

ALMANYA'DA MEDYA VE DEVLET İLİŞKİSİ

TAREK BAÉ

SETA | PERSPEKTİF

NİSAN 2019 · SAYI 237

- Alman medyasının tarihsel gelişimi nasıl şekillenmiştir?
- Alman medyası ve devleti arasındaki ilişkinin boyutları nelerdir?
- Önde gelen Alman medya kuruluşları hangi çıkar grupları lehine hareket etmektedir?

GİRİŞ

Türkiye-Almanya ilişkilerine bakıldığında göze çarpan önemli noktalardan biri basın ve medya konusunda yaşanan sorunlardır. İkili ilişkilerin gerilmesine neden olan meseleler arasında Deniz Yücel davası ve Alman medyasının Türkiye aleyhinde yaptığı haberler yer almaktadır. Alman kamuoyunda oluşturulmak istenen “Türkiye’de basın özgürlüğü yoktur ve medya organları devlet kontrolindedir” algısına ilaveten Alman toplumunun kendisini “ifade özgürlüğünün teminatı” olarak görmesi de uygulanan ön yargılı Türkiye politikalarına olumsuz anlamda katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin Alman medyasına yönelik haklı endişeleri bulunmaktadır. Özellikle farklı medya organlarının sistematik bir şekilde Türkiye’ye yönelik olumsuz bir algı oluşturma çabalarına bakıldığında Almanya’daki basın özgürlüğüne ilişkin tereddütler oluşmaktadır. Bu bağlamda şu temel sorular öne çıkmaktadır: Birçok vesileyle Türkiye’ye yönelik basın özgürlüğü eleştirisinde bulunan Alman medyasının devlet ve lobi kuruluşlarıyla ilişkileri nasıldır? Almanya’da medya ve devlet ilişkileri nasıl okunmalıdır? Bu ilişkinin boyutları nelerdir? Alman medyasının tarihsel gelişimi nasıl şekillenmiştir?

MEDYA-DEVLET İLİŞKİSİ VE PROPAGANDA AYGITININ ALMANYA'DAKİ GEÇMİŞİ

Medya-devlet ilişkisini gereğince inceleyebilmek için öncelikle medyanın Almanya’daki tarihsel gelişimine bakmak gerekmektedir. Almanya medya konusunda çok uzun bir geçmişe sahiptir. Almanya’da gazete kültürünün ve bugüne kadar mevcudiyetini sürdürmüş bazı gazetelerin yaklaşık 400 senelik bir mazisi bulunmaktadır. Güç/iktidar-medya ilişkisinin tarihiye daha da eskiye dayanmaktadır.

Medyanın ülkedeki güç unsurlarıyla ilişkisini değerlendirme noktasında kiliseden bahsetmek önem arz etmektedir. Kilise-medya ilişkisine dair tarihsel süreçte bakıldığında geniş çaplı imtiyazları elinde bulunduran ruhban sınıfının dönemin temel medya aracı olan “kitaba” yönelik tekel oluşturduğu söylenebilir. Bu durum elit kitlenin bilgi işleme konusunu elinde tuttuğunu ve topluma yalnızca arzu edilen bilgiyi servis etme gücünü bulundurduğunu gözler önüne sermektedir. Bu “bilgi hakimiyeti”nin zayıflaması matbaacılık sektörünün yaygınlaşması ve böylelikle yeni yayın merkezlerinin güçlenmesiyle sağlanmıştır. Bu bağlamda gazete aydınlanmanın araçlarından olmuş ve dönemin güç odakları tarafından çıkarlar doğrultusunda kullanılmıştır.

TAREK BAÉ

Freie Universität (Berlin) ve Leicester Üniversitesi’nde (İngiltere) Medya ve İletişim fakültelerinde lisans eğitimini tamamlamıştır. 2018’e kadar *Islamische Zeitung* gazetesinde editör olarak çalışan Baé, medya, medyadaki Müslüman algısı, Almanya ve Avrupa’da azınlıklar ve Müslümanlar gibi alanlarda araştırma yapmaktadır. Almanca, Arapça ve İngilizce bilmektedir. Tarek Baé SETA Berlin’de araştırma asistanı olarak çalışmaktadır.

