

**TÜRKİYE'DE EKONOMİ GAZETECİLİĞİ:
MEVCUT MANZARA VE PROBLEMLERE
GENEL BAKIŞ**

Dr. Sarphan Uzunoglu
Hazal Sena Karaca

İçindekiler

Dünyada ve Türkiye’de Ekonomi Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi	5
24 Ocak 1980 Kararları	7
Ekonomi Haberciliğinin Mevcut Manzarası	8
Ekonomi Haberciliğinin Öne Çıkan Sorunları	10
Sosyal Medya Etkisi: Kendi Medyasına Sahip Gazeteciler ve Ekonomistler	11
Dezenformasyon Yasası Ekonomi Haberciliğini Nasıl Etkileyecek?	12
Haber Kaynakları	13
Kanaat Önderleri	14
Sosyal Ağlardaki Durum	15
Mesleğe Yeni Başlayacaklara Tavsiyeler: Nelere Dikkat Etmeli?	17

Bu rapor The Guardian Foundation ve İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı (SIDA) tarafından desteklenen bir eğitim ve araştırma projesinin parçası olarak yayınlanmıştır. Bu raporun içeriğinin sorumluluğu tamamen Dijital Medya Araştırmaları Derneği'ne aittir ve hiçbir koşulda The Guardian Foundation ve SIDA'nın duruşunu yansıtmamaktadır.

ÖZET

Türkiye’de basın-siyaset ilişkisinin tarihsel dinamikleri ve medyanın sahiplik yapısı dolayısıyla her zaman zorlu, bir o kadar da kritik bir alana işaret eden “ekonomi gazeteciliği”, mevcut ekonomik ve siyasal iklimin yanı sıra gazeteciliğin geçirdiği dönüşüme paralel olarak Türkiye’nin medya ekosisteminde dikkatle incelenmesi ve üzerine gidilmesi gereken bir dizi problemi barındırıyor. Görünürdeki enformasyon ve uzman bolluğuna karşın haberlerdeki niteliğin ve uzmanlaşmış haberci sayısının gitgide azalması bu problemleri dikkate değer kılan en önemli göstergeler arasında. Peki problem nerede başlıyor? Çözüme giden yolda engeller neler? Herkesin kendi medyasına sahip olabildiği ve dezenformasyonun bu denli yoğun olduğu bir iletişim ekosisteminde ekonomi haberleri nasıl etkileniyor?

Bu sorular aracılığıyla Türkiye’de ekonomi haberciliğinin mevcut durumunu irdelediğimiz bu çalışma, gazetecilerin haber kaynaklarından, sansür-otosansür problemine ve uzmanlaşma problemine uzanan bir yelpazede farklı dinamiklere değinerek hem ekonomi haberciliğinin mevcut durumuna dair bir çerçeve sunmayı hem de kariyerine bu alanda devam etmek isteyen genç gazetecilere yol göstermeyi hedefliyor.

Yöntem olarak yarı yapılandırılmış mülakat ve sosyal ağ analizini kullandığımız araştırmanın öne çıkan bulguları şu şekilde:

-Ekonomi haberciliğinin gelişiminin önündeki engellerin başında uzmanlaşma problemi, mevcut siyasal iklimin pekiştirdiği fakat ekonomi haberleri söz konusu olduğunda dönem ve iktidardan bağımsız olarak Türkiye’de her zaman söz konusu olan sansür ve otosansür problemi, haber kaynaklarına ulaşamama, finansal okuryazarlığın gelişmemesi ve haber odalarının bütçe kısıtları geliyor.

-Medyanın sahiplik yapısı ideolojik yakınlık fark etmeksizin gazete ve televizyonların ekonomi servislerini derinden etkiliyor.

-Ekonomi habercilerine/gazetecilerine göre ekonomi alanında uzmanlığı olmayan kanaat önderlerinin ekonomiye ilişkin fikir belirtmeleri de önemli bir problem.

-Özellikle son yıllarda ekonomi haberleri magazinleşirken, verinin sağlıklı işlenip görselleştirilememesinden dolayı ekonomiye ilişkin önemli haberler arka planda kalabiliyor.

-Dezenformasyon yasasının en çok kırılmanlaştıracığı alanların başında ekonomi haberciliğinin geldiği görüşü hakim.

-Mesleğe yeni başlayacak gazetecilerin/habercilerin iyi düzeyde İngilizce, mümkünse 2. bir yabancı dil bilmeleri, ekonomiye dair eğitim almış olmaları, gündemi iyi takip etmeleri, veriyi işlemeyi ve görselleştirmeyi öğrenmeleri alanda çalışan habercilerin tavsiyelerinin başında geliyor.

-Sokak röportajları genel olarak ekonomi haberciliği olarak değerlendirilmezken bu formatın etkilerine yönelik ortak bir görüş söz konusu değil. Görüştüğümüz bazı gazeteciler bu tarz içerikleri endişe verici olarak değerlendirirken, bir kısmı da sokak röportajlarının hem kamuoyu hem de basın ekonomisi açısından rahatsız edici bir tablo çizmediği görüşündeler.

