

EKONOMİ BASINI VE KAMUOYUNU AYDINLATMADAKİ ÖNEMİ

Arş.Gör.Şevket Saylgan
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

1- Basın ve Ekonomi

Herkesin kabul ettiği gibi basın ve ekonomi işlevsel olarak sürekli karşılıklı etkileşim içerisinde bulunan, birbirlerini şekillendiren kurumlardır. Bu etkileşim in başlangıcı ülkemizde gerçek anlamda 1980 sonrası uygulamaya konulan ekonomik politikalarının etkisiyle ortaya çıktığı düşünülse de, ilk uygulamaları ekonomi basınının genç Cumhuriyetin 1929 Dünya Ekonomik Krizi ile birlikte ekonomi politikalarındaki değişikliği sırasında dönemin "Kadro dergisi" nin etkisi ile olduğu inkar edilemez. Böylelikle ekonomi basınının ciddi anlamda ilk uygulaması "Kadro dergisi" ile ortaya çıkmış ve Türkiye'de önemli bir dönemi başlatmıştır. Türkiye'de devletçilik ideolojik altyapısı ile tam hazır olmamakla birlikte, "Kadro dergisi"nin yayınları ile devletçilik döneminin manifestosu yaratılmıştır(1). Bundan sonraki en önemli ekonomi basını adına örnek 1940 yılında çıkmaya başlayan Ahmet Emin Yalman'ın Vatan gazetesinde Fasih İnal'ın ekonomi sütunları ve ekonomi konusundaki tartışmalar,basındaki ekonomi haberlerinin toplu olarak yer aldığı girişimlerdir(2). Ayrıca 1947 yılında kurulan "Yeni İstanbul" gazetesindeki yarım sayfalık ekonomi bölümleri ve hatta bir ara bu sayfanın bir sayfaya kadar çıktığı bilinmektedir(3). Ekonomi basını bu ilklerden sonrada gelişmesine devam etmiş ve Akis, Forum ve Yön dergilerinde ekonomi ağırlıklı bölümler ve yazılar çıkmaya başlamıştır(4).

Yukarıda da belirttiğim gibi 1980 sonrası Türkiye'de ekonomi basını çok büyük bir gelişme içine girmiş ve tüm günlük gazetelerin ekonomi sayfaları bulunmakla birlikte sayfa sayıları sürekli artmaktadır. Ayrıca bugün gazetelerin baş sayfa haberlerinin genel niteliklerine de bakacak olursak, ekonomi ağırlıklı haberler hergeçen gün sayısal olarak artış gösterdiği ve okuyu-

cuyuda daha fazla ilgilerdirdiği görülecektir. Böyl edeğişmenin altında yatan şartlar arasında birincisi Türk sosyal hayatındaki dinamizm ile birlikte ekonomik konuların ağırlık kazanması yani kişiler kazançlarını kendi bireysel çabaları ile yönlendirebilme imkanı sayesinde her türlü ekonomik faaliyet konusunda bilgilendirilme ihtiyacıdır, ikincisi Türkiye'de değişik nedenlerle iç ve dış politika konularına kamuoyunda ilginin azalması ve değişik sosyal sorunlara karşın ortak ekonomik sorunların varlığından dolayı gazetelerin daha yaygın bir okuyucu kitlesine ortak sorunları konusunda mesaj verme istekleridir. Bir diğer neden olarak farklı sosyal konularda basın tek bir baskı grubu olamazken ekonomik konularda çok büyük bir kitle adına baskı grubu olabilmektedir.

Ancak tüm ekonomi basını açısından bir değerlendirme yapılacak olursa, ekonomik konularda ortak bir paydanın yakalanamadığı görülecektir. Bunda şüphesiz en önemli etken ortak politika eksikliğidir. Temel hedefler birbirlerinden farklı olunca da ortak politika üretilememektedir. Ortak politika eksikliğinin temelinde ise basının bir işletme olarak sahiplerinin çıkarları ve uzun dönem menfaatleridir. Ayrıca tüm basın kuruluşları için geçerli olan ilan, reklam bağımlılığı ise beraberinde ekonomi basınının hareket alanını kısıtlamaktadır.

