağımlılıktan kurtulma çaresi aramışlardır. Nihayet ilişkilerin daha sıcak olduğu Fransa ile çalışılmaya karar verilmiş ve bu bağlamda SECAM standardı devlet tarafından kabul edilmiştir. 1967'de bu standartta düzenli olarak renkli yayınlar yapılmıştır

II. Dünya Savaşı'ndan sonra SSCB'de önemi anlaşılan televizyon çok hızlı bir gelişim göstermiş, dünyada uzaya ilk uydu fırlatılmış ve uydu yayıncılığını başlatan ilk devlet SSCB olmuştur. Sovyet Halkı televizyona o kadar hızlı



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015

ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

ayak uydurmuşturki, bu durumu anlatmak için KristinRoth-Ey şöyle söylemektedir: “... 1950 ve 1960’larda modern sosyalist harika olan “Sovyet televizyonu” Sovyet hayatının sıradan bir geleceği olmuştur” (Roth-Ey, 2007:279). 1970’lerden sonra televizyon neredeyse her eve girmiştir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta televizyonun halk arasında ne kadar çok yayıldığından ziyade, halkın kanal ve parogram olarak izleme seçeneğinin ne kadar az olduğudur. SSCBteknolojik olarak birçok yeniliklere ev sahipliği yapmışsa da bunların kullanım alanlarını daraltmıştır. Halkı, alternatifi olmayan yayınları izlemek zorunda bırakmıştır. Televizyonun halk arasında bu denli yayılması ve talep görmesi Komünist Parti’nin işine yaramıştır. Komünist partisi kendi ideolojisine uygun programlar, filmler üretmeye başlamıştır. Televizyon, özellikle 1970 ve 1985 yılları arası Komünist Partisi’nin halkın üzerindeki egemenliğini pekiştiren bir araç olmuştur (Качкаева,2014).

Bu dönemde merkez televizyonunda haber kanalı olarakyalnızca, yayınlanan haberlerin %90’ını yerel bilgilerin oluşturduğu “Vremya” yer almıştır. Sosyo-politik haberler, kültürel aydınlatıcı programlar, Komünist Partisi toplantıları (Syezdler), konserler, hokey ve futbol maçları yayınlanmıştır.

### Glasnost Ve Perestroyka

SSCB’nin kurulduğu vakitte asıl hedef işçi sınıfının iktidara gelmesi ve halkın, yani üretkenlerin yönetimde söz sahibi olmasıydı. Ancak

bu hedefin tersine olarak SBKB’nin uyguladığı politika, kurulduğu yıldan başlayarak üretici işçi sınıfın yönetime yabancılaşması, özellikle Stalin döneminde işçi sınıfının tamamen yönetimden izole olması ve Stalin’in bütün güçleri eline geçirmesiyle devam etmiştir (İlgaz, 2010:68). SSCB’de sosyo-ekonomik durumun da gerilemesi veya durgunlaşması reform hareketlerini hızlandıran etkenlerden olmuştur. Böylelikle yapılması planlanan reform hareketleriyle, hem işçi sınıfı yönetimde söz sahibi olacak, hem yolsuzlukların önü alınacak hem de devletin gelişimi tekrar hızlanacaktı. Ayrıca halk ile devlet arasındaki bağlar tekrar kuvvetlendirilecekti.

Bu döneme kadar özellikle basın üstünde de şiddetli bir sansür uygulaması hakimdi. Devletin bu totaliter durumunun getirmiş olduğu sonuçları gören ve değişim gerektiğini bilen kişi 1982 yılında Parti liderliğine getirilen Andropov olmuştur. Fakat Andropov’un değişim düşünceleri 1985 yılında Parti lideri olan Gorbaçov ile hayata geçirilmiştir. 1985 yılında başlayan “Glasnost ve Perestroyka” ismi verilen ve Türkçeye “şeffaflık ve yeniden yapılandırma” olarak çevrilen değişim ve yenilik hareketleri SSCB’inde sonunu hazırlayan icraatlar olmuştur.

1985 yılında Gorbaçov’un SBKP Genel Sekreterliğine getirilmesinden bir kaç ay sonra Merkez Komitesi üyeleriyle gerçekleştirilen Ekim Plenumuna, yapmak istediği değişiklikleri ifade eden şu cümleleri damgasını vurmuştur:



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

*Yoldaşlar! Ben yapabildiğim en etkili bir biçimde vurgulamak istiyorum: Sosyalist demokrasiyi en son sınırına kadar genişletmedikçe, çalışan insanların, onların teşkilatlarının gündelik, aktif ve etkili katılımını sağlayacak koşullar oluşmadıkça, devleti ve toplumu tehdit eden sorunların çözümünde başarılı olamayacağız.* (Abdullayev ve Elma, 2009:77).

