

Medya Konsantrasyonu ve Görüş Çeşitliliği

Zuzana Kleknerova

Sizin de belki anlayabileceğiniz gibi bir Türk-Alman seminerine katılan bir Çek olarak biraz egzotik görüyorum kendimi. Yani başından beri bu güzel ortama katılmama bir gerekçe bulmam gerektiğini biliyordum. Şansım yaver gitti, gerçekten bir gerekçe buldum: Ülkem Çek Cumhuriyeti'nde tüm günlük gazeteler, neredeyse tamamı, Almanların elinde. Bu nedenle Alman dış ekonomi politikaları üstüne ve yurt dışındaki Alman yayınevlerinin politikaları üzerine konuşacağım burada. Bu konu bu gazeteciler buluşmasına çok uygun olacak.

Sadece Çek gazete sektörüne değinmek istiyorum burada. Bunu nedeni sadece bir günlük gazetede yazıyor olmam değil, aynı zamanda en iyi bu alanda medyadaki tekelleşmenin avantaj ve dezavantajları ve bunların sonuçları üzerine konuşmanın mümkün olması.

Bugün 10 milyon nüfuslu Çek Cumhuriyeti'nde beş yayın kuruluşu tarafından çıkarılan yedi büyük günlük gazete var: bir bulvar gazetesi (tirajı 500.000), bir spor gazetesi (tirajı 70.000; spor Çekler için her zaman önemliydi), yerel haberlere ağırlık veren bir gazete ve günlük olayları ciddi olarak verme iddiasında olan dört ulusal gazete (günlük tirajları 62.000'le 290.000 arasında değişiyor). Bu yedi günlük gazeteden sadece bir tanesi şu anda Çeklerin elinde, diğerleri Alman ya da İsveçli yayıncılar tarafından satın alındı.

1991'de (Çekler komünizmle yollarını ayırmadan iki yıldan az bir süre önce) ilk gelen yabancı grup, İsviçreli "Ringier" yayıneviydi. "Ringier" o dönemde bu kararıyla kesinlikle akıllıca bir adım atmış oluyordu. Yayınevi ilk Çek bulvar gazetesi olan -İsviçre'deki "Blick" benzeri - "Blesk"i yayınladı. "Blesk" ulaştığı tirajla Çek Cumhuriyeti'nden bugün hala rekorlar kırıyor. "Ringier", "Blesk"ın dışında yine başarılı bir spor gazetesi daha yayınlıyor. Ancak yayınevi politikaya neredeyse hiç karışmıyor. Her iki gazete de apolitik.

"Ringier"den iki yıl sonra Bavyera kökenli "Passau" yayın grubu keşfetti Çek Cumhuriyeti'ni. 1993'ten itibaren düzenli olarak Çek yerel gazetelerini satın almaya başladı. Çek Cumhuriyeti'nin doğusundaki Moravya'da kimi zorluklarla karşılaştı, çünkü burada başka bir Alman yayıncı daha hızlı davranmıştı. Ancak "Passau" yayın grubunun 2001 yılından itibaren yerel gazete piyasasında rakibi kalmadı. Bunun sonucunda birçok yerel yayın kapatıldı ya da giderlerini mümkün olduğunca kıstak için birleştiler. Bu değişim orada bulunan Alman yöneticilerin gözetiminde gerçekleşti.

Şimdi de özel bir grup gazeteye gelelim: Bunlar ulusal ve ciddi yayınlar. Dört gazetenin ikisi Almanya'da bulunan "Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft"ın, bir tanesi de yine Alman "Holtzbrinck-Verlag"ın elinde şu

anda. Sadece büyük bir günlük gazete Çek kökenli bir anonim şirket tarafından yönetiliyor ve yayınlanıyor.

Çek Cumhuriyeti'ndeki belki de en tartışmalı grup "Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft". Bu grup on bir yıl önce Çek Cumhuriyeti'ne geldi ve yavaş yavaş en tanınan iki Çek günlük gazetesini satın aldı: ciddi gazeteler arasında en yüksek tiraja (290.000) sahip olan "Mladá fronta Dnes" ve bir geleneği ve iddialı bir okur grubuna sahip olan "Lidové noviny" (tirajı 68.000). Bu noktadan sonra her iki gazete de büyük ölçüde değişti. Bu değişimin en önemli yılı da 2001 yılı oldu.