Dünyada ve Türkiye’de Ekonomi Haberciliğinin Tarihsel Gelişimi

Dünyada ekonomi haberciliğinin gelişmesi Sanayi Devrimi sonrasında ekonomi haberlerine artan ilgiyle gerçekleşirken, modern ekonomi gazeteciliğinin ilk örnekleri kabul edilebilecek gazeteler 18. yüzyılın sonlarına doğru yayımlanmaya başladı. Dünyada ekonomi basınının temellerini oluşturan bu örnekler arasında bugün hâlâ yayın hayatına devam edenler arasında sırasıyla 1843 ve 1888’de Londra’da yayın hayatlarına merhaba diyen *The Economist* ve *The Financial Times* ve ilk olarak 1889’da New York’ta yayımlanan *The Wall Street Journal* bulunuyor.

Türkiye’de ilk ekonomi gazetesi olarak kabul edilen *Le Smyrneen* ise ilk olarak 3 Temmuz 1824’te Fransızca olarak yayımlanırken (Budak, 2012), İstanbul’da yayımlanan ilk gazete olan ve resmi gazete niteliği taşıyan *Takvim-i Vekayi*’nin “ticaret ve es’ar (fiyatlar)” adlı ekonomi bölümü Türk ekonomi basın tarihindeki ilk yayınlara örnek gösterilebilir (Duman, 2018).

1929 ekonomik krizi ve savaş sonrası ekonomi haberlerine artan ilgiyle birlikte dünyada ivme gösteren ve çoğunlukla ulusal nitelikler gösteren ekonomi haberciliğinin, 1970’lerin sonlarında neo-liberal ekonomi politikalarının dünyaya büyük ölçüde egemen olmasıyla birlikte küresel nitelik kazanmaya başladığı söylenebilir (Dursun, 2013).

Türkiye’de 1970’li yıllarda günlük gazetelerin büyük kısmının ekonomi içerikli haberlere tam bir sayfa ayırmaya başlamasına karşın bu dönemde ekonomi servislerinde henüz profesyonel bir ihtisaslaşma oluşmadığı söylenebilir (Ertul, 2008). Söz konusu dönemde ekonomi haberlerine birden fazla sayfa ayırmaya başlayan *Günaydın*, enflasyon, zam, kira gibi konuları ilk kez manşetlerine taşımaya başlamış, *Hürriyet* “İş ve İşçi Dünyası” adlı bölümle ekonomi haberlerine orta sayfasında yer vermeye başlamıştır (Bıyık, 2007). 1972’de yayın hayatına merhaba diyen *Ekonomi Politika* ve 1979’da Yeni Asır Grubu’nun satın almasıyla *Rapor* adıyla günlük ekonomi gazetesi haline dönüşen *Demokrat İzmir* gazetesi bu dönemdeki önemli yayınlar arasındadır. 1970-1980 döneminin bir diğer özelliği de ekonomi haberlerinin ağırlık kazanmasıyla birlikte, ekonomiye önem veren haber ajanslarının faaliyete geçmesidir. 1969’da Ekonomik Basın Ajansı (EBA), 1972’de Ankara Haber Ajansı (ANKA), 1973’te Türkiye Basın Yayın Haber Ajansı (TÜBA), 1974’te İstanbul Haber Ajansı (İSTA), 1976’da Ekonomik

Haberler Ajansı (EKA) faaliyete geçerek, gazetelere ekonomi içerikli haber sağlayarak ekonomi haberciliğinin gelişmesine önemli katkıda bulunmuşlardır (Işık ve Eşitti, 2014).

24 Ocak 1980 Kararları

1980 yılında alınan 24 Ocak kararları Türkiye’de ekonomi basını ve haberciliğinin gelişmesi açısından bir milat olarak kabul edilmektedir. Nitekim 1980’lerin başından itibaren piyasa ekonomisine geçişle birlikte ekonominin kamuoyunun gündemindeki önemi ve ağırlığı da artmıştır (Işık ve Eşitti, 2014).

Ekonomi haberleri, 1980 öncesinde taban fiyat, bütçe, vergi, memur maaş katsayısı, çarşı-pazar haberleri, ekmek haberleri, enflasyon, zam, kira gibi haberlerle sınırlıyken (Tılıç, 2003), 24 Ocak sonrasında ekonominin dışı açılmasıyla birlikte para piyasaları ve borsaya ilişkin haberler ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda *Dünya* gazetesinin doğuşu Türkiye’de ekonomi basını adına bir diğer önemli gelişmedir. 1952 yılında Falih Rıfkı Atay’ın bir fikir ve tartışma gazetesi olarak yaşama geçirdiği *Dünya*, 2 Mart 1981’de ekonomi gazetesine dönüştürülmüştür (Işık ve Eşitti, 2014). Ekonomi muhabirlerinin 1983’ün başlarında başlattıkları bir çatı altında toplanma girişimlerinin 1987 yılında tamamlanması ve Ekonomi Muhabirleri Derneği’nin (EMD) kurulması ise 80’lerdeki en önemli gelişmelerden biri olarak gösterilebilir (Seviğ ve Gençtoğan, 2007).