Gorbaçov bu konuşmasında açıkça demokrasiden söz ederken demokrasinin bir gereği olan medyanın yayın özgürlüğüne kavuşması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Nitekim Politbüro'nun 18 Kasım 1921 yılındaki aldığı bir kararla 1990 yılına kadar kitle iletişim araçlarına, şiddetli bir şekilde uygulanan her türlü dini, mistik, antibilimsel, politik vs. yayınların yasaklanması kanunu 1990'da iptal edilmiştir. KİA'lar üzerinde 1990'a kadar uygulanan sansür kaldırılincaya kadar yapılan bütün televizyon programları, filmler, gösteriler vs. hepsi komünizm ideolojisine uygun olarak tasarlanmıştır. Harici hiç bir yayına ve özellikle komünizm ve marksizme karşı düşmanlığı hissas ettirecek yayınlara müsaade edilmemiştir (Gül, 2014:138). Çünkü, 1990'a kadar televizyon yayıncılığı devletin tek elinde bulunuyordu. 1990 yılında ise yapılan politik, sosyo-ekonomik reformlar neticesinde uygulanan Devlet yayıncılığı yerini kamu yayıncılığına bırakmıştır (Gladko, 2008:3). Bu dönem, yani 1985-90 yılları medya açısından bakıldığında sansürün bol olduğu, hiçbir reklama izin verilmediği, birkaç batı bilmininşında film gösterilmeyen ve halkın televizyon programları

noktasında çok fazla bir seçeneği olmadığı dönem olmaktançıkıma başladığı bir dönem olmuştur. TV kanallarına uygulanan sansürün kaldırılmasıyla 1986-89 yıllarında yeni TV programları hazırlanmıştır. ABD ile beraber hazırlanan "12. Kat" isimli gençlik programı yayına girerken, "Piyatoyekoleso" (1986), politik olayların yorumlandığı "Vzglyad" (1987), haber programı "Vremya" (1989) yayına başlamıştır (Kачкаева,2014).Dünyadaki programlar yakından takip edilmeye başlanmış, televizyon yayın içerikleri de bu doğrultuda zenginleştirilmiştir. Devlet baskısı azaldıkça özel yayınlar önem kazanmıştır.

Televizyon yayınları demokratikleşirken, bu özgürleşme hareketlerinden televizyon yayıncıları ve gazeteciler de nasibini almıştır. SSCB'nin dağılmasına yakın vakitlerde millet vekilleri için uygulanan dokunulmazlık tarzında televizyoncular için de basın özgürlüğünü garanti altına alan, iktidardan ve parti yöneticilerinden koruyan bir dokunulmazlık getirilmiştir (Шония, 2009:27). Yapılan reformlar özellikle kitle iletişim araçları için daha özgür bir ortam oluşturmuştur. Dünyadaki diğer gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında elbette hala devlet baskısının sürdüğü söylenebilir, ancak SBKP'nin mutlak baskısının hakim olduğu dönem ile kıyaslandığında demokrasi ve basın özgürlüğü konusunda çok önemli adımlar atılmıştır.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

### Rusya Federasyonu Dönemi Televizyon Yayıncılığı

1990 yılından sonra Rusya’da kitle iletişim araçlarında yeni bir dönem başlamıştır. SSCB’den sonraki bu yeni ülke düzenine, Rus medyası iki şekilde adapte olmuştur. Birincisi; eskiden olduğu gibi, devletten beslenen ekonomi yerine reklam gelirlerine dayalı kitle iletişim araçları pazar ekonomisine, ikincisi ise; yeni dijital teknoloji yayıncılığına adapte olma durumudur. Bu iki durum da Rusya’da kitle iletişim araçları endüstrisinde radikal değişiklikleri beraberinde getirmiştir (ФедеральноеАгентствоПоПечати И МассовымКоммуникациям, 2010:7).Çünkü,televizyon üzerindeki devlet etkisi 1980’li yılların sonundan itibaren yavaş yavaş azalmış ve nihayet 1994 yılında devlet baskısı sona ermiş, ve devlet TV’ler üzerindeki ideolojik ve finansiv üstünlüğünü yitirmiştir. 1990 yılında lisanslı yayın dönemine geçilmiş ve RSFSR (Rusya Sovyet Federal Sosyalist Cumhuriyeti) 22 Aralık 1990 yılında 596 numaralı çıkarılan yasa gereği lisans verme işlemine başlamıştır. Bu işlem ile ticari televizyon yayıncılığı meşruiyet kazanmaya başlamıştır. Özel Tv kurumları hızlı bir şekilde açılmaya başlamış, politik amaçlı muhalefet kanalları açılmıştır. “2×2” isimli kanal kurulmuş ve ilkel sayılabilecek ilk reklamlara bu kanalda yer verilmiştir. 1991 yılında “Gosteleradio” (Devlet Televizyon Ve Radyo Kurumu) yıkılmış ve “Gosteleradio”da çalışan EduardSagalayev, CNN’in kurucusu TedTurner ile birlikte “TV-6”yı kurmuştur. Amerika yal-

nızca finansal destek sağlamamış, aynı zamanda programlarla (CNN haberleri, kültür programları, çeşitli filmler vs.) da desteklemiştir.

