

## **DÜNYA MEDYASINDA OLAYLAR VE SORUNLAR**

**Prof. Dr. İsmet GİRİTLİ**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
İletişim Fakültesi

### **I**

Geçen yüzyılın ortasında İngiliz yatırımcılarının kapıldıkları "Demiryolu Cinneti"ne benzer bir şekilde, ABD'nin ve şirketlerinin telefon, bilgisayar ve televizyon harmanından oluşan ve adına "Multimedia" denilen bir "Yeni Endüstri" iptilasına sürüklendikleri bilinmektedir.

Nitekim son zamanlarda, birçok telefon, kablolu televizyon ve video kiralama şirketinin birleşme yoluna gittiklerini, Amerika'nın ünlü (AT and T) şirketinin McCaw adlı, taşınan telefon firmasını kendisine katma girişiminde bulunduğunu görüyoruz. Bu yeni teknolojinin haberleşme akımını artıracığı ve evlere damla damla gelen haberlerin bundan sonra "Sel"e dönüştürülerek, seyircilerin onları sadece yayıncılar tarafından sunulan "Tabldot" ile yetinmekten ve köşebaşlarındaki video dükkanlarına koşmaktan kurtaracağı ifade edilmektedir. Multimedia'nın bin "Information SuperHighway-Haberleşme Süper Anayolu" oluşturacağı ve bunun bir tek anayoldan ibaret olmayıp, evlere telefon, televizyon kablo ve uzay yolu ile ulaşılacağı anlaşılmaktadır.

Ne var ki, Başkan Clinton'un seçimdeki vaatlerine rağmen, bu konudaki sınırlayıcı mevzuatın değişmemesi şikayetlere yol açmakta, Başkan yardımcısı Al Gore'nin senatör sıfatıyla yaptığı seçim kampanyasında "Information Highways" sisteminin kurulması konusunda başlıca taraftar olduğu hatırlanmaktadır. Oysa seçimi kazanmalarından bu yana iki yıldan fazla zaman geçmiş olmasına rağmen, Clinton-Gore yönetiminin mevcut mevzuatı liberalleştirilmek konusunda fazla birşey yapmadıkları ve bunun sonucu

olarak Bell Atlantic ile TCI arasındaki 33 milyarlık işbirliğinin ve yine milyarlarca dolara ulaşan bir takım diğer multimedia ortaklık girişimlerinin mevzuat engeline takıldığı ifade edilmektedir.

Bu dev şirketler arasındaki işbirliğinin gerçekleşmemesinin bir diğer nedeni "Federal İletişim Komisyonu (FCC)"nin 1993'te yapılan %10 fiyat indiriminden sonra 1994'te de %7 oranında kablolu yayınlara indirim koyarak dev şirketlerin kazanç beklentilerini boşa çıkarması olmuştur. FCC'nin son kararında başlıca sorumlunun Başkan Yardımcısı Al Gore'nin göreve getirdiği FCC'nin yeni başkanı Reed Hundt olduğu ve bu nedenle bir yıldan daha kısa bir süre içinde itibarından çok şey kaybettiği vurgulanmaktadır.

Nitekim multimedia dev şirketlerin patronları ile ABD'nin iş dünyasının kalbinin çarptığı Wall Street mensupları, %7'lik yeni indirimi protesto etmekte ve bunun nedeninin FCC başkanı Hundt'un haberleşme endüstrisine beslediği nefretten kaynaklandığını söylemektedirler.

1992 yılında kabul edilen "Cable Act-Kablo Kanunu"nun ücret oranlarını düşürmeyi amaçladığı, FCC'nin görevinin de bu mevzuatı uygulamak olduğu hatırlanırsa, patronların Hundt'a karşı öfkelerinin yüzde yüz haklı olduğu söylenemez.

Kısaca 19. yüzyılda piyasayı iyi hesaplayamayan yatırımcıların demiryolu işinde iflas etmelerinden, multimedia yatırımcılarının ders alması lazımdır.

