

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
AVRUPA ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
AVRUPA'DA SİYASAL İLETİŞİM ANA BİLİM DALI



DÖNEM SONU ÖDEVİ

FRANSA'DA MEDYANIN ELE GEÇİRİLMESİ

MİNE İLGEN

PROF. DR. S. İMRE ERSOY

İSTANBUL

2021

MEDYANIN ELE GEÇİRİLMESİ: FRANSA VE TÜRKİYE

Mine İLGEN

Özet

Ekonomik nedenler, özellikle yazılı basının artan maliyeti, medya kuruluşlarının sahiplik yapısının değişmesine neden olmaktadır. Farklı alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin medya kuruluşlarıyla birleşmesi, Fransa'da medyaya sağlanan yardımların tekrar ele alınması gerektiği nedeniyle tartışma konusu olmaktadır. Bu bağlamda makale, ekonomik açıdan gelişmiş olarak kabul edilen Fransa'nın medya ve devlet arasındaki ilişkisini medyanın ele geçirilmesi bakımından değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Basın özgürlüğü, devlet yardımları, medyanın ele geçirilmesi, medya yoğunlaşması

MEDIA CAPTURE: FRANCE AND TURKEY

Abstract

Economic reasons, especially the increasing cost of the print press, have caused media organizations to change ownership structure. The merger of companies operating in various areas in France with media organizations has led to controversy over the reorganization of aid to the media. In this context, the article aims to assess France's relationship between the media and the state, which is considered economically developed country, in terms of media capture.

Keywords: Media aid, media capture, media concentration, press freedom

Giriş

Avrupa Birliği'nin (AB) kurucu üyelerinden birisi olan Fransa ve diğer üye ülkeler ile aday ülkeler için uyulması gereken bir mevzuat bulunmaktadır. Bu mevzuat çeşitli alanları kapsamakla birlikte medya düzenlemelerini de içerir. İfade özgürlüğü ve medyada çoğulculuk, sonradan Lizbon Anlaşması'nın içine dahil edilen Avrupa Temel Haklar Şartı'nda yer alan ve AB'nin medya politikasının temelini oluşturan iki kriterdir (Coşkun, 2017, s. 201).¹ Bununla birlikte ülkelerin siyasi-ekonomik yapısı, devletin medyaya sağladığı yardımlar ve medyanın güvenliği için aldığı önlemler, o ülkedeki medyanın özgür yapısını belirleyen diğer özelliklerden sadece birkaçıdır.

Medyanın ele geçirilmesi üzerine yapılan araştırmalar, ekonomik açıdan gelişmekte olan ve rejim bakımından tartışmalı ülkeler üzerine yoğunlaşmıştır (Vojtechovska, 2017; Bátorfy & Urbán, 2020; Coşkun Balamir, 2020). Bununla birlikte ekonomik açıdan dünyanın gelişmiş ülkeleri içinde yer alan ve Fransız Devrimi (1789) ile birlikte demokrasinin ve insan haklarının temsilcisi olarak görülen Fransa'nın medya sektörünün yapısı ve devlet ile ilişkisi hakkında tartışılan sorunları, medyanın ele geçirilmesi konusunda incelenen başlıklarla paralellikler içermektedir.

Bu makale, Fransız medyasının sahiplik yapısının sonucu olarak hükümetle ilişkisi ve devletin medyaya sağladığı yardımlar hakkında tartışılan sorunları ele alarak Fransız medyasının ele geçirilip geçirilmediği sorusuna yanıt arayacaktır. Bununla bağlantılı olarak makalede Fransa'daki sendikal yapıların medya düzenlemesindeki etkileri ve ülkenin uluslararası alanda basın özgürlüğü temelinde hangi konumda olduğu incelenecektir. Son bölümde ise Fransa ve Türkiye medyasına dair bir karşılaştırma yapılacaktır.

Fransa

Fransa İstatistik Kurumu'nun (ISEE) 2022 verilerine göre 67 milyondan fazla nüfusa sahip olan ve yarı başkanlık sistemiyle yönetilen Fransa'nın on sekiz idari ve Karayipler'de beş deniz aşırı bölgesi bulunmaktadır. Coğrafi olarak geniş bir alana yayılan Fransa, çok kültürlü ve dinli bir yapıya sahiptir. Bu çeşitlilik her alanda olduğu gibi medya sektöründe de kendini göstermektedir.

Ekonomik olarak Avrupa'nın Almanya'dan sonra ikinci büyük ekonomisine sahip olan Fransa'nın IMF verilerine göre 2021 yılı tahmini GSYH'si 3.1 trilyon dolardır. 2018 Eurostat verilerine göre gelir dağılımındaki eşitsizliği gösteren Gini katsayısı ise %28,5 gibi bir oranla olumlu anlamda düşüktür.

Yazılı hükümlerden oluşan bir mevzuat hukukuna sahip olan Fransa'nın mevzuatı sürekli değişmekte ve çoğalmaktadır. Bununla birlikte 1789 yılında yayınlanan İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi, 1791 yılında cinsel eylemleri kısıtlayan yasaların kaldırılmasıyla getirilen laiklik ve I. Napolyon döneminde

¹ Avrupa Temel Haklar Şartı 11. maddesi için bkz. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

çıkarılan Fransız Medeni Kanunu (1804) Fransız hukukunun dayandığı temeller olarak gösterilebilir. İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi ve laiklik ilkesi dışında, yasalarda yapılan değişiklikler zamanın koşullarına göre değişmektedir. Bununla birlikte medya ile ilgili olarak Paris Yüksek Mahkemesi'nin 17. Dairesi hakaret, basın özgürlüğünün ihlali, basın suçları, bir vatandaşa veya bir kuruluşa zarar verebilecek gazetecilik ihmalleri hakkındaki davalara bakmaktadır (Lardeau, 2018).

Fransız Medyasının Tarihi Gelişimi

Fransız Devrimi'nin (1789) getirilerinden biri olan İnsan Hakları Bildirgesi ile Fransa'da "ifade ve düşünce özgürlüğü" en değerli insan haklarından sayılarak özgürce yazabilme, konuşabilme ve basabilme hakkı garanti altına alınmıştır. Bununla birlikte devlet, Fransız medyasının gelişiminde büyük rol oynamıştır. Günümüzde ise devletin medyadaki rolü denetleyici kurumlar ve iletişim alanını düzenleyen bakanlık aracılığıyla devam etmektedir (Charon & Mcquail, 2004).

