

Finlandiya'da Medyanın Ele Geçirilmemesi

Altuğ ÇALIN

Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Enstitüsü
Avrupa'da Siyasal İletişim Yüksek Lisans Programı

586121009

altucalin@gmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı medyanın özgürlüğü ve medyanın ele geçirilmesi kriterleri bağlamında Finlandiya örneğini incelemektir. Çalışmada geleneksel medyadan dijital platformlara olmak üzere tüm medya kanalları incelenerek, ülkede sektörde faaliyet gösteren en büyük iki şirket ve en büyük iki televizyon kanalına dair bilgiler sunulmuştur. Devletin medya pazarı ile ilgili siyasası ve uyguladığı yasal mevzuat ile birlikte, ülkedeki hem devlet hem sivil toplum örgütlenmeleri araştırılarak medyanın ele geçirilmesinden nasıl kurtulduğu ve nasıl özgür bir medya ortamı yarattığına dair değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Finlandiya, Medya Yakalanması, Medyanın Ele Geçirilmesi, Medya Özgürlüğü*

Abstract

The aim of this study is to examine the case of Finland in the context of media freedom and media capture criteria. In the study, all media channels, from traditional media to digital platforms, were examined and information about the two biggest media companies and the two biggest television stations in the country was presented. In addition to the state's policy on the media market and the legislation which applied, both the state and non-governmental organizations in the country were investigated, and evaluations were made about how the media escaped from the capture and how they are able to create a free media environment.

Keywords: *Finland, Media Capture, Media Freedom*

1. Finlandiya Hakkında Genel Bilgiler

Finlandiya, kuzeyde Norveç, güneyde Baltık Denizi, batıda İsveç ve doğuda Rusya'nın bulunduğu, 338.432 km²'lik alanı ve 5,549,599 nüfusu ile bir İskandinav ülkesidir.¹ Başkent Helsinki, Avrupa'nın en kuzeydeki başkenti olma unvanına sahiptir ve ülke nüfusunun beşte birine ev sahipliği yapmaktadır. Ülkede Fince ve İsveççe resmi diller olup, kuzey bölgesinde bölgesel halk olan Samilerin dili de bölgesel olarak resmi dildir. Kişi başı gayri safi milli hasılası 50.810 USD ile dünyada 19. sırada yer almaktadır.² Ülkenin yönetim biçimi Üniter Parlamenter Cumhuriyettir.

Finlandiya'nın tarihi resmi olarak 1809 yılında sonuçlanan İsveç-Rus savaşı sonrasında bölgenin Rus hakimiyetine girmesi ve bu bölgeye *Finlandiya Büyük Düşeliği* unvanı verilerek özerklik tanınması ile başlamıştır. Fakat 'Finn' halkına dair bilgi ve belgeler Hristiyanlık öncesi döneme kadar dayanmaktadır. Nordik ülkeler arasında bazen İsveç bazen Norveç bazen de tamamının birlik olduğu Kalmar Birliği gibi ülkeler içinde paylaşılan Finlandiya toprakları her daim içerisinde Fin halkını ve kültürünü barındırmış olsa da ülkede tarih boyunca etkisini gösteren bir İsveç kültüründen söz etmek mümkündür. Rusya tarafından verilen özerklik ile birlikte kültürel ve ekonomik birliğini kuran Finlandiya, tüm Avrupa'da gerçekleşen milliyetçi akımlardan etkilenmiş ve tam bağımsızlık kazanma fikrinin de bu dönemde dile getirildiği bilinmektedir. Fakat bunun için yaklaşık yüzyıl beklemesi gerekecektir. Ülkede resmi yazışmalar Rusça yapılmakta, soylular İsveççe, halk ise Fince konuşmaktadır. (Küçük, 2011) Düşeliğin ilk yöneticisi Alman asıllı bir İsveç soylusu olan Mannerheim ailesinin ferdi ve Finlandiya'nın birinci ve ikinci dünya savaşındaki halk kahramanı olan *Baron Carl Gustaf Emil Mannerheim*'ın büyük dedesi olan *Kont Carl Erik Mannerheim*'dır.

1906 yılına gelindiğinde meclis, aslında yerel halkın Çarlığa karşı politik gücünü artırmak amacıyla aldığı karar ile dünyada kadınlara oy hakkı tanıyan ilk meclis olmuştur. Birinci Dünya Savaşı Avrupa'da patlak verdiğinde Finlandiya halkı, tebaası olduğu Çarlık Rusya'nın yanında savaşa katılmıştır. Ülkenin en popüler generali Carl Gustaf Emil Mannerheim'in da Rus Ordusunda komutan olarak görev yaptığı bilinmektedir. Ancak 1917'de Rusya'da başlayan devrim hareketleri ile birlikte Finlandiya Özerk Hükümeti bağımsızlık kararı almıştır. Bolşeviklerin Rusya'da devrim yapması ile birlikte Finlandiya içerisindeki Bolşevik yanlıları da ülkede komünist bir devrim olması için harekete geçmişler fakat Alman ve İsveç destekli merkantilist ve milliyetçi hükümet arasında iç savaş çıkmıştır. Bunun üzerine hükümet ordularının başına, o dönem Rus ordusundan uzaklaştırılmış olan emekli Mareşal Mannerheim getirilmiştir. Beyazlar ile Kırmızılar olarak adlandırılan güçler arasında çıkan kanlı çatışmaların neticesinde Bolşevikler savaşı kaybetmişlerdir ve Finlandiya Hükümeti bağımsızlığını kazanmıştır. Finlandiya'nın bağımsızlığını ilk tanıyan yine Sovyetler rejimi olmuştur.

Finlandiya, iki dünya savaşı arasındaki dönemde Sovyetlerin yayılcı politikası yüzünden gergin bir süreç geçirmiş ve özellikle Almanya'ya bu dönemde yakınlaşmıştır. Nitekim 1939'da 2. Dünya Savaşı başlar başlamaz, Sovyetlerin Finlandiya'ya saldırmasıyla bu gerginliklerinde haksız olmadığı ortaya çıkmıştır. 1944 yılına kadar Sovyet tahakkümü altında yaşayan Finlandiya gerilla savaşlarıyla rakiplerine zor zamanlar yaşatmışlar ve nihayetinde karşı saldırıya geçerek Sovyet ordusunu sınırlarından dışarı püskürtmüşlerdir. Fakat savaşın sonuna gelinirken Nazi Almanya'sı ile birlik olmanın bedelini ödeyeceklerini anlayan Mannerheim ve hükümet yetkilileri, Karelia bölgesi hariç toprak bütünlüğünü koruyarak Sovyetlerle barış anlaşmasına gitmişler, yenilgiyi ve savaş tazminatını kabul ederek savaştan çekilmişlerdir.