20. yüzyılın başlarında özellikle Avrupa'daki okuma-yazma oranının da artmasıyla birlikte gazeteler toplumlar için kitlesel bir iletişim aracı (*Massenmediem*) haline almış, devlet ve toplumlar üzerindeki etkisini ciddi şekilde artırmıştır. Medya alanındaki uzmanların mutabık kaldığı konuların başında dönemin propaganda aracı olarak kullanılan gazetelerin Birinci Dünya Savaşı'na giden yolda tansiyonu ciddi bir şekilde tırmandırdığı gelmektedir.

Propaganda enstrümanının genel tanımlaması toplumları tek taraflı ve çıkar odaklı etkilemeyi hedefleyen bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. 20. yüzyılda Avrupa'daki elitlerin iletişim aracı şeklinde işlevselleşen propaganda özellikle radyonun yaygınlaşmasıyla yeni bir fonksiyon edinerek önemli bir dönüşüm sağlamıştır. Özellikle Nazi Almanyası döneminde radyonun ana propaganda aracı olarak kullanıldığı bilinmektedir. Ayrıca Nazi döneminde Propaganda Bakanlığının radyo ve gazetelerin içeriğini belirlemesi de bugün Alman toplumunda geriye dönük bakıldığında bir utanç vesikası olarak kabul edilmektedir.

Edward S. Herman ve Noam Chomsky'nin *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*¹ kitabında tam da bu bağlamda propaganda modelleri üzerine durulduğu ve siyasal-ekonomik güç dengeleriyle ilgili tespitler yapıldığı görülmektedir. Özellikle sermaye sahibi elitlerin toplumlar üzerindeki ekonomik etkileri bu eserde bilhassa öne çıkarılmaktadır. Sermaye elitleri siyasette ciddi oranda yer almış ve toplumları etkileyebilecek araçlara sahip olmuşlardır. Bu kapsamda Herman ve Chomsky'nin ifadeleriyle “medyanın da benzer şekilde işlediğini anlamak mümkün”dür.

Yine benzer bir hususa Justin Lewis'in “Cardiff School of Journalism, Media and Culture” bünyesinde yaptığı bir araştırmada dikkat çekilmektedir. İlgili çalışmada incelenen Avrupalı gazetelerin içeriğinin yüzde 41'inin “halkla ilişkiler (*public relations*-PR)/ pazarlama” bölümüne ayrıldığı ve radyo programlarının yüzde 52'sinde de halkla ilişkilere yer verildiği gö-

rülmektedir. Burada dikkat çeken husus ise gazetelerin öncelikle şirketlere, daha sonra ise kamu ve hükümet kurumlarına ait olmasıdır. Bu minvalde PR ajanslarının verdiği reklamların yarısının “gündem belirleyici” (*agenda-setting*) nitelikte olduğu gözlenmiştir. Geleneksel propaganda yöntemleri göz önünde bulundurulduğunda bu tarz girişimlerin propagandaya yakın hamleler olduğu söylenebilir.

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDAN SONRA ALMANYA'DA DEVLET-MEDYA İLİŞKİSİ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra müttefik kuvvetlerin Almanyayı işgal etmesiyle beraber Nazi döneminin medya propagandası sonlandırılmış ve medyadaki tekel konumu ortadan kaldırılmıştır. Çok yönlü bilgilendirme olanaklarını ve halka demokratik anlamda etki etme mekanizmalarını sağlamak adına özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) birçok Alman medyasını desteklediği bilinmektedir. Ancak yeni kurulan ve ABD tarafından desteklenen medya organlarıyla ilgili “propaganda” kavramından bahsedilmemektedir. Bunun sebebi müttefik kuvvetler olan ABD, İngiltere ve Fransa'nın artık “lobicilik” veya “halkla ilişkiler” gibi terimleri tercih etmesidir. Böylelikle yeni kavramsallaştırmayla birlikte Alman medyasını ciddi şekilde etkilemenin de yolları açılmıştır.

