

Türkiye'de Basın **Özgürlüğü** ve Medya'nın Finansmanı



Türkiye’de Basın Özgürlüğü ve Medya’nın Finansmanı

© 2026, 1984 Derneği (D84)

Editör: Dr. İbrahim Enes Özkan

Rapor Yazarı: Prof. Dr. Burak Bilgehan Özpek



Funded by
the European Union

This document has been produced with the financial assistance of the European Union and implemented by the “Integrity Watch in the Western Balkans and Turkey: Civil society combating corruption with political integrity data” project. The contents can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the European Union or TI Türkiye.

İÇİNDEKİLER

1- Yönetici Özeti

3- Giriş

4- Genel Görünüm

11- Medya'nın Finansmanı

15- Sonuç

Yönetici Özeti

Türkiye'de basın özgürlüğünü asıl kısıtlayan faktör medya sahipliği değil, **finansman mekanizmalarıdır**. İktidar (AKP) ve muhalefet (özellikle CHP) medyayı kamu kaynakları, belediye bütçeleri ve parti fonlarıyla finanse ederek bağımlılık yaratmakta; bu, objektif gazeteciliği imkânsız kılmaktadır. Medya ekosistemi "yandaş" ve "muhalif" diye ayrılmış olsa da, her iki taraf da tiraj/rejting kaygısı gözetmeden siyasi bağımlılıkla ayakta durmaktadır.

Tarihsel Gelişim

- **1980-2000'ler:** Medya ticari holdinglerin elinde; siyasi partileri eleştirebiliyordu ama MGK'nın "milli güvenlik" çizgisini aşamıyordu. Özgürlük illüzyonu, sivil siyasetin zayıflığından kaynaklanıyordu.
- **AKP Dönemi (2002-):** MGK ile iktidar bütünleşti; "havuç-sopa" mekanizması devreye girdi. Sopa: Yayın yasakları, RTÜK cezaları. Havuç: Kamu bankası kredileriyle medya devirleri (Doğan → Demirören, ATV-Sabah → Çalık vb.). 2018'e gelindiğinde ana akım medya iktidar kontrolüne geçti.
- **Muhalefet Medyası:** 2019 yerel seçim zaferleriyle (İstanbul/Ankara) güçlendi; Halk TV, Sözcü TV gibi kanallar belediye/CHP desteğiyle

profesyonelleşti. 2023 seçimleri öncesi "aktivizm" dönemi başladı. Muhalif medya Erdoğan karşıtlığını önceliklendirdi.

Güncel Durum (2024-2025)

- **İktidar Yanlısı Medya:** Kamu bankaları (Ziraat, Halk, Vakıf) 2025'in ilk 6 ayında yaklaşık 3,4 milyar TL reklam harcadı (yıllık tahmin 6,8 milyar TL).
- **Muhalefet Medyası:** CHP 2023'te 367 milyon TL medya bütçesi ayırdı. Beşiktaş Belediye Başkanı Rıza Akpolat iddianamesinde belediyeler ile gazeteciler arasında mali ilişkiler olduğu iddia edildi.
- **Dijital Baskılar:** 2024'te 311 bin site engellendi (sadece 938'i için mahkeme kararı var). RTÜK, YouTube lisans ücretini 926 bin TL olarak belirledi ve hangi kanala uygulanacağı keyfi bir iradeye tabi kılındı. Fatih Altaylı tutuklandı, kanalı engellendi. 50 bin+ haber içeriği sansürlendi (2014-2024).

Yasal ve Kurumsal Baskılar

- **RTÜK:** 2023-2025 arası 400 milyon TL ceza kesti. Bunun 155 milyon TL'si tek başına Now TV'ye kesildi. Muhalif kanallara karşı orantısız bir program/yayın durdurma politikası izlendi.

- **Kayyumlar:** 2025'te 5 karasal yayın yapan TV kanalı (Flash TV, Habertürk grubuna bağlı kanallar, Tele1) doğrudan iktidar yönetimine geçti.
- **Tutuklamalar:** 13 gazeteci hapiste; Altaylı ve Yanardağ gibi önde gelen gazeteciler "milli güvenlik" suçlamalarıyla özgürlüklerinden mahrum bırakıldı.

Sonuç ve Değerlendirme

Medya sahipliği yüzeysel bir göstergedir. Basın özgürlüğü için asıl odaklanması gereken kriter **finansal bağımlılıktır**. İktidar kamu kaynaklarıyla adeta bir propaganda makinesi kurarken, muhalefet parti/belediye fonlarıyla "aktivist" medya yaratıyor. Her iki medya da okuyucu/izleyici yerine siyasi aktörlere bağımlıdır. Bu ekosistem, gazeteciliği siyasi enstrümana indirgemektedir. Özgürlük için finansman şeffaflığı ve piyasa bağımsızlığı şart. 2025 itibarıyla muhalif medya yeniden zayıflamakta, kutuplaşma derinleşmektedir.

Giriş

Türkiye’de basın özgürlüğü tartışmaları özellikle Gezi Parkı protestolarından sonra artış gösterdi. Bunun sebebi, ana akım televizyon kanallarının ülkenin hemen hemen bütün şehirlerinde, aniden patlak veren protestoları yok saymasıydı. Öyle ki, yüz binlerce insanın sokaklara dökülmesinin medya tarafından yok sayılması, insanları ilerleyen günlerde protestolara katılmaya iten bir faktör olarak öne çıktı. Bilgi Üniversitesi tarafından, protestolar devam ederken yapılan bir anket çalışmasına göre, protestocuların yaklaşık %85’i, Gezi Parkı’na gelmelerinde medyanın tutumunun da etkili olduğunu ifade ettiler.

Protestolara destek veren birçok gazetecinin işsiz kalması ile medya özgürlükleri sürekli olarak tartışılır hale geldi. Toplumun Gezi protestoları ile birlikte hızlı bir şekilde siyasallaşması ve muhalifliğin farklı ideolojik gruplardan gelen insanları kapsayan bir kimlik haline gelmesi ile birlikte medyanın bir bütün olarak ele alındığı dönemin sonuna gelindi.