¹ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022

(https://tilastokeskus.fi/til/vamuu/2021/11/vamuu_2021_11_2021-12-21_tie_001_en.html)

² Dünya Bankası, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022

(<https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.CD&country=#>)

Soğuk savaş döneminde Finlandiya yanı başındaki süper güç olan Sovyetlerden çekinmesi sebebiyle Batı dünyasıyla tam entegre olmamış, NATO'ya ve diğer batı birliklerine üye olmadan dengeli bir politika izlemeye özen göstermiştir. Fakat 1990'lı yıllara yaklaşırken Sovyetler Birliğinin güçten düşmesi ile önce 1986 yılında EFTA'ya, ardından 1989 yılında Avrupa Konseyi'ne üye olmuştur. 1995 yılında da AB'ye tam üyelik başvurusu hızlıca kabul görmüş ve üye ülkeler arasında yerini almıştır.³

Ülkenin siyasal düzenine bakıldığında, cumhurbaşkanının halk tarafından altı yıllığına seçildiği ve en fazla iki dönem aynı kişinin bu mevkide bulunduğu görülmektedir. Cumhurbaşkanının, konumu ve politik anlamda gücü 2000 yılında yapılan bir referandum ve anayasa değişikliği sonrası azaltılmış olup, geleneksel olarak dış ilişkiler ve dış politikaya önderlik etmektedir. (Moring, 2008) Meclis ve kabine arasında sorunlar yaşanması halinde ilişkileri düzenlemek, seçilirken tarafsızlık yemini eden Cumhurbaşkanı tarafından beklenen görevler arasındadır. Devlet kabinesi başbakan ve 19 bakandan oluşur ve meclisinde 200 vekil görev yapmaktadır. Milletvekili seçimleri dört yıl arayla yapılmaktadır. Güncel hükümet, *Sosyal Demokrat Parti, Merkez (Tarımsal) Parti, Yeşiller, Sol Birlik ve İsveçli Halkların Partisi*'nden oluşan beş partili bir koalisyondan oluşmakta ve meclisin 117 sandalyesini kapsamaktadır. Muhalefetteki 83 sandalyeli partiler ise büyüklük sırasına göre, *Fin Partisi, Ulusal Birlik Partisi ve Hristiyan Demokratlar Partisi*'nden oluşmaktadır. *Hareket Şimdi ve Güç Halkındır* isimli partilerin birer temsilcisi de muhalefete dahildir.⁴

Yerel yönetim anlamında ülke altı idari bölgeye bölünmüş olup, bölgesel ve yerinden yönetimi benimsemiş bir düzendedir. Toplam 306 belediyeden oluşan yerel yönetimler büyük bir çoğunluğu toplam 6.000 vatandaşın altında nüfusa sahip dağınık bir yerleşim düzenine hizmet vermektedir.⁵ Ekonomik anlamda ülke uzun yıllar Türkiye'ye benzeyen bir karma ekonomi ile yönetilmiştir. Ülkenin gelir kaynaklarında elektronik ürünler, mühendislik ürünleri, ormancılık, madencilik ve kimya ürünleri en önemli kalemlerdir. Coğrafi anlamda tundra ikliminin hâkim olduğu ülkede yaklaşık 188.000 göl bulunur ve şehirlerin hemen hepsi birden fazla su yolu ve adacık üzerine kurulmuştur.⁶ Doğal yaşamda boz ayı, sığın, porsuk ve kurt ülkede en çok bulunan hayvan cinslerini oluşturmaktadır. Mantar toplama ülke halkının kültürel kodlarına işlenmiş, nesilden nesile aktarılan bir bilgi olarak süregelmektedir. Finlandiya'nın demografik yapısına baktığımızda ise ülkede yaşayan halkın ana diline bakılacak olursa %86,9'u Fin, %5,2'si İsveç halkından, oluştuğu görülmektedir. Ek olarak %4'ü Avrupalı, %2,5'u Asyalı, %1 Afrikalı ve %0,5 diğer kıtaların halklarından oluşmaktadır. Din bağlamında halkın %72'si Finlandiya'ya özel Evanjelist Lütheryan Kilisesi üyesi olup %28'i herhangi bir dine yakınlık hissetmediğini bildirmektedir.⁷ Kültürel yaşamda *Hokey* ülkenin en popüler spor dalı olduğu görülür ve kazanılan milli buz hokeyi maçları sonrasında ülkede adeta milli bayram gibi kutlanmaktadır. Haricinde kış sporları doğal olarak en çok ilgiyi görmektedir. *Sauna* kültürü Fin halkının dünyaya armağan ettiği bir diğer kültürel yaşam ögesi olup, halen şehirli halkın yaşadığı apartmanların büyük çoğunluğunda ortak kullanımlı saunalar mevcuttur. Bu mekanlar, bir anlamda sosyalleşme alanlarıdır. Fiziksel çevre bağlamında bakıldığında; *Mimari* olarak ülkenin İsveç ve Rusya'dan esinlenerek geliştirdiği kendine has bir üslubun mevcut olduğu söylenebilir. Ülkenin öncü mimarlarından Alvar Aalto'nun birçok şehirde ünlü eserleri önemli noktalarını süslemektedir. Finlandiya'da *Sosyal Yaşam* toplum nezdinde önemli bir yer tutmakta olup, mevsim fark etmeksizin hemen her hafta Helsinki gibi büyük şehirlerde

³ This Is Finland, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, (<https://finland.fi/life-society/main-outlines-of-finnish-history/>)

⁴ Finlandiya Parlamentosu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022

(<https://www.eduskunta.fi/EN/kansanedustajat/eduskuntaryhmät/Pages/default.aspx>)

⁵ Fin Belediyeler Birliği, Erişim Tarihi 13 Ocak 2022 (<https://www.localfinland.fi/finnish-municipalities-and-regions>)

⁶ Visitfinland.com, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (<https://www.visitfinland.com/article/the-water-of-life/#d4ebf248>)

⁷ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, (https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto_en.html)

bir festival, konser veya sanat faaliyetine denk gelinebilmektedir.⁸ Bunun da ülkedeki demokratik katılıma değer vermelerinin bir karşılığı olduğu söylenebilir. Örnekleme gerekirse, tüm demokratik ülkelerde kutlanan 1 Mayıs İşçi ve Emekçi Bayramı, ülkede ikinci bir kültürel anlam ile baharın gelişi “Vappu Günü” ismiyle kutlanmakta ve her yıl tüm şehirlerde öğrenciler başta olmak üzere halkın katılımıyla bir festival havasında geçmektedir.⁹

2. Medya Sektörüne Genel Bakış

Finlandiya hem tarihi hem de kültürel anlamda genç bir ülke sayılmasına rağmen, demokratik geleneği çok güçlü olan, birçok Avrupa ülkesinden daha gelişmiş ve daha demokratik yapıda olduğu yapılan araştırmalarca kanıtlandığı görülmektedir.¹⁰

Finlandiya’da Medya Pazarı 2021 verilerine göre 3,87 milyar Euro’luk nüfusuna oranla dev bir ekonomiyi kapsamaktadır.¹¹ Çalışmanın ileriki bölümlerde detaylarından bahsedeceğimiz medya pazarının büyük bir çoğunluğunda; mülkiyet yoğunlaşması yaşayan ve oligopolleşen bir düzeninin varlığından bahsedilebilseyse de hem kanunların işletilmesi hem de kurumların öz-denetim geleneğinin güçlü olması, sistemin yozlaşmadan sağlıklı çalışmasına sebebiyet vermiştir. (Moring, 2008)