Rusya Federasyonu televizyon kanalları olarak 1991 yılında, genel içerikli yayın yapan “I. Kanal”, Moskova kanalı olan “II. Kanal”, eğitim içerikli Rusya üniversiteleri kanalı olan III. Kanal, bağımsız kanal olarak bilinen “IV. Kanal”(NTV), Peterburg kanalı olan “V. Kanal” ve yine Moskova kanalı olan “VI. Kanal”(TV-6) TV kanalları bulunmaktaydı (Телевидения, ИсторияРазвитияОтечественногоИ МировогоТелевидения 2014).

Yine bu dönemdeki sıkıntılardan biri de Ekonomi olarak reklama dayalı televizyon yayıncılığının farklı amaçlarla kullanılmaya başlanması ve 1994’de ise bu uygulamanın iyice çıkırından çıkması olmuştur. Bu zamana kadar reklam konusunda bir yasanın bulunmaması sonucunda oluşan hukuki boşluk kimi çıkar gruplarının gayri ahlaki reklam yayınlamalarına neden olmuştur. Bu eksikliği gidermek adına 1995 yılında derhal bir yasa tasarısı hazırlanarak meclisten geçirilmiştir. Bu yasanın yapılış amacı ise şu şekilde belirtilmiştir: “Bu yasanın amacı, reklam alanındaki ahlaki olmayan rekabetten, uygunsuz reklamlardan, reklam tüketicilerini yanılgıya sürüklemekten veya vatandaşların sağlığına, vatandaş ve tüzel kişi mülkiyetine zarar vermektен, toplum ahlakına, bu kişilerin haysiyet ve iş itibarına, kamu çıkarlarına, ilkelere,insanlığa ve ahlaka zarar vermektен kurtarmaktır” (КонституцияРоссии, 1995).



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

Görüldüğü üzere televizyon yayıncılığı Rusya’da 1991’den sonra hızlı bir şekilde kapitalist küresel Pazar ekonomisine uyum sağlamıştır. Çıkarılan yasalarla da bu konudaki eksiklikler giderilmeye çalışılmış, özel mülkiyet güçlenmiştir. Televizyon yayıncılığı konusunda tecrübeler arttıkça, ve yenilikler ortaya çıktıkça bunlar yapılan yasalarla hukuki çerçeveye alınmışlardır. Nitekim 1995 yılında yapılan “reklam yasası” 2006 yılında Devlet Meclis’i (Госдум) tarafından tekrar ele alınarak değişiklikler yapılmıştır. Bu yasanın amacı ise şu şekilde belirtilmiştir: “Bu yasanın amacı, pazar ürünlerinin gelişimi, işlerde ve hizmetlerde ahlaki rekabete dayanılması, ekonomi alanında Rusya Federasyonu’nda birliği sağlama, tüketicilerin ahlaki ve doğru reklamlara ulaşma hakkını koruma, Rusya Federasyonu’nun reklam konusundaki kanunlarının ihlalinin ve yanlış reklam içeriklerinin önlenmesidir” (Российская Газета, 13 Марта). Bu yasa 1995’teki reklam yasasına göre çok fazla bir değişikliğe sahip olmasa da yayınlanan reklamların ahlaki olması ve içeriklerinin doğru bilgilerle oluşturulması konusunda daha net bir hukuki çerçeve çizmiştir.

Televizyon kanalları bu dönemde içerik olarak eğlence, oyun, reklam, yarışmalar ve kitle kültürü yayınlarına yer vermişlerdir. Rusya Federasyonu’nda televizyonun kitle kültürü oluşturma konusundaki önemi de yine bu dönemde anlaşılmıştır. Bundan dolayı 1996 yılında yapılan “Televizov-97” isimli forumda televizyon iki boyutta değerlendirilmiştir. Birincisi; televizyonun iş dünyasındaki rolü ve dolayısıyla reklam yayıncılığı boyutu, ikincisi ise; televizyonun, toplumun ahlaki ve dini eğitimini şekillendirme noktasında toplum bilinci oluşturmadaki boyutu ele alınmıştır (Ворошилов, 2014:235). Rus iletişim uzmanları televizyonun yalnızca halkı bilgilendirmek ve eğlendirmek demek olmadığını anlamışlardır. 1993 yılında hazırlanan ve 2008 yılında tekrar düzenlenen Rusya Federasyonu Anayasası’nda şu cümleye yer verilmiştir: “hiç bir ideoloji, devlet ideolojisi şeklinde ve zorunlu olarak görülemez” (Конституция Российской Федерации, 1993). Bu maddenin kabul edilmesinde kitle iletişim araçlarının ideoloji üretme ve toplumsal bilinç oluşturmadaki rolü etkili olmuştur. Özellikle reklamların toplumsal bilinç boyutu yukarıda bahsettiğimiz yasalarla sınırlandırılarak, herhangi bir ideoloji taşımaları kanunen yasaklanmıştır.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