Kıscacası basının var olduğundan beri en önemli sorun olan ve mücadelesi yapılan siyasi anlamdaki basın özgürlüğü bugün belki de nitelik değiştirerek, ekonomik özgürlük ihtiyacı olarak karşımıza çıkmaktadır. Belki de bu durum toplumsal fayda ve kamuoyunun aydınlatılması açısından çok daha büyük bir tehlike taşımaktadır. İşte böylesi bir basın kendi ana faaliyetleri dışında ekonomik faaliyetler içinde yer almaya başlayacaktır. Bu durum da basının sermayeye daha saygılı bir tutum içinde olması kaçınılmazdır. Çünkü öncelikle bir ilan, reklam ilişkisi söz konusudur, böyle oluncada reklam veren şirketlere karşı suya sabuna dokunmaz bir tavır içinde olan hatta belli yönlerde onlara iltifatlarda bulunmak zorunda kalacaktır. Böyle bir ortam da kaçınılmaz olarak, kamuoyunu aydınlatma ve yönlendirme işlevlerine sahip olan basın ekonomi konularında da alternatif görüşlerin rahatça ortaya konmasından, tartışılmasından kaçınmak zorunda kalacaktır.

2- Ekonomi Basının Gelişimi

Ekonomik faaliyetin olduğu her ortamda bir bilgi alışverişininin olması kaçınılmazdır. En ilkel pazarda dahi haberleşme olmadan ekonomik faaliyetin olmayacağı kesindir. Örneğin yumurta satıcısı bir köylü bile satacağı

malın piyasa değerini, ihtiyaçlarının piyasa değeri gibi bilgilere gereksinimi vardır. Bu geresinim doğaldır ki ekonomik ilişkiler karmaşıklaşıka çoğalacak ve onemi çok daha fazla artacaktır. Ayrıca bu bilgilerin sürekli ve doğru olması diğer bir önem taşıyan taraftır.

İşte o zaman kapsamlı ve sistemli bir bilgi akışı, haberleşme ağı ve böyle bir yapı içinde ekonomi basınına olan ihtiyaç kendiliğinden ortaya çıkacaktır. Bugünkü ekonomi basınıının ortaya ıkmasıda bu şekilde olmuştur. Ayrıca ekonomi kavramının toplum hayatındaki belirleyici rolü de gözönüne alınacak olursa bireylerin karar verme sürecindeki ekonomik bilgiye ihtiyaı ve bu bilgiyi kullanmadaki imkanları toplumsal barışın sağlanmasıdaki nemide inkar edilemez. Bugünkü anlamda en eski ve bugünde yayın hayatına devam eden ekonomi gazetesi "Public Ledger"dir. İki yüzyıldan beri İngiltere'de yayına devam eden bu gazete sekiz sayfadan ibaret olup 1760 yılında ilk sayısı çıkmıştır(5). Bilindiği gibi 18. yüzyıl sanayi devriminin başladığı ve etkilerinin ilk olarak İngiltere'de görüldüğü bir dönemdir. Teknoloji kavramının ortaya çıktığı toplu üretim anlayışının geçerli olduğu bu dönemde hem ulusal hemde uluslararası iç blmntn arttığı görülecektir. Kişiler mal ve hizmet ihtiyaçlarını karşılamada pazara bağlanmaya başlamıştır. Beraberinde ulaştırma imkanlarının geliştirilmesi , pazarlama usullerinin yaygınlaştırılması için bir baskıda kendiliğinden olmuştur. Ticaretle uğraşan kişiler fiyatları, fiyat değişiklerini günlük olarak öğrenmek ve şartlar aleyhlerine dönmeden önce siparişlerin vermek ihtiyaındadır. Satıcıların ve alıcıların bazı temel malları alıp satabilmeleri için serbest pazarlıkla fiyatları oluşturalabilecekleri piyasalara ihtiyaç duyulmaktadır. Anlaşıldığı gibi sanayi devrimi bugünkü bilgi toplumunda temellerini atmış ve sürekli, doğru bilgi akışının gerekliğini ortaya çıkarmıştır. Uluslararası basında da görüleceği gibi bu dönem ekonomi basınıının doğuşunuda hazırlamıştır.