Ülkede 2015 yılında yapılan bir araştırmaya göre sinema sektöründe %26, internet reklamcılığı (arama motorları hariç) %7, kitap satışları %4 ve radyo sektörü %4 büyüme gerçekleştirdiği gözlemlenmektedir. İngiliz araştırma firması olan KANTAR TNS’nin reklam satışları üzerine yaptığı güncel araştırmasına göre, basılı dergilerde %9, gazetelerde %5, Geleneksel TV’lerde ise %1 düşüş gerçekleşmiştir. Öte yandan radyolarda %3, dijital medya’da %13 artış gerçekleştiği raporlanmaktadır. Medya reklamcılığı 2012’den günümüze sürekli bir düşüş eğilimindedir.¹²

Finlandiya’da geleneksel medyanın güçlü olduğu, özellikle gazetelerin halen yaygın olarak okunduğunu gazete tirajlarından ve gazetelerin gelirlerindeki üyelik ücretlerinden görülebilmektedir. Gazete çeşitleri ulusal ve bölgesel, sabah ve akşam gazeteleri olacak şekilde farklılıklar göstermektedir. Devletin verdiği sübvansiyonlarla gazeteler özelinde sürdürülebilir bir ekonomik düzen kurulduğu söylenebilir. Gazetelerin yaygın kullanımı, güçlü gazetecilik etiğini ve iyi eğitilmiş gazetecilerin var olmasını da beraberinde getirmektedir¹³. Editöryal özgürlüğü sağlamak amacıyla devlet, kanun gücünü sınırlı tutmak ve mümkün olduğunca müdahale etmemekten yana politika belirlemektedir. Bu da ülkedeki tüm iş ve sosyal alanlarda teşvik edilen ‘örgütlülük’ ilkesi ile birleşince ortaya sağlıklı ve etik anlamda temiz bir çalışma ortamı çıkarmaktadır.

2.1. Basılı Medya Kullanımı

Finlandiya 2014’de yapılan bir araştırmaya göre gazete dolaşımının en yoğun olduğu dört ülkeden biridir. Aylık üyelikler ülkede yaygın olarak kullanılmaktadır. Gazete gelirlerine

8 Myfinland.fi, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (<https://www.myhelsinki.fi/en/work-and-study/27-reasons-to-live-in-helsinki>)

9 This Is Finland, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (<https://finland.fi/life-society/finland-shows-carnival-colours-on-may-day/>)

¹⁰ MediaLandScape, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://medialandscapes.org/country/finland/media/introduction>)

¹¹ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022, (https://tilastokeskus.fi/til/jvie/index_en.html)

¹² Kantar TNS 2020 Raporu, Erişim Tarihi 7 Ocak 2022, (https://www.kantar.fi/sites/default/files/mediamainonnan_kehitys.pdf)

¹³ Monitoring Media Pluralism in the Digital Era, Erişim Tarihi 7 Ocak 2022 (<https://cmpf.eui.eu/mpm2021-results/>)

bakıldığında üyelik aidatlarının getirisi 1988’de toplam gelirin %26’sını kaplarken, 2015 yılında bu rakam %55’e çıktığı görülmektedir.¹⁴

Reuters Dijital Haberler Enstitüsü’nün 2016’da yaptığı bir araştırmaya göre gazeteler toplam satış gelirlerinin %10’unu dijital üyeliklerden %90’ını basılı gazete satışlarından elde ederken, salgın sonrasında dijital üyelik kapsamına geçiş yapıldığı ve basılı tirajların düşmeye başladığı gözlemlenmektedir. Bir bütün olarak gazete pazarındaki üye sayısı ilk defa 2021 senesi itibariyle dijital üye sayısının gerisinde kalmıştır. Finlandiya’da basılı ve dijital gazete üye sayısı nüfusun %93’ünü kapsamaktadır.¹⁵ Bu da geleneksel yazılı medyanın ülkede halen ne kadar güçlü olduğunun en önemli göstergesi sayılabilir.

Yazılı medya pazarına basılı gazeteler ve onların dijital versiyonları, günlük, günlük olmayan ve ücretsiz gazeteler, dergiler, haftalık mecmualar ve kitaplar dahil edilmektedir. 2015 yılında günlük gazete satışları tek kopya ve üyelikler dahil 962 Milyon Euro’luk bir pazarı oluşturmakta, bunun 830 milyon Euro ile en büyük payını günlük gazete satışları oluşturmaktadır.¹⁶

Ülkedeki ilk gazetecilik faaliyetlerinin İsveç dilinde olduğu görülmektedir. İsveç Halkının yoğun olarak yaşadığı, özerkliği bulunan Åland takım adaları ve ana karadaki iki bölgede sadece İsveç dilinde gazete çıkmaktadır. Ülkedeki İsveç dilinde çıkan gazetelerin tirajları İsveçli halkın toplam nüfusa oranıyla yaklaşık bir değerde, toplam tirajın %5,3’ünü kapsamaktadır. Günümüzde çıkan gazetelerin %95’i herhangi bir politik akımla ilintili olmadıklarını belirtmektedir. Geçmişte parti gazeteleri yaygın olarak kullanımda olsa da 2016’dan günümüze kadar partilerin gazete çıkarma sıklıklarının giderek düşürdükleri gözlemlenmektedir.¹⁷

Ülkedeki en büyük basın kuruluşu olan *Sanoma OYJ*’nin sahibi olduğu Helsingin Sanomat, günlük gazeteler arasındaki basılı gazete pazarının %78’ine, dijital baskılarda %22’sine sahiptir. Sanoma OYJ firması tarafından akşam gazetesi olarak çıkarılan *Ilta-Sanomat* da ülke genelindeki günlük gazete piyasasında önemli yer tutmaktadır. Şirket 1889’da Helsinki’de kurulmuş olup, ülkede hali hazırda var olan gazetecilik sektörüne çok daha sonradan dahil olduğu söylenebilir. 1950 yılına gelindiğinde Sanoma OYJ ülkenin en büyük medya şirketi konumuna yükselmiştir. 1995 yılında Finlandiya AB üyesi olunca, sermayenin serbest dolaşımı kapsamında şirket başta Hollanda olmak üzere Avrupa’da birçok ülkeye yatırımlara başlamıştır. Son 20 yıllık serüveninde medya sektörüne yaptıkları yatırımlara ek olarak, eğitim sektörüne yatırımlarını güçlendirmiştir. Şirketin 2021 finans raporlarında görüldüğü üzere 1 milyar Euro üzerindeki toplam cirosunun yarısını eğitim kurumlarından yaptığı görülmektedir. Bu eğitim kurumları içerisinde, gazetecilik eğitimi büyük bir yer tutmaktadır. Böylelikle hem kendi çalışanlarını, kendi oluşturdukları eğitim kurumlarından devşirebiliyor, hem de sektöre sağlıklı çalışanlar yetiştirmektedirler. Şirketin Hollanda, Polonya ve Belçika’daki yatırımları Finlandiya’dakinden daha fazladır.¹⁸