**Tablo 1. 1991-2000 Yılları Arasında Kurulan Kanallar**

TV KANALLARI	KURULUŞ TARİHİ	ÖZELLİĞİ
ROSSİYA	5 Mayıs 1991	VGTRK
MİR	9 Ekim 1992	MTRK (Moskova Televizyon ve Radyo Kuruluşu) kuruluşu.
TV-6	1 Ocak 1993	İlk özel kanal olmasının yanında bir özelliği de Rus ve Amerika ortak kanalıdır.
NTV	10 Ekim 1993	“Most” Finans Grubu’nun kuruluşudur.
BİRİNCİ KANAL	1 Nisan 1995	Ulusal Medya Grubu, Rusya Hükümeti
RTR		Devlet Kanalı.
MUZ-TV	1 Mayıs 1996	YUTV Raşa Holding
STS	1 Aralık 1996	STS Medya Grubu, Ulusal Medya Grubu
REN TV	1 Ocak 1997	Ulusal Medya Grubu
TV SENTR	9 Haziran 1997	Moskova Yönetimi
TV3	1 Temmuz 1997	Prof Medya TV, Gazprom-Medya kuruluşu.
ROSSİYA KULTURA	1 Kasım 1997	
TNT	1 Ocak 1998	Gazprom-Medya kuruluşu.
PERETS	7 Haziran 1999	STS Medya grubu, Ulusal Medya Grubu

90’lı yılların sonlarına gelinirken Rusya’da on kadar medya holdingi kurulmuştur. Bunlardan ancak dört tanesi medya-politika sistemi içerisine entegre olabilmıştır.1999 yılında Rusya televizyon yayıncılığı yapısı;

-Devlet kanalları (RTR)

-Kamu kanalları (ORT)

-Ticari kanallar (NTV)

şeklinde 3 grupta toplanmıştır (Костяева, 2010:129).2000 yılına kadar özellikle ticari kanal sayısı hızla çoğalmış ve yeni medya grupları

ortaya çıkmıştır. Bu dönem aynı zamanda tarihe enformasyon savaşı olarakta geçmiştir. Siyasi partilerin kitle iletişim araçlarının ve özellikle televizyonun önemini kavradıkları dönemdir. Dolayısıyla politikacılar kendi propagandalarını yaymak adına manipüle edilmiş bilgileri halka TV’ler aracılığıyla sunmuşlardır (Мухомкин, 2009:40). Vladimir Putin’in 2000 yılında devlet başkanlığına gelmesiyle Medya ve yönetim arasında ortaya çıkan gerilim zamanla azalmış, “medyanın haddini bilme” dönemi olmuştur. Kitle iletişim araçları ve özellikle medya holdingleri siyasete karışmamaya özen göstermişlerdir.





## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

2004 Mayıs ayında Rusya Federasyonu Avrupa sistemi dijital televizyon yayıncılığını kabul etmiş ve tam olarak ülke genelinde dijital yayıncılığa geçişi 2015 olarak planlamıştır (Сорокина, 2006:76).Günümüzde Rusya'nın dijital ve analog olarak 20 kadar ulusal kanalı bulunmakta iken, Rusya 80'den fazlada yerel kanala sahiptir. Federal bir yapıya sahip olan Rusya içerisinde yer alan muhtar cumhuriyetlerin kendilerine özel kanalları bulunmaktadır. 2000'li yıllarda başlayan yeni elit kısmının oluşumu 2005'lerde ileri bir boyuta taşınarak gücün temsilcileri olan Ortadoks kilisesi ve özellikle Savunma Bakanlığı, yeni elitler olarak ortaya çıkmıştır. Medya 2005'ten sonra kendi kabuğuna çekilerek siyasetten uzak durmaya çalışmışsada iktidarın ve elitlerin kullanımına her zaman açık durumda kalmıştır. Nitekim Rusya'nın en büyük medya grubu sayılabilecek olan genel müdürlüğünü Cumhurbaşkanı Dimitri Medvedev'in yaptığı "Gazprom Grup" bir çok TV kanalını tekelinde bulundurmaktadır.

Televizyonculuk sektörü geliştikçe kaliteli televizyoncu, gazeteci bulmakta güçleşmiştir. Kimi yerlerde bu işin eğitimini almayanlara görev verilmiştir. Bu nedenle büyük medya gruplarının talebiyleLomonosov Moskova Devlet Üniversitesi'nde (MGU) bugün hala devam eden, çekirdekten kaliteli medya personeli yetiştiren bir okul açılmıştır. Televizyonculuk okulu, hali hazırda dekanlık görevini de üstlenen VitaliyToviyeviçTretyakov tarafından açılmıştır (Третьяков, 2013:45). Ancak okulun öğrencilerden talep etmiş

olduğu yıllık 278 bin ruble (yaklaşık 20.000 TL) olduğundan dolayı okula varlıklı ailelerin çocukları girebilmektedir.