Dünyanın en eski haber ajansı, 1832 yılında Charles Louis Havas tarafından Fransa'da kurulmuştur. İki dünya savaşı arasındaki dönemde ise Fransız medyası hakkındaki tartışmalar, Fransız medyasının değerinin düştüğü ve medyanın Fransa'nın Hitler rejimi karşısında aldığı yenilginin bir kısmını üstlenmesine kadar ilerlemiştir. Bu tartışmayı basındaki yolsuzluklar ve politicikaların kontrol ettiği gazeteler ile kartel anlaşmaları nedeniyle piyasaya girişlerde arzın sınırlanması takip etmiştir (Bignon & Flandreau, 2014, s. 800). Bununla birlikte çeşitli hukuki düzenlemeler Fransız medyasının tarihten günümüze gelişimini anlamak adına önemlidir. Profesyonel anlamda gazeteciliği ve haklarını tanımlayan *Brachard Yasası (1935)*, bu tanımın içine serbest gazetecileri de dahil eden *Cressard Yasası (1975)* ve nihayetinde özellikle görsel-ışitsel medyanın özelleşmesinin önünü açarak medyada libelleşmeyi sağlayan *Basın Özgürlüğü Yasası (1981)* Fransız medyasının çerçevesini çizmektedir. Ayrıca *Bichet Yasası (1947)*, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra artan dağıtım masrafları nedeniyle gazeteleri ülkenin tamamına ulaştırabilmek adına gazetelerin dağıtımını düzenlemiştir.

Günümüzde de tartışılan medya sektörüne sağlanan doğrudan devlet yardımları, ilk aşamada 1986 yılında çıkarılan bir kararname ile düşük reklam gelirlerine sahip ulusal günlük gazeteler için işletme sübvansiyonu olarak sağlanmıştır. Zamanla kriterleri değişen ve sürekli güncellenen bu yardımlar artmaktadır. Ayrıca bu dönemde medya yoğunlaşmasını sınırlamak adına düzenlemeler getirilmiştir. 1995 yılına gelindiğinde ise o dönem iletişim bakanı olarak görev yapan Nicolas Sarkozy öncülüğünde basına verilen yardımların etkinliğini değerlendirmeye yönelik yapısal bir değişiklik hedeflenmiştir. Bu yapısal değişiklikler için yapılan öneri paketi, genel olarak dağıtımın yeniden düzenlenmesi, kağıt sektöründeki artan işletme maliyetlerinin azaltılması ve piyasadaki çoğulculuğun korunmasını içermiştir (Lardeau & Le Floch, 2013, s. 204). Ancak 1996 yılında değişen yönetimle birlikte söz verilen çifte yardım vaadinin yerine getirilmemesi ve 1934 yılından itibaren sağlanan %30'luk vergi indiriminin kaldırılması halihazırda yapısal krizde olan medya ve devlet arasındaki ilişkiyi olumsuz yönde etkilemiştir.

2009 yılına gelindiğinde bu sefer Cumhurbaşkanı olan Nicolas Sarkozy öncülüğünde medya sektörünün mevcut sorunları ve geleceğini değerlendirmek adına bir forum toplanmıştır. Forumda gençlerin yazılı basına olan ilgisinin artırılması ve yazılı basının dijitalleşmesi gereği ön planda olmuştur. Neticede basının internete geçmesi adına bir fon kurulmuş ve çevrimiçi haber yayıncılarına yazılı basındaki yayıncılarla aynı statüyü veren bir düzenleme kabul edilmiştir (Lardeau & Le Floch, 2013, s. 208). Bununla birlikte devletin basın özgürlüğünü kısıtlaması ile ilgili tartışmalar da 2009 yılında çıkarılan HADOPI Yasası ile gündeme gelmiştir. Yasanın ilk hali, çevrimiçi yayın yapanlar için telif hakkından şüphelenilenlerin bağlantısını kesmenin yolunu açmasından dolayı tepki görmüş ve 2013 yılında bu uygulama para cezası ile değiştirilmiştir.²

Medyanın Genel Durumu ve Sahiplik Yapısı

Fransız medyasının genel yapısı, devletin yazılı basında giderek artan rolü ile televizyon ve radyo pazarındaki artan yoğunlaşma eğilimiyle tarif edilebilir. Coğrafi olarak geniş bir alana yayılan Fransa'nın medya yapısı, bölgesel yayınların da katkısıyla çeşitlilik açısından verimli bir yapıya sahiptir. İlk basın organlarının devlet desteğiyle çıkarılması ve değişen hükümete göre çıkarılan yasalar, Fransız medyasını tarih boyunca hükümetle ilişki içerisinde tutmuştur (Murschetz, 1998; Charon & Mcquail, 2004). Özellikle Fransa'nın yazılı basını ve dağıtımını için devletin verdiği sübvansiyonlar önemli bir yere sahip olmuştur.

Yazılı Basın

Fransa medyasına dair yapılan araştırmalarda, gazete çeşidinin fazla olmasının yanında gündem belirleyici günlük ulusal bir gazetenin eksik olduğu görülmüştür (Kuhn, 2013). Kültür Bakanlığının yayınladığı 2021 raporuna göre, özellikle yazılı basının cirosu 2009 yılından itibaren düşmektedir ve artan dijitalleşmenin yazılı basına ilgiyi azaltmasının yanında, yapısal bir krizin de içindedir.³ Bu kriz, kaliteli haber içeriği oluşturmak için ayrılan bütçenin yetersiz kalmasına ve haber almak için yollanan muhabir sayısının azalmasına neden olmaktadır (Antheaume, 2010). Nihayetinde sahada çalışan muhabirlerin azalması, büyük haber ajanslarıyla yapılan sözleşmelerin artmasına neden olmakta ve haber içeriklerinin çeşitliliğini tehlikeye atmaktadır.