Finlandiya’daki ikinci büyük basın kuruluşu olan *Alma Media OYJ* 1849 yılında Fin Edebiyat Derneği’nin Basım Kurumu tarafından Helsinki’de kurulmuştur. Şirket kuruluşundan 1980 yılına kadar yerel ve bölgesel medya unsurlarına önem vermiş, birçok yerel gazete ek olarak TV ve radyo sektöründe de yatırımlar yapmıştır. 1980 yılında yayın hayatına başlayan *Ilta-lehti* gazetesi, ulusal anlamda en yüksek tirajlı akşam gazetesidir. Firma 1988 yılında gazete dağıtım kurumlarından en büyük iki kurumu satın alarak birleştirir ve ülkedeki basın-yayın

¹⁴ Medialandscapes, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://medialandscapes.org/country/finland/media/print>)

¹⁵ MediaLandScapes, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://medialandscapes.org/country/finland/media/print>)

¹⁶ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi 7 Ocak 2022 (https://tilastokeskus.fi/til/jvie/index_en.html)

¹⁷ MediaLandScapes, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://medialandscapes.org/country/finland/media/print>)

¹⁸ Sanoma OYJ Half Year Report, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://www.sanoma.com/globalassets/wp-content/uploads/2021/07/sanoma-half-year-report-2021.pdf>)

sektörünün lideri olur. 2000’li yıllardan itibaren Avrupa’nın muhtelif ülkelerinde farklı sektörlerde yatırımlarına devam eden firma, 2021 yılı itibariyle Avrupa’da 11 ülkede yatırım sahibidir. En yüksek gelirli yatırımları halen Finlandiya sınırları içerisindekiyledir.¹⁹

2.2. Televizyon Kullanımı

Finlandiya’da televizyonun günümüzde halen haber alma anlamında en yaygın kullanılan medya biçimi olduğu görülmektedir. Tüm medya sektöründe olduğu gibi TV’de de medya sahipliği ile ilgili kanunların genel olarak zayıf olduğu muhtelif kaynaklar tarafından raporlanmıştır. Kuralların ve öz denetim mekanizmalarının düzgün işletildiği demokratik korporatist standartlara hâkim rekabetçi bir piyasa olmasına rağmen yoğunlaşmanın olduğu bir pazar olduğu gözlemlenmektedir. Ülkede hem teknolojinin yaygın kullanılması ve haliyle beklentilerin de yüksek olması, hem de ülkede iş gücü ve emeğin maliyetinin yüksek olması sebebiyle sektörel maliyetlerin artmasına neden olmaktadır (Kuutti, 2012). Bunun da piyasaya yeni yatırımcıların girmesi konusunda motivasyon düşürücü bir etkisi olduğunu söyleyebiliriz.

En yüksek izlenme oranı devletin sahibi olduğu *YLE (Finnish Broadcasting Company)* kanalıdır. 1988 yılında reytinglerin %34’üne sahip olan kanal, günümüzde halen %25 civarında reytinglere sahiptir.²⁰ YLE’nin yönetimi ve işleyişi parlamento tarafından seçilen 21 üyeli bir idari konsey tarafından belirlenmekte olup, kanal çalışanları YLE’nin idari konsey toplantılarına katılmak ve dinlemek için iki temsilci atayabildikleri bir düzen işlemektedir. Konsey YLE’nin genel müdürünü, üst düzey yöneticilerini, yıllık bütçesini ve yayın politikasını belirler. Aynı zamanda kanalın radyo ve diğer faaliyetlerindeki kısıtlama veya genişleme, kamu hizmetine dair yerine getirilmesi gereken işlemlerin de kararını vermekle mükelleftir. Kanalın bağımsızlığını sağlamak amacıyla Konsey Üyeleri aynı zamanda kanalın yönetim kuruluna atanamaz ve şirketin üst yönetiminde yer alamazlar. Kanal genel olarak birçok uygulama ve çalışma prensibini İngiltere’deki benzeşiği BBC’den ilham alarak ilerlemektedir. Kendi işleyişini, kalitesini ve gazetecilik etiğini korumak amacıyla belirlenmiş iç Yayın Yönergeleri ile birlikte özel kanunlarla korunan hakları olan kanalın reklam gelirleri bulunmamaktadır. Bunun yerine YLE vergisi olarak adlandırılan, TV izleyicilerinin ödediği vergilerden giderleri karşılanmaktadır.²¹ (Kuutti, H., 2012: 5-6)

Ülkedeki en büyük ikinci TV kanalı *Mainos Televisio Kolme (MTV3)* kanalıdır. 1957’de kurulan ve Avrupa’daki ilk kurulan özel teşebbüslü televizyon kanallarından olan MTV, ilk yıllarında özel yapımlar ile günün sınırlı zamanında yayın yaptığı, 1980’li yıllarda YLE ve Nokia firmaları ile birlikte üçlü bir ortaklık ile kurulan TV3 kanalının zamanla tüm hakları Alma Media şirketi tarafından satın alınarak kanalın isminin MTV3 olarak değiştirildiği görülmektedir. Bir süre sonra MTV’nin ana kanalının MTV3 olarak değiştirilmiştir. Alma Media OYJ, MTV3 kanalını 2005 yılında Bonnier isimli İsveç firmasına satmıştır ve 2018 yılında Telia isimli daha büyük bir şirketin Bonnier’i satın aldığı ve halen bu firma tarafından kanalın işletildiği bilinmektedir.²²

2.3. Radyo Kullanımı

¹⁹ Alma Media Corporation Half Year Report 2021, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (https://2mpl782fqhxg1dgi5z351me1-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2021/07/Half-Year-Report-2021_eng.pdf)

²⁰ Finlandiya İstatistik Kurumu, TV İzlenme Oranları, Erişim Tarihi: 7 Ocak 2022 (<https://www.statista.com/statistics/633922/tv-channels-in-finland-by-audience-share/>)

²¹ Expat Finland, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, (https://www.expat-finland.com/telecommunications_and_media/television.html)

²² Yle News, Teleoperator Telia buys Finnish TV channel MTV3, Erişim Tarihi 13 Ocak 2022 (<https://yle.fi/news/3-10314552>)

Radyo kullanımını halen ülkede yaygın kullanımda olan bir mecradır. Özellikle yerel radyo kanallarının yoğun olarak dinlendiği Finlandiya’da radyo kanalı açmak TV kanalı açmaya oranla daha fazla regülasyona tabiidir. Radyo faaliyetleri Avrupa Birliğinin görsel-işitsel yönetmelikleriyle uyumlu işleyen Televizyon ve Radyo Yasası ile belirlenen çerçeve esasına göre lisanslama ve işletme kuralları belirlenmiştir. (Televizyon ve Radyo Operasyonları Yasası 744/1998, 11. Bölüm). Kanuna göre bölgesel radyoların programlarının belirli bir bölümünde bölgenin sorunlarını dile getirmesi, bölgenin insanların ilgi alanlarına göre belirlenmesi ve bu özel grupların çıkarlarının korunması hedeflenmiştir.