90’lı yıllarda yayın hayatlarına başlayan *Hürses*, *İktisat*, *Kapital*, *Ekonomik Panorama*, *Trend*, *Para ve Ekonomist*, *Macro*, *Power* gibi yayınlar ekonomi haberciliğinin gelişmesi ve bu alanda uzmanlaşmış gazetecilerin yetişmesine katkı sağlamış, 2007 yılında kurulan Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) ise Türkiye’de ekonominin gelişimi adına önemli bir mihenk taşı olmuştur (Erkul, 2008).

Ekonomi Haberciliğinin Mevcut Manzarası

Bugün geldiğimiz noktada ise *Dünya*, *Bloomberg HT* gibi örneklere karşın Türkiye’de ekonomi haberciliğinin hem nitelik hem nicelik açısından küresel standartları yakalamaktan uzak olduğunu, tablonun diğer tarafında ise Türkiye’nin içinde bulunduğu ekonomik krizin de etkisiyle ekonomi hakkında yazan, konuşan, görüş bildiren uzman sayısının gitgide artarak ekonomi basını adına girift bir durum yarattığını söylemek mümkün. Peki Türkiye’de ekonomi haberciliğinin mevcut durumunu değerlendirdiğimizde geçmişe kıyasla ne gibi farklılıklar mevcut? Önümüzdeki manzarayı nasıl değerlendirebiliriz ve hangi dinamiklerin/mekanizmaların varlığı ya da yokluğuyla anlamlandırabiliriz?

Ekonomi haberciliği yapan isimlere yönelttiğimiz bu sorulara aldığımız ortak cevaplar hem geçmişten gelen kronik bazı problemlere, hem de Türkiye’deki ekonomik ve siyasal iklimin belirlediği yeni problemlere işaret ediyor.

Uzun yıllardır ekonomi gazeteciliği yapan ve 90’lardan itibaren çeşitli ekonomi dergilerinin editörlüğünü üstlenmiş olan deneyimli gazeteci Barış Soydan’a göre geldiğimiz noktada Türkiye’de gerçek manada ekonomi haberi yapılmıyor. İktidara yakın medyanın gerçek anlamda, dünyadaki standartlarla bir haber yapma kaygısının olmadığını, internet medyasında da alanında uzman gazetecilerin olmadığını altını çizen Soydan, *Dünya* gazetesi, *Bloomberg HT* gibi medya platformlarında görece daha iyi bir ekonomi haberciliği yapıldığını fakat bu kuruluşlarda da oto-sansürün mevcut olduğunu söylüyor. 90’ların sonundaki ekonomi yayıncılığının hem nitelik hem nicelik olarak daha iyi durumda olduğunu belirten Soydan, Türkiye’de ekonomi basınının geçmişe kıyasla geriye gittiği görüşünde.

Artı Gerçek, Paraanaliz ve Politikyol’da okuyucuyla buluşan ekonomist ve yazar Güldem Atabay ise mevcut durumu değerlendirirken ekonomi gazeteciliğinin geçmişten günümüze Türkiye’de her zaman en hassas davranılması gereken alanlardan biri olduğunu belirtiyor. 90’larda gazetecilik yapmış olanların aktardıkları deneyimlerin şimdikinden çok daha farklı bir tablo çizdiğini ifade eden Atabay, gazetecilerin her anlamda daha saygı gördüğü, maddi anlamda daha geniş imkânlar tanındığı, haber için bütçelerin daha fazla olduğu bir dönemin söz konusu olduğunu belirtiyor.

Hürriyet, Dünya gazetesi gibi medya kuruluşlarında uzun yıllardır çalışmış olan DW Türkçe'nin ekonomi muhabiri Emre Eser ise ekonomi gazeteciliğinin mevcut durumunu değerlendirirken en büyük meselenin merkez medyadaki tecrübeli gazete sayısının giderek azalması olduğunu belirtiyor. Eser'e göre merkez medyada nesilden nesile bir tecrübe aktarımı oluyordu, bu da mesleğe yeni başlayan gazetecilere bir aktarım mekanizması ile beraber bir yetkinlik alanı da sağlıyordu. Bunun eksikliği mevcut siyasi ortamla birleştiği zaman özellikle yeni gazeteciler üzerinde oldukça olumsuz bir etki yaratıyor. Alanda gazeteci sayısının giderek azalırken PR'cı ve iletişimci sayısının arttığına dikkat çeken Eser, eskiden PR'cılarla ekonomi gazetecileri arasındaki ilişkilerin bu denli yoğun olmadığını şimdi ise sosyal medyanın etkisiyle bu ilişkilerin arttığını belirtiyor.

