

Yurttaş, Sansür ve Oto-Sansürü Aştı... KONTROL ALTINDAKİ MEDYA ÇÖKÜYOR



2017 yılında gazete ve dergi sayısı 2016 yılına göre yüzde 2,3 azalırken, tiraj kaybı ise yüzde 2,6 düzeyinde gerçekleşti. Ülkemizde 2017 yılında yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 1 milyar 661 milyon olurken, bu tiraj rakamının yüzde 93,9'u gazetelerden oluşmaktadır. TÜİK'in araştırmalarına göre 2013 yılında toplam tiraj rakamı 2 milyar 462 milyon seviyesindeydi. Aradan geçen dönem içinde yüzde 32'ye denk gelecek şekilde yıllık 800 milyona aşkın tiraj kaybı söz konusudur.

Reuters Enstitüsü'nün Türkiye'de 2018 yılında gerçekleştirdiği araştırmaya göre; sosyal medya ve online kaynaklarının giderek ön plana çıktığını ve televizyonun kırılmaz sanılan hâkimiyetinin kaybolmaya başladığını ortaya koymaktadır. Son bir haftada hangi kanallardan haber takibi yaptınız sorusuna, kullanıcıların yüzde 87'si sosyal medya ve online haber sitelerini kullandıklarını ifade ederken, yüzde 77'si ise televizyon izlediğini kaydetti. Son bir haftada basılı gazete okuduğunu ifade edenlerin oranı yüzde 46'da kaldı. Reuters Enstitüsü'nün raporuna göre, halk arasında Sabah, A Haber ve TRT gibi yayıncılara güven azalırken, daha eleştirel konumda bulunan FOX, Cumhuriyet ve Sözcü gibi yayın platformlarına güven ise artış gösteriyor. Türkiye'de dijital platformların haber kaynağı olarak kullanımının arttığı belirtilen raporda, sosyal

medya platformu Facebook'un da bu anlamda yüksek oranda tercih edildiği yer alıyor. Öte yandan bir başka araştırma kuruluşu olan We are Social tarafından 2019'da yapılan "İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri" isimli araştırmaya göre, Türkiye'de kullanıcıların yüzde 84'ü her gün internete giriyor ve herhangi bir cihaz üzerinden ortalama 7 saat bağlanıyor. Toplumun yüzde 12'si haftada en az bir kez çevrimiçi oluyor. Bilgisayarlarının yanında akıllı telefonlarla da İnternete erişen yurttaşların söz konusu 7 saat boyunca ağırlıklı olarak haberleri de online kanallar üzerinden takip etmesi olağan kabul edilmelidir.

İnternet kullanımının arttığı dönemde basılı medyada bir gerileme yaşandığını ortaya koymaktadır. İnternet erişimi olanağının artmasına paralel olarak büyüyen sosyal medya kullanımı, haber ve güncel bilgiye erişim için geleneksel medya kanallarının yerini dijital platformlara bırakmaya başladığına işaret ediyor. Basılı gazetelerin tiraj kaybetmeye başladığı 2014 yılı aynı zamanda özellikle ana akım kabul edilen gazete ve televizyon kanallarının el değiştirdiği, iktidara "daha" yakın iş çevrelerinin medya kuruluşlarını satın alma konusunda yarışa girdiği döneme denk gelmektedir. Kritik günlerde iktidar yanlısı ortak tek manşetle yayımlanacak kadar tek sesli hale gelen ana akım medya kuruluşları tiraj kaybına uğrarken, İktidara mesafeli Sözcü, Cumhuriyet, Birgün ve

Evrensel tiraj kaybı yaşamamış, hatta tirajlarını artırmıştır. Bir diğer dikkat çekici olgu ise Türkiye'de yatırımı veya başka bir ekonomik aktivitesi bulunmayan bir uluslararası şirkete ait olan FOX'un görece bağımsız yayıncılık örneklerine imza atabilmesidir.

Özellikle seçim dönemlerinde ortaya çıkan tek yanlı habercilik anlayışına karşı, sosyal medya üzerinden örgütlenen boykot kampanyalarının etkili olduğu görülmektedir. Öte yandan kamu yayıncılığı yapması gereken TRT ve Anadolu Ajansı'nın özellikle seçim dönemlerinde sergilediği tutum; bir bütün olarak geleneksel medyaya olan güvenin azalmasına neden olmaktadır. Gazete ve televizyonların çoğu zaman tek haber kaynağı olan Anadolu Ajansı'nın uğradığı değişim, ajansın haberini kullanıp, kullanma konusunda sorgulama yapmayan tüm basın kuruluşlarının güven kaybetmesine neden olmaktadır.