Ülkedeki en yaygın radyo kanalları devlet kanalı YLE’ye aittir²³ ve radyo dünyasındaki genel düzeni, trendleri ve etik anlayışı YLE’nin belirlediği söylenebilir. Anayasal olarak korunan ifade özgürlüğüne ilişkin en temel yasa, medya işletmelerinin genel sorumluluklarını ve medyanın ilgisini çeken konu ve bireylerin haklarını tanımlayan ‘Kitle İletişim Araçlarında İfade Özgürlüğünün Kullanılmasına Dair Kanun’dur. İçerik düzenlemesi, çeşitli yasal düzenlemeler ve programların hem niteliği hem de niceliği ile ilgili gereksinimleri içeren televizyon ve radyo lisansları aracılığıyla doğrudan yürütülür. Bu kanunlara göre medya üretiminin amacı, programların çeşitliliğini ve halkın özel gruplarının ihtiyaçlarını korumaktır.

2.4. Dijital Medya Kullanımı

Tüm dünyada olduğu gibi Finlandiya’da da basım ve yayıncılık sektöründeki azalma trendi devam ederken, sosyal medya ve dijital medya tüketimindeki artış sürmektedir. Buna 2020 yılında başlayan Covid-19 salgını eklenince toplumdaki dijital dönüşümün hızı artmıştır. İnternet, TV ve Radyo’nun birlikte düşünüldüğü Elektronik Medya kullanımı geçen yıla oranla %1,5 düşmüş görünse de 2010’dan günümüze kadar %100’den fazla artış gösterdiği görülmektedir.²⁴

2020 yılında ülkede müzik albüm satışları haricinde TV ve İnternet reklamcılığı sektörlerinde büyüme gerçekleştiği görülmektedir. Albüm satışlarının büyük bir bölümü dijital satışlar olmak üzere, dijital müzik platformu olan ‘Spotify’ en yoğun satışın gerçekleştiği kanaldır. Özel radyo faaliyetleri ve radyo reklam satışları 2019’a göre yaklaşık %20 düşüş göstermesine rağmen, radyoların çevrimiçi versiyonlarındaki reklamcılık büyüme eğilimindedir.²⁵

Kantar TNS’nin yapmış olduğu araştırmada 2020 yılında internet reklamcılığı %15 büyüme gösterdiği belirtilmiştir. Ülkede 2011 yılından sonraki 10 yıllık süreçte basım-yayıncılık sektörünün değeri toplam %31 azalırken, dijital medya sektörü %57 artış göstermektedir.²⁶

3. Finlandiya’da Medyanın Ele Geçirilmesini Koruyan Aygıtlar

3.1. Medya ile İlgili Yasal Mevzuat

Finlandiya’da yetkililer medya düzenlemesini ilgilendiren yasal mevzuatta devletin rolünü oldukça gevşek tutma eğilimindedirler. Yasal düzenlemeler sadece kurullarla piyasanın genel çerçevesinin belirlenmesini, piyasayı geliştirmek amacıyla yapılabilecek ek hamleleri ve lisans verme prosedürlerinin yasallığının güvence altına almasını kapsamaktadır. Faaliyetleri büyük

²³ Finnpanel, Radio Listening in Finland 2020 Report, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022

(https://www.finnpanel.fi/lataukset/radio_year_2021.pdf)

²⁴ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (https://www.stat.fi/til/kl_til_en.html)

²⁵ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (https://www.stat.fi/til/jvie/2020/jvie_2020_2021-12-03_tie_001_en.html)

²⁶ Finlandiya İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi: 22 Ocak 2022 (https://www.stat.fi/til/jvie/2020/jvie_2020_2021-12-03_kat_001_fi.html)

ölçüde, bilgi ve veri gizliliği, mahremiyet koruması, pazarın ve teknolojinin gelişimi konularında çerçeve sağlamaya odaklanmıştır.

Finlandiya medya pazarı, herhangi bir kısıtlama olmaksızın yabancı medya patronluğuna veya çapraz medya sahipliğine açıktır. Medya sektörüne özel rekabet yönetmelikleri veya mevzuatları bulunmamaktadır. Bu gevşek bırakılma durumunun esas amacının piyasa koşullarının geliştirilmesine olanak sağlamak maksadıyla yapıldığı savunulmaktadır. Geçmişte oldukça bürokratik zorluklar barındıran medyadaki rekabet düzenlemeleri, AB'nin direktifleri ve uyum süreci doğrultusunda Finlandiya'daki hükümetler tarafından zamanla değiştirilmiş, gevşetilmiş ve Fin piyasalarının yabancı yatırımcıların ilgisini çekmesi maksadıyla serbestleştirilmesi politikası benimsenmiştir. AB'nin mevzuatına göre uygulanan genel rekabet kuralları, medya sektörü için de belirleyici rol oynamakta olup yine de zayıf içeriğe sahip olduğu söylenebilir. Ülkede 2004 yılında yürürlüğe giren Avrupa Komisyonu Birleşme Yönetmeliğine göre medyadaki yoğunlaşmanın boyutlarını izlemekle sorumludur. Bu izlemeye ulusal düzeyde Finlandiya Rekabet Kurumu bakmakta olup hem medya üretimi hem de dağıtım süreçlerindeki ekonomik rekabeti korumakla mükelleftir. Rekabet Kısıtlamaları Yasası ve Avrupa Birliği İşleyiş Antlaşmasınının 101 ve 102. maddelerine göre rekabet kurallarını ihlal eden, kartelleşen ve güçlü konumunu kötüye kullanan uygulamaların tespit edilmesi halinde müdahale edilmektedir. (Kuutti, 2012)

Kitle İletişiminde İfade Özgürlüğünün Kullanılması Yasası'na göre; herkes düzenli yayın yapma hakkına sahiptir. Bu yasa TV, radyo ve çevrimiçi yayın fark etmeksizin her türlü kitle iletişimini kapsamaktadır. Haber niteliği taşıyan ilgi çekici kişiler (influencer) veya olayların haklarına odaklanan bu yasaya göre, medyada yer alan bir içerikten dolayı bir suçun kurbanı olduğunu hisseden herkes, otoriteler tarafından haklı bulunması halinde aynı yayın veya programda cevap hakkına sahiptir. Yasa aynı zamanda medya özgürlüğünün korunması açısından gazetecilerin kaynaklarının gizliliği ilkesini de kapsamaktadır. (Kuutti, 2012)

İfade özgürlüğü ve bilgiye erişim kapsamında medyanın özgürlüğünü belirleyen bir diğer yasa ise Hükümet Faaliyetlerinin Açıklığı Yasası'dır. Bu yasaya göre bilgiye erişimin sınırlarını bilgi veya belgenin kamu malı olması ilkesi belirlemektedir. Finlandiya'daki mevzuatın medya politikası doğrultusunda, bilgi toplumunun gelişimini özel olarak desteklediği görülmektedir.²⁷ Resmi belgelere herkesin ulaşma hakkı varken bilgi gizliliği istisna durumlarda söz konusu olabilmektedir. İstisnalar, özel olarak belirlenmiş kısıtlayıcı hükümler, uluslararası ilişkiler ve dış işleri, cezai soruşturmalar, devlet güvenliği, polis, askeri istihbarat ve silahlı kuvvetlerin taktik ve teknik planları vb. içerikleri kapsamaktadır. Bazı belgeler kısmen gizli bilgiler içerebilir, böyle bir durumda gizli olmayan kısımların paylaşılmasına izin verilmektedir. Yasanın esas amacı, hükümetin bilgi yönetimi konusunda açıklığı ve uygulamanın doğru şekilde yapılmasını demokratik katılımçılık bağlamında teşvik etmek ve vatandaşların veya tüzel kişilerin kamu kaynaklarının kullanımını izleme, ifade ve fikir özgürlüğü oluşturma ve haklarının korunmasına fırsat sağlamak olarak yorumlanabilir.²⁸