Ren Bölgesi'nden gelen bu yaygın grubunun sahibi olan Arnold ailesi, güçlü bir mesajla geldi Çek Cumhuriyeti'ne; artık gazeteler okurlarını sadece bilgilendirmekle kalmayacak, onları eğlendirecekti de, çünkü beklenen buydu. Peki sonuç ne oldu? En yüksek tiraja sahip (ve kuşkusuz ekonomik açıdan da en başarılı) gazete olan "Mladá fronta Dnes" hızla "bulvarlaşmaya" başladı. Politika çoğu zaman magazin haberi gibi ele alınıyor artık, politikacılar haber yapılıyor gerçi, ancak politik haberlere neredeyse hiç yer verilmiyor. Gazete renklendi ve bulvar gazetesi "Blesk"ın okurlarının en azından bir kısmı ele geçirilmeye çalışılıyor böylece. Bu formatın sürdürülmesini Prag'da yaşayan çok sayıda Alman yönetici denetliyor.

Burada ilginç olan, (Alman yatırımcılar ve gazetenin sahipleriyle aynı görüşleri paylaşan) şu andaki genel yaygın yönetmenin, "Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft"ın diğer gazetesi olan , "Lidové noviny"i de yönetmiş olması. Yayıncının holding içinde görevinin değiştirilmesi, bir gazete için bulunan başarılı model ve sistemin şimdi her iki gazetede de uygulanıyor olmasına neden oldu. İki gazete şimdi birbirinin aynı adeta, aralarındaki farklar neredeyse tamamen ortadan kalktı. Daha önce hiç böyle olmamıştı bu. Çek Cumhuriyeti'ne gelen son yabancı gazete grubu ve "Holtzbrinck" yaygın grubunun ticaret gazetesini yayınlayan "Dow Jones" grubu ise başka bir yol seçti kendine. On yıl önce 62.000 tirajı olan ekonomi gazetesi "Hospodarske noviny"i satın aldı. Ancak Çek yöneticilere serbest bir alan bıraktı: Grup günlük işlere neredeyse hiç karışmıyor, Prag'daki yayınevinde ipleri elinde bulduran tek bir Alman yok. Buna rağmen gazete son yıllarda ciddi anlamda değişti. Eskiden sadece bir ekonomi gazetesi olan bu yaygın organı, bugün kapsamlı bir iç ve dış politika bölümüne sahip olan ve kamuoyu oluşturan bir gazete haline geldi.

Çek Cumhuriyeti'nde Alman varlığının etkilerini anlamak için 170.000 tirajlı bir günlük gazete olan "Právo"ya bakmak yeterli. Gazetenin sahibi aynı zamanda genel yaygın yönetmeni olan bir Çek. "Právo" (o zaman adı "Rudé právo"ydü) 1980'li yılların sonundaki değişimden önce Komünist Partinin parti gazetesiydi. Bugün de sol tandanslı bir gazete "Právo" ve Çek Cumhuriyeti'nde iktidarda olan sosyal demokratlarla çok iyi ilişkileri var. "Právo"yu Almanya'ya eleştirel yaklaşan bir gazete olarak tanımlamak mümkün; gazete yıllardır, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra Polonya, Çekoslovakya ve diğer Doğu Avrupa ülkelerini terk etmek zorunda kalanlara yönelik yürütülen Alman politikalarını protesto ediyor. Yayıncı

ve birkaç redaktör “Právo”nun ülkedeki tek ,Alman olmayan gazete‘ olmasını sık sık ve severek dile getiriyorlar.

Özetle şunları söylemek mümkün: Alman yayıncılar Çek Cumhuriyeti’nde önemli bir rol oynuyorlar. Birçok durumda doğrudan etkileri de oluyor. Bu etkinin daha çok politik değil, içerik ve stratejik anlamda olduğunu söylemek mümkün. Burada sorulması gereken, bunun her zaman bir avantaj olup olmadığı.