Mesele Ekonomi'nin kurucularından Sinan Akgünay ise Türkiye'de ekonomi gazeteciliği/haberciliğinin son yıllarda çeşitli zorluklarla karşılaştığını ve gazeteciliğin her alanında olduğu gibi değişim geçirdiğini söylüyor. Akgünay'a göre içinde bulunduğumuz çalkantılı ve bilgiye erişimin kısıtlı olduğu bu dönemde ekonomi gazeteciliğinin önemi hiç olmadığı kadar fazla. Özellikle son yılları incelediğimizde, geleneksel medya kuruluşlarında yaşanan dönüşüm, siyasi baskılar ve dijitalleşmenin hızlanmasıyla beraber gazeteciliğin her alanında olduğu gibi ekonomi alanında da dijitalin ağırlığının giderek arttığını ifade eden Akgünay, bir yandan dijital dünyada çeşitli yeni ekonomi aktörlerinin ortaya çıktığını, diğer yandan bir önceki dönemde ana akım mecralarda çalışan, önde gelen ekonomi gazetecilerinin de dijitalde gazetecilik faaliyetlerini etkin bir şekilde sürdürdüğünü ifade ediyor. Ekonomi gazeteciliğinin mevcut durumunu Türkiye'nin yaşadığı ekonomik krizin etkileri ile beraber değerlendiren Akgünay'a göre yaşanan ekonomik kriz ile ekonomi vatandaşlar açısından en temel sorun ve politik gündem maddesi haline aldı. Bunun doğal bir sonucu olarak da siyasi baskı artarken, ekonomistlerin ve ekonomi gazetecilerinin geleneksel medyadaki alanları daraldı. Uygulanan dolambaçlı politikalarla ve verilere yönelik güvenin azalmasıyla beraber gerçekte ne yaşandığını anlamak için ekonomistlere ve ekonomi gazetecilerine olan ihtiyaç ve ilginin her zamankinden daha fazla olduğunu belirten Akgünay'a göre baskılarla ekonomi gazeteciliği ana faaliyetini dijitalle taşıdı, ekonomi gazeteciliğine ihtiyaç arttı ve artan ilgi ve taleple beraber ekonomi gazetecileri seslerini dijitalde artan düzeyde duyurabilmeye başladı.

Ekonomi Haberciliğinin Öne Çıkan Sorunları

“Sansür ve otosansür mekanizmaları en büyük problem”

Türkiye’de ekonomi haberciliğini etkileyen problemlerin başında şüphesiz sansür ve otosansür mekanizmaları geliyor. Bu bağlamda görüştüğümüz isimlerin hepsi mevcut durumu değerlendirirken sansür ve otosansür probleminin eskiden de var olduğunun altını çiziyor. Medyanın durumu ve artan sansürü karşılıklı bir ilişki içerisinde değerlendiren Güldem Atabay konuyla ilişkili olarak şunları ifade ediyor:

“Medya 4. kuvvet olma özelliğini kaybettiğinde sansür de otosansür de güçleniyor. Aslında bu bir kısır döngü sansür arttıkça medya güç kaybediyor, medya güç kaybettiğinde sansür de artıyor. Bir haberi hazırlarken doğru kelimeleri seçmek, aynı eleştirileri daha doğru kelimelerle yapma çabası içine girmek zorunda kalıyor gazeteciler. Sansür hep oldu olmaya da devam edecek.”

Sansürün basın faaliyetlerine başladığı ilk dönemden beri bir şekilde var olduğunu ifade eden Emre Eser ise baskıların gittikçe arttığını ve haber yapabilme çerçevesinin giderek daraldığını belirtiyor. Eser’e göre:

“Ekonomi gazeteciliği sansürden en çok etkilenen alanlardan biri. Çünkü her şey burada. Sermaye burada, para burada, güç burada. Gazetecilerin en güçlü servisleri ekonomi servisleridir. Dönem dönem bu sansür o dönemin iktidarı tarafından bir şekilde uygulanıyor, mesele AKP iktidarıyla sınırlı değil, gücü eline alan o sansürü bir noktada uyguluyor.”

Türkiye’de medyanın sahiplik yapısı da genel anlamda sansür ve otosansürü pekiştiren önemli bir problem olarak karşımıza çıkıyor. Nitekim Türkiye’deki medya sermayesinin önemli sorunlarından biri medya şirketlerinin patronlarının farklı sektörlerdeki yatırımlarının ve girdikleri ihalelerin haberleri etkilemesi. Dolayısıyla ekonomi haberciliği gibi kritik bir alanda mevcut sahiplik yapısıyla etik ilkeler çerçevesinde bir habercilikten bahsetmek gittikçe zorlaşıyor. Emre Eser, bugün iktidarın karşısında olan basın organlarına baktığımızda onların da bir şekilde iş dünyasıyla ilişkilerinin olduğunu, hatta büyük sermaye yapıları olduklarının altını çiziyor. Dolayısıyla hem iktidara yakın medyanın hem de kendini iktidarın karşısında konumlandıran medyanın bir şekilde kendi çıkarları için çalışanlarına bu sansürü uygulamaları Türkiye medyasında oldukça yaygın bir pratik olarak beliriyor.