Bilginin gizliliği ilkesi ve kişilerin itibarının korunması, esas olarak Ceza Kanunu tarafından güvence altına alınmıştır. Ancak bireylerin kamusal rolleri dikkate alınarak kanunda açık bir ayırım yapılmıştır. Kişilerin kamusal rolü dikkate alınarak eleştiri boyutları oldukça ağır olabilmektedir. Eleştiri sınırları, kişilerin mülkiyet haklarının açıkça ihlal edilmediği ve kendisi

²⁷ Finlandiya Adalet Bakanlığı, Kitle İletişim Araçlarında İfade Özgürlüğünün Kullanılması Kanunu, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022 (<https://www.finlex.fi/fi/laki/kaannokset/2003/en20030460.pdf>)

²⁸ Finlandiya Adalet Bakanlığı, Hükümet Eylemlerinin Açıklığı Kanunu, Erişim Tarihi: 20 Aralık 2021 (https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1999/en19990621_20150907.pdf)

haricinde aile veya yakın çevresinin yahut kamu düzeninin alenen tehdit edilmediği hallerde bir suç veya hakaret olarak kabul edilmemektedir.²⁹

Medya ile ilgili bir diğer önemli yasa Televizyon ve Radyo Operasyonları Yasası'dır. Bu yasa genel olarak ifade özgürlüğünde çocukların haklarını koruma maksadıyla bazı kısıtlamalar yapmasına hak tanımaktadır. Bu yasaya göre çocuklara zarar verebilecek ürün yerleştirme veya tele-alışveriş programları gibi uygulamaların süreleri ve yayın zamanlarıyla ilgili belirli kuralları kapsamaktadır.³⁰

Medya ile ilgili yasal düzenlemeler, internet arama motorlarını ve internet servis sağlayıcılarını kapsamamaktadır. Fakat ilgili sitelere yerel mahkemelerce erişim engeli getirme başta olmak üzere bazı yaptırımlar uygulanabilmektedir.

3.2. Medya Düzenini Koruyan Resmî Kurumlar

Medyadaki düzenlemeleri *Ulaşım ve İletişim Bakanlığı* ve *Eğitim ve Kültür Bakanlığı* takibinde yapılmaktadır. Ulaşım ve İletişim Bakanlığı genel anlamda medyadaki iletişim ağları, veri güvenliği, frekansların temini gibi teknik konuları düzenlemekte olup, Eğitim ve Kültür Bakanlığı program içeriklerindeki içeriklerin güvenliği, telif kanununa uygunluğu, lisans ücretlerinin tahsisinin takibi, dijital iletişimin organizasyonunu takibi gibi görevleri yerine getirmektedir. (Kuutti, 2012)

Yüksek mahkemelerde alınan emsal kararlar medya ile ilgili düzenlemelerde temel oluşturmaktadır. Yüksek İdari Mahkemeleri, kamu otoritelerinin elinde bulunan bilgilerin kamuya açıklığını ve erişilebilirliğini ilgilendiren davalar da dahil olmak üzere idari davalarda son başvuru merkezidir. (Kuutti, 2012)

Devletin bir birimi olarak adlandırılabilir *Finlandiya İletişim Düzenlemeleri Merkezi (Viestintävirasto)* televizyon ve radyoların lisans ücretlerinin tahsisi, dijital iletişimin işleyişindeki gerekli olan onayların alındığı merkezdir.

AB kurumlarından olan *Bilgi Güvenliği Kurulu (The Data Protection Board)* Adalet Bakanlığı ile ortak çalışarak kişisel verilerin güvenliğini ve kullanım alanlarını düzenler. Karar verme yetkisi bulunmayan kurulun yetkilileri kurumların yaptıkları işlemleri gözlemleyerek raporlamalar yapar ve yetkili mercilere yorumlarda bulunarak yönlendirmeye çalışır.³¹

Finlandiya Parlamentosunda kurulan *Meclis Ombudsmanlığı* kamu kurumlarında çalışmalar yaparak oluşabilecek açıkları gözlemleyerek yetkililerin bilgilerin erişimi hususunda yanlış davranışlar olması halinde meclise yorumlarda ve önerilerde bulunur.³²

3.3. Medya Düzenini Koruyan Sivil Toplum Örgütleri

Örgütlülüğün bizzat devlet tarafından teşvik edildiği Finlandiya'da medya sektöründe de politikaların ve trendlerin belirlenmesinde ve yönlendirilmesinde doğrudan veya dolaylı olarak pek çok sayıda faal sivil toplum örgütü mevcuttur.

²⁹ Finlandiya Adalet Bakanlığı, Ceza Kanunu Demokrasiye Karşı İşlenmiş Suçlar 14. Bölüm, 5. Kısım Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1889/en18890039.pdf>)

³⁰ Finlandiya Adalet Bakanlığı, Televizyon ve Radyo İşlemleri Kanunu", Erişim Tarihi: 21 Aralık 2021 (<https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1998/en19980744.pdf>)

³¹ Avrupa Birliği Bilgi Güvenliği Kurulu, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/2018-09-25-opinion_2018_art.64_fi_sas_dpia_list_en.pdf)

³² Finlandiya Meclisi Ombudsmanlığı, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<https://ennhri.org/our-members/finland-parliamentary-ombudsman/>)

Finlandiya Medya Endüstrisi Federasyonu (Medialiitto) kitle iletişim araçları ve sanat endüstrisinin ekonomik faaliyetlerde bulunan alanından pek çok kurumun ve firmayı kapsayan kuruluştur. Kurum, medya endüstrisi ve işgücü piyasası politikalarına odaklanmakta ve sektörü büyütmeyle birlikte yerel aktörlerin uluslararası dev firmalarla rekabeti için adil, demokratik ve ilerlemeci eşit bir alan oluşturmayı hedeflediğini belirtmektedir. Federasyonun üyesi dernekler, kitap yayıncıları birliği, dergi medya derneği, haber medyası, radyo medyası olmak üzere toplam 650 üye şirketi içermektedir.³³

Finlandiya Reklam Verenler Derneği (Marketing Finland) ülkedeki reklam veren şirketlerin yurtiçi ve yurtdışındaki çıkarlarını gözetin bir dernektir. Yaklaşık 400 şirketin dahil olduğu bir ağ, uluslararası pazarlama trendlerini sürekli takip etmekle birlikte AB mevzuatlarıyla uyumlu olmaya, üye şirketleri ve medya sektöründeki şirketlerin haklarını korumaya odaklanmıştır. Ayrıca *Dünya Reklamcılar Federasyonu (WFA)*, *Avrupa İletişim Ajansları Birliği (EACA)* ve *Uluslararası İletişim Danışmanlığı Kuruluşları (ICCO)* gibi uluslararası kuruluşlarla birlikte çalıştığını beyan etmektedir.³⁴