Örneğin ABD dış istihbarat servisi CIA lobi kuruluşu “Congress for Cultural Freedom” üzerinden Alman “Axel-Springer-Verlag” adlı yayın kuruluşuna bir dönem yaklaşık 7 milyon dolarlık bir destekte bulunmuştur.² Bahsi geçen yayınevi bugün hala dünyanın en büyük medya kuruluşlarından biri olarak bilinmekte ve ABD yanlısı bir yayın politikası gütmektedir. Axel-Springer yayın kuruluşu ise kendisine ait olan Almanyanın en büyük gazetesi *Bild* üzerinden Türk-Alman ilişkilerini etkileme gücüne sahiptir. *Bild* ve Axel-Springer'e ait “N24/*Die Welt*” gibi diğer TV ve gazeteler oldukça radikal ve sert bir biçimde Türk hükümeti aleyhinde pozisyon alarak bunu açık bir şekilde göstermektedir. Bu bağlamda bir örnek vermek gerekirse *Bild* gazetesi Türkiye'deki 16 Nisan referandumu öncesi, Mart 2017'de

1. Edward S. Herman ve Noam Chomsky (ed.), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, (Pantheon Books, New York: 2008).

2. “CIA und Presse. Agenten und Informanten”, *TAZ*, 28 Temmuz 2013.

Türkçe yayımladığı bir yazıda açık bir şekilde “hayır” kampanyasına destek vermiştir.³

Siyaset, medya ve ekonomi bağlantılarını ve iş birliğini ifşa eden diğer bir husus ise Axel-Springer'in Yönetim Kurulu Başkanı Mathias Döpfner'in Alman Birleşik Borsa Endeksi'nde (DAX) yer alan tüm şirketlerin yönetim kurulu başkanlarına Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a karşı tavır alma çağrısında bulunmasıdır.⁴ Döpfner böylelikle Deniz Yücel'in serbest bırakılmasını sağlayacak baskıyı yaratacağını düşünmüştür. Ayrıca komedyen Böhmermann Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı ve Türkleri aşağılayıcı şiiriyle ilgili “Ben, Bay Böhmermann'ın söylediği tüm sözlerin ve hakaretlerin tamamen arkasında durduğumu ve hukuksal anlamda da kendi davam gibi gördüğümü ifade etmek isterim” açıklamasıyla Türkiye'ye yönelik nefretini dile getirmiştir.⁵

ALMANYA'DA DEVLET VE MEDYA ARASINDAKİ GÜNCEL GİRİFT İLİŞKİLER

Almanya'da tam anlamıyla bir “devlet medyası” anlayışı bulunmaktadır. 1949'da kurulan Federal Almanya'nın ilk Şansölyesi Konrad Adenauer'in bir devlet kanalı kurma konusunda önemli gayretleri olmuştur. Fakat devlet televizyonu veya devlet kanalı konseptlerinin yerine “kamu yayıncılığı” (*öffentlich-rechtlicher Rundfunk*) kavramı benimsenmiştir. Bunun amacı ise “tabandan gelen demokrasi anlayışına sahip medya yapılanması” olarak belirlenmiştir. Bu minvalde Almanya'da kamu yayıncılığı yapan televizyon kurumları ARD ve ZDF'dir. ARD içerisinde sol ve liberal kanadın güçlü olması sebebiyle muhafazakar partiye (Hristiyan Demokrat Birliği, Christlich Demokratische Union Deutschlands-CDU) mensup Adenauer'in ZDF'yi kurdurarak solcu elitleri dengelemeyi amaçladığı bilinmektedir. Bu televizyonların maddi desteği

direkt devletten gelmemektedir. Böylelikle bağımsız olduğu mesajı verilmeye çalışılmaktadır. Onun yerine Almanya'da yaşayan ve kablolu televizyonu bulunan her hanenin gelirlerinin bir kısmını vergi tarzı bir ödemeyle ARD, ZDF ve Deutschlandradio'ya vermesi mecburi kılınmıştır. 2017'de elde edilen toplam miktarın takriben 8 milyar avro olduğu açıklanmıştır.⁶