Artan dağıtım masrafları nedeniyle yazılı basının dağıtımına destek olmak için 1947 yılında “*Bichet Yasası*” ile dağıtım, “*Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne*” (NMPP) şirketinin denetimine girmiştir (Antheaume, 2010). Tekel olmamasına rağmen günlük gazetelerin dağıtımını konusunda önemli bir konumda olan şirket, 2009 yılında *Presstalis* olarak isim değiştirmiştir. 1994 yılında Sarkozy'nin öncülüğünde medya alanında yapılan değişikliklerle o zamanki adıyla NMPP olan dağıtım şirketi, erken emeklilikle gündeme gelmiş ve tartışmalara neden olmuştur. 2020 yılında iflas eden şirket, günlük gazeteler

² HADOPI Yasası'nın değiştirilmesi üzerine bkz.

<https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/09/france-hadopi-law-anti-piracy>

³ Raporun tamamına ulaşmak için bkz. <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-ouvrages/Chiffres-cles-statistiques-de-la-culture-et-de-la-communication-2012-2021/Chiffres-cles-2021>

tarafından satın alınarak *France Messagerie* adı altında yeniden yapılandırılmıştır.⁴ Ancak şirketin iflas öncesi dönemde 512 kişiyi işten çıkardığı bilinmekte ve eski çalışan sayısı 900 kişi olmasına rağmen yeniden yapılandırılmış halinde 269 kişinin istihdamı planlanmaktadır.⁵ Buradaki sorun, Fransa'daki dağıtım maliyetlerinin yüksekliği ve piyasadaki az sayıda dağıtım firmasının olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle maliyetleri düşürmek için devletin ve kurumu alan kuruluşların ilk aldığı önlem, iş gücünü azaltmak olmuştur.

Görsel-İşitsel Medya

Fransa'da görsel-ışitsel medya 80'li yılların başından itibaren özelleştirilmeye başlanmış ve Fransa'nın ilk kanalı olan TF1'i satın alan Francis Bouygues'in sanayi sektöründe önemli bir konumda olması Fransız medyası için çapraz yoğunlaşmanın ilk sinyallerinden biri olmuştur (Charon & Mcquail, 2004). Günümüzde ise ücretsiz yayın yapan ve tamamı kamu vergileriyle finanse edilen 5 kanalı bulunmaktadır.⁶ Ayrıca internetin artan kullanımına karşılık geleneksel görsel-ışitsel medyanın rekabet gücü ve Avrupa Birliği (AB) yetkililerinin aldığı kararlar ile Fransa'nın medya düzenlemeleri arasındaki yetki çatışmaları sık sık gündeme gelmektedir (Maarek, 2008, s. 2).

Radyo ise Fransa'da, harcanan zaman, dinleyici ve içerik çeşitliliği bakımından önemli bir medya organıdır. 2020 yılında yayın yapan 1200 kamu ve özel yayın istasyonu bulunmaktadır. Bağımsız bir kuruluş olan ve her yıl medya ölçümleri yapan *Médiamétrie* verilerine göre, 2021 yılında sadece Ocak ve Mart ayları arasında 13 yaş ve üzeri 40 milyondan fazla kişi her gün radyo dinlemektedir.⁷ Radyo kanalları, genel olarak kamu radyosu, belirli bir temayı (müzik, kültürel, toplumsal, dini vb.) içeren radyolar, özel bağımsız radyolar ve yerel (bölgesel) radyolar olarak sınıflandırılabilir (Charon & Mcquail, 2004). Kamu radyosu, dinlenme oranlarında önemli bir yer tutmaktadır. 2021 yılının ikinci yarısı için kamu radyosu olan France Inter, dinlenme oranlarında özel bir kanal olan Europe1'den sonra ikinci sırada yer almaktadır.⁸ 2010 yılında isim değişikliğine giden kamu radyosu Réseau Outre-Mer 1ère (eski ismiyle Réseau France Outre-mer-RFO), özellikle deniz aşırı yayın yapmasıyla kamu diplomasisinin güncel bir örneğidir.

Sahiplik Yapısı

⁴ France Messagerie dağıtım şirketi hakkında detaylı bilgi için bkz. <https://francemessagerie.fr/qui-sommes-nous/>

⁵ Haberin tamamı için bkz. (2 Temmuz 2020) https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2020/07/01/apres-validation-de-l-offre-de-reprise-presstalis-devient-france-messagerie_6044847_3236.html

⁶ France 2 (karma içerik), France 3 (günlük haber ve bölgesel içerik), France 4 (spor ve çocuk programları), France 5 (bilgilendirici yayın) ve France Ô (deniz ötesi yayın).

⁷ Radyo dinlenme oranları ve detaylı bilgi için bkz. <https://www.mediametrie.fr/en/global-radio-january-march-2021-wave>

⁸ Kanallara göre dinlenme oranları bkz. <https://www.mediametrie.fr/fr/audience-de-la-radio-en-ile-de-france-en-septembre-decembre-2021>

Fransa’da medyanın sahiplik yapısı için yapılan araştırmaların en kapsamlılarından biri, “*Le Monde Diplomatique*” gazetesini tarafından yapılmıştır. İlk olarak 2007 yılında “*Le Plan B*” adlı bir serisi için hazırlanmış, 2012 yılında ise “*Les Nouveaux Chiens de Garde*” (Yeni Bekçi Köpekleri) adında Fransız medyası ile siyasilere arasındaki ilişkileri araştıran bir belgesel için yeniden düzenlenmiştir.⁹ Aralık 2016 yılındaki sayısında ise medya kuruluşlarının sahiplik yapısı, bir poster olarak yayımlanmış ve o tarihten itibaren her yıl güncellenmektedir.¹⁰ Ancak bu veriler Fransız medyasındaki bağımsız, spor ve alternatif medyayı içermemektedir. Poster incelendiğinde holding, aile şirketleri ve milyonerlere ait bir sahiplik yapısının yanında medya çeşitliliğinin fazla olduğu görülmektedir (Beyer, Fabre , & Gaidoz, 2021). Ancak Media Pluralism Monitor’un (MPM) yayınladığı MPM2021 Fransa raporuna göre, Fransız medyası için en riskli görülen alan “medya çoğulculuğu” olmuştur. Raporda medya sahipliği alanında yapılan araştırmalarla şeffaflığın büyük  l de giderildiği ancak medya yoğunlaşmasını önlemesi için oluşturulan düzenlemelerin medya yoğunlaşmasını engelleyemediği ve reklam gelirlerinin azaldığı belirtilmiştir (Rebillard & Sklower, 2021).