Artık “yandaş medya” ile “muhalif medya” ayrımı yapılmaya başlandı. Ne var ki hangi gazetelerin bu tanımlar ile anılacağı konusunda bir uzlaşma yoktu. Bu dönemde, ana akımda yer alan ve doğrudan hükümetin kontrolünde olmayan Doğan

Medyası, Doğuş Medyası ve Caner Medyası gibi kurumlar, iktidar yanlıları tarafından tarafsız, muhalefet çevreleri tarafından ise iktidar yanlısı olarak kodlanıyordu. Bu kafa karışıklığını gideren ise AKP iktidarı oldu. İlerleyen yıllarda, Doğan Medyası bir kamu bankasından tahsis edilen krediyle aleni şekilde hükümet yanlısı olan Demirören Grubu’na devredilirken, Doğuş ve Ciner grupları Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı üzerinden kontrol altına alındı.

Bu gelişmeler neticesinde, medya ekosisteminin ağırlıklı olarak hükümet tarafından kontrol edildiği bir durum ortaya çıktı. Artık uluslararası akademik ve entelektüel çevrelerde, Türkiye’deki medya özgürlükleri, iktidarın kontrolünde olan medya ve kontrol edemediği medya ikiliği üzerinden ele alınmaya başlandı. Bu tarif, doğru olsa da eksiktir. İlk olarak, medya sahipliği konusundaki bu orantısız durum, medyayı takip eden kitle açısından doğru değildir. Yani medya kurumlarının büyük kısmına hükmeden bir iktidar olgusu doğrudur; ancak bu durum, toplumun büyük çoğunluğunun iktidarın propaganda ağının içinde olduğunu göstermez. Gazetelerin günlük tirajlarına ve televizyon kanallarının reytinglerine bakıldığında AKP hükümeti lehine asimetrik bir durum yoktur.

İkincisi, iktidarın kontrolü dışında kalmak medyayı kendiliğinden özgür ve objektif yapmaya yetmez. Zira, ticari medyanın yok edildiği bir ekosistemde iktidar yanlısı olmayan medya kaçınılmaz olarak muhalefet partilerinin desteğiyle ayakta durabilir. Bu durum ise, kendi için farklı bir baskı ve bağımlılık mekanizması yaratabilir. Son olarak, medya özgürlüğünü kısıtlayan şey iktidarın medya sahipliği üzerindeki kontrolünden ziyade mahkemeler ve RTÜK tarafından keyfi yürütülen yasal süreçler ve medyanın finansman mekanizmalarıdır. Dolayısıyla, Türkiye medya ekosisteminin anlaşılması için medya sahipliği oranı yüzeysel bir veri sunar.

Bu çalışmada, basın özgürlüğünü zedeleyen asıl olgunun medyanın finansman mekanizmaları olduğunu iddia ediyoruz. Medya sahipliği, bunun bir parçasıdır ancak tamamı değildir. Zira kamu kaynakları kullanılarak veya kayyum atanarak kontrol altına alınan medya kurumlarının kendilerini sürdürebilmeleri için de kaynağa ihtiyaçları vardır. Bu kaynakların nasıl sağlandığı ise bize daha somut bir kanaat sağlayacaktır.

Bununla birlikte, iktidar ile muhalefet arasında ahlaki bir ayrım yapmak subjektif bir tutum anlamına geleceği için sadece iktidar yanlısı medyayı değil, aynı zamanda muhalefet medyasını da incelemek

durumundayız. Zira, yukarıda da bahsedildiği gibi, medya sahipliği açısından olmasa bile tiraj ve reyting oranları açısından daha dengeli, hatta muhalefet medyası lehine bir durum söz konusudur. Çalışmamız, öncelikle medya ekosistemi hakkında genel bir değerlendirme sunacaktır. Sonraki bölümde, finansal enstrümanlar dışındaki baskı mekanizmalarına değinilecektir. Ardından da medyanın finansmanı konusu, açık kaynaklardan edinilen verilerle değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Genel Görünüm

Türkiye, 1980 sonrası dönemde medya özgürlükleri açısından uluslararası standartlardan aşama aşama uzaklaşmıştır. AKP iktidarına kadar (80’li ve 90’lı yıllar), medya ekosistemi ticari niteliğini korumuştur. Ancak gazetelerin, televizyon kanallarının ve radyo istasyonlarının büyük holdinglerin denetimine geçmesi, medya ile siyaset kurumu arasındaki ilişkiyi oldukça sorunlu hale getirmiştir. Medya sahibi iş adamları, ellerindeki medya gücünü siyasi partiler ile ilişkilerini düzenlemek için kullanmış ve bu sayede kamu kaynaklarından kendi ticari menfaatleri için faydalanmayı başarmışlardır. Bu dönemde medya özgür gözükür çünkü siyasi partileri eleştirmenin, siyasi skandalları veya yolsuzluk dosyalarını haberleştirmenin

önünde hiçbir engel yoktur. Bu özgürlük ise medya sahipleri tarafından istismar edilmiştir.

Peki 80'li ve 90'lı yıllardaki medya gerçekten özgür müydü? Bu sorunun cevabı hem evet hem de hayırdır. Özgürdü, çünkü siyasi partiler medya kurumları üzerinde etkili değildi. Öte yandan, siyasi partilerden hiçbirisi sistem içinde iktidara gelseler dahi egemen bir pozisyona ulaşamıyordu. Tabir caizse siyasi partilerin üzerinde konumlanan ve siyasal sistemin meşruluğunun sınırlarını çizen kurum Milli Güvenlik Kurulu'ydü. Yani askerlerdi. AKP öncesi dönem değerlendirilirken, sırf siyasi partileri eleştirebildiği için medyanın özgür kabul edilmesi bu açıdan bir illüzyondur. Zira, medya siyasi partileri eleştirebilse dahi Milli Güvenlik Kurulu'nu ve bu kurulun çizdiği milli güvenlik çerçevesini eleştiremiyordu. Dolayısıyla, medya özgürlüğünün sebebi aslında sivil siyasetin askerler karşısında güçsüz olması ve egemen konuma erişemiyor olmasıydı.