Kamu yararına yayın yapanların yanı sıra özel televizyon kanallarına bakıldığında da medya temsilcilerinin Almanya'daki elitlerle olan yakın teması dikkat çekmektedir. Leipzig Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışan Dr. Uwe Krüger'in yaptığı bir araştırmaya göre siyaset, ekonomi ve gazetecilik alanlarında kartelleşmeye yakın bir durum söz konusudur.⁷ Krüger'in çalışması Alman gazetelerin yönetici editörlerinin çeşitli alanlarda siyasi ve ekonomik elitlerle bir araya geldiğini ortaya koymaktadır. Yine aynı çalışmada özellikle dış politika konularında önemli konuma sahip *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt* ve *Die Zeit* gibi mecraların editörlerinin Alman hükümeti, NATO ve ABD ile bağlarının olduğu tespit edilmiştir.

Bu bağları ve bağımlılığı belirginleştiren bir diğer husus ise ZDF'nin önde gelen mizah programı olan “Die Anstalt”ın bir skeci esnasında yaşanmıştır. “Die Anstalt” 2014'te Almanya'nın en önemli gazete yönetici ve editörlerinin hangi lobi kuruluşlarıyla bağlarının olduğunu ve bu girift ilişkilerin Alman siyasetini ve kamuoyunu nasıl etkilediğini örnekleriyle birlikte alaycı fakat gerçek verilerle kamuoyunun dikkatine sunmuştur. Ancak bu skeç sonrası ilgili program yöneticilerine bahsi geçen gazeteciler tarafından dava açılmıştır. Bunun üzerine ilk etapta programın ilgili bölümünün yayımlanması yasaklanmış, sonrasında büyük gayretler sonucu bölümün tekrarına müsaade edilmiştir.⁸

3. “Alman Bild Gazetesi: Atatürk Olsa Hayır Derdi”, Haber 7, 27 Mart 2017.

4. Matthias Kamp, Peter Steinkirchner, Astrid Maier ve Jürgen Salz, “Springer-Chef Döpfner bittet DAX-Chefs um Solidarität”, *WirtschaftsWoche*, www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/der-fall-deniz-yuecel-springer-chef-doeepfner-bittet-dax-chefs-um-solidaritaet/20338758.html, (Erişim tarihi: 22 Mart 2019).

5. Jürgen Kruse, “Döpfner und die Böhmermann-Affäre. Es geht immer noch dümmen”, *TAZ*, 10 Mayıs 2016.

6. “Jahresbericht 2017”, rundfunkbeitrag.de, www.rundfunkbeitrag.de/e175/e5774/Jahresbericht_2017.pdf, (Erişim tarihi: 22 Mart 2019).

7. Herbert von Halem, “Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten”, www.halem-verlag.de/meinungsmacht-der-einfluss-von-eliten-auf-leitmedien-und-alpha-journalisten, (Erişim tarihi: 22 Mart 2019).

8. “ZDF Gewinnt Rechtsstreit über Satiresendung ‘Die Anstalt’”, *Die Zeit*, 10 Ocak 2017.

Bu olayla birlikte Almanya'ya özgü olan "kamu yararına yayın yapan medya" kavramının bir özelliği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda söz konusu kuruluşları "devlet televizyonu" olarak nitelendirmek hatalı bir çıkarım olacaktır. Bunun nedeni söz konusu kanallarda Alman hükümetinin ciddi şekilde tenkit edilmesi ve eleştirel mizahın yapılmasıdır. "Devlet televizyonları"nın kendi devlet veya hükümetlerini açık bir şekilde eleştirmesi alışılmış bir kültür değildir.