Devlet Yardımları ve Medyayı Düzenleyen Kurumlar

Fransa’da basına sağlanan yardımlar ve kriterleri, Fransa’nın medya yapısı gibi çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Kültür Bakanlığı, 2012 yılından itibaren doğrudan yardım rakamlarını açıklamaktadır. Doğrudan yardımlar arasında basının gelişimi için stratejik fon, dağıtım yardımları, gelişmekte olan basın şirketleri ve çoğulculuğun korunması için sağlanan yardımlar yer almaktadır. Dolaylı yardımları ise basılı-dijital medyaya sağlanan KDV indirimleri, dolaylı posta yardımları, gazetecilere özel sosyal güvenlik katkı payı oluşturmaktadır.¹¹ Fransa’da medyaya yapılan yardımların yüksek miktarlarda olması basının kaliteli içerik üretmesinin önünde engel olarak görülmüştür. Yapılan yardımlara rağmen ekonomik yapısını oturtamayan ve işten çıkarmalarla gündeme gelen şirketlerin yapısal bir sorunla karşı karşıya olduğu tartışılmaktadır. Medya kurumlarının sahiplik yapısının değişmesiyle yardımların dağılımında adaletsizlik olduğu ve basının devletten bağımsız hale gelmesi gerektiği tartışılan diğer bir konudur.^{12 13}

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. maddesinde devletin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izne tabi tutmasının ifade özgürlüğünü engellemeyeceği ifade edilmiştir.¹⁴ Yayınlar için kullanılan frekansların ve dijital

⁹ Bu belgeselin esinlendiği kaynak ise Paul Nizan’nın İkinci Dünya Savaşı yıllarında Fransız entelektüelleri ve siyasilere arasındaki ilişkiyi eleştirdiği *Les Chiens de Garde* (Bekçi Köpekleri) kitabı olmuştur.

¹⁰ Fransız medyasının sahiplik yapısına dair posteri incelemek için bkz. <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>

¹¹ Basına yapılan yardımların detayları için bkz. <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Presse/Aides-a-la-Press>

¹²  zg r Basın İçin Proje bkz. <https://www.monde-diplomatique.fr/2014/12/RIMBERT/51030>

¹³ “Basının sahibi milyarlarlar Devleti dolandırıyor” <https://www.mediapart.fr/journal/france/080720/les-milliardaires-qui-possedent-la-presse-plument-l-etat?onglet=full>

¹⁴ Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi 10. maddesi için bkz. <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=basictexts/convention>

medya için sağlanan ağların kamu malı olması, sanal ortamdaki güvenlik açıkları için önemlidir (Dursun, 2017). Bu bağlamda incelendiğinde Fransa'da medyanın denetimi için aktif halde çalışan birden fazla kurum bulunmaktadır. Bu konu özellikle görsel işitsel medyayı düzenleyen kurum Üst Düzey Görsel-İşitsel Konsey (CSA) ve elektronik iletişimi denetleyen Elektronik İletişim için Düzenleyici Otorite (ARCEP) gibi iki ayrı kurumun birbirinin alanlarına giren konularda yetkili olması nedeniyle sorun teşkil etmektedir (Maarek, 2008, s. 2). MPM 2021 raporuna göre Fransa, medya pazarını denetleyen kurumları tek bir kamu kurumu altında toplama projesini, COVID-19 krizi nedeniyle erteleme kararı almıştır (Rebillard & Sklower, 2021, s. 6). CSA, radyo ve televizyondaki seçim kampanyalarını düzenlemesi bakımından ve yayın başlatılması için onay alınan kurum olması nedeniyle önemlidir.¹⁵

Fransa'da yürürlüğe giriş tarihi 26 Ekim 2021 olan ve açılımı İnternette Eserlerin Yayılması ve Hakların Korunması Yüksek Otoritesi olan HADOPI adıyla tartışmalı bir kanun çıkarılmıştır. Telif haklarının korunmasına yönelik çıkarılan yasanın 2009 yılında Nicolas Sarkozy tarafından sunulan ilk halinde, telif hakkından şüphelenen kişilerin bağlantısının kesilmesinin yolunu açan bir madde olduğu için Fransa'nın Yüksek Mahkemesi, internet erişim hakkının temel bir insan hakkı olduğunu ilan etmiş, yasa parlamentoda reddedilmiştir.¹⁶ Yasanın yeni versiyonuna göre, 2022 yılının Ocak ayında CSA ve HADOPI'yi birleştiren "Arcom" adında bir kurum oluşturulacak ve kurum görsel işitsel denetimin yanında çevrimiçi telif hakkının korunmasına yönelik bir organ olarak faaliyet gösterecektir.¹⁷ Dijital polis olarak nitelendirilen Arcom, yasadışı sitelerin internet sağlayıcılarından yasaklanması için yasal işlem başlatabilecektir. Kurumun yetkileri hakkında tartışılan konu ise "çevrimiçi nefretin" ne olduğu tam olarak belirlenemediği için kurumun uygulayacağı denetimin işlevselliğidir.

Sendikalaşma ve Basın Özgürlüğü

Fransa'da sendikaların gazetecilik hakkındaki etik kuralların belirlenmesinde büyük katkısı olmuştur. 1918 yılında Ulusal Gazeteciler Sendikası'nın (SNJ) öncülüğünde oluşturulan *Fransız Gazeteciler için Mesleki Görevler Şartı*, sonrasında Avrupa Gazeteciler Federasyonu tarafından 1971'de Münih'te kabul edilmiş ve Münih Etik Bildirgesi olarak yayınlanmıştır (Charon, 2003). Bu tüzük yasal bir zorunluluk içermemekle birlikte zamanın koşullarına göre değişime uğramaktadır ve sendikaların sayfalarında yayınlanmaktadır.¹⁸

Fransa'da basın kartını devletin belirlediği sendikalardan oluşan bir komisyon vermektedir.¹⁹ 2017 yılında Macron yönetimi ile kurulan ve personel

¹⁵ CSA hakkında detaylı bilgi için bkz. <https://www.csa.fr/>

¹⁶2013'te konuyla ilgili Guardian'da çıkan bir haber

<https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/09/france-hadopi-law-anti-piracy>

¹⁷ Fransız hükümeti yeni bir çevrimiçi korsanlıkla mücadele kurumu oluşturuyor. <https://www.euractiv.com/section/digital/news/french-government-creates-new-online-anti-piracy-body/> Ayrıca kurumun kendi sayfası için bkz. <https://www.arcom.fr/>