Finlandiya Gazeteciler Sendikası (Yleinen Lehtimiesliitto) öncelikle gazeteciler, alandaki araştırmacılar ve iletişimciler başta olmak üzere ülke çapında ve uluslararası dünyada ifade özgürlüğü ve çoğulcu iletişime değer veren bir kurumdur. Sendika tüzüğünde amaçlarını, iletişim politikası yoluyla gazetecilik alanındaki mevzuatın gelişimine katkı sağlamak, eğitim etkinlikleri düzenleyerek mesleki gelişimin teşvik edilmesini sağlamak, özel danışmanlık ve kamusal bilinçlendirmeyi etkileyecek etkinlikler düzenlemek ve sol iletişimin tarihine sahip çıkmak olarak tanımlamaktadır.³⁵

Kitle İletişim Konseyi (Julkisen Sanan Neuvosto) kitle iletişim alanında yayıncı ve gazeteciler tarafından 1968 yılında kurulan, başarılı mesleki uygulamaları yorumlamak, ifade ev yayın özgürlüğünü savunmak amacıyla kendi kendini yöneten bağımsız bir komitedir. Konseyin, yasal yargı yetkisi bulunmamaktadır. Gazetelerin ve diğer basın emekçilerinin, kendi mesleki etik ilkelerinin geliştirilmesi ve sürdürülmesi amacıyla kurulan bu komitenin faaliyetlerinin çerçevesi, kendi kendini kontrol etmeyi ve öz-denetlemeyi taahhüt eden ve konsey tarafından belirlenen hedefleri kabul eden tüm kuruluşlar tarafından imzalanan bir tüzükle tanımlanmıştır. Vatandaşlar medyanın mesleki uygulama etiği ve ifade özgürlüğü anlamında şüphe ettikleri her konuyu bu konseyin araştırması talebiyle şikâyet dilekçesi oluşturabilirler.³⁶

Medya sektörüne dair yasama eylemlerinin hazırlanması genel olarak kamusal bir süreç içerisinde gerçekleşmektedir. Konu ile ilgili uzmanların katılımlarıyla meclis komitelerinde başlatılan ve hazırlanan yeni yasa tasarıları veya yasa değişikliği önerileri öncelikle kamuoyunda görüşülmeye hazır hale getirilir. İlgili tüm tarafların görüşleri açık bir şekilde kamuoyunda tartışıldıktan sonra tasarılar yasalasmaktadır. Bu sebeple ülkede kamusal tartışmalarda kitleleri veya karar alıcıları ikna etmek amacıyla lobicilik faaliyetlerinin de yoğun bir şekilde ve sürekli kullanımda olduğu söylenebilir. (Moring, 2008)

SONUÇ

Finlandiya'da medya sektörü; örgütlü, kendi kendini düzenleme yeteneğine haiz ve eğitim kalitesi yüksek kadroları var etmesiyle medyanın ele geçirilmesine engel olmaktadır. Eğitimli ve etik değerleri yüksek çalışanlar medyanın özgür olmasındaki en önemli faktörü oluşturmaktadır. Devletin kanunlarla medyayı disiplin altına almak gibi bir politikasının

³³ Medya Endüstrisi Federasyonu, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<https://www.medialiitto.fi/finnmedia/>)

³⁴ Marketing Finland, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<https://www.marketingfinland.fi/briefly-in-english/>)

³⁵ Finlandiya Gazeteciler Sendikası, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<http://www.yleinenlehtimiesliitto.fi/saannot/>)

³⁶ Kitle İletişim Konseyi, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 (<https://www.presscouncils.eu/members-finland>)

bulunmaması, bilakis mevzuat ve yasaları gevşek bırakarak, içerik üreticilerini editöryal anlamda serbest bırakması ve çeşitliliği arttırarak daha geniş ve rekabetçi özgür bir piyasa yaratma çabası başarının arkasındaki bir diğer güç olarak düşünmek mümkündür. AB'nin yasaları ve bürokrasiyi gevşetme eğilimi, devletin de bu yönde politika belirlemede katkı sağlamaktadır. Ülkede teknolojinin yüksek olarak kullanılması hem kamusal tartışma alanlarının çeşitlenmesi hem de yeni medya ortamlarının kullanıma açılması hususunda önemli bir rol oynamaktadır.

Bilginin gizliliği ve kamusal bilgiye erişim konusunda yasal güvence olsa da nadiren bilgiye erişimde sorun yaşandığı yahut kamu personelinin keyfi uygulamaları sebebiyle bürokratik engellerin çıktığı görülmektedir. Fakat bu durum medyadaki çoğulculuk hususunda risk faktörünü genel olarak arttırmamaktadır. Ülkede, kamuya mal olmuş kişi ve kurumlara karşı eleştiri sınırlarının çok geniş olduğu görülmektedir. Bunda verilen mahkemede alınan emsal kararların payı mevcuttur.

Medyanın çoğulculuğu bağlamında, medya sahipliğinin saydamlığı mevzuattaki yetersizlik sebebiyle riskli bir durumda görünse de Kitle İletişim Konseyi gibi kendi kendini kontrol eden saygın kurumların varlığı ve sivil toplum örgütlerinin düzgün işlemesi sayesinde düzen sorunsuz bir şekilde işlemektedir. Finlandiya'nın medya özgürlüğünde araştırmalar yapan uluslararası örgütlerin indekslerde en üst sıralarda yer alması, sistemin düzgün işlediğinin en önemli kanıtıdır.

Çapraz mülkiyet ve rekabet yaptırımı konusunda yoğunlaşmanın yüksek olduğu ve rekabet kurulunun yoğunlaşmaya gerekli müdahalelerde bulunamadığı konusunda eleştiriler muhtelif kaynaklarca raporlanmıştır. Zira haber ve medya içerikli hem web sitelerinin hem geleneksel haber ajanslarının birkaç firmanın elinde olması bu durumu açık bir şekilde göstermektedir.³⁷ Bu konuyla ilgili 2022 yılı itibariyle yeni bir kanun tasarısı üzerinde çalışıldığı haber kaynakları tarafından duyurulmuştur.

Mevzuattaki yetersizlikler politik yönden birçok riski beraberinde getirmektedir. Örneğin medya piyasası üzerindeki politik kontrol anlamında bir aykırılık gözlenmemiş gibi görünse de mevzuattaki yetersizlikler sebebiyle risk faktörü yüksektir. Aynı şekilde editöryal otonomi konusunda raporlanan sorunlar bulunmuyor olsa dahi medya patronları içeriğini beğenmediği medya üreticisini istedikleri anda açığa alabilmekte veya proje bazlı çalışma kapsamında istihdam edebilmektedir. Benzer biçimde seçim döneminde medyanın davranışları ile ilgili de mevzuat bulunmamaktadır. Buna rağmen işler düzgün çalışmaktadır. Fakat bir kanal isterse sadece tek bir partinin propagandasını yapabileceği özgürlüğüne yasalar nezdinde sahiptir. Tüm dünyada etkisini gösteren popülist sağcı akımın Finlandiya politikasında da etkili olması, bu bahsedilen risklerin gerçekleşme ihtimalini arttırmakta ve mevzuattaki yetersizlikler keyfi işlemlere müsait bir zemin hazırlamaktadır.