Bahsi geçen "tabandan gelen demokrasi anlayışına sahip medya yapılanması" anlayışıyla ortaya çıkan bu tür kamu kanallarında danışma kurulları yer almaktadır. Danışma kurulları üyeleri birçok farklı toplumsal fraksiyondan gelen çeşitli sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri olarak bilinmektedir. Yayın stratejisini belirleyen bu kurulların içerisinde Müslümanların yer almaması İslam dininin Almanya'da resmen tanınmamasıyla bağlantılıdır. Media Tenor Vakfı'nın yaptığı bir araştırma sonucunda Müslümanlarla ilgili yapılan haberlerin yüzde 80'inin olumsuz içerikli olması şaşırtıcı değildir.⁹

Almanya'da devlet-medya ilişkisini ya da karşılıklı bağımlılığı kategorize etmek çok kolay değildir. Florian Zollmann'ın ifadeleriyle medyanın ciddi bir sistem eleştirisi bulunmamaktadır. Sistemi eleştirenlerin de genellikle aşırı kanallar olduğu bilinmektedir.¹⁰ Diğer yandan ise pek çok gazetecinin hükümeti ciddi şekilde eleştirdiği bilinmektedir ve bu durum toplumda bir erdem olarak kabul edilir. NSU davasında pek çok Alman gazetecinin verdiği mücadele de unutulmamalıdır.¹¹

Almanya'da medya konusu incelenirken üzerinde durulması gereken başka bir husus da gazetecilerin zaman zaman baskı ve saldırılara maruz kalmasıdır. 2018'de gazetecilere yönelik yirmi sekiz saldırı gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Özellikle aşırı sağcıların hedefi olan gazeteciler Alman devletinin kendilerini

yeterince korumadığını ileri sürmektedir. Örneğin Ağustos 2018'de aşırı sağcıların gerçekleştirdiği bir gösteri esnasında bir kameramanın göstericilerden biri tarafından saldırıya uğraması gündemde yer bulmuştur. Bunun üzerine polisler saldırıya uğrayan kameramanın gazeteci arkadaşının haber yapmasını engellemiş, saldırıdan iki gün sonra kameramana saldıran kişinin bir polis memuru olduğu ortaya çıkmıştır.

Almanya'nın basın özgürlüğü konusundaki tavrına bakıldığında uygun olmayan ilişkilerin mevcudiyeti dikkat çekmektedir. Mesela medyanın önde gelen isimleriyle hükümete mensup politikacıların aynı düşünce ve lobi kuruluşlarına üye olduğu dikkat çekmektedir. ABD çıkarları için lobcilik yapan Atlantik-Köprüsü Derneği (Atlantik-Brücke e.V.) bu anlamda iyi bir örnektir. Aynı durum medya sektöründe de görülmektedir. Örneğin kamu yayıncılığı yapan gazete yetkilileriyle özel medya sektöründe faal olan muhabir ve gazetecilerin de aynı kuruluşlara üye olduğu bilinmektedir.

Görüldüğü üzere Türkiye'de medya alanında radikal gruplarla yaşanan sorunların benzeri Almanya'da da yaşanmaktadır. Burada özellikle aşırı sağcı kitlelerin gazetecilere karşı saldırılarına işaret etmek gerekmektedir. Bu bağlamda Alman siyaset ve medya kolektif aklı kendisini basın özgürlüğünün savunucusu olarak lanse etmek istiyorsa öncelikle açık bir tartışma platformu oluşturup medyanın gücü ve ilişkilerini kamuoyunun dikkatine şeffaf bir şekilde sunmalıdır. Aksi takdirde aşırı sağın kullandığı en çarpıcı slogan olan "yalancı basın" (*Lügenpresse*) kavramının önünü almasının daha güç olacağı ve gittikçe medya ve temsilcilerine karşı radikalleşen grupların çeşitleneceği aşikardır.