"Multimedia Çağı Öncesi"nin başarılı kumarbazı olan Rupert Murdoch'un uydu televizyonculuğunda cesur, multimedia konusunda ise muhafazakar ve çekingen davrandığı hatırlanarak, bugünün multimedia kumarbazları bundan ders almalıdır.

## II

Son zamanlarda Batı'da dile getirilen yeni görüş; Devletlerin Medya Mülkiyetinin sınırlarının tayininde oldukça müphem olan "Kamu Yararı" kavramından ziyade "rekabet"e ağırlık vermeleri gerektiğidir. Oysa Batı dünyasındaki bütün ülkelerin, "Medya Mesleği"nin politikacıların çok önem attığı ve kontrolünü ele geçirmek istediği bir faaliyet sahası olmasından hareket ederek, medyaya, örneğin: Gemi sahipliği veya biracılık gibi meslek-

lerden daha farklı yaşadıkları herkesin malumudur.

Ne var ki, Batı dünyasında Medya Tekellerini kontrol etmek ve sınırlamak için yapılan kanuni düzenlemeler İngiltere ve Almanya'dan başlayarak giderek her yerde itiraz ve tartışma konusu yapılmakta, değişim halinde olan İletişim Endüstrisinin önceden ve katı kurallarla düzenlenmesinin doğru olmayacağı ve bu kuralların oldukça "Değişken" ve "Keyfi" olduğu ileri sürülmektedir. Gerçekten örneğin; ABD'de gazeteler yayımlandıkları şehirde bir TV kanalına sahip olmazken, İngiltere'de ulusal gazeteler bir TV imtiyazının %20'sine kadarını satın alabilmekte, kablo TV'si için ise herhangi bir sınırlama mevcut bulunmamaktadır. Buna mukabil Almanya'da gazetelerin TV kanalının %49.9'una kadar sahip olabileceği kabul edilmektedir.

Bunun sonucu olarak Medya Şirketleri bu tür düzenlemenin günümüzde karışma ve birleşme eğilimi gösteren İletişim Teknolojisi ile bağdaşmadığını ve sözde bir ülkede "Plüralizm-Çok Seslilik" sağlamak isteyen bu tür düzenlemenin, kurulacak şirketlerin büyük pazarlarda rekabet yapma imkanını yok ettiği iddia edilmektedir. Gerçekten bazı gözlemler bu şikayetlerin haklılığını ortaya koymakta, Medya'nın kamu üzerindeki "Temerküz-Konsantrasyon" korkusunun başka yollardan da giderilebileceği kabul edilmektedir. İşin ilginç yönü şudur: Medya üzerinde tekeli önlemek için konulan mülkiyet sınırlamalarının sağlıklı demokrasinin şartı olan "Değişik Kanaatlere" yol açması beklenirken, uygulamada bu hedefe çok ender ulaşılmış, 1994 Sonbaharında ABD'ye katılmak için Skandinav ülkelerinde yapılan referandumlarda, bu ülkelerde "Medya Mülkiyeti" değişik ellerde olduğu, yani "Yaygın" bir manzara arzettiği halde hemen bütün ulusal gazeteler söz birliği edercesine, seçmenleri AB üyeliği için oy kullanmaya teşvik etmişlerdir. Buna mukabil Medya Mülkiyetinin aynı ellerde toplanması halinde "Farklı Kanaatlerin" savunulabileceğinin en güzel örneği; İngiltere'nin muhafazakar günlük gazetesi "Daily Mail" in sahiplerinin mülkiyetinde bulunan ve "Stoke-On-Trent" şehrinde yayınlanan bir yerel gazetenin bütün yüz yıl boyunca İşçi Partisi eğilimi sergilemesidir.

Medyada "İçerik Çeşitliliği" sağlamanın esas yolu, kişilerin ve özellikle yeni girişimcilerin çeşitli medya pazarlarına girmelerini kolaylaştırmaktır. Bu aynı zamanda Yabancı Sermayenin de iletişim alanına gelmesini ve dolayısıyla teknolojik gelişme ve değişimin gerçekleşmesini sağlamak gibi bir fayda arzedecektir.