AKP döneminde değişen ise MGK ile siyasi partiler arasındaki ayrımın ortadan kalkmış olmasıdır. Diğer bir ifadeyle AKP ile MGK'nın bütünleşmesidir. Böylece, AKP öncesinde eleştirilerden muaf olan MGK aynı pozisyonunu muhafaza etmiştir. Ancak farklılık, MGK'nın AKP'nin kontrolü altına geçmesi ve AKP'nin siyasi yarışta rekabet eden aktörlerden birisi

olmasıdır. Bu durum ise, kaçınılmaz olarak yandaş medya kavramını üretmiştir. Öyle ki, AKP aleyhine haber yapmak ülkenin milli güvenliği açısından tehdit olarak algılanmakta ve buna göre ivedi şekilde yayın yasağı veya idari cezalar söz konusu olmaktadır. Bu tip yaptırımlar ile karşılaşmayan kanallar ise zaten AKP aleyhine haber veya yorum yayınlamaktan imtina eden medya kuruluşlarıdır. Bu içsel sansür mekanizması ise bu kanalları otomatik şekilde hükümet yanlısı pozisyona sokmaktadır.

Burada bir havuç-sopa mekanizmasından bahsetmek yerinde olacaktır. AKP döneminde medyanın durumunun, 80'li ve 90'lı yıllardan finansman açısından ayrıştığı nokta muhtemelen burasıdır. Sopa meselesi sabit kalmıştır. Yani MGK'nın çizdiği milli güvenlik çerçevesinin dışında yayın yapan medya kuruluşları her iki dönemde de cezalandırılmaktadır. Öte yandan, AKP öncesi medya şirketi sahipleri siyasi partiler üzerinde baskı kurarak ve siyasi rekabete dahil olarak medya dışı ticari faaliyetlerinden elde ettikleri kazancı arttırırken, AKP döneminde uzatılan havuç doğrudan kamu kaynaklarından karşılanmaktadır. Bu durum ise, AKP döneminde medyayı sadece MGK'ya değil aynı zamanda partiye de bağımlı kılmaktadır. Yani AKP döneminde yandaş medyanın tek motivasyonu sopadan

kaçmak değil aynı zamanda kamu kaynaklarından pay almaktır. Bunu yaparken de, netameli bir yol izlemek yerine doğrudan AKP'nin denetimini kabul etme yolu seçilmiştir.

İslami hareketin dergicilik, yayınevi sahipliği ve radyoculuk gibi daha maliyetsiz alanlarda gösterdiği faaliyetler, 1994 senesinde Recep Tayyip Erdoğan'ın İstanbul belediye başkanı seçilmesiyle birlikte yeni bir seviyeye çıkmıştı. Yeni Şafak gazetesi ve Kanal 7, Erdoğan'ın belediye başkanlığından sonra kurulmuştu. AKP iktidara geldiğinde, bu medyalara bir de Fethullahçı olarak bilinen İslami cemaatin Zaman gazetesi ve Samanyolu televizyonu da eklendi. Ancak zaman içerisinde AKP, ticari medya olarak bilinen ve siyasi partilerle doğrudan bir bağı olmayan medya kuruluşlarını çeşitli stratejilerle kontrolü altına almayı başardı. Önce, Cem Uzan'ın sahip olduğu Star televizyonu ve Star gazetesi TMSF yoluyla 2006 yılında hükümete yakın iş adamlarına satıldı. Ardından 2007 senesinde ATV-Sabah grubu, kamu bankalarından sağlanan krediyle hükümete yakın Çalık Grubu'na devredildi. Doğan Grubu ise önce 2011 senesinde Milliyet ve Vatan gazetelerini, ardından da 2018 senesinde Hürriyet, Kanal D, CNN Türk gibi amiral gemisi hüviyetindeki kuruluşları Demirören Grubu'na devretti. Bu devir işlemlerinde

kamu bankalarından alınan krediler önemli rol oynadı. Doğan grubunun satışı ile birlikte, ülkedeki ticari ve bağımsız medya devri sona erdi. Her ne kadar Ciner medyası de benzer bir karakter gösterse de, 2013 senesinde Fethullahçı savcılar ve polisler tarafından basına sızdırılan ses kayıtları, Ciner medyasının doğrudan hükümetten direktif aldığını ortaya koydu.

2018 senesine gelindiğinde, AKP ana akım ticari medyayı kendi tekeline almayı başarmıştı. Özellikle Doğan Grubuna bağlı medyanın Demirören Grubu'na geçişi ile birlikte Hürriyet, Kanal D ve CNN Türk gibi etkili medya organları hükümetin kontrolüne geçmiş oldu. Kontrol altına alınan medya kurumlarının devrinde kamu bankalarından alınan krediler önemli bir rol oynarken, bu kurumların işletim giderleri de tüketici ve reklam verenlerden ziyade yine kamu kaynakları tarafından karşılandı. Kamu bağlantılı şirketlerin reklam bütçesi ve Basın Yayın İlan Kurumu'nun ilan bütçesi büyük oranda AKP tarafından devşirilen medya kurumlarına tahsis edildi. Bu medya kuruluşlarının sahipleri kamu ihaleleri ile ödüllendirildi.