### VGTRK'nın Kuruluşu

1990 yılında SSCB dağıldıktan sonra kurulan yeni devletin resmi olarak televizyon ve radyo yayınlarını bir merkezde toplamak adına "Bütün Rusya Devlet Televizyonları Ve Radyo Yayınları Kurumu" (VGTRK) kurulmuştur. Bir kaç ay sonra "Rusya Radyosu" bu kurumun dahilinde yayına başlamıştır. 1991 yılında ise, 2001 yılında adı "Rusya"(Rossiya) olacak olan "RTR" televizyon kanalı yine VGTRK bünyesinde yayın hayatına başlamıştır. "RTR" kanalı SSCB'den sonraki Rusya'nın ilk resmi televizyon kanalı olma ünvanını almıştır. Hızla genişlemeye devam eden VGTRK 1993 yılında Devlet Genel Yayınları Kurumu statüsünü alarak, yine bu yılda Avrupa Yayın Birliğiolan EBU(EuropeanBroadcastingUnion)'adahal edilmiştir. 1998 yılında Rusya Cumhurbaşkanı'nın emriyle ülke genelinde faaliyet gösteren bütün televizyon yayıncılığı aktiviteleri holdingleşmeye gitmiş ve küresel ölçekte büyük medya holdingleri doğmuştur.

Günümüzde VGTRK'nın yapısı ve içeriği şu şekildedir:

-Federal kanallar olan "Rossiya 1", "Rossiya-Kultura", "Rossiya 2".

-80'den fazla yerel yayın yapan televizyon kanalları.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015

ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

-Rusya’da bir ilk olan 7/24 yayın yapan haber kanalı “Rossiya 24”.

-2002’den beri uluslararası Rusça yayın yapan “RTR Planeta”

-Dünyadaki haberleri yayınlayan “Evronyus”

-Beş tane radyo istasyonu- “RadioRossii”, “Mayak”, “Kultura”, “Vesti FM” ve “Yunost”.

VGTRK içerisinde çok sayıda kanal yayın yapmaktadır. Bu kanallar içerisinde 9 dijital TV kanalı yer almaktadır. Bunlar: “Russkiy Roman”, “Russkiy Bestseller”, “Nauka2.0”, “MoyaPlaneta”, “Rossiya HD”, “Sport”, “Ssport 1”, “BoytsovskiyKlub” ve “Sarafan”.

VGTRK kanalları Rusya’da izlenme oranı enyüksek olan kanallardan oluşmaktadır. Bu kanallar arasında özellikle lider konumunda olan

“Rossiya 1” kanalı Rusya Federasyonu topraklarının %98,5’ine hitap etmekte ve 50 milyondan fazla izleyicisi bulunmaktadır. Bu kanalın yayın içeriğinin %40’ını sanat, dizi, belgesel ve animasyon filmleri oluşturmaktadır (Телевидение, В Системе СМИ,2014). Yine aynı şekilde haber yayıncılığı konusunda lider olan TV kanalı “Vesti” dir. “Rossiya 1” kanalının uluslararası yayını olan “RTR Planeta” yı Avrupa, Yakın Doğu, Kuzey Afrika, ve ABD halkları izlemektedirler. Haber ve eğlence kanalı olan “RTR Planeta” özellikle dünyadaki Rus dili konuşan halklar için yayın yapmaktadır (<http://vgtrk.com/> 2014). Türkiye’nin resmi televizyon ve radyo yayınlarını bir merkezde toplayan “TRT” ile resmi yayın kuruluşu olması noktasında benzerlikler sergileyen VGTRK Rusya Federasyonu’ndaki resmi, özel, yarı özel TV kanalları arasında en çok izlenen TV kanallarını ve Radyo yayınlarını bünyesinde barındırmaktadır.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

### Rusya’da Yayın Yapan Ulusal Televizyon Kanallarının Web Sitelerinin İçerik Analizi

Tablo 2. İçerik Bakımından Analiz

İÇERİK	Ren TV	Rossiya 1	TV Sentr	NTV	Beşinci Kanal	STS	TNT	Mir TV	Birinci Kanal
Kurumsal Tarih	Var	Var	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Kurum misyon/ Vizyon	Var	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Yok	Var
Kuruma ilişkin genel bilgiler	Var	Var	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Yönetici ve çalışan bilgileri var mı?	Var	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
Canlı yayın butonu var mı?	Yok	Var	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Var	Var
İşitme ve görme engelliler için buton var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Kanalın iletişim bilgileri mevcut mu?	Yok	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Sıkça sorulan sorular sayfası var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Kanala ait bilgiler içeren gerekli linkler var mı?	Var	Var	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Elektronik posta hizmeti	Var	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var
Yabancı dil seçeneği varmı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Var
Site içindeki bilgiler açık mı ve başlık düzeni var mı?	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var
Arşiv bölümü mevcut mu?	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	var	Var	Var
Sosyal ağlar ile bağlantılı mı?	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015

ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

Geçmiş yayınların tekrar izlenebilme butonu	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var	Var	Var	Var
Günlük yayın akışı var mı?	Var	Yok	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Dünya'dan haberler var mı?	yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Yok	Var	Var
Dost kanal, radyo, dergi, gazeteler var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Var

Rusya'nın televizyon kanallarının içeriğine baktığında, SSCB dağıldıktan sonra ortaya çıkan diğer ülkelerdeki aynı problemler gözlenmektedir. Yani dış dünya ile olan bağlarının zayıflığı hemen göze çarpmaktadır. İnternet sitelerinde yabancı dil seçeneği neredeyse yoktur. Bazı kanalların internet siteleri haber ağırlıklı iken bazıları da eğlence ağırlıklıdır. STS ve TNT gibi kanalların kurumsal tarihine de ulaşamamaktadır. RenTV,