Güldem Atabay da örneğin bir medya patronunun herhangi bir sektörde yatırımı varsa orada halk sağlığını etkileyen bir sorun olduğunda dahi gazetecilerin bir anlamda ölü taklidi yapmak zorunda kaldıklarını, bunun sadece Türkiye'ye özel bir durum olmadığını tüm dünyada tartışılan bir problem olduğunu ifade ediyor.

Sosyal Medya Etkisi: Kendi Medyasına Sahip Gazeteciler ve Ekonomistler

Sosyal paylaşım platformlarıyla birlikte medyadaki sansürün bir ölçüde aşıldığını, bağımsız gazetecilerin ve alanında uzman kişilerin kendilerine alan açarak doğru bilgiyi aktarma şansı bulduklarını söylemek elbette mümkün. Söz konusu ekonomi haberleri olduğunda da sosyal medya platformlarının sansürü kırma noktasında olumlu bir etkide bulunduğunu söyleyebiliriz. Nitekim görüştüğümüz bütün isimler, sosyal medya platformlarının gazetecilere ve ekonomistlere doğru bilgiyi paylaşma adına önemli alanlar olarak belirledikleri ve bilginin erişilebilirliğini arttırdıkları noktasında hemfikirler. Öte yandan sosyal medya ile ilişkilendirdiğimiz dezenformasyon gibi problemlerin varlığı ekonomi haberleri ve haberciliği adına da çeşitli problemlere işaret ediyor.

Konunun muhataplarına yönelttiğimiz “Sosyal medyanın hem içerikler hem de gazeteciler üzerindeki etkisini nasıl değerlendirebiliriz?” sorusuna aldığımız cevaplar meseleyi hem avantajları hem de dezavantajları bağlamında değerlendirebilmemiz açısından oldukça önemli.

Güldem Atabay'a göre sosyal medya gazeteciler için önemli bir haber kaynağı olduğu gibi dezenformasyon açısından riskler de barındırıyor. Dolayısıyla sosyal medyadan enformasyonu alıp paylaşmak konusunda oldukça dikkatli davranılmalı.

Sosyal medyanın hem ekonomi basını hem de gazeteciler üzerinde çok büyük bir etkisi olduğunu ifade eden Emre Eser ise konunun etkileşim boyutunu şu şekilde ifade ediyor:

“Burada merkez medyanın geçmişte ne kadar önemli olduğunun altını çizmek lazım. Geçmişte merkez medya çok eleştiriliyordu, bugün o yanlışlardan çok

daha büyük yanlışlar var. Bugün ekonomi gazetecilerinin attıkları her tweet, sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlar çoğunlukla bilgi vermek değil de etkileşim almak amacı taşıyor. Bu bir noktadan sonra etkileşim bağımlılığı yaratabiliyor ve artık gazeteciler çoğu şeyi süzgeçten geçirmeden körü körüne paylaşabiliyorlar.” Eser, öte yandan sosyal medyanın doğru bilginin çok fazla kişiye ulaşmasına ve veri gazeteciliği başta olmak üzere çeşitli alanlarda çalışan yeni gazetecilerin yetişmesine olanak sağladığının da altını çiziyor.

Sinan Akgünay da benzer şekilde sosyal medyanın gazeteciler ve uzmanlar için daha hızlı ve doğrudan bir şekilde düşünce ve haberleri paylaşmak için önemli bir imkân sağladığını ancak gazetecilik faaliyeti yürüten dijital haber medya kuruluşları için süreci ayrı ele almak gerektiğini ifade ediyor ve şunları ekliyor:

“Türkiye’de dijitalleşme süreci medyaya yönelik baskı sebebiyle doğal gelişiminden önce, biraz mecburiyetten yaşandı. Bunun bir yansıması olarak dijital medya kuruluşları belirli unsurları haricinde uzunca süre dijital dünyanın ruhuna uymayan geleneksel medya içeriklerinin dijitalleşmiş halini sundular. Bu durum son yıllarda kırılmaya başladı ve dijital dünyanın nimetlerinden faydalanan ve dijital dünyaya uygun formatlar, içerikler ve haberler oluşturulmaya başlandı. Bunun önümüzdeki dönemde hızlanarak devam etmesini bekliyoruz.”

Dezenformasyon Yasası Ekonomi Haberciliğini Nasıl Etkileyecek?

Sosyal medyanın ekonomi haberleri ve haberciliğine yönelik etkileri bağlamında Türkiye özelinde tartışılması gereken önemli bir konu da şüphesiz dezenformasyon yasası olarak da adlandırılan “Basın Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi”.

Deneyimli gazeteci Barış Soydan’a göre Türkiye’de ekonomi gazeteciliği gerileme gösterirken sosyal medya sayesinde ekonomi ile ilgili üretilen içeriklerde önemli bir artış oldu. Dezenformasyon yasası bu içeriklerin azalmasına yol açabilir diyen Soydan’a göre bu yasayla bağımsız gazetecilerin ve ekonomistlerin sesi kısılırsa doğru ve sansüresüz bilgiye erişim daha da kısıtlanmış olacak.