Öte yandan, ticari medyanın yokluğu, iktidar yanlısı olmayan medyanın mecburi olarak muhalefet medyası haline dönüşmesiyle sonuçlandı. 2019 yılına kadar bu misyonu yazılı basında Sözcü gazetesi, görsel basında ise maddi

yetersizliklerle boğuşan ve “online marketing” yaparak ayakta kalmaya çalışan Halk TV üstlendi. 17/25 Aralık sürecinin ardından muhalefet saflarına geçen Fethullahçı medya ise 15 Temmuz darbe girişiminin ardından kapatıldı. Diğer bir ifadeyle, 2016-2019 yılları arasında muhalefet medyası en güçsüz dönemini yaşadı. Zaten bu yıllarda OHAL ilan edilmişti, ülke ardı ardına terör saldırıları ile sarsılıyordu ve Erdoğan’ın başkanlık sistemine geçiş çalışmaları hızlanmıştı. Bunlar yaşanırken, güçlü bir muhalefet medyası yoktu. Buna rağmen, muhalefet partileri 2019 yılında yapılan yerel seçimlerde İstanbul ve Ankara belediyelerini kazandı. Bu zafer, muhalefet medyasının da yeni bir döneme girmesiyle sonuçlandı. Bu konuya girmeden evvel, İstanbul belediyesinin muhalefet adayına kaybedilmesinin ardından iktidara yakın iki gazetenin, Star ve Güneş gazetelerinin, kısa süre içinde kapandığını hatırlayalım. Bu durum bize, kamu kaynaklarının medyanın finansmanındaki rolünü hatırlatacaktır. Bu gazeteler, İstanbul Belediyesi’ne ait şirketlerin reklamlarıyla finanse ediliyordu ve belediye yönetiminin muhalefete geçmesiyle birlikte maddi zorluklar yaşamaya başladı ve kapandı. Keza, İstanbul belediyesinin kazanılmasının ardından muhalefet medyasının standartlarında gözle görülür bir iyileşme meydana geldi. Halk TV mali sorunlarını

aştı, Sözcü gazetesinin yanında Sözcü TV yayın hayatına başladı. Tele 1 ve KRT yayın ağlarını genişletti.

Bununla birlikte, 2023 seçimlerinden önce bütün muhalefet partilerinin Altılı Masa adı altında kurdukları ittifak, TV 5, Milli Gazete ve Karar gibi muhafazakar cenahın etkili yayın organlarını muhalif saflara kattı. Hali hazırda yayın hayatına devam eden sol eğilimli Birgün ve Evrensel, Atatürkçü Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri, T24, Gazete Duvar, Medyascope, Politikayol ve Serbestiyet gibi medya platformları ve önemli oranda Twitter kullanıcısı 2019’dan itibaren ortak muhalefet vurgusu yaparak muhalefetin tezlerini yaygınlaştırmaya çalıştılar. 2019 sonrası dönem, aslında bir gazetecilik dönemi değil daha çok aktivizm dönemi olarak adlandırılmalıdır. Zira, yukarıda zikredilen medya kuruluşlarının ana önceliği AKP’ye karşı seçimleri kazanmak olmuştur ve yayın politikalarını bu çerçevede aktivist bir psikoloji ile şekillendirmişlerdir. Muhalefette oluşan güçlü medyanın, 2023 seçimleri öncesi yaşanan adaylık tartışmasında da aktif rol aldığı ve CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun adaylığını desteklediği görülmüştür.

2023 seçimlerinin kaybedilmesiyle birlikte, muhalefetin ana sütunu olarak tarif edebileceğimiz CHP, İYİ Parti ve HDP’de

(sonradan DEM) yönetim değişiklikleri yaşanmış ve 31 Mart 2024'teki yerel seçimlerin CHP tarafından kazanılmasıyla birlikte, İstanbul Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu ve Ankara Belediye Başkanı Mansur Yavaş ekseninde bir muhalefet şekillenmiştir. Bu popüler isimler, sağ siyasetten gelmeleri hasebiyle, muhalefetin seçimleri kazanma şansını arttırdıkları için öne çıkmışlardır. Bu durum ise, muhalefetin parti ve ideoloji ayrımlarıyla meşgul olmak yerine sert bir kutuplaşma siyasetini ve Erdoğan karşıtlığının kurucu zemin olmasını beraberinde getirmiştir. Bu noktada, elbette ki, asıl misyon muhalefet medyasına düşmektedir. Bu sebeptendir ki etkili gazetecilerin gerek ana akım medyada, gerek sosyal medyada gerekse YouTube gibi platformlarda keskin siyasi söylemler ile öne çıkmış ve siyasi aktivizm içerisine girmişlerdir. Bu gazeteciler arasında Fatih Altaylı, Nevşin Mengü, İsmail Saymaz gibi isimler sayılabilir. Bir dönem ana akım medyada çalışan bu gazetecilerin işsiz kalmaları ve ayakta kalabilmek için kendi on-line yayın platformlarını kurmaları, onları bir gazeteciden daha çok influencer olarak konumlandırmıştır.

AKP iktidarının o zamana dek kazandığı kutuplaştırma söylemi 2024 itibariyle AKP'ye kaybettiren bir oyuna dönüşmüştür. Gerek yaşanan ağır

ekonomik kriz gerekse İmamoğlu ve Yavaş gibi güçlü isimlerin muhalefetin liderliğini yapmaları Erdoğan'ın bir sonraki seçimleri kazanma ihtimalini azaltmıştır. Bu durum ise, Erdoğan'ı zor duruma sokan kutuplaşma mekaniğinin bozulmasıyla sonuçlanmış, İBB başkanı Ekrem İmamoğlu tutuklanmış, Mansur Yavaş çeşitli tutuklama söylentileriyle sessizleştirilmiş, medya kurumları RTÜK üzerinden ve iddianame söylentileriyle korkutulmuş, bu dönemin en etkili gazetecisi Fatih Altaylı ise Silivri Hapishanesi'ne gönderilmiştir. Üstelik mesele sadece muhalefet ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda hükumete yakın medyada da radikal değişimler olmuştur. Can Holding tarafından geçtiğimiz sene satın alınan Habertürk, Show TV ve Bloomberg TV'nin TMSF'ye devredilmesi bu açıdan üzerinde durulması gereken bir konudur. Gelinek noktada, muhalefet medyasının yeniden güç kaybettiği, iktidar medyası üzerindeki Erdoğan etkisinin ise arttığı gözükmemektedir.