¹⁸Gazeteciler Etik Kuralları için 2011 yılında yapılan son değişiklik bkz. <https://www.snj.fr/sites/default/files/documents/Charte2011-SNJ.pdf>

¹⁹ Basın Kartı Komisyon üyeleri için bkz. <http://www.ccijp.net/rubrique-7-membres-et-instances.html>

temsilcisi olarak görev yapan Sosyal ve Ekonomik Komite'nin (CSE) son verilerine göre Fransa'da faaliyet kollarına göre örgütlenen sendikalar, ulusal düzeyde bir konfederasyonun denetimi altında federasyonlar halinde gruplandırılmıştır.²⁰ Tarihi olarak 5 ve yakın dönemde kurulan 3 olmak üzere toplamda 8 ana sendika bulunmaktadır. Medya genellikle beş tarihi sendikanın içinde yer alan Genel İşçi Konfederasyonu (CGT), Fransız Demokratik İşçi Konfederasyonu (CFDT), İşçi Kuvveti (FO), Fransız Hıristiyan İşçiler Konfederasyonu (CFTC) ve Dayanışma Sendikası (SUD) altında temsil edilmektedir. Bununla birlikte Fransa Ulusal Öğrenci Birliği (UNEF) ve Ulusal Gazeteciler Sendikası (SNJ) da gazetecileri temsil eden sendikalar arasındadır. Ancak aktif rol oynamasına rağmen sendikalara katılım 1950 yılından beri azalma eğilimindedir.²¹ OECD raporuna göre sendikalaşma oranının en az olduğu zengin ülke %8 oranla Fransa'dır (OECD, 2019).

İkinci Dünya Savaşı yıllarından beri tartışılan, "basının işveren ve devlet baskısından kurtulması sorunu" günümüzde de Fransa'nın tartışma konusudur. Bu nedenle sendikalar ve gazetecilerin öncülüğünde, gazetelerin bağımsız bir şekilde yönetilebilmesi ve içerikte kaliteyi arttırmak için ana akım medyaya karşı alternatif bir kesim ortaya çıkmıştır (Chupin & Nollet, 2006; Lardeau, 2013). Kendilerini "*media de réinformation*" (yeniden bilgilendirme medyası) şeklinde adlandıran ve sürdürülebilir gazetecilik hedefinde olan alternatif medya akımı temsilcileri, genel olarak dijital medyada varlığını sürdürmektedir. Bu alanda öncü olan *Mediapart*, yeni bir yönetim modeli denemekte ve kurumun 2009 yılından itibaren hissedarı bulunmamaktadır.²² Ayrıca *Mediapart* gazetecileri tarafından araştırılan ve kamu yararı taşıyan belgelerin yayınlandığı "*FrenchLeaks*", 2011 yılında "*WikiLeaks*"ten esinlenilerek kurulmuştur. Eski Cumhurbaşkanı Nicolas Sarkozy'nin yargılanmasına da neden olan bir çok siyasi skandala ait araştırmaları bulunmaktadır.²³ Ancak bağımsız medyanın ana akım medyalarla rekabet edebilme gücü, bağışlarla finanse edilmesinden kaynaklı literatürde tartışmalı bir konudur (Chupin & Nollet, 2006; Antheaume, 2010; Kuhn, 2013).

İfade özgürlüğü için tartışılan konular ise çıkarılan yasalar ve artan polis baskısı üzerinedir. Ulusal güvenliğe yönelik terör ve diğer tehditleri önlemeyi amaçlayan 2014 yılında kabul edilen İstihbarat Yasası, gazetecilerin kaynaklarını koruyan gizlilik yasalarına yönelik tehdit olarak görülmüştür. 13 Kasım 2015'te Paris'te yaşanan silahlı saldırıların getirisiyle uzayan olağanüstü hal ise yetkililerin ifade özgürlüğü alanına daha fazla müdahale edebilmesi ve sivil özgürlükler konusunda tartışmalara yol açmıştır. Bu bağlamda sonra yapılan değişikliklerde de tartışmalar bağımsız olarak gazetecilik yapan ve terör örgütleriyle haber yapmak için bağlantıda olacak gazetecilerin kaynak gizliliğini sağlamak konusunda çıkmıştır. Çünkü yasada bir kişinin "davranışı" ve bir tehditten

²⁰ Fransa'nın sendikal yapısı hakkında daha fazla bilgiye ulaşmak için bkz. <https://www.cse-guide.fr/listing-des-syndicats-en-france/#:~:text=En%20France%2C%20il%20existe%208,historiques%20et%203%20%22nouveau%22>.

²¹ Sendikalara katılım grafiği için bkz. [https://dares.travail-emploi.gouv.fr/donnees/la-syndicalisation#:~:text=En%202019%2C%2010%2C3%20%25,en%20France%20\(hors%20Mayotte\)](https://dares.travail-emploi.gouv.fr/donnees/la-syndicalisation#:~:text=En%202019%2C%2010%2C3%20%25,en%20France%20(hors%20Mayotte)).

²² Alternatif medya akımına örnek olan *Mediapart* bkz. <https://www.mediapart.fr/>

²³ Yayınlanan belgeler için bkz. <https://www.frenchleaks.com/>

"şüphelenmek için ciddi nedenler" gibi belirsiz ifadeler yer almaktadır. Ayrıca polis aramasının profesyonel gazetecilik yapılan alanlar dışında serbest bırakılması gazetecilerin evlerinin aranmasını ve dolayısıyla kaynak gizliliğini tehdit etmiştir.²⁴

Freedom House'a göre Fransız basını özgürdür. Ancak Sınır Tanımayan Gazetecilerin verilerine baktığımızda Fransa, Dünya Basın Özgürlüğü sıralamasında 180 ülke içerisinde 34. sırada yer almaktadır.²⁵ Bunun nedenleri olarak gazetecilerin kaynaklarının gizliliği için etkili bir koruma sağlanmadığı, 2018'de yakıt zammı ile ekonomik sorunlara tepki olarak başlayan Sarı Yelekliler protestoları sırasında muhabirlerin uğradığı polis şiddeti ve özellikle araştırmacı gazeteciler üzerindeki polis baskısı gösterilmiştir.