Doğrusu istenirse, insanların haber alma yolları giderek çoğalmakta,

televizyon yayınları uzay ve kablo yoluyla yapılırken, günlük gazeteler "İnternet" yöntemiyle çeşitli şehirlerde yayınlanmakta, dijital sıkıştırma "Compression" yolu ile sayısı artan kanallar devletlerin bu alanlara müdahalesinin nedenini ortadan kaldırmaktadır.

Rekabeti teşvik etmek bu alanı tamamen denetimsiz bırakmak demek değildir. Bununla birlikte, politikayı tamamen medya dışına sürmeye kalkmak mümkün olmadığı gibi, bu davranış hırslı politikacıları bu düzenlemeleleri daha fazla kurcalamasına yol açar.

### III

Amerikan Ülkelerarası Basın Derneği'nin bir toplantısında konuşan Uruguay'ın haftalık dergisi "Busqueda-Araştırma"nın yazı işleri müdürü Danilo Arbilla, son altı ayın en önemli ve mutlu olayının yıllardan beri ilk defa olarak, Colombia'da bir tek gazetecinin bile öldürülmemiş olması olayı olduğunu söylemiştir.

Bununla birlikte bu süre zarfında biri Guetamala, diğeri de Meksika'da olmak üzere iki gazetecinin öldürülmesine rağmen, yine de Latin Amerika gazetecilerinin kendilerine karşı düzenlenen cinayetlerde meydana gelen bu azalmadan dolayı içinde yaşadıkları ölüm korkusunda azalma olduğu bildirilmektedir. Fakat cinayetlerdeki bu azalmaya rağmen Latin basınının "Özgür" olduğu söylenemez. Latin Amerika ülkeleri 1970'lerde ve 1980'lerin başlarında kasıp kavuran askeri diktatörlüklerin basına karşı estirdikleri terör sona ermiş olmakla birlikte askeri yönetimler yerine kurulan "Sivil" hükümetlerin ve diğer birtakım çevrelerin bu defa değişik metodlarla basın özgürlüğünü kısımaya çalıştıkları görülmektedir.

Latin Amerika'nın sivil yönetimlerini en çok, yolsuzluk ve kanunsuzlukları ortaya çıkaran "Araştırmacı Gazetecilik" tedirgin etmekte ve bunlar bu tür gazeteciliğe karşı çeşitli "Caydırma" silahları kullanmaktadırlar. Bu metodlara örnek olarak "İftira" suçuna verilen cezaların artırılması, gazetecilerin çalışma ruhsatına bağlanması, medya mesleği üzerindeki vergilerle, matbaa makineleri ve gazete kağıdı ithalat vergilerinin artırılması, kamuya ait ilan dağıtımında keyfi ölçülerin uygulanması ve resmi haberleşme kaynaklarına başvurunun engellenmesi gibi, bazıları geçmişte Türkiye'de de uygulanan metodlar gösterilebilir.

Ötedenberi "Açık sözlü" olmakla tanınan Colombia Basın Gazeteci-

leri, son yıllarda öldürülen arkadaşlarının da akibetlerini hatırlayarak, haber vermekte kendi kendilerini kısıtlamaktadırlar. Özellikle "Uyuşturucu Ticareti" ile ilgili haberler sadece kokain tüccarlarının değil, bu alandaki yolsuzlukların yayınından rahatsız olan reklamcıların, yüksek rütbeli devlet memurlarının ve hatta iş adamlarının tepkisi ve baskısı ile karşılaşmakta ve mevzuat bu çeşit haberlerin yayınlanmasına karşı dava açma yolunu kabul etmiş bulunmaktadır. Nitekim buna örnek olarak Colombia'da ve ABD'de "Uyuşturucu Taciri" olarak adlandırılan bir kimsenin adının bir gazetede zikredilmesi üzerine, aynı gazetede birinci sayfadan özür dilemeye mecbur bırakılmıştır. Peru'da, üç emekli subay, silahlı kuvvetleri takdir etmekten askeri mahkemede yargılanırken, Arjantin Hükümeti iftira için verilecek hapis cezasını 6 yıla, para cezasını da 200.000 dolara çıkarmıştır. Arjantin'in "Diario Popular-Halkın Günlüğü" gazetesinin yayın müdürü Jorge Pascetto bu mevzuat değişikliğindeki amacın; Hükümetin üst seviyelerindeki yolsuzluğun basında duyurulmasını önlemek olduğunu beyan etmiştir.