Ekonomi basınıının temel fonksiyonlarından olan kriz öncesi ve kriz dönemlerindeki kamuoyunu aydınlatma, yönetimi uyarma işlevleri geçtiğimiz 1994 yılı başında geerleşen ekonomik kriz döneminde fazlasıyla yerine getirmiştir. Ancak ekonomi basınıının bu konuda zayıf ynleride yok değildir. Örneğin ekomomik geerlekleri olduğundan büyük veya kk gösterildiği durumlarda ekonomi basını prestij kaybına uğramaktadır. Ancak böyle durumlarda da ortaya basının holdingleri ile olan ilişkileri ortaya çıkmaktadır. Bazı basın kuruluşlarının yaklaşım ve yorum farklılıkları yan kuruluşu oldukları holdinglerin etkisinden kaynaklanmaktadır. Ancak genelde asgari mşterekte buluşmuşlardır. (1994 krizi buna iyi bir örnektir.) Bunda da her basın kuruluşunun bir işletme olarak ekonomik konjonktürden etkilenmesi-

nin söz konusu olmasından kaynaklanmaktadır.

Bugün ekonomi basını ekonominin temel sorunlarından olan halk kapitalizasyonunun gerçekleşmesinde rolü inkar edilemez. Bu etki indirekt gözüke de olmazsa olmaz bir önem taşır. Ekonomideki aksaklıklar, suistimaller, tekelleşme, kartelleşmenin karşısında teorik olarak bir engeldir. Ancak bu bağımsız, objektif bir basınla mümkündür. Ekonomi basınının iki sorumluluğu vardır. Birincisi doğru yapıları desteklemek, ikincisi yanlış yapıları açıklık ve kararlılıkla eleştirerek karşıt görüşü ortaya koymaktır. Ancak bu sorumluluk yerine getirilirken önemli bir faktörde kalifiye eleman ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç beraberinde kaliteyi de etkileyecek, temel işlevi olan kamuoyunu aydınlatma işlevinin gerçek anlamıyla yerine getirecektir. Örneğin kavram karmaşasına düşmüş ve manipülasyonlara açık bir ekonomi basını böylece saygınlığını, inandırıcılığında yitirecektir. Örneğin bütçe açıklarının azalması ile ilgili olarak bir başarıdan siyasi iktidar tarafından bahsedilirken ekonomi basınının olayı doğru algılayış biçimi kalifiye elemanlar ile mümkündür. Bilanço okuyamayan, makyajları çözemeyen bir gazeteci doğaldır ki kendisine aktarılan bilgileride aynen yansıtacaktır.

Son dönemde bu durum nitelik değiştirerek ekonomi basınının bugün " önce spekülasyonunu yapıyor, sonra manipüle ediyor" düşüncesi yaygındır(6). Yarı kamusal bir mal olan basın böylelikle temel işlevlerinden olan sosyal faydayı ortadan kaldırarak , özel mal statüsüne girerek bireysel faydayı ön plana çıkarma çelişmesine düşmektedir.Çünkü günümüzde basın işletme olarak sermaye piyasasından ve borsa dan menfaat sağlamaktadır. Böylesine bir ilişki beraberinde pozitif ve negatif olmak üzere iki ihtimali ortaya çıkarmaktadır. Birincisi negatif yönden sermaye piyasasında faaliyet gösteren bir basın beraberinde sosyal sorumluluğu konusunda kuşkular uyandıracaktır. İkincisi pozitif yönden, sermaye piyasasından olabildiğince yararlanan ve faydalarını yaşıyan bir basın sermaye piyasası ve borsanın gelişmesi için olumlu tüm imkanlarını kullanacak böylelikle Demokratik Ekonominin en önemli kurumlarının gelişmesine katkıda bulunmuş olacaklardır. Bu iki görüş basının sermaye piyasası ve borsada faaliyetleri arttıkça karşı karşıya geleceklerdir.

Böylesine karşılıklı görüşlerin olduğu bir ortamda ekonomi basınının daha sorumlu olması gerekmektedir. Tabidir ki bu sorumluluk yerine getirmediği durumlarda toplumun güveni sarsılacaktır. Bu da 4.kuvet olan basının kuvvetler ayırımındaki yerinin sarsılmasını kaçınılmaz hale getirecektir. Ayrıca vurgulanması gereken bir diğer konuda ekonomi basınının sermaye piyasası ve borsa ile ilgili mamüple edilmesi ve etmesi beraberinde ilan rek-