Bu çalışma, medyanın finansmanı konusuna odaklansa da, özellikle yerel seçim sonrası muhalefet medyası üzerinde yoğunlaşan yasal ve kurumsal baskılardan bahsetmemek büyük bir eksiklik olacaktır. Geride kalan yaklaşık 1,5 sene içinde, Türkiye medya ekosistemi dramatik şekilde değişmiştir. Dijital medya ile başlarsak, en

göze çarpan örnek, YouTube yayınları yaklaşık 1 milyon kişi tarafından izlenen Fatih Altaylı'nın 22 Haziran 2025 günü tutuklanmasıdır. Buna rağmen hapisshaneden gönderdiği metinlerle yayınlarını sürdürmeye çalışan Altaylı'nın YouTube kanalına 7 Ağustos'ta erişim engeli getirilmiş. Altaylı, çıkartıldığı mahkemede tutukluluğunun devamı yönünde karar çıkması üzerine 6 Ekim'de yayınlarına son vermiştir.

Türkiye'de dijital içeriklerin hızlı bir şekilde yasaklandığı bir dönem yaşanmaktadır. Kamu düzeni, milli güvenlik, özel hayatın gizliliği ve kişilik hakları gibi kavramlar çerçevesinde alınan kararlar ile özellikle haber sitelerine yönelik ağır bir içerik sansürü uygulanmaktadır. İfade Özgürlüğü Derneği'nin 2024 yılı sonunda yayınladığı "Dijital Kafeste Kafkaesk Sansür" başlıklı raporuna göre 2014-2024 yılları arasında 50 binden fazla haber erişime kapatılarak sansürlendi. Aynı rapora göre, 2024 senesinde 311 bin 91 web sitesine giriş engellendi. 2007-2024 arası verilere bakıldığında, yılda kapatılan web sitesi sayısı ortalaması 70 bin 250 olmuştur. İfade Özgürlüğü Derneği'nin bu raporuna göre 2024'te 270 bin URL adresi, 17 bin Twitter/X hesabı, 75 bin X paylaşımına, 25 bin 500 YouTube videosuna, 16 bin 700

Facebook içeriğine ve 16 bin Instagram içeriğine erişim engeli getirilmiştir.

Bu alanda dikkat çekici olan, 2024 yılında verilen 311 bin 91 erişim engelleme kararının sadece 938'inin mahkeme kararları doğrultusunda alınmış olmasıdır. 2021 senesinde verilen yetkiyle, devlet kurumları istedikleri içeriği erişime kapatma hakkına kavuşmuşlardır. 2024 yılı içinde Milli Piyango İdaresi, Tütün ve Alkol Dairesi, Spor Toto Teşkilatı gibi kurumlar toplam 3626 erişim engelleme kararı almışlardır. Türkiye Futbol Federasyonu ise 50 bin 120 içeriği erişime kapatmıştır.

Dijital medya üzerinde son dönemlerde artan bir diğer baskı ise Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun 2019 yılında çıkan bir yasa çerçevesinde YouTube yayınlarını denetleme yetkisini kendisinde görmesidir. RTÜK, 6 Ocak 2025 tarihinde Cumhuriyet gazetesinin Youtube kanalından, 27 Mart 2025 tarihinde Fatih Altaylı'nın YouTube kanalından ve FluTV YouTube kanalından lisans almalarını talep etmiş ve bu kanallara üç günlük süre tanımıştır. Talep edilen lisans ücreti 926 bin TL'dir. Bu rakamı, Cumhuriyet, FluTv ve Altaylı gibi sektörün önde gelen oyuncularını karşılayabilseler dahi daha mütevazı yayınlar yapan ve siyasi içerikler üreten diğer kanalların karşılaması mümkün değildir. Dolayısıyla, RTÜK'ün eline fiili olarak lisanslama bahanesiyle,

küçük ve orta ölçekli Youtube kanallarını erişime kapatma yetkisi geçmiştir.

Yasal baskılar, sadece dijital mecralarla sınırlı kalmamakta aynı zamanda gazetecileri ve bizzat medya kurumlarını da tehdit etmektedir. Türkiye Gazeteciler Sendikası'na göre şu anda cezaevlerinde 13 gazeteci bulunmaktadır. Bunlardan üç tanesi, Fatih Altaylı, Merdan Yanardağ ve Furkan Karabay, 19 Mart süreciyle bağlantılı olarak tutuklanmıştır. Leman Dergisi karikatüristi Doğan Pehlivan ise İslami değerlere hakaret ettiği gerekçesiyle özgürlüğünden mahrum bırakılmıştır. Gazeteci olmamalarına rağmen, son dönemin en absürd tutuklaması YouTube'da güldürüler ve komik içerikler yayınlayan Soğuk Savaş isimli programının sunucusu Boğaç Soydemir'i ve onun konuğu Enes Akgündüz'ü hedef almıştır. Dini bir şakaya gülmelerinden ötürü her iki isim de halkı kin ve düşmanlığa sevk etme suçundan bir ay cezaevinde kalmıştır.

Medya üzerindeki yasal baskılardan bir diğeri de verilen idari para cezaları ve yayın durdurma kararlarıdır. Doğruluk Payı isimli web sitesinin, MLSA ve RTÜK verilerini derleyerek yaptığı çalışmaya göre, 1 Ocak 2023 ile 6 Mart 2025 tarihleri arasında RTÜK, yayıncı kuruluşlara toplam 400 milyon TL idari para cezası vermiştir. Bu cezanın 155 milyon TL'si, muhalif bir editoryal çizgiye sahip olan Now TV'ye

kesilmiş ve gerekçe olarak ise tarafsızlık ilkesinin ihlali gösterilmiştir.