Piyasanın liberalleşmesi ekonomik anlamda talep edilen bir olgu olmasına rağmen, Finlandiya örneğinde görüleceği gibi risk faktörleri barındırdığı gözlemlenmektedir. Piyasayı serbest bırakmak fikri, güçlü olan taraflara üstünlük sağlamak ve ticarileştirmeyi teşvik etmektedir. Medya piyasasının bireyleri birer vatandaş olarak değil, ticari tüketiciler olarak görme eğilimi, diğer demokratik korporatist ülkelerde de mevcut olan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya ve insanların haber alma hakkının ticari bir konuya alet edilmemesi, bunun bir görev olarak addedilmesi, demokrasiyi geliştiren bir olgu olarak ele alınması gerekmektedir.

³⁷ EUI, Centre For Media Pluralism, Erişim Tarihi 22.01.2022,

https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71945/finland_results_mpm_2021_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Finlandiya'da basın piyasasındaki güçlü oyuncular, her serbest pazarda olduğu gibi tüm piyasaya hâkim olma eğilimindedir. Yeni yayıncıların piyasada faaliyete başlaması hususunda girişimlerde bulunmasına rağmen ekonomik girdilerin yüksek olması, özellikle yüksek işçilik maliyetleri nedeniyle piyasanın oligopolleşmesine neden olmaktadır. Ayrıca nüfusu görece küçük olan Finlandiya'da, dev kapitalist şirketlerin piyasaya girmeleri halinde, mevzuattaki yetersizlikler sebebiyle hem küçük yatırımcıları ve bireysel medya üreticilerini tehlikeye atmakta, hem de politik anlamda yanı başındaki dev güç olan Rusya gibi rakip görülebilecek ülkelerin medya şirketleri tarafından propaganda faaliyetlerine açık bir konumda olmaları sebebiyle risk faktörü üretmektedir.

KAYNAKÇA;

Kitap, Makale ve Tezler

- Kuutti, H. (2012), “*Finnish Media Policy: Less Restrictive, More Directive*”, in *Psychogiopoulou*, 12/46: 277-294. DOI: 10.1057/9781137035288_7
- Küçük, E. (2011), “*Türkiye-Finlandiya İlişkileri 1917 – 1980*”, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı
- Moring, T. (2008), “*Communicating Politics Political Communication in the Nordic Countries*”, Nordicom University Of Göteborg, Chapter 3

Raporlar;

- “*Avrupa Komisyonu, Finlandiya Raporu*” Erişim Tarihi: 26 Aralık 2021, <https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/documents/finland.pdf>
- “*Dünya Bankası, Gelişmişlik Endeksi Raporu*” Erişim Tarihi: 25 Ocak 2022, <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.CD&country=#>
- “*Finnpanel, Radio Listening in Finland 2020 Report*”, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, https://www.finnpanel.fi/lataukset/radio_year_2021.pdf
- “*Finlandiya İstatistik Kurumu, Nüfus Detayları*”, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, https://tilastokeskus.fi/til/vamuu/2021/11/vamuu_2021_11_2021-1221_tie_001_en.html
- “*Finlandiya İstatistik Kurumu, Kitleli Medya Pazarı*” Erişim Tarihi: 24 Aralık 2021, https://www.stat.fi/til/jvie/2020/jvie_2020_2021-12-03_tie_001_en.html
- Manninen, V. (2020), “*Monitoring Media Pluralism In the Digital Era*”, (Centre for Media Pluralism and Media Freedom, Research Project Report Issue 2021.2812), https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71945/finland_results_mpm_2021_cm_pf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nielsen, R. K. (2021), “*Reuters Institute Digital News Report 2021*”, [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital News Report 2021 FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital%20News%20Report%202021_FINAL.pdf)
- Romanova, R. “*Mapping Media Freedom Report*” Erişim Tarihi 29 Aralık 2021, (<http://mappingmediafreedom.de/finland/>)
- “*Statistica; Finlandiya’da Gençler Arasında En Popüler Sosyal Medya Platformları Raporu*”, Erişim Tarihi: 24 Aralık 2021, <https://www.statista.com/statistics/601659/most-popular-social-media-services-among-young-people-in-finland/>
- “*UNESCO Diveristy of Cultural Expressions, Finland Report 2016*” Erişim Tarihi: 29 Aralık 2021, <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/public-service-media-public>

Kanunlar;

- “*Finlandiya Adalet Bakanlığı, Hükümet Eylemlerinin Açıklığı Kanunu*”, Erişim Tarihi: 20 Aralık 2021, https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1999/en19990621_20150907.pdf

“Finlandiya Adalet Bakanlığı, Kitle İletişim Araçlarında İfade Özgürlüğünün Kullanılması Kanunu”, Erişim Tarihi: 20 Aralık 2021, <https://www.finlex.fi/fi/laki/kaannokset/2003/en20030460.pdf>

“Finlandiya Adalet Bakanlığı, Televizyon ve Radyo İşlemleri Kanunu”, Erişim Tarihi: 21 Aralık 2021, <https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1998/en19980744.pdf>

Web Siteleri;

“Avrupa Birliği Bilgi Güvenliği Kurulu”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022, https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/2018-09-25-opinion_2018_art_64_fi_sas_dpia_list_en.pdf

“Federal Research Division of the Library of Congress as part of the Country Studies/Area Handbook Series”, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2021 <http://countrystudies.us/finland/135.htm>

“Finlandiya Gazeteciler Sendikası”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022, <http://www.yleinenlehtimiesliitto.fi/saannot/>

“Finlandiya Meclisi Ombudsmanlığı”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022, <https://ennhri.org/our-members/finland-parliamentary-ombudsman/>

“Finlandiya Parlamentosu”, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, <https://www.eduskunta.fi/EN/kansanedustajat/eduskuntaryhmät/Pages/default.aspx>

“Fin Belediyeler Birliği”, Erişim Tarihi 13 Ocak 2022, <https://www.localfinland.fi/finnish-municipality-ties-and-regions>

“Kitle İletişim Konseyi”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022, <https://www.presscouncils.eu/members-finland>

“Marketing Finland”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022 <https://www.marketingfinland.fi/briefly-in-english/>

“Media Councils in the Digital Era”, Erişim Tarihi: 24 Aralık 2021, <https://www.presscouncils.eu/members-finland>

“Medya Endüstrisi Federasyonu”, Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022, <https://www.medialiitto.fi/finnmedia/>

“Reporters Without Borders”, Erişim Tarihi: 18 Aralık 2021, <https://rsf.org/en/>

“Visitfinland.com”, Erişim Tarihi: 13 Ocak 2022, <https://www.visitfinland.com/article/the-water-of-life/#d4ebf248>

“YLE News, Finland’s ‘lost decade’ continues—economy same size as in 2006”, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2021, <https://yle.fi/news/3-8044629>

“YLE News, Norway, Sweden surpass Finland in 2017 press freedom rankings”, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2021, <https://yle.fi/news/3-9582644>