Fransa'da Medyanın Ele Geçirilmesi

Fransa'da medyanın ele geçirilmesinin var olup olmadığı sorusuna yanıt arayan bu makale, Fransa'daki medya yapısını ve medya yapısına dair tartışılan sorunları yukarıda incelemiştir. İncelenen başlıklar, literatürde medyanın ele geçirilmesi üzerine yapılan incelemelerde ele alınan başlıkların bir derlemesidir (Vojtechovska, 2017; Coşkun Balamir, 2020; Bátorfy & Urbán, 2020; Dragomir, 2017; Schiffrin, 2018). Fransız medyası, makalenin giriş bölümünde de belirttiği gibi Fransa'nın demokratik açıdan gelişmiş bir ülke olarak kabul edilmesi ve medya çeşitliliğinin fazla olmasından kaynaklı medyanın ele geçirildiği izlenimi doğurmamaktadır. Bununla birlikte literatürde Fransız medyası üzerine yapılan araştırmalar ve medyanın kendi içerisinde dile getirdiği konular, medyanın ele geçirilmesinin farklı boyutlarda nasıl gerçekleştiğini göstermektedir.

İkinci Dünya Savaşı döneminden beri entelektüel kesim ile iktidar arasındaki ilişkiler Fransız araştırmacıların gündemindedir (Schalk, 1973). Günümüzde ise bu ilişki, çapraz tekelleşme vesilesiyle zenginleşen kesimin iktidar veya karar alma organlarıyla yakın ilişkisi halinde devam etmektedir. Bu bağlamda Fransa'da medyanın ele geçirilmesi, çıkarılan yasalarla basın özgürlüğünün tehdit edilmesi ve devletin basına sağladığı büyük yardımlara medyanın bağımlı hale gelmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Bununla birlikte medya alanını düzenleyen birden fazla kurumun olması nedeniyle de kurumsal bir yönetim sorunuyla karşı karşıyadır. Ancak Fransız medyası, dijitalleşmeyi bu bağımlılıktan kaçış noktası olarak görmüş ve alternatif bir medya akımı başlatmıştır. Bu noktada ise şimdilik bağımsız kalabilen alternatif medyanın gelişen teknolojiye ayak uydurması, alternatif yönetim ve fonlama şekillerini geliştirmeye yoğunlaşması önemlidir.

Fransa ve Türkiye Medyasının Karşılaştırılması

Türkiye, Fransa gibi coğrafi bakımdan geniş ve kültürel açıdan heterojen bir yapıya sahiptir. Ancak bu yapı, medyada temsiliyet konusunda ekonomik nedenlerden kaynaklı yetersiz kalmaktadır. Artan kağıt fiyatları maliyetlerin

²⁴ Sınır Tanımayan Gazeteciler'in İstihbarat Yasası hakkındaki haberi bkz. <https://rsf.org/en/news/french-counter-terrorism-bill-lacks-press-freedom-safeguards>

²⁵Fransa'nın Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi için bkz. <https://rsf.org/en/france>

artmasına, yazılı basına olan talebin azalması ise medya kuruluşlarını dijitalleşmeye yönlendirmektedir. Ancak dijitalleşme için belirli bir teknik alt yapı ve işgücü gerekmektedir. Dijital ortamda yayın yapan kuruluşlar için The Reuters Enstitüsü'nün 2021 yılında yayınladığı Dijital Medya Raporu'na göre, yabancı medya kuruluşları gittikçe daha fazla tercih edilmektedir (Newman, Fletcher, Schulz, Andı, Robertson, & Nielsen, 2021). Fransa'da ise basının dağıtım masraflarının sürekli artması ve Türkiye ile benzer bir şekilde dijitalleşmenin sonucu olarak yazılı basına olan ilgi azalmaktadır. Fransa dağıtım masraflarına çözüm olarak ülkedeki dağıtımı büyük çoğunlukla tek bir firma özelinde toplamıştır. Ancak piyasa ekonomisinin getirilerinden olan rekabet şartlarından kaynaklı şirket zarar etmiştir. Bununla birlikte Sarkozy yönetimiyle medya sektöründe dijitalleşme, devlet desteğiyle teşvik edilmiştir (Lardeau & Le Floch, 2013).

Medya Sahiplik İzleme (Media Ownership Monitor-MOM) araştırmaları sonucu, 2021 yılı için CİMER'den aldıkları veriye göre Türkiye'de 475 televizyon kanalı ve 943 radyo istasyonu ve bulunmaktadır (MOM, 2021). 1964 yılında kurulan TRT, Türkiye'nin kamu yayını yapan tek kurumudur ve birden fazla dilde yayını bulunmasıyla kamu diplomasisi alanında Fransa'nın ulusal ve deniz aşırı kamu yayını yapan kanallarıyla benzer bir şekilde aktif olarak çalışmaktadır (Canbey, 2017).

Türkiye'de ekonomik kaygılardan dolayı kapanan veya dijitalleşme yoluna giden medya kuruluşlarının bir diğer seçeneği birleşme yoluna gitmek olmuştur. Türkiye'nin medya sahiplik yapısına dair ilk değişimler ekonominin neoliberalleşmesi için alınan 24 Ocak Kararları'yla başlamıştır (Kaymas, 2008). Gazete kağıtları için verilen devlet sübvansiyonlarının kaldırılmasıyla birlikte yeterli reklam geliri elde edemeyen basın kuruluşları, çözüm olarak başka alanlara yatırım yapmaya başlamış veya farklı alanlarda faaliyet gösteren şirketlerle birleşme yoluna girmişlerdir (Kaya & Çakmur, 2010; Sözeri & Güney, 2011; Coşkun Balamir, 2020). Bu durum Fransa'da zaman olarak çok daha öncesine dayanmakla birlikte İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra tartışılmaya başlamış ve günümüzde devletin aldığı önlemlere rağmen devam eden çapraz yoğunlaşma tehlikesine neden olmuştur.