#### IV

Güney Lübnan'da İsrail'e karşı gerilla savaşı yapan ve terörist eylemlerde bulunan İran taraftarı Hizbullah örgütünün, Beyrut'un güneyinde bir apartman içinden Lübnan'ın her tarafına ulaşan ve ulaşım sahasını İsrail içine de taşımak için çalışmalar yapan "Al Manar-Yol Gösterici" adlı bir televizyon kanalına sahip bulunduğu haber verilmektedir.

Al Manar, 1980'lerin sonlarında Lübnan'da kurulan 50 özel televizyon istasyonlarından biri olup, izleyiciler sayısı bakımından ise dördüncü sıradadır. Bu neden ile son yıllarda silah ve roket-atar taşıyan Hizbullah mensuplarının özellikle Güney Lübnan'daki İsrail birliklerine karşı giriştikleri hücum ve eylemlerde beraberlerinde TV kameraları da taşıdıkları görülmekte ve burada çekilen filmler öncelikle Hizbullah militanlarının evlerinde ve diğer ilgilenenler ve özellikle aşırı dindarlar tarafından izlenmektedir.

Günlük haberleri itina ile giyinmiş ve başları örtülü kadın spikerler tarafından okunmakta, genellikle her haberde örneğin Güney Lübnan'da devriye gezen İsrail konvoyuna girilmiş bir roketli hücum veya Güney Lübnan Ordusu içinde İsrail'in oluşturduğu Lübnanlı milislerden herhangi bir müstahkem mevkinin Hizbullah'ın silahlı komandoları tarafından işgali olayının ekrana getirilmesine özen gösterilmektedir.

Yukarıda da işaret ettiğimiz üzere, "Al Manar" TV kanalı Lübnan'da

çeşitli milis gruplarının aralarında savaştığı İç Savaş esnasında ve 1980'lerin sonlarında kurulmuş ve "Siyasal Mesaj"larını ülkedeki sakinlere duyurmayı amaçlamıştır. Nitekim Şubat ayında, Al Manar TV kanalında, Hizbullah lideri Şeyh Hassan Nasrullah ile yapılan ve üç buçuk saatlik yayın süresine sığdırılan ve fakat gerçekte beş saat olan bir "Mülakat"ın yayınlandığını dünya mediasındaki haberlerden öğreniyoruz.

Hizbullah örgütünün bu TV kanalı zengin Şii Müslümanlardan oluşan bir grubun mülkiyetinde bulunmakta ve başlarında yüksek rütbeli bir Şii din mensubunun bulunduğu bir komite tarafından yönetilmektedir.

Bu TV kanalına Mısır filmleri, tiyatro oyunları, belgeselleri, spor olayları ve hatta Amerikan yapımı filmler bile gösterilmekte ve fakat istasyon müdür Muhammad Afif'in söylediği gibi; rol icabı çok zorunlu haller hariç, kadınları gösteren sahneler genellikle sansüre uğramaktadır. Muhammad Afif; "Biz şiddet ve içki sahnelerini de sansüre uğratarak, bir ahlak televizyonu olmaya çalışıyoruz" diyerek, öğünmekte, Al Manar'ın canlı olarak Wimbledon tenis oyunlarını yayınladığı ve fakat bunu sadece "erkeklerarası" maçlara inhisar ettirdiği gözlenmektedir. Al Manar kanalı reklam ücreti olarak 30 saniyelik bir yayın için 400 dolar gibi yüksek bir ücret almasına rağmen, yayın politikasından fedakarlık yapmakta ve örneğin; Kökten Dincilerin ABD'deki mal varlığının dondurulacağını 1995 başlarında Clinton'un söylemesi üzerine, kanaldaki Coca-Cola ve Pepsi-Cola reklamlarının durdurulduğu haber verilmektedir.