RTÜK'ün CHP tarafından atanan üyesi Tuncay Keser, 2025 senesi içinde RTÜK'ün 52 tane yaptırım uyguladığını ve verilen cezaların 44'ünün eleştirel yayın politikaları önce çıkan 3 yayıncı kuruluşa, Sözcü TV, Halk TV ve Tele1'e verildiğini söylemiştir. Buna göre:

Sözcü TV: 15 Yaptırım (14 idari para cezası + 13 program durdurma + 10 gün yayın durdurma)

Tele 1: 15 Yaptırım (14 idari para cezası + 5 program durdurma + 5 gün yayın durdurma)

Halk TV: 14 Yaptırım (13 idari para cezası + 8 program durdurma + 10 gün yayın durdurma).

Son olarak, 2025 senesinde medya kurumlarına, yargıda devam eden soruşturmalar sonucu kayyum atanması uygulaması hız kazanmıştır. Bu durum, medya sahipliği üzerindeki iktidar etkisini başka bir boyuta taşımış, artık iktidar bizzat medya yönetme politikasına yönelmiştir. 15 Mart 2025 tarihinde, Flash TV ve Pozitifbank'ın sahibi Erkan Kork'a, yasadışı bahis örgütü lideri olduğu suçlaması yöneltilmiş ve hakkında hukuki süreç başlatılmıştır. İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından yürütülen operasyonda Kork tutuklanmış, operasyon

sırasında ise Flash TV'ye kayyum atanmıştır. Benzer şekilde, 2024 senesinde, Habertürk, Show Tv ve BloombergHT kanallarını Ciner Grubu'ndan satın alan Can Holding'e yönelik başlayan soruşturmada, bu medya kurumlarına kayyum atanmıştır. Son olarak, 2025 senesinin 24 Ekim günü başlayan casusluk soruşturması kapsamında gazeteci Merdan Yanardağ gözaltına alınmış ve kanalın mülkiyet sahibi bir başkası olmasına rağmen, Yanardağ'ın yönettiği Tele1 televizyonuna kayyum atanmıştır. Diğer bir ifadeyle, 2025 senesi içinde 5 televizyon kanalı doğrudan iktidarın kontrolüne geçmiştir.

Medyanın Finansmanı

Şimdiye kadar yapılan çalışmalar, iktidara yakın medyanın kamu kaynaklarından keyfi bir şekilde yararlandıklarını yeteri kadar gözler önüne serdi. Özgürlük Araştırmaları Derneği tarafından yayınlanan ve 2014 senesinden 2023 senesine kadar düzenli olarak yayınlanan Basın Özgürlüğü raporu, medya kurumlarının bağımsızlığını, onların kamu kaynakları ve piyasa ile ilişkisini ölçerek yorumlamıştır. Bu raporlar, iktidara yakın gazete ve televizyon kanallarının tiraj ve reyting rakamlarını iktidara yakın olmayan medya kuruluşları ile kıyaslamış, ardından da kamu bağlantılı şirketlerin reklam

pastasından her iki kategoride yer alan medya kuruluşlarının nasıl pay aldığını göstermiştir. Buna göre, kamu bağlantılı şirketler en verimsiz medya kuruluşlarını siyasi saiklerle desteklemektedir. Örneğin, aleni şekilde iktidar yanlısı olan A Haber kanalı ile nispeten daha bağımsız bir yayın politikası izleyen Habertürk'ün üç büyük kamu bankasından, Ziraat-Vakıf ve Halkbank'tan, aldıkları reklamların saniyeleri karşılaştırılmıştır. Buna göre A Haber, 2020 ve 2021 senelerinde bu üç bankadan toplam 235 bin saniye reklam alırken Habertürk sadece 480 saniye reklam almıştır.

İktidar ile medya arasındaki iktisadi ilişkileri Basın İlan Kurumu'nun tavrından da anlamak mümkündür. Kuruluş kanununa göre, kamu ilanlarını ayırım gözetmeden ulusal ve yerel gazetelerde yayınlaması gereken BİK, özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na bağlandıktan sonra bu tarafsızlığını yitirmiştir. Basın İlan Kurumu'nun Sözcü ve Korkusuz gazetelerine 1 Ocak 2017-1 Mayıs 2022 tarihleri arası toplam 86 kez ceza kesmiş ve verilmeyen ilanların toplam değerinin Sözcü için 1 milyon TL, Korkusuz için ise 730 bin TL'nin üzerinde olmuştur. Deutsche Welle'nin yayınladığı BİK dosyasına göre BİK'in 2020 senesinde kestiği cezaların %97'si muhalif basına uygulanmıştır. Bu husustaki sevindirici

gelişme, 13 Ekim 2025 tarihinde Anayasa Mahkemesi'nin verdiği ve BİK'in ceza verme ve ilan kesme yetkisini elinden aldığı karar olmuştur. Bu kararın uygulanıp uygulanmayacağı ya da hangi idari tedbirlerle etrafından dolaşılacağı ise önümüzdeki dönemde takip edilmelidir.

2025 senesinin ilk 6 aylık bilançoları açıklandığında yukarıda da zikredilen kamu bankalarının reklam harcamalarının kamuoyuna nasıl yansıdığına bakarsak, Ziraat Bankası'nın yaklaşık 1 milyar 41 milyon TL, Halkbank'ın yaklaşık 1 milyar 458 milyon, Vakıflar Bankası'nın ise yaklaşık 921 milyon TL 'lik harcama yaptığını görüyoruz. Yani, kamu bankalarının 6 aylık reklam bütçelerinin toplamı 3,4 milyar TL'dir. 2025 sonunda bu rakamın, aynı harcama ritmi devam ettiği takdirde, 6,8 milyar TL olacağı tahmin edilmektedir. Bu konuyu gündeme getiren CHP milletvekili Mehmet Tahtasız, kamu bankalarının hangi medya şirketlerine reklam verdiğini sorgulamışsa da cevap alamamıştır. Muhalif basın bu konuyu ele alırken, kendilerine hiçbir kamu bankasından reklam talebi gelmediğinin özellikle altını çizmişlerdir. Eğer kamu bankaları ve kamu ile ilişkili şirketler (THY, Turkcell, Çaykur vb.) geride bıraktığımız senelerde gösterdikleri partizan tutumu sürdürüyorsa, büyük bir kamu reklam pastasının iktidara yakın

yayın kuruluşlarına aktarıldığını ve bu kuruluşların, kamu kaynaklarını verimsiz kullanmak suretiyle finanse edildiğini söylemek mümkündür. (Örneğin, Türk Hava Yolları'nı kullanarak.) 2023 yılında 4,6 milyar TL, 2024 yılında ise 7,1 milyar TL reklam bütçesi kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu bütçenin nasıl dağıldığı verisine ulaşmamız mümkün olmamıştır. Şu aşamada, en azından, yaklaşık 6,8 milyar TL'nin hükümete yakın medyaya tahsis edildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