lam ilişkisinin de sadece ekonomi basının değil tüm basın için sorun olmasıdır. Ancak şunda belirtmeliyim ki basın kuruluşlarının sadece satış gelirleriyle yaşamaları da imkansızdır ve ilan reklam gelirleri finansal anlamda basın işletmesini döndüren en önemli gelir kaynağıdır. Ancak burada çok ince bir dengenin kurulması gerekmektedir. Böylesine yaşamsal öneme sahip olan ilan, reklam gelirlerinin ekonomi basınının objektifliğine ve bağımsızlığını zedelememesi ayrıca önem taşır(7). Görüldüğü gibi ekonomi basınının kamuoyunun aydınlatılması ilkesinde üstlenmiş olduğu sorumluluk çok ince dengeler üzerinde gerçekleştirilmektedir. Kendi çıkarları için yapılan manipülasyon belli bir sermaye grubuna yapılan gelir transferinde aracılık yapmaktan öteye gitmeyecektir. Basının ekonomik bağımsızlığının sağlanması veya güdümlü basın olmamasının sağlanması ancak toplumsal menfaatlerin tehlikeye düşütüğü anda çözüm bulunmaya çalışılması ile halledilemez. Çözüm basının özgürlüğünü tehlikeye atacak ilişkilerin yaşamasına imkan vermemektir.

Ekonomi basını unutulmamalıdır ki bir ülkenin uygulanan ekonomi politikalarının başarısındaki rölü inkar edilemez. Siyasi iktidarın uygulamaya koyduğu kurallar toplum tarafından benimsenip uygulandığı ölçüde başarıya ulaşır. Toplumun benimsenmesi ise doğru, hızlı aydınlatılması ile mümkündür. Bu konuda ekonomi basınının sorumluluğuda anlaşılacağı gibi çok daha fazla ortacaktır. Bu sorumluluk kamunun aydınlatılmasının yanında siyasi iktidar açısından da bir emniyet sübabı niteliğın taşımaktadır. Alınan kararlar iyi yetişmiş elemanlardan kurulmuş objektif ve bağımsız bir ekonomi basınının süzgeçinden geçerek hatalı, toplumsal maliyetleri yüksek olacak uygulamalarda uyarı görevini yerine getirmiş olacaktır.

Bugün sermayenin ve giderek "büyük sermaye" olarak tanımlanabilecek grupların bu sistemdeki yerlerini almalarından sonra basın- devlet ilişkisi yerini sermaye - basın ilişkisine bırakmaktadır. Basının devletle olan siyasi ve beraberinde ekonomik ilişkisi günümüzün kabul gören ekonomik sistemin gereği olarak (piyasa ekonomisi) ekonomi kendi dinamikleri içinde devletin ağırlığı mutlak olarak azalmıştır. Bu da beraberinde basının sermaye gruplarıyla olan ilişkisinde önemli bir gelişmenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sermaye basın ilişkisini birbirinin içine geçmiş iki aşamada incelemek doğru olur.

- 1- Basını, sermaye gruplarının parasal desteğine bağımlılığı (reklam, yardım v.s.)

2- Basın sektörünün doğrudan büyük sermaye, denetimine girmesi.

1990'lı yılların başında popüler gazete ve dergilerin oluşturduğu sektör pastasının 1 Trilyon lira civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bu yıllık cironun yüzde 70'lik bölümünü gazete ve dergi satış gelirleri oluştururken yüzde 30'luk bölümü de basına verilen reklamlardan sağlanıyor. Ancak enflasyonist ortamda görüntüdeki bu parasal büyüklüğe karşılık yüzde 1'lere yakın, çok düşük bir kar marjıyla çalışmak zorunda kalması beraberinde ekonomik bağımsızlığın tehlikeye düşmesine bununla toplumsal anlamda bilginin dağılımına etkisinin olumsuz yönde olması sonucunu doğuracaktır. Beraberinde tekelleşme ve holdinglerin yan kuruluşu olma yolunda açılmış olacaktır. Burdan da anlaşılacağı gibi bilginin sebest dolaşımı engellenmiş ve toplumsal kalkınmanın ivmesi düşürülmüş olacaktır.

SON SÖZ İlişkiler arttıkça bağımlılıkta artar.

DİPNOTLAR

- (1) Cahit Düzel, **Basında Ekonomi ve Ekonomi Basını**, Hürriyet Vakfı Eğitim yay. no: 5, 1983, s.9
- (2) **A.g.e.**
- (3) **A.g.e.**, s.10
- (4) Dinç Tayanç, **Basında Ekonomi ve Ekonomi Basını**, Hürriyet Vakfı Eğitim yay. no: 5, 1983, s.33
- (5) Düzel, **a.g.e.**, s.8
- (6) B.Bagdikian, **Media Monopoly**, Beacon Press, Boston, 1989, s. 127
- (7) Robert Picard, **Media Economics**, Sage, Londra, 1989, s.201