Güldem Atabay ise kanun teklifinde yer alan halkı yanıltıcı bilgi ifadesinin muğlaklığına dikkat çekiyor ve yasayı hayli tedirgin edici bulduğunu ifade ediyor.

Emre Eser de tüm maddeler göz önünde bulundurulduğunda yasanın düzenleyici olmaktan çok baskılayıcı olma özelliğini taşıdığını söylüyor ve kaygılarını şu şekilde ifade ediyor:

“Yasa belki yürürlüğe girdiğinde baskılayıcı uygulamalara yol açmayacak ama oluşturulan algı bile bu iklimin yaratılmasında ve otosansür mekanizmasını pekiştirmede etkili olabilir.”

Yasanın gazetecilerin haber üretim süreçlerine de ket vurabileceğini ifade eden Eser, bağımsız gazeteciler için bu yasanın tam anlamıyla bir engel teşkil etmeyeceği görüşünde.

Sinan Akgünay ise yasayı değerlendirirken ekonomi gazeteciliğinde, veriler üzerinden yapılan çalışmaların ve elde edilen kulis bilgilerinin önemli bir yer tuttuğunu göz önünde bulundurmak gerektiğini söylüyor. Türkiye’de resmi verilere yönelik de yaygın bir şüphenin varlığı da hesaba katılınca böyle bir ortamda yapılan araştırmalar ve elde edilen bulguların açıklanan verilerle çeliştiği noktada resmi kurumlarca “dezenformasyon” olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceği sorusunun önemli risklere işaret ettiğini belirtiyor.

Haber Kaynakları

Türkiye’de genel anlamda gazeteciliği ve haber üretim süreçlerini ve çıktılarını etkileyen bir diğer problem de şüphesiz kurumların sağladığı verilere ulaşma noktasında yaşanan zorluk. Araştırma kapsamında görüştüğümüz gazetecilerin tamamı kurumlar tarafından sağlanan bilgilere ulaşmakta zorluklar yaşadıklarını belirtiyor. Resmi kurumların istenilen bilgi/verileri sağlamakta oldukça yavaş kalması ve haber üretim hızına yetişememeleri de bir diğer sorun. Nitekim medya kuruluşlarındaki zaman baskısı günümüzde hiç olmadığı kadar güçlü. Öte yandan aldığımız cevaplar, söz konusu zorlukların ekonomi gazetecilerini verinin asıl ya da alternatif kaynağına ulaşma, kendi haber kaynaklarını geliştirme noktasında daha yaratıcı olmaya zorladığını da gösteriyor.

Öte yandan Türkiye’de resmi kurumlar tarafından sağlanan bilgilere yönelik güvensizlik ekonomi gazetecilerinin resmi verileri farklı kaynaklardan doğrulamasını çoğu zaman bir zorunluluk haline getiriyor.

Kanaat Önderleri

Resmi kurumlarca paylaşılan bilgilere olan güvensizlik, mevcut ekonomik krizin pekiştirdiği belirsizlik ve kaygılar, ekonominin en popüler gündem maddesi olması kamuoyunun farklı haber kaynaklarına yönelmesinin önünü açıyor. Durum böyleyken uzmanlık alanı ekonomi olmayan köşe yazarlarının ve kendini kanaat önderi olarak konumlandıran figürlerin gazetelerde ekonomi konusunda fikir belirtmelerine sıklıkla rastlıyoruz. Peki bu ekonomi gazetecilerinin görünürlüğüne ve güvenilirliğine nasıl etki ediyor?

Barış Soydan'a göre bu işi sadece uzmanlar yapsın demek çok teknokratik bir bakış açısını temsil ediyor, dolayısıyla belirtilen fikir veya iletilen enformasyonun içeriğine bakmak gerekiyor.

Emre Eser ise yetkin ekonomistlerinin yoğun programları dolayısıyla daha az ulaşılabilir olduklarını onların yerini de uzmanlık alanı net olarak belli olmayan kendini ekonomist olarak tanımlayan yeni figürlerin doldurmaya başladığını söylüyor. Eser'e göre bu profillerin görüş isteyen medya kuruluşunun duruşuna göre farklı farklı cevaplar vermeleri önemli bir sorun teşkil ediyor:

“Aynı ekonomistin 5 farklı medya kuruluşuna 5 farklı şekilde konuştuğunu görebilirsiniz. Bu sadece merkez medyada ya da havuz medyası olarak adlandırılan medya kuruluşlarında rastladığımız bir durum değil, kendini muhalif basın olarak tanıtan medyada da buna rastlıyoruz. Önceden ekonomistler gazeteciler aracılığıyla bir enformasyonu, görüşü aktarıyordu, gazeteci vasıtasıyla okuyucuya ulaşabiliyorlardı; sosyal medyayla birlikte gazetecinin aktarıcı rolü kaybolmaya başladı, direk kendileri okuyucu/takipçileriyle iletişim kurup aktarım yapabiliyorlar. Bu durum da habercilik süzgecinden geçirilmemiş bilgiye yol açıyor.”