Fransa'nın çok katmanlı yardım sisteminden ziyade Türkiye'de basına sağlanan yardım, resmi ilanlar ve reklamlar üzerinden ilerlemektedir. Resmi ilan ve reklamların dağıtılmasına aracılık eden kurum ise (BİK) Basın İlan Kurumu'dur. Kurum "*resmi ilan ve reklam yayınlama hakkı bulunan gazeteleri*" yayınlama hakkının devamı bakımından denetlemeye yetkilidir. Bunun kısıtlarını BİK'in belirlediği "*Basın Ahlak Esasları*" belirlemektedir.²⁶ Ayrıca medyanın denetimi için Türkiye'de Fransa'nın görsel-işitsel medyasını denetleyen CSA ile benzer nitelikte görev yapan kurum, 1994 yılında kurulan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'dur (RTÜK). Üyeleri 9 kişiden oluşmaktadır ve üyelerini Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) seçmektedir. Kurum, yayın ilkeleri kapsamında radyo ve televizyon yayınlarını denetlemektedir (Çakır, 2006).

²⁶ Basın İlan Kurumu (BİK) hakkında bkz. <https://bik.gov.tr/kurumsal/hakkimizda/>

İki ülkenin medya yapısı çoğulculuğa rağmen artan yoğunlaşma ve yazılı basına olan talebin azalması yönünden birbirine benzese de ülkelerin kendi hukuki yapısı ve denetim mekanizmaları açısından farklılıklar göstermektedir. Türkiye’de Fransa’da olduğu gibi medya konularına bakan bir mahkeme bulunmamaktadır. Bununla birlikte Fransa’da yasa çıkarmak ve çıkarılan yasalarda değişiklik yapmanın Türkiye’ye nispeten daha kolay olması nedeniyle Fransa’nın medya üzerine düzenlemeleri sayı ve kapsam bakımından daha geniştir. Özellikle Fransa’da devletin sağladığı kapsamlı yardımlara medyanın bağımlılığı tartışılırken Türkiye’de ise ekonomik yönden devletin sağladığı reklam gelirlerine muhtaç olan medyanın süregelen finansman sorunu gündemdedir. Tüm bunların yanında iki ülke için de son dönem raporlarına yansıyan basın özgürlüğü üzerine endişeler ele alınması gereken önemli konulardır (İnceoğlu, Sözeri, & Erbayal Filibeli, 2021; RSF, 2021).

SONUÇ

Fransa’da medya sahiplik sorunuyla ilgili yapılan tartışmalar sonucu bilgiye erişim hakkı kapsamında medya kurumlarının güncel sahiplik yapılarını ve oranlarını kamuya paylaşmaları şeffaflık ve medyaya duyulan güven açısından önemlidir. Bununla birlikte şirketlerin medya organlarının her çeşidine sahip olması, içerikte tektipleşmeye neden olmakta ve çoğulculuğu zedelemektedir. Bu soruna çözüm için getirilen alternatif gazetecilik akımının ise gelişim aşamasında olması devlet yardımlarından bağımsız olarak nasıl etkin bir şekilde finanse edileceği üzerine araştırmaların artması gerekmektedir.

Teknolojik gelişmelerle medya sektörü de dahil olmak üzere her alanda gerçekleşen dijitalleşme, devletler yeni güvenlik önlemleri almaya yönlendirmektedir. Ancak bu gereklilik, ifade özgürlüğünü sınırlamayan bir çerçeve içinde kullanılmalıdır. Bu nedenle devletin kurumlarını ve medya yapısını, medya sahiplerinin veya hükümetin çıkarları için değil, gelişen teknolojiye ve bilgiye erişim hızına göre uyarlamak gerekir. Bu noktada devletin yardımlarının yanı sıra piyasa ekonomisinde, medya kuruluşları için gereken rekabetçi ortamın sağlanması da önemlidir.

Sonuç olarak devletin küçük medya sahiplerini destekleyici yardımlar sağlaması, ifade özgürlüğünü koruyacak ve piyasada çapraz sahipliği önleyici önlemler alması, medyadaki çoğulculuğun korunmasına katkıda bulunmaktadır. Ancak sağlanan sübvansiyonların ekonomik nedenlerden dolayı bağımlılık ilişkisine dönüşmesi, medyanın tarafsızlığını yitirmesine ve topluma aktarılan bilginin çarpıtılmasına neden olmaktadır. Bu noktada ise medya kuruluşunun ekonomik bağımsızlığı ve elde edeceği bağımsızlığı, topluma doğru bilgi aktarmak için değerlendirmesi önem taşımaktadır. Bu karşılıklı döngü içerisinde çıkarılan düzenlemelerden kaynaklanan sorunların ise mahkemeye taşınabilmesi ve bağımsız mahkemeler aracılığıyla çözüme kavuşturulabilmesi önemlidir.

Kaynakça

- Antheaume, A. (2010). The French Press and its Enduring Institutional Crisis. D. A. Levy , R. K. Nielsen, R. G. Picard , S. Wunsch-Vincent , F. Esser, M. Brüggemann , et al., D. A. Levy, & R. K. Nielsen (Dü) içinde, *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy* (s. 69-81). Oxford: RISJ.
- Ariev, V. (2017). *Attacks Against Journalists and Media Freedom in Europe*. Strasbourg: Council of Europe.
- Atal, M. R. (2017). Competing Forms of Media Capture in Developing Democracies. A. Schiffrin, J. E. Stiglitz, M. R. Atal, R. K. Nielsen, M. Márquez-Ramírez, M. A. Guerrero, et al., & A. Schiffrin (Dü.) içinde, *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy* (s. 19-33). Washington: The Center for International Media Assistance (CIMA).
- Bátorfy, A., & Urbán, Á. (2020). State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary. *East European Politics*, 36(1), 44-65.
- Beyer, M., Fabre , J., & Gaidoz, S. (2021, 12). *Médias français, qui possède quoi (Fransız Medyasında Sahiplik)*. 01 22, 2022 tarihinde Le Monde Diplomatique: <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA> adresinden alındı
- Bignon, V., & Flandreau, M. (2014). The Price of Media Capture and the Debasement of the French Newspaper Industry During the Interwar. *The Journal of Economic History*, 74(3), 799-830.
- Canbey, M. (2017). *Türkiye’de Kamu Diplomasisi Bağlamında Kamu Yayıncılığının Rolü: TRT ve Anadolu Ajansı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Charon, J. M. (2003). L'éthique des Journalistes au XXe Siècle (Yirminci Yüzyılda Gazetecilerin Etiği). *Le Temps des Médias*, 200-210.
- Charon, J. M., & Mcquail, D. (2004). France. M. Kelly, G. Mazzoleni, & D. McQuail içinde, *The Media in Europe* (s. 65-78). London: SAGE Publications Ltd.
- Chupin, I., & Nollet, J. (2006). Journalisme et dépendances. *coll. Cahiers politiques*, 312.
- Coşkun Balamir, G. (2020). Media Capture Strategies in New Authoritarian States: The Case of Turkey. *Publizistik*(65), 637–654.
- Coşkun, S. (2017). Avrupa Birliği’nin Görsel-İşitsel Politikası Bağlamında Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya’daki Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetlerinin Denetimi. *İnsan ve İnsan*, 4(13), 199-222.
- Çakır, H. (2006). Düzenleyici Kurullar Olarak RTÜK ve CSA. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*(8), 37 - 56.
- Dragomir, M. (2017). Control the Money, Control the Media: How Government Uses Funding to Keep Media in Line. *Journalism*, 1-18.
- Dursun, D. (2017). Türkiye’nin Görsel-İşitsel Medya Politikası. *Liberal Düşünce Dergisi*, 22(86), 97-125.
- Finkel, A. (2021). Using Old Media to Capture New in Turkey. A. Schiffrin içinde, *Media Capture: How Money, Digital Platforms, and Governments Control the News* (s. 141-160). New York: Columbia University Press.
- İnceoğlu, Y., Sözeri, C., & Erbayal Filibeli, T. (2021). *Monitoring Media Pluralism in The Digital Era Turkey*. San Domenico di Fiesole (FI): European University Institute.