Alman medya kuruluşları Türkiye ile ilgili haberlerinde Türkiye'nin iç dinamiklerini daha iyi analiz etmeli ve dengeli bir yayıncılık çizgisi oluşturmalıdır. Aksi takdirde mevcut ön yargılar ekseninde yapılan haberlerin ikili ilişkilerin normalleşmesini engelleyeceği açıktır. Türk hükümetini son derece olumsuz ve yanlı bir şekilde öne çıkaran Alman medyasının geçmişte gazetecileri finansal destekle belirli haberleri yapmaya zorlayan, genel anlamda baskı uygulayan ve özgür basın ilkelerini

9. "Meist Nur Negative Berichterstattung Über Den Islam", heise.de, www.heise.de/tp/features/Meist-nur-negative-Berichterstattung-ueber-den-Islam-3369561.html, (Erişim tarihi: 22 Mart 2019).

10. Florian Zollmann, *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*, (Peter Lang Publ., New York: 2017).

11. Konrad Litschko, "Opferangehörige im NSU-Prozess. Die Hinterbliebenen", *TAZ*, 21 Kasım 2017.

birçok kez ayaklar altına alan terör örgütleriyle ilgili –ki özellikle FETÖ ve PKK örneklerinde de görüleceği üzere bunda bir sorun da görmeyen– yeterli düzeyde haber yapmaması da ayrıca ilişkileri zora sokan bir faktördür. Alman medyasında bahsi geçen terör örgütleriyle duygusal ve çıkara dayalı ilişkileri bulunan gazetecilerin olduğunu da söylemek gerekmektedir. Bilhassa sol eğilimli Alman medya kuruluşlarında böyle bir temayülün net şekilde öne çıktığı söylenebilir.

Özellikle kamuya yararlı yayın organlarının danışma kurullarına Türk ve Müslüman temsilcilerin dahil edilmesi daha dengeli ve çok yönlü bir habercilik anlayışının Almanya'da geliştirilmesi açısından çok önemlidir. Bu konuda Almanya'da yaşayan Türk ve Müslüman sivil toplum kuruluşları da daha hassas olmalıdır.

SONUÇ

Basın özgürlüğü son derece önemli bir hak ve değer olarak kabul edilmektedir. Bu özgürlük bilhassa aşırı sağcı çevre ile siyasi hareketlerin Avrupa'da ve tüm dünyada yükselişte olduğu bir dönemde daha da önem kazanmıştır. Belirli medya organlarının ve temsilcile-

rinin siyaset, sermaye sahipleri ve hatta istihbarat servisleriyle bağlantısının bulunması geçmişte olan ve gelecekte de mevcudiyetini sürdürecektir. Buna karşılık gücünü sivil toplumdan alan, demokratik prensipleri taşıyan, şeffaflık ve dürüstlük ilkelerini benimseyen ve bu yönde faaliyetlerde bulunmayı sürdüren gazetecilerin desteklenmesi gerekmektedir.

Medyaya özgür alanlar tahsis etmek ile bu alanlara etki etme yaklaşımı arasında çok ince bir çizgi olduğunun altı çizilmelidir. Özellikle haberciliğin internet vasıtasıyla hızlı bir şekilde çok geniş kitlelere ulaşması avantaj ve riskleri de beraberinde getirmektedir. Burada propaganda tarzında yayımlanan yalan haberlerle (*fake news*) mücadele konusunda çok katmanlı bir stratejiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alanda devlet ve medyanın birlikte hareket etmesi mümkün olabilir. Bu durum aynı zamanda küresel ölçekte Türkiye ve Almanya için de ortak bir çalışma alanı sunmaktadır. Şimdiye kadar Türk-Alman ilişkilerini olumsuz etkileyen medya konusunun gelecekte ikili ilişkilerin yumuşamasına vesile olacak bir faktör haline gelmesi de mümkündür. Bu bağlamda ilk adım saygı, hakkaniyet ve dürüstlük olmalıdır.



SIYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI
FOUNDATION FOR POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH
مركز الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية

www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi