

**ԹՈՒՐՔԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ ԴԱՇՏԻ
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԱԶԿ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ
ՇՐՋԱՆՈՒՄ¹**

Վարուժան Գեղամյան²

DOI 10.46991/jos.2024.25.1.084

Հողվածում համառոտ նկարագրվում է Արդարության և զարգացում կուսակցության օրոք Թուրքիայում մեդիա դաշտի իրադրությունը: Ներկայացվում են ժամանակակից մեդիա իրականության և տեղեկատվական դաշտի ձևավորման հիմնական պատճառները ու առկա առանձնահատկությունները, որոնք փոխկապակցված են Թուրքիայում առաջ եկած քաղաքական և սոցիալ-տնտեսական զարգացումների հետ: Հողվածի հիմնական թեզն այն է, որ չնայած վերջին տասնամյակում իշխանության կողմից գործադրված բազմաթիվ սահմանափակումներին, թուրքական ՁԼՄ-ները շարունակում են զարգանալ և կրում են բազմաթիվ կերպարային խումբներ, որոնցից շատերը պայմանավորված են թվային տեխնոլոգիական նորամուծություններով:

***Բանալի բառեր՝** մեդիա, քաղաքականություն, ավտորիտարիզմ, թվային տեխնոլոգիաներ, քարոզչություն:*

Վերջին տասնամյակում Թուրքիան հաճախ հիշատակվում է որպես ավտորիտար կառավարման համակարգ ունեցող երկիր, որտեղ խստորեն սահմանափակված է խոսքի ազատությունը և, հետևաբար նաև, խախտված են մեդիա ազատությունները: Ընդ

¹ Հետազոտությունն իրականացվել է ՀՀ գիտության կոմիտեի ֆինանսական աջակցությամբ՝ 21AG -6A081 ծածկագրով գիտական թեմայի շրջանակներում:
² Վարուժան Գեղամյանը ԵՊՀ արևելագիտության ֆակուլտետի թյուրքագիտության ամբիոնի դոցենտ է, պատմական գիտությունների թեկնածու, էլ. փոստ՝ vgeghamyan@ysu.am, ORCID: 0000-0001-8090-359X:

որում, նման բնութագրումը հանդիպում է ոչ միայն քաղաքական և լրագրողական շրջանակներում, այլև հնչում է գիտնականների ու փորձագետների գնահատականներում³:

Նմանատիպ գնահատականների հիման վրա արդեն տարիներ շարունակ մարդու իրավունքների և ազատությունների վերաբերյալ միջազգային վարկանիշավորման տարատեսակ սանդղակներում (World Press Freedom Index, Freedom on the Net (Freedom House) և այլն) Թուրքիան դասակարգվում է որպես «ոչ ազատ երկիր»⁴, իսկ «լրագրողների համար բանտ» բնորոշումը վերածվել է Թուրքիայի վերաբերյալ միջազգային գերակա խոսույթի կարևոր բաղադրիչներից մեկին⁵: Որպես կանոն, մեդիա-դաշտի նմանատիպ իրավիճակը կապվում է գերազանցապես իշխող Արդարություն և զարգացում կուսակցության (ԱԶԿ) և վերջինիս առաջնորդ, երկրի նախագահ Ռեջեփ Թայիփ Էրդողանի ավտորիտար կառավարման և աճող բռնապետական հակումների հետ: Չնայած վերոնշյալ մեդիա սահմանափակումներին՝ վերջին տարիներին

³ Տե՛ս օրինակ՝ Uzunoğlu S., The Politics of Media in Turkey. Chronicle of a Stillborn Media System, The Oxford Handbook of Turkish Politics (ed. Tezcür G. M.), Oxford University Press, 2022, pp. 689–710.

⁴ Սույն հոդվածի հրապարակման պահի դրությամբ միջազգային իրավապաշտպան խոշորագույն կազմակերպությունների՝ «Freedom House»-ի և «Լրագրողներ առանց սահմանների»-ի կողմից պատրաստվող վարկանիշային սանդղակներում Թուրքիան զբաղեցնում է վերջին հորիզոնականները՝ մեդիա ազատությունների և ընդհանրապես մարդու իրավունքների սահմանափակումների տեսանկյունից: Տե՛ս Türkiye, Reporters Without Borders, <https://rsf.org/en/country-t%C3%BCrkiye> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024), Turkey, Freedom House, <https://freedomhouse.org/country/turkey> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024): Գրեթե նույնն է պատկերը նմանատիպ այլ՝ ավելի փոքր վարկանիշավորման համակարգերում:

⁵ Տե՛ս օրինակ՝ Turkey: The world's largest prison for journalists, Amnesty International, 03.05.2019, <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2019/05/turkey-the-worlds-largest-prison-for-journalists/> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024); Turkey: 'World's biggest prison' for media, Al Jazeera, 17.02.2013, <https://www.aljazeera.com/features/2013/2/17/turkey-worlds-biggest-prison-for-media> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

Թուրքիայում ՁԼՄ-ները և ընդհանրապես տեղեկատվական դաշտը շարունակում են բազմաթիվ փոփոխություններ ապրել: Այդ փոփոխությունները մաս են թե՛ գլոբալ կերպափոխումների և թե՛ արդյունք են տեղային առանձնահատկությունների:

Միաժամանակ թուրքական մեդիաները հանդիսանում են այդ երկրում հասարակական ու քաղաքական օրակարգը ձևավորող գլխավոր գործոնը և միջոցը, որոնց ազդեցությունը տարածվում է թե՛ ներքին գործընթացների և թե՛ Թուրքիայի արտաքին քաղաքականության վրա:

Նմանատիպ իրադրությունը առաջացնում է անհրաժեշտություն առավել հանգամանալից ուսումնասիրելու ժամանակակից Թուրքիայում ԱԶԿ կառավարման շրջանում ձևավորված մեդիադաշտի առանձնահատկությունները՝ խուսափելու համար ընդհանրական բնութագրումներից և հասկանալու համար թուրքական մեդիա-դաշտի զարգացման օրինաչափությունները:

Սույն հոդվածում նախ կանդրադառնանք ԱԶԿ-ի օրոք թուրքական մեդիայի զարգացման հակիրճ պատմությանը, ապա կուրվագծենք ժամանակակից մեդիա դաշտի հիմնական առանձնահատկությունները, որից հետո կներկայացնենք թուրքական մեդիաների ընդհանրական պատկերը:

ԱԶԿ կառավարման առաջին շրջանը և մեդիաները

Ռեջեփի Թայիփ Էրդողանի և իր գաղափարակից ընկերների կողմից հիմնադրված Արդարություն և զարգացում կուսակցությունը 2002 թ. խորհրդարանական ընտրություններում ստացավ բավարար ձայներ միանձնյա իշխանություն ձևավորելու համար, իսկ Էրդողանը դարձավ վարչապետ: Այդ օրվանից ի վեր իշխանությունը շարունակում է մնալ նշված քաղաքական ուժի ձեռքերում: Ավելի քան քսան տարիների կառավարման այս շրջանը պայմանակա-

նորեն կարելի է բաժանել երկու փուլի: Կառավարման առաջին փուլում (2002–2013 թթ.) ԱԶԿ-ն աչքի էր ընկնում սահմանափակ ազատական-ժողովրդավարական հռետորաբանությամբ ու քաղաքական նախաձեռնություններով, ինչի շնորհիվ թե՛ երկրի ներսում, թե՛ դրսում Էրդոդանը և իր կուսակիցները բնութագրվում էին որպես «ժողովրդավարական արժեքներ դավանող» քաղաքական ուժ: Սակայն 2010-ականների սկզբին և, հատկապես, 2013 թվականից հետո սրընթաց անցում կատարվեց դեպի ավտորիտար կառավարման համակարգ, որը հանգեցրեց Էրդոդանի միանձնյա իշխանության ամրապնդմանը, քաղաքական ինստիտուտների միջև առկա զսպումների ու հակակշիռների համակարգի գրեթե իսպառ չեզոքացմանը, ժողովրդավարական մրցակցային միջավայրի խիստ սահմանափակմանը, քաղաքական հակառակորդների և գաղափարական այլախոհության դրսևորումների դեմ ճնշումներին⁶: Նման քաղաքականությունը զրկեց ԱԶԿ-ին նախնական շրջանում ունեցած ժողովրդական լայն շերտերի աջակցությունից, ինչպես նաև առաջացրեց քաղաքական բևեռացում՝ թուրքական հասարակությունը բաժանելով երկու մեծ հատվածների («Էրդոդանականներ» և «հակաէրդոդանականներ»):

Էրդոդանական ավտորիտարիզմի շարունակական խորացումը բնականաբար ազդեցություն ունեցավ նաև թուրքական մեդիադաշտի վրա: Ավելին, մեդիաները վերածվեցին նման միջավայրի ձևավորմանը ծառայող հիմնական գործիքի: ԱԶԿ-ի կառավարման օրոք թուրքական