İktidar yanlısı medyanın kamu kaynaklarına kolaylıkla erişebilmesi, güçlü bir propaganda makinesini ortaya çıkarmıştır. Ticari ve ana akım medyanın da ortadan kalkmasıyla birlikte muhalefet partileri, özellikle CHP, kendi medyasını finanse etmek durumunda kalmıştır. CHP ile muhalif medya arasındaki ilişkiler, 2019 seçimlerinde kazanılan belediye zaferleriyle daha karmaşık bir hal almıştır. Zira, 2019 senesine kadar amatör standartlarda yayın yapan muhalefetin görsel medyası, bu tarihten sonra büyük bir teknik atılım yapmıştır. CHP ile medya ilişkisi, 2023 seçimlerinin ardından, Halk TV'nin sahibi Cafer Mahiroğlu'nun beyanatlarıyla gözler önüne serilmiştir.

Mayıs seçimlerinin kaybedilmesiyle birlikte CHP'de iç kavganın başlaması ve medya sorumlusu olarak Kemal

Kılıçdaroğlu tarafından Eren Erdem'in atanması bir çok mali ilişkiyi ortaya çıkarttı. Seçimlerden sonra Erdem, Kılıçdaroğlu'na parti içi muhalefet bayrağı açan Özgür Özel ve Ekrem İmamoğlu'nu desteklediği gerekçesiyle Halk TV ile yaptığı protokolü iptal etti. Dahası, CHP'nin Halk TV'ye grup konuşmalarını yayınlaması karşılığı para transferi yaptığından haberdar oldu. Bu transfer haberi, başlı başına şaibeli bir ilişkiye işaret ediyordu, çünkü asli vazifesi halkı gündemdeki konulardan haberdar etmek olan bir televizyon kanalı, en sıradan vazifesini görme karşılığında CHP'den sistemli olarak ödeme alıyordu. Tartışmalar büyüdü ve Halk TV Genel Yayın Yönetmeni Cafer Mahiroğlu, CHP Genel Başkan Yardımcısı Eren Erdem'in bir trol ordusu kurmaya çalıştığını iddia etti. Buna ilaveten Mahiroğlu, Eren Erdem'in Youtube influencer'larına aylık 150 bin TL ödeme yaptığını söyledi.

Seçimlerin ardından en çok konuşulan konulardan birisi, CHP'nin medya için ayırdığı 367 milyon TL tutarındaki reklam bütçesi oldu. Dedikoduların ayyuka çıkması üzerine, Medyascope ve Gazete Duvar, bu bütçeden çok cüzi bir pay aldıklarını beyan ettiler. Ancak bu kaynağın dağıtımı şeffaf olmadı ve hangi kriterlere göre belirli yayıncı kuruluşların seçildiği tartışılmadı. Üstelik, Medyascope ve Duvar

dışında, geriye kalan devasa miktarın hangi gazetecilere ve kurumlara dağıtıldığı halen netlik kazanmadı. Meseleyi sorunlu kılan nokta, seçimlerden önce aday belirleme sürecinde Kemal Kılıçdaroğlu'nun medyayı olabildiğince etkin kullanması ve alternatif adaylardan birisi olan Ekrem İmamoğlu'nun kamuoyundaki imajını bozmaya çalışmasıydı. Medya ile CHP genel merkezi arasındaki ilişkiler, medyanın sadece muhalefetin hayrına yayın yapan idealist bir aktivizm içinde olmadığını, muhalefet içindeki güç mücadelesinin enstrümanı olarak kullanıldığını ima etti.

31 Mart 2024 seçimlerinden CHP'nin birinci parti çıkması ve Ankara, İstanbul, İzmir, Adana, Mersin, Antalya, Bursa gibi büyük kentlerin yönetimini ele alması, birçok muhalif için başkanlık seçimlerinde kazanılacak zaferin müjdecisiydi. Ancak, 19 Mart 2025 günü Ekrem İmamoğlu'nun, ardından da Muhittin Böcek ve Zeydan Karalar'ın tutuklanması ve belediyelerin merkezinde olduğu bir yolsuzluk ağı olduğu iddiası bu ümitleri baltaladı. Henüz İmamoğlu ile ilgili iddianame ortaya çıkmamasına rağmen, Beşiktaş Belediye başkanı Rıza Akpolat hakkında hazırlanan iddianame medya mensupları ile belediyeler arasında bir ilişki olduğuna işaret ediyor. Benzer bir suçlamanın İmamoğlu davasında da yapılacağı kuvvetli

bir ihtimal. Akpolat için hazırlanan iddianamede, Akpolat'ın özel kalem müdürünün ifadesi yer almaktadır. Bu ifadeye göre, Beşiktaş belediyesi halkla ilişkiler kampanyası kapsamında, Halk TV, KRT ve Tele1 gibi televizyonlara, bazı YouTube yayıncılarına, PolitikYol sitesine ve bazı etkili gazetecilere para verildiği ifade edilmiştir. İstanbul Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu için hazırlanan iddianamede ise Soner Yalçın, Ruşen Çakır, Şaban Sevinç ve Yavuz Oğhan'ın isimleri şüpheli olarak yer almış, bu insanlar para karşılığı sistemli bir yayın politikası izlemekle itham edilmiştir. Ancak savcılığın bu konuda yeterli somut delilinin olmadığı ve mezkur gazetecilerin ifadeleri alındıktan sonra serbest kalması, İmamoğlu ile medya arasında doğrudan bir finansal ilişkinin savcılık tarafından tespit edilemediğini göstermektedir.