Güldem Atabay'a göre bunun sadece ekonomi gazeteciliğinin sorunu olmadığını ifade eden Atabay mevcut durumu şu şekilde açıklayıp, örneklendiriyor:

“Aynı erkek bireyin haber kanallarında dolar ve Türk lirası yorumladığını da kadın hakları hakkında konuştuğunu da görüyoruz. Bu kişiler TV'de daha görünür, sosyal medyada daha fazla takipçisi olan kişiler olduğunda halk

uzmanlık alanı olmasa dahi bu kişilere inanmaya daha fazla eğilimli oluyor. Bu sefer de arka planda çok fazla emek veren, alanında uzman kişiler geri planda kalıyor. Kanaat önderleri dediğimiz kişilerin ‘fikrim yok’, ‘bilmiyorum’ dememesi bir problem. Kanaat önderi kimdir apayrı bir tartışma konusu.”

Akgünay ise ekonominin böylesine gündem olduğu bir ortamda geleneksel medyada birçok köşe yazarının uzmanı olmadığı halde ekonomi üzerine görüş bildirmesinin olağan olduğunu ve bu durumun esas olarak ekonominin ve ekonomideki gelişmelerin bilimden ve gerçeklerden uzak, yanlış bir şekilde öğrenilmesine veya anlaşılmasına aracılık ettiğini belirtiyor. Akgünay’a göre bu dönemde, saygın ekonomistlerin ve ekonomi gazetecilerinin geleneksel medya mecralarında görünürlüğü azalmış durumda. Bu konuların, bu denli ele alınmasının sebebinin ekonominin okur ve izleyici tarafından yoğun bir şekilde merak edilen bir konu haline gelmesinden kaynaklandığını da ekliyor.

Sosyal Ağlardaki Durum

Meselenin biraz sosyal medya tarafına eğildiğimizde ise konuya ilişkin tartışmaları kimlerin yönlendirdiği, gündem konularını kimlerin oluşturduğu soruları da önem kazanıyor. Örneğin 23.08.2022 tarihinde Twitter’da “enflasyon” kelimesi içeren son 10.000 tweeti NodeXL aracılığıyla çekip incelediğimizde en çok retweetlenen beş paylaşımın sadece birinin bir haber sitesine ait olduğunu görüyoruz. Bu tweetler arasında aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere Özgür Demirtaş ve İyi Parti’nin tweetleri yer alırken, diğer tweetler Twitter’da yoğun olarak siyasi içerikli paylaşımlarda bulunan iki anonim hesaba ait.

Kullanıcı Adı	Tweet
boran_tekinn	<p>“Bunlara göre #dolar 10 lira olacak, enflasyon %30'u aşacak, bankalarımız tökezleyecekti. Noldu? Bunların hiçbiri oldu mu ?”</p> <p>Tweet linki: https://t.co/hDtGnJxTOZ</p>
iyiparti	<p>Enflasyonla mücadeleyi başlatacak, tam kapsamlı bir enflasyon hedeflemesi programına geçeceğiz. Enflasyonu 3'er aylık hedeflerle kademeli olarak indireceğiz. Gerçekçi bir faiz politikası uygulayarak enflasyonu kontrol altına alacağız. Tamamı için https://t.co/axyXTA4qz0</p> <p>Tweet linki: https://t.co/zfHRSGkBFT</p>
srkntnyldz	<p>“Enflasyon, Hükümetlerin borçlarını ödemek için kullandığı harika bir vergi yöntemidir...” Herkesin izlemesi gereken bir video! Nobel Ödüllü Ekonomist Milton Friedman'dan #enflasyon</p> <p>Tweet linki: https://t.co/UxncdZOLy3</p>
haberreport	<p>Erdoğan'ın eski konuşması sosyal medyada gündem oldu: Bunlara göre Dolar 10 TL olacak, enflasyon %30'u aşacak.</p> <p>Tweet linki: https://t.co/6eFmjTvVMZ</p>
profdemirtas	<p>3) Hükümetin Kamu bankaları var, o bankalar aracılığı ile düşük faiz kredi veriyor: YALAN Kamu Bankalarında da Yüksek Faiz var. Faiz düşse bile bu sefer KREDİ yok.</p> <p>4) Hükümet daha da para bassın, %0 faizle kredi versin: PALAVRA. Mega Enflasyon ile Venezüela'ya döneriz..</p> <p>Tweet linki: https://twitter.com/ProfDemirtas/status/1561279776668647427?s=20&t=g5c8CpLKvadL_JJE7JU-KA</p>

Tablo 1: 23.08.2022 tarihinde çekilen enflasyon kelimesini içeren 10.000 tweet içerisinde en çok retweetlenen paylaşımlar

Mesleğe Yeni Başlayacaklara Tavsiyeler: Nelere Dikkat Etmeli?