Rossiya, Beşinci Kanal, STS, TNT kanallarındaki haberler tamamen yerel olup dünyadan haberler bulunmamaktadır. RenTV, Beşinci Kanal, STS, TNT Beşinci Kanal, STS, TNT kanallarının canlı yayın seçeneği olmadığı gibi STS ile Rossiya1 kanallarının yönetici ve çalışan bilgilerine de rastlanılamamıştır. Rossiya1, TNT ve STS kanallarının günlük yayın akışı bulunmamaktadır.

**Tablo 3. Güncellik Analizi**

GÜNCELLİK	Ren TV	Rossiya 1	TV Sentr	NTV	Beşinci Kanal	STS	TNT	Mir TV	Perviy Kanal
Güncelleme periyodu	İki günde bir	Günlük	Günlük	Günlük	Günlük	Günlük	Güncel değil	Günlük	Günlük
Sitenin son güncelleme bilgisi	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
En son haberler var mı?	Yok	Var	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Günü geçmiş haber var mı?	Var	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Var	Yok	Yok



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

Bu kanalların güncellik verileri incelendiğinde içerik bölümünde olduğu gibi STS ve TNT kanallarının geri kaldığını görmekteyiz. Günümüzde geçmiş haberler RenTV, STS ve TNT kanallarında mevcuttur. Özellikle TNT kanalının internet

sitesinde güncelliğe rastlanamazken RenTV'nin internet sitesinin verilerinin güncel olmadığı görülmektedir. Bu kanalların dışındaki kanalların internet sitelerinin güncel olması da ümit vericidir.

**Tablo 4. Genel Görünüş Analizi**

GENEL GÖRÜNÜŞ	Ren TV	Rossiya 1	TV Sentr	NTV	Beşinci Kanal	STS	TNT	Mir TV	Perviy Kanal
Sayfalardaki font tipleri ve boyut uyumu var mı?	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Yok	Var	Var
Aktif olmayan veya ulaşılamayan sayfa var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Sayfalarda animasyonlar var mı?	Yok	Yok	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Sayfalarda gereksiz detaylar var mı?	Var	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Sayfalarda çok fazla renk kullanımı var mı?	Var	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Yok
Sitede renk uyumu var mı?	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var
Yapım aşamasında olan sayfa var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok

Genel görünüş olarak bakıldığında kanalların internet sitelerinde ciddi sıkıntılar görülmemektedir. Ancak TNT kanalının internet sitesindeki

yazıların boyutlarındaki uyumsuzluk ve gereksiz sayılabilecek detaylar gözden kaçmamaktadır.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80  
www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)  
(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)  
(2015/04315- 2015-GE-18972)

**Tablo 5. Teknik Yapı ve Dolaşım Analizi**

TEKNİK YAPI VE DOLAŞIM	Ren TV	Rossiya 1	TV Sentr	NTV	Beşinci Kanal	STS	TNT	Mir TV	Perviy Kanal
Arama motoru var mı?	Yok	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Site haritası var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Çalışmayan link var mı?	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Bağlantıları yeni pencerede açma	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Ana sayfaya dönüş yapma kolaylığı	Yok	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Ekran çözünürlüğü bilgisi	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Yazıcı çıktısı alabilme butonu	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok

Teknik yapı ve dolaşım olarak bakıldığında yine ciddi olmamakla beraber yine de eksiklik sayılabilecek bir kaç ayrıntı dikkat çekmektedir. Ren TV ve TV Sentr kanallarının internet sitelerinin arama motorlarının olmaması ve RenTV'nin internet kullanıcılarına anasayfaya dönüş kolaylığı tanımaması bir eksiklik olarak görülmektedir.

### SONUÇ

SSCB dönemi, bütün Sovyet toplumlarının hayatının bir merkezden yönetildiği, kaderine bir merkezden karar verildiği ve halkın insiyatifinin elinden alındığı bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun bütün mekanizmaları Komünist Parti'nin kontrolünde olduğu bu dönem, televizyonun Sovyet insanları için dış dünyayı tanıyabilecek bir araç olabileceken, aksine olarak halkın içe kapanmasını sağlayan bir dönem olmuştur. Bu nedenle yukarıdaki bilgiler göz önüne alındığında televizyonun meta olarak

gelişim gösterdiği, ancak halkın gelişmesine etkili bir katkısı olmadığı görülmektedir. Yani SBKP (Sovyetler Birliği Komünist Partisi) televizyonun gelişimine izin vermiş, ancak yayın içeriğinin neredeyse tamamını kendi ideolojisine uygun olarak halkı daha rahat kontrol altında tutabilmesine yardımcı olacak filmler, programlar ve gösterilerle doldurmuştur. Televizyon, diğer medya araçlarında da olduğu gibi Rusya'da demokratikleşme sürecinde, demokrasiden nasibini alamamıştır. Yani üzerindeki devlet baskısı SSCB'de olduğu gibi Rusya Federasyonu döneminde devam etmiştir.