Anlaşılan o ki, iktidarın devasa kamu kaynaklarıyla oluşturduğu medyayı dengelemek için muhalefet de benzer bir patika izlemiştir. Ancak, ülkedeki rejimin niteliği, kanunların istisnasını yapma yetkisini cumhurbaşkanına verdiği için, benzer eylemler o eylemi gerçekleştiren kişilere göre farklı hukuki süreçler ile sonuçlanmaktadır. Bu durum, kanunların iktidar yanlılarına farklı muhaliflere farklı uygulanması sonucunu üretmektedir. Buna rağmen, medya özgürlüğü konusunda

yazılacak bir değerlendirme, mutlaka mevcut medya ekosisteminin siyasi partiler denetiminde olduğunu ve medyanın finansmanının okuyucu veya izleyiciler yerine daha çok kamu kaynaklarıyla karşılandığını belirtmek zorundadır.

Bu noktada değinmeden geçmememiz gereken bir konu daha var. Ulusal basının hükümet ve siyasi parti ablukasında olduğu bir dönemde yerel basının daha etkili olması beklenir. Aslında Snyder'ın iddia ettiği gibi, yerel basının ve yerel gündemlerin güçlü olması popülizm açısından önemli bir bariyerdir. Yerel basının güçsüz olduğu durumlarda, ülkedeki bütün vatandaşların ülke genelindeki siyasallaşmada taraf olduğu ve kutuplaşmanın derinleştiği söylenebilir. Bunun içindir ki Snyder, 2008 ekonomik krizi ile birlikte kapanan Amerikan yerel gazetelerinin boşluğunun, ulusal gündem ile kapatılmasının Trump iktidarına yol açan etkenlerden birisi olduğunu iddia etmiştir.

Türkiye'de de yerel basının son zamanlarda pek parlak bir dönem yaşadığı iddia edilemez. Dijitalleşme ile birlikte matbu gazete kültürü ülke genelinde olduğu gibi yerel bazda da tükenmek üzeredir. Yerel yazılı basını ayakta tutan ise Basın İlan Kurumu'nun düzenli ödemeleridir ki bu durum yerel gazeteleri sadece kamudan kaynak alabilmek için biçimsel olarak

yayın hayatına devam eden yapılara dönüştürmüştür. Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın yayınladığı rapora göre, yerel gazetelerdeki çalışma koşulları olumsuzdur, gazeteciler için mesai kavramı yoktur ve sendikal hakları kullandırılmamaktadır.

Yerel görsel işitsel medya için medya sahiplerinin iktidar ile olan bağları, yerel kamu ihalesi süreçleri incelenerek bulunabilir. Yapılan akademik çalışmalar, Anadolu şehirlerinde, özellikle İslami harekete mensup bir radyo ağının olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, Esra

Gürakar'ın yaptığı ve ülkedeki kayırma ekonomisini incelediği çalışması, AKP iktidarı ile birlikte kamu kaynaklarıyla zenginleşen yeni bir partizan sınıfın ortaya çıktığını ve bunun özellikle AKP'nin güçlü olduğu Anadolu şehirlerindeki sosyo-ekonomik yapıyı değiştirdiğini iddia etmektedir. Dolayısıyla, yerel televizyon ve radyo sahiplerinin de iktidar ile işbirliği içinde olmaları şaşırtıcı olmayacaktır. Bu durum yerel siyasetin de medya üzerinden kurgulanmasını kaçınılmaz olarak beraberinde getirir.

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'deki medya ekosisteminin mevcut durumunu, yasal ve finansal enstrümanlara odaklanarak ele almıştır. İktidarın, muhalif medya ve gazeteciler üzerindeki yasal müeyyideler yoluyla baskı kurduğu, muhalif medyayı sindirmenin de ötesine geçerek doğrudan kontrol edemediği medya kuruluşlarını kayyum yoluyla yönettiği belirtilmiştir. Medya sahipliği ticari bir iş olmaktan çıkmıştır ve medya kuruluşlarının devrinde iktidar hayati bir rol oynamaktadır. 2025 senesinde ise bu durum kendisini, medya kurumlarına atanan kayyumlar ile göstermektedir. Bunun yanı sıra, kamu bağlantılı şirketlerin devasa reklam

bütçeleri ve Basın İlan Kurumu'nun tarafgir tutumu iktidar yanlısı medyanın finansmanı için seferber edilmektedir. İktidar kontrolünde olmayan muhalefet medyası ise mevcut durumda kaçınılmaz olarak CHP ile mali ilişkilere girmiş ve yine parti ya da kamu kaynaklarından faydalanmıştır. Bu durum ise, özellikle 19 Mart süreci sonrası iktidarın İmamoğlu'na yönelik başlattığı yasal süreçlerin konularından birisi olacaktır.

Öte yandan, 2025 senesinin son aylarında, hükümetle yakın ilişkisi olan ve bu ilişki sayesinde senelerce bazı suçları işleme özgürlüğüne sahip oldukları anlaşılan bazı

işadamlarının sahip oldukları medya kuruluşlarına TMSF tarafından el konulmuştur. Mesela Can Holding kaçakçılık, Flash TV'nin sahibi olan Erkan Kork yasadışı bahis, Gain Medya'nın sahibi Anahat Holding ise kaynağı açıklanamayan bir kara para trafiğı ile itham edilmiştir. Bu kanallar, finansman açısından iktidardan

bağımsızlaşan ancak iktidar sayesinde buldukları boşluklardan para kazanan iř adamlarına aittir. Belli ki, medya ekosistemi iktidar ile dolaylı bağıları da kabul etmemekte, finansmanın doğrudan iktidar tarafından sağlandığı dolayısıyla daha derin bir kontrol mekanizmasının devreye gireceğı bir yöne evrilmektedir.