Türkiye’de ekonomi basınının ve gazeteciliğinin mevcuttaki durumu her ne kadar çok olumlu bir tablo çizmese de ekonomi gazeteciliği dokunduğu alanlar dolayısıyla hem medya ekosistemi hem de kamuoyu açısından oldukça kritik bir öneme sahip. Mevcut siyasal-ekonomik koşullar, medyanın sahiplik yapısı ve Türkiye’de farklı seviyelerde de olsa her iktidar döneminde karşımıza çıkan sansür mekanizmalarının dışında “uzmanlaşma” probleminin varlığı ve alanda yetkin gazetecilerin yetişmemesi önemli problemlere işaret ediyor. Bu bağlamda alanında uzman isimlerin öncelikli tavsiyeleri arasında yabancı dile hakim olmak ve gazetecilik eğitiminin yanı sıra ekonomiyi anlayabilecek, yorumlayabilecek ve haberleştirebilecek bir ekonomi eğitimi alınması yer alıyor.

Usta gazeteci Barış Soydan bu bağlamdaki tavsiyelerini sıralarken Türkiye’den başka ülkelere içerik üretmenin mümkün olduğunu dolayısıyla dijital platformlara ve İngilizce bilmenin oldukça önemli olduğunu altını çiziyor.

Mesele Ekonomi’nin kurucularından Sinan Akgünay ekonomi haberciliğinde başarılı olmak için gerekenleri şu şekilde özetliyor:

“Ekonomiyi ve ekonominin işleyişini teknik açıdan iyi bilmek, yabancı dile hakim olmak, dünyaya açık olmak, yaptığınız işin Türkiye ve dünyadaki iyi örneklerini yakından incelemek ve takip etmek, medyanın dijitalleşmesini göz önünde bulundurarak yaptığınız işin gerektiğinde her aşamasını yapacak yetilere sahip olmak, geri bildirim almak ve kendini sürekli geliştirmeye çalışmak, mümkün olduğunca başkalarıyla ortak çalışmalar içinde yer almak.”

Artı Gerçek yazarlarından ekonomist Güldem Atabay ise mesleğe girmek isteyenlere lisans eğitimini gazetecilik yerine uluslararası ilişkiler, ekonomi, sanat gibi farklı dallarda alarak belli bir konuda uzmanlaşmalarını sonrasında ise bu uzmanlıklarını gazetecilik eğitimi ile tamamlamaları tavsiyesinde bulunuyor.

Üniversite eğitimi süresince mümkün olduğunca çok sayıda staj yapmak, farklı medya kuruluşlarında çalışma deneyimi elde etmek de öne çıkan tavsiyeler arasında. DW Türkçe muhabirlerinden Emre Eser, ekonomi

gazetecilerine üniversitedeyken mutlaka ve mutlaka gazeteciliğin hangi alanında mutlu olacaklarına karar vermelerini ve alanında uzman akademisyenlerle üniversitedeyken tanışmalarını, bağlantılarını devam ettirmelerini ve staj olanaklarına mümkün olduğunca katılmalarını tavsiye ediyor.

Tüm bunların yanı sıra mesleğin ve mevcut manzaranın yarattığı zorlu koşulların bilincinde olmak ve giriş bariyerleri karşısında pes etmemek de ekonomi haberciliğinde uzmanlaşmak isteyenlere yönelik tavsiyeler arasında oldukça değerli. Nitekim alandaki gazetecilerin de belirttiği gibi Türkiye’de ekonomiyi haberleştirmek hiçbir zaman kolay olmadı. Sansürün ve diğer kısıtların şiddeti azalsa da gelecekte de benzer problemlerin farklı ölçülerde deneyimleneceğinin farkında olunması gazeteci adaylarının kendilerini daha iyi yetiştirmeleri ve bu çalışmada genel bir perspektiften kapsamaya çalıştığımız problemler karşısında daha donanımlı olmaları noktasında oldukça önemli.

Referanslar

Budak, A. (2012). Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Sayı 7/3, 2012, s.669-670.

Duman, H. (2018). Türk Basın Tarihi, *Tanzimat Dönemi'nde Basın (1828-1875)*, (Ed. Harun Duman ve Seçil Banar), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Erkul, N. (Ed.) (2008). Ekonomi Basın Tarihi, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Bıyık, A. (2007). Halkla İlişkiler Uygulamaları Kapsamında Medya ile ilişkilerde Ekonomi Medyasından Yararlanma Biçimleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Işık, M. & Eşitti, Ş. (2014). Türkiye'de Ekonomi Basınının Ortaya Çıkışı, Gelişimi Ve Bugünkü Durumu Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Ticaret Üniversitesi. 13. 109-131.

Seviğ V. ve Gençtoğan M. (2007), EMD'nin 10 Yıllık Tarihi, <http://www.emd.org.tr/default.asp?Q=Icerik&ID=62>, 15.06.2007

Yüksel, E. (1999). Türkiye'de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.