Rusya Federasyonu demokratikleşme ve basın özgürlüğü konusunda geline noktada epey aşama kaydetmiş ancak yeteri kadar olmamıştır. Elbette bugün özel medya kuruluşlarının özellikle 2000 yılına kadar boy göstermiş olmasına rağmen, devletin baskısı medya üzerinde sürekli devam etmiş ve devletin kendisi medya konusunda dominant bir rol oynamış ve oynamaktadır.



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

Devlete ait olan “Gazprom” kuruluşu bu arena-  
da bir çok televizyon kanalına tamamen veya  
kısmen sahip olması dikkate değer bir ayrıntı  
olarak karşımıza çıkmaktadır. Rusya’nın en çok  
izlenen kanallarının devlet televizyon ve radyo  
kurumu olan VGTRK’nın bünyesinde bulunması  
da manidardır. Rusya Devleti kendi sahip olduğu  
kanallarına doğrudan ve ortak olduğu kanallara  
ise dolaylı olarak etkide bulunmaktadır.

Rusya’nın televizyon kanallarının internet site-  
lerine bakıldığında, ise SSCB’den ayrılan diğer  
devletlerdeki aynı sıkıntı görülmektedir. Yabancı  
dil seçeneğinin neredeyse bulunmaması ve dış  
dünya’dan haberlerin çok az olması bu ülke-  
nin diğer Sovyet ülkelerinde olduğu gibi dış  
dünyaya kapılarını hala açamadığının göstergesi  
olarak karşımızda durmaktadır. İnternet sitelerinin  
içeriğinin bilgiden ziyade dizi ve komedi prog-  
ramlarıyla doldurulmuş olması gözden kaçma-  
maktadır. Dünyanın diğer gelişmiş devletlerinin  
televizyon kanallarının internet ile olan yakın ve  
etkili ilişkisi, Rusya’nın televizyon kanallarının  
internet sitelerinde bulunmamaktadır.

Bu durum Rusya gibi dünyanın büyük bir devletinin  
gelişimine olumsuz etki etmektedir. Rusya’nın  
kitle iletişim araçlarının dünya standartının altında  
kaldığını görmekteyiz. bugün tüm dünyada kitle  
iletişim araçları teknoloji ile paralel bir eksen  
gelişme gösterirken, Rusya’nın medya araşlarının  
ise hem demokrasi noktasında hem de teknoloji  
noktasındaki geri kalmışlığı dikkat çekmektedir.

İnternet sitelerine bakıldığında ise, yine olumsuz  
durumlarla karşılaşmaktadır. Örneğin; internet  
sitelerindeki bilgilerin bazı tv kanallarında günü  
geçmiş eski bilgilere dayandığı, sitelerin güncelleme  
bilgilerinin bulunmadığı, arama motoru olmayan  
sitelerin olması ve neredeyse hiç birinde yabancı  
dil seçeneğinin bulunmaması, Rusya’da medyanın  
teknolojik olarak geri kaldığını göstermektedir.

### KAYNAKÇA

**ABDULLAYEV, N., ve ELMA, F.,(2009).** “Sov-  
yetler Birliği’nde Reform Sürecinin Başlangıcı  
Ve Gorbaçov Dönemi”, Journal Of QafqazU-  
niversity Sayı: 26, ss. 71-87

**AKKILIÇ, M. EMİN., (2004).** “Uluslararası  
Bir Pazarlama Aracı Olarak İnternet’in  
(A) Grubu Seyahat Acenteleri Açısından  
Önemi Ve Kullanım Durumu”, Elazığ: Fırat  
Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Fırat  
University Journal Of Social Science, 14(1),  
ss. 146-156

**ВОРОШИЛОВ, В. В., (2014).** Журналистика,  
Москва: КнорусМедя

**ДОКЛАД, (2010).** ФедеральноеАгентствоПоПечати  
И МассовымКоммуникациямУправлениеТ  
елерадиовещания И СредстМассовыхКомм  
уникацийТелевидение В РоссииСостояние,  
Тенденции И ПерспективыРазвития,  
Москва: ОтраслевойДоклад

**ГЛАДЬКО, А. М., (2008).** СоциальныеУсловия  
И ПредпосылкиСтановленияОбществен



## UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhdergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

ного Телевидения В России, Москва: Диссертация На Соискание Ученой Степени Кандидата Социологических Наук Московский Гуманитарный Университет

Взгляд Изнутри”, Тамбов: Институт Филологии Отделение Журналистики И Издательского Дела Кафедра Журналистики 14 ss. 122-138

**GÜL, Y. E., (2014).** “SSCB’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi Uhive, Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi, 2 (2), ss.127-143

**МЕРКУЛОВ, Д., (2006).** “Телевидению – 80 Лет”, Наука И Жизнь.- 2006.- № 1.

**ILGAZ, S., (2010).** “Sovyetlerde Karşı Devrim Glasnost Ve Perestroyka”, Kurtuluş Sosyalist Dergi, Eylül 2010, 13 ss.66-75