Kısaca; Lübnan sokaklarında "Kanun ve Düzen" kurulmuş olmakla birlikte, yayın dalgalarındaki anarşi bugün de sürmektedir.

## V

"Evet evlilik dışı bir kızım var. Yani ne olmuş?" Bu sözler, kendisine bir gayri meşru çocuğu olup olmadığı konusunda bir sorunun yöneltilmesi anında-ve bundan 10 yıl önce- Fransız Devlet Başkanı François Mitterrand tarafından söylenmiş ve konu o anda kapanarak, Fransız basını hiç bir şey yazmamıştır. Oysa bırakınız Türkiye'yi, böyle bir olayın Bill Clinton'a John Major'a atfedilmesi halinde kopacak gürültüyü tahmin etmek güç değildir.

Gerçekten Fransa'da bir Devlet Başkanının yalan söylemesi, yakınlarını kayırması ve yolsuzluk yapması basın tarafından titizlikle izlenerek tepki görmektedir, fakat konu bir takım seks olaylarına taalluk ettiği taktirde basın ta-

rafından yayınlanmamakta ve yorumlanmamaktadır.

Nitekim, 3 Kasım 1994 tarihli "Paris Match" dergisinin, yıllardan beri bilinen ve fakat hiçbir zaman basın tarafından ortaya atılmayan Başkan Mitterrand'ın 20 yaşındaki kızının bir resmini yayınlaması tepki ile karşılanmış ve dergi ayıplanmıştır.

Gerçekten Fransa'da Başkan Mitterrand'ın evlilik dışı bir ilişkisi olması olayı hiçbir zaman yüzüne vurulmamış ve Fransız kocalarının takriben yarısının bu çeşit ilişkileri bulunduğu ve İngiltere'de olduğu gibi Fransa'da da doğan çocukların 1/3'ünün evlilik dışı olduğu bilinirse, bu ilgisizliğin doğal karşılanması, buna mukabil "Paris Match" dergisinin bu "Tabu"yu yıkmaya kalkışmasının tepki uyandırması doğal karşılanabilir.

Kamuoyu, politikacıların özel hayatlarının basında tartışılmasının kötü bir emsal oluşturacağını ve bunun Fransız Basını, ABD'de ve İngiltere'de olduğu gibi, seks olayları ile haşır neşir olmaya sevkedeceğini kabul etmekte ve fakat politikacıların da bir takım "Gizli Bahçe"lere hakkı bulunabileceğini kabul etmektedir.

Doğrusu istenirse, bir iki önemsiz istisna dışında, Fransız Basınının "Sansasyon" aramadığı teslim edilmek gerekir. Bunun sonucu olarak Başkanın 10 yıl önce Elysee Sarayı'nda yapılan bir kahvaltılı toplantıda bir gayri meşru kızı olduğunu kabul etmesi Fransız gazetecileri arasında yıllarca bir "Açık Sır" olarak bilinmiş, "Paris Match"ın son açıklamaları ise, Fransız medyasında onaylanmadığı gibi, ilgisizlikle ve sukütla geçiştirilmiştir.

Nitekim kamu televizyon kanalı FR 2 olaydan hiç bahsetmediği gibi, Fransız Ulusal Basın Federasyonu Başkanı Jean Miot sınırsız olan "Haber Toplama Özgürlüğü" ile sorumluluk içinde kullanılması gereken "Haber verme özgürlüğü"nü karıştırılmaması gerektiğine değinmiş, kanaatine başvuru vatandaşların %79'u Mitterrand'ın kızının resminin yayınlanmasını onaylamamıştır.

Kısaca Fransızlar, herkes gibi seks skandallarının dedikodusunu yapmakta, fakat Anglo-Amerikalılardan farklı olarak, bu konuyu bir sataşma ve saldırı malzemesi olarak değil, daha ziyade bir "Eğlence" olarak görmektedirler.