- Jehel, S. (2019). Media Literacy in France. R. Hobbs, & P. Mihailidis içinde, *The International Encyclopedia of Media Literacy* (s. 1-8). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kaya, R., & Çakmur, B. (2010). Politics and the Mass Media in Turkey. *Turkish Studies*, 11(4), 521-537.
- Kaymas, S. (2008). Devlet ve Sermaye Sarmalında Türkiye Medyası: Ekonomik Krizler, Medya ve Demokrasi. *Galatasaray University Journal of Communication*(8), 77-107.
- Kösedağ, M. S. (2018). Yazılı Basında Öz Denetim Sorunu ve Basın İlan Kurumu'nun Denetim İşlevinin Basın Özgürlüğü Açısından Değerlendirilmesi. *Turkish Studies Social Sciences*, 13(10), 497-513.
- Kuhn, R. (2013). The Media and The Executive in France: An Unequal Power Relationship. *European Journal of Communication*, 28(2), 122-135.
- Lardeau, M. (2013). Un "gouvernement des journalistes par le Pouvoir politique" par défaut? *Journalism*, 2(2), 94-107.
- Lardeau, M. (2018). *France*. 02 24, 2022 tarihinde Media Landscapes, European Journalism Centre (EJC): <https://medialandscapes.org/country/france> adresinden alındı
- Lardeau, M., & Le Floch, P. (2013). France: Press Subsidies—Inefficient. P. C. Murschetz içinde, *State Aid for Newspapers (Media Business and Innovation)* (s. 195-214). Berlin: Springer.
- Maarek, P. J. (2008). France: Media System. W. Donsbach içinde, *The International Encyclopedia of Communication* (s. 1-5). New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- MOM. (2021, 11 29). *Medya Sahipliği ve Yoğunlaşma*. 12 05, 2021 tarihinde Media Ownership Monitor Turkey: <https://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/> adresinden alındı
- Murschetz, P. (1998). State Support for The Daily Press in Europe: A Critical Appraisal. *European Journal of Communication*, 13(3), 291-313.
- Nelson, M. M. (2017). What is to be done? Options for Combating The Menace of Media Capture. A. Schiffrin, J. E. Stiglitz, M. R. Atal, R. K. Nielsen, M. Márquez-Ramírez, M. A. Guerrero, et al., & A. Schiffrin (Dü.) içinde, *In The Service of Power: Media Capture and The Threat to Democracy* (s. 143-160). Washington: The Center for International Media Assistance (CIMA).
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *The Reuters Institute Digital News Report*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nielsen, R. K. (2017). Media Capture in Digital Age. A. Schiffrin, J. E. Stiglitz, M. R. Atal, R. K. Nielsen, M. Márquez-Ramírez, M. A. Guerrero, et al., & A. Schiffrin (Dü.) içinde, *In The Service of Power: Media Capture and The Threat to Democracy* (s. 19-33). Washington: The Center for International Media Assistance (CIMA).
- OECD. (2019). *Negotiating Our Way Up Collective Bargaining in a Changing World of Work*. Paris: OECD.
- Özgöker, U., & Sağiroğlu, N. (2016). Rekabetin Korunması Çerçevesinde Medya Alanında Yoğunlaşma Ve Çeşitlenmenin Siyasal Ve İktisadi Sonuçları: Türkiye Ve Avrupa Birliği Örnekleri. *Istanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 5(9), 75-102.

- Rebillard, F., & Sklower, J. (2021). *Monitoring Media Pluralism in The Digital Era France*. San Domenico di Fiesole (FI): European University Institute.
- RSF. (2021). *France*. 12 22, 2021 tarihinde Reporters Without Borders: <https://rsf.org/en/france> adresinden alındı
- Schalk, D. L. (1973). Professors as Watchdogs: Paul Nizan's Theory of the Intellectual and Politics. *Journal of the History of Ideas*, 34(1), 79-96.
- Schiffrin, A. (2018). Introduction to Special Issue on Media Capture. *Journalism*, 19(8), 1033-1042.
- Sözeri, C., & Güney, Z. (2011). *The Political Economy of the Media: A Sectoral Analysis*. İstanbul: Tesev.
- Stiglitz, J. (2017). Toward a Taxonomy of Media Capture. A. Schiffrin, J. E. Stiglitz, M. R. Atal, R. K. Nielsen, M. Márquez-Ramírez, M. A. Guerrero, et al., & A. Schiffrin (Dü.) içinde, *In The Service of Power: Media Capture and The Threat to Democracy* (s. 9-19). Washington: The Center for International Media Assistance (CIMA).
- Şimşek, S. (2013). Medya-Siyaset- İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği. *Selçuk İletişim*, 6(1), 124-143.
- Vojtechovska, M. (2017). The gradual takeover of the Czech media system. A. Schiffrin içinde, *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy* (s. 97-110). Washington, DC: Center for International Media Assistance.