Tek sesli yayıncılığın başat hale gelmesi, gerçek habere erişime engel oluştururken, yurttaşların İnternet aracılığıyla birbirinden "haber" edinme arayışını artırmaktadır. Tüm dünyada gazete ve televizyonlarda yayımlanmayan ancak sosyal medya yaygınlaşan haberlere karşı, gazetecinin yerine getirdiği teyit ihtiyacı dolayısıyla daha temkinli yaklaşılırken, ülkemizde durum tersine dönmüştür. Basın kuruluşlarından yaygın biçimde uygulanan sansür, kimi zaman muhalif medyada bile ceza ve tazminat davalarına uğrama kaygısıyla ortaya çıkan

oto-sansürün sonuçları, geleneksel medyanın dünya geneline kıyasla ülkemizde daha hızlı kan kaybetmesine neden olmaktadır.

Gerçeğe ulaşmak kaygısıyla yurttaşların, "kontrol" atındaki profesyonel gazeteciler yerine sosyal medya üzerinden yurttaş gazetecileri ve haber kaynaklarının bizzat kendisini takip etmeye çalıştıkları görülmektedir. Örneğin, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun televizyon kanallarında ifade etmesine olanak sağlanmayan görüşleri, Youtube kanalı, Twitter ve Facebook sayfaları üzerinden yurttaşlara ulaşmaktadır. Toplam seçmeni 10,5 milyon olan bir kentte belediye başkanı adayı olan İmamoğlu'nun Twitter hesabı 2,9 milyon kişi tarafından takip edilmektedir. Benzer şekilde İmamoğlu'nun Youtube hesabında 13 Haziran 2019 tarihinde yayımlanan "31 Mart günü sandıkta neler yaşandığını sizlere tek tek anlattım" (<https://youtu.be/i3YHn618sq4>) başlıklı videosunun 22 Mayıs 2019 tarihinde 5,2 milyon tekil izleyici sayısına ulaşması çarpıcıdır.

Bianet ve Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü'nün birlikte hazırladığı Medya Sahipliği İzleme Projesi (MOM) tarafından yayınlanan araştırmaya göre; Mayıs 2019 itibarıyla, Türkiye'de medya sektöründe toplam 2 bin 474 gazete, 3650 dergi, 899 radyo istasyonu ve 108 televizyon kanalı yayın yapıyor. Ülkenin en büyük 40 medya kuruluşu, medya haricinde sanayi ve ticaret alanlarında faaliyet gösteren şirketler tarafından kontrol ediliyor. Bakanlıklar ve özellikle aralarında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin de olduğu AKP'li yerel yönetimlerden aldıkları kamu ihaleleri dolayısıyla kamuoyunun yakından tanıdığı şirket gruplarına ilişkin bilgiler rapora yansıyor. Son 10 yılda yaşanan el değiştirmeler, dijital medyanın yükselişi, yeni kurulan online haber platformları medya sektöründeki dengeleri ve görünümü değiştirdiğine dikkat çekilen raporda, şöyle denildi:

"Doğan Medya Grubunun alımıyla büyüyen Demirören Grubu, Doğuş, Ciner, Albayrak, Kalyon, İhlas grupları ve Ethem Sancak'a ait şirketler; inşa-

at, enerji, maden, turizm, telekomünikasyon, bankacılık ve finans alanında da faaliyet gösteriyor. Bu şirketlerin, medya dışı işlerinde kamu ihalelerine de girmesi ve devletle ticari ilişkileri olması, kontrol ettikleri medya organlarının bağımsızlığı ve özgürlüğü noktasında eleştirilere neden oluyor." Televizyon seyircisinin yüzde 45'i hükümete yakın sermaye sahiplerinin televizyon kanallarını seyrettiğine yer verilen raporda, bu oranı yazılı basın da yüzde 52'ye düştüğü belirtildi.

Canlı yayınlar sırasından bile rejî odalarından muhaliflere müdahalelerinin yapıldığı, kanal yöneticilerinin siyasilerden direkt telefonla talimat aldığı medya kuruluşları siyasi iktidar açısından da işlevini yitirmek üzeredir. Siyasi İktidarın, büyük kamu ihalelerini alan müttehitleri bir araya getirerek oluşturduğu "havuz" kaynaklarıyla satın alınan veya ekonomik beklentiler nedeniyle siyasi iktidar tarafından kontrol edilen medya kuruluşlarının tam listesini MOM verilerinden derleyerek, okuyucunun bilgisine sunuyoruz.