## VI

Yıllar önce Alvin Toffler gibi geleceği kestirmeye çalışan futuristler,

Amerikan gazetecilik endüstrisinin yıpranmış, eskimiş ve ölmeye namzet "Bacalı Endüstriler" in sonuncusu olduğunu iddia etmişlerdir. Nitekim 1980'lerde gazetelerin reklam ve ilan geliri bakımından çok büyük durgunluk yaşadığını, son yıllarda bazı düzelmelere rağmen gazetecilik endüstrisinin sıkıntısının devam ettiğini, okuyucu sayısı düşerken, gazete ilanlarına ayrılan ilan paralarında düşüşün devam ettiğini görüyoruz.

Bütün bu dertler yetmiyormuş gibi, yazılı basının tepesinde "Yeni Teknoloji" nin oluşturduğu tehdit, Demokles'i kılıcı gibi asılı bulunmakta, iletişimci Jon Katz, son zamanlarda yayınladığı bir makalede gazeteleri "İletişim Devrimi" nin en büyük kurbanları olarak ilan etmektedir. Gerçekten yazılı basının durumunun çok parlak olduğu söylenemez.

Haberleri "Mürekkeple Yazılmış Kağıt" üzerinden öğrenmek isteyenlerin sayısı giderek azalmakta, ayrıca TV haberleri daha çabuk duyurarak onları sansasyonel malzeme ile süslemektedir. Bu nedenle gazete okuyan Amerikalıların sayısında azalma devam etmekte, 1970'de reşit nüfusun 4/5'i her gün gazete okurken, bu oran 1993 yılında 3/5'e düşmüş bulunmaktadır.

ABD'de çok az gazete sadece gazete satışının gelirinden ayakta kalamakta ve Amerika'da yayınlanan günlük gazetelerin %85'i 50.000'in altında satmaktadır. Örneğin bunlardan Tennessee'de yayınlanan "Kingsport Times-News" çok sayılı yerlerde bürolara sahip bulunup, başkent Washington'unun haberlerini bile "Haber Ajansı" aracılığı ile elde etmektedir. Bu mahalli gazeteler, mahal halkına ilan veren reklamcılarla buluşturarak, karlarının aslan payını kazanmakta, ne var ki reklamcılar, yazılı basını ekarte ederek tüketiciye doğrudan doğruya ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Bir taraftan okuyucularını, diğer taraftan reklamcıları ve reklam gelirlerini kaybeden gazeteler, yayınlarına son vermekte ve 1955 yılında ABD'de 1760 adet gazete yayınlanırken, bu sayı 1994'de 1556'ya düşmüş bulunmaktadır. Diğer taraftan, 1956'da 2'den fazla gazete yayınlayan şehirlerin sayısı 94 iken bugün bu sayı 33'e düşmüş bulunmakta ve bunun en vurucu örneği olarak 172 yıllık "Arkansas Gazette" nin yayının durdurması gösterilmektedir. Nitekim Bill Clinton'un, 1992 seçim kampanyasını, Little Rock'da bu gazetenin terkedilmiş ofisinden yönettiği bildirilmektedir.

Herşeye rağmen yazılı basının TV'ye nazaran haberleri, tahlilleri ile birlikte vermek ve araştırmacı gazetecilik yapmak gibi üstünlükleri bulun-



maktadır. ABD'de gazeteciliğinin bir diğer özelliği ülkede "Yerel Basın"ın işgal ettiği büyük yerdir. Bugün "Ulusal Basın"a ABD'den ancak iki örnek gösterilebilir. Bunlardan biri 1982'de yayınlanmaya başlayan "USA Today" diğeri ise "Wall Street Journal"dir. ABD yazılı basınında "Tekelleşme" göze çarpmakta ve Gannett, Knight-Ridder ve Newhouse adlı en büyük üç kuruluş 137 günlük gazeteyi tekellerinde tutarak ülkede günlük okuyucu sayısının %10'u olan 12.5 milyon kişiye hitap ederek ABD'deki toplam gazetelerin 3/4'ünün ise şu veya bu gruba mensup oldukları bildirilmektedir. Gazetelerin tirajı artırmak için başvurdukları bir diğer yol da şişirilmiş ve anlamsız sayfalardan oluşan"Pazar Sayısı" çıkararak, tirajı diğer günlere nazaran 20 milyon kadar arttırmalarıdır.