**Мутовкин, Л. А., (2009).** Телевидение Вчера, Сегодня, Завтра (История Отечественного Телевидения), Конспект Лекций/ Л. А. Мутовкин; Омский Государственный Университет Путей Сообщения. -Омск: Омгупс

**JEANNENEY, J. N., (2006).** Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi (Çev. Esra Atuk) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

**Отмена, Ц. (2011),** “История Цензуры В СССР” [http://ria.ru/history\\_f/20110801/410436815.html](http://ria.ru/history_f/20110801/410436815.html) Erişim Tarihi: 30.03.2014

**КАЧКАЕВА, А. Г., (2014).** “История Телевидения В России: Между Властью, Свободой И Собственностью”, <http://www.ru-90.ru/node/1316> Erişim Tarihi: 31.03.2014

**РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА, (2006)** Федеральный Закон Российской Федерации От 13 Марта 2006 Г. N 38-ФЗ, Принят Государственной Думой 22 Февраля 2006 Года, Одобрен Советом Федерации 3 Марта 2006 Года, Российская Газета 15 Марта 2006.

**KIRIK, A. M., (2013).** “Kişisel Bir Dünya Modeli: İnteraktif Televizyon Yayıncılığı”, Uluslararası Hakemli Beşeri Ve Akademik Bilimler Dergisi Ocak/Şubat/Mart Kış Dönemi, 2 (3), ss. 66-75

**КОНСТИТУЦИЯ РОССИИ, (1995).** Федеральный Закон О Рекламе, Принят Государственной Думой 14 Июня 1995 Года N 108-ФЗ, Глава I, Общие Положения, Статья I

**КОНСТИТУЦИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,** От 25.12.1993, С Изменениями От 30.12.2008 Статья: 13

**РОССИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО., (2014).** <http://vgtrk.com/#page/221> Erişim Tarihi: 30.03.2014

**КОСТЯЕВА, О. Ю., (2010).** “Современное Состояние Регионального Телевидения:

**ROTH-EY, K., (2007).** “Finding A Home For- Television In The Ussr, 1950-1970”, Sla-





UHIVE

Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi  
Ocak / Şubat / Mart - Kış Dönemi Cilt: 3 Sayı: 6 Yıl:2015 Jel Kodu: Z11  
International Peer-Reviewed Journal Of Communication And Humanities Research  
January / February / March - Winter Semester Volume: 3 Issue: 6 Year: 2015  
ID:110 K:48 Jel Kodu: Y80

www.uhedergisi.com

(ISO 9001-2008 Belge No / Document No: 12879 & ISO 14001-2004 Belge No / Document No: 12880)

(MARKA PATENT NO: TRADEMARK)

(2015/04315- 2015-GE-18972)

vicReview, Interdisciplinary Quarterly Of  
Russian, Eurasian, And East European Studies.  
Summer,66(2) ss. 278-306

**СОРОКИНА, Е., (2006).** “ТелевидениеПереходитНаЛичности, Наука И Жизнь”, № 1.- ss.75-86

**TAŞ, İ. E., ve KESTELLİOĞLU, G., (2011).** “Halk-  
la İlişkilerde İnternetin Yerive Önemi”,  
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,  
Cilt:1, ss.73-92

**ТЕЛЕВИДЕНИЯ, ИсторияРазвитияОтечественногоИ  
МировогоТелевидения (2014)**[http://  
www.marsiada.ru/357/465/728/2803](http://www.marsiada.ru/357/465/728/2803)Erişim  
Tarihi: 31.03.2014

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ,В., Системе СМІ, (2014).**  
Социальные Функции Телевидения. История  
и Тенденции Развития, [http://www.allbest.  
ru/](http://www.allbest.ru/)Erişim Tarihi: 03.04.2014

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ В. РОССИИ.,(2014).** [http://  
www.allbest.ru/](http://www.allbest.ru/)Erişim Tarihi: 03.04.2014

**ТИМЧЕНКО, С. В., (2010).** Телевидение,  
ИсторияРазвития, ТелевидениеБудущего,  
Новосибирск: ФедеральноеАгентствоСв  
язиСибирскийГосударственныйУниверси  
тетТелекоммуникаций И ИнформатикиИ  
ежрегиональныйЦентрПереподготовкиС  
пециалистов

**ТРЕТЬЯКОВ, В., (2013),** “УНас Учат Тому, Как  
Сделать Телевидение Лучшие”, Журналист,  
Февраль № 02, ss.37-48

**ШОНИЯ,Л.,(2009).** Возникновение и становление  
телевидения как СМІ, Барнаул:Федеральное  
Агентство по ОбразованиюГосударственное  
Общеобразовательное Учреждение Высшего  
Профессионального Образования «Алтайский  
Государственный Университет»Факультет  
Журналистики

**VIVIAN, J., (1998).**The MadiaOf Mass Com-  
munication, Edition Information: 5th Ed.  
Published/Created: Boston: Allyn And Bacon,  
1998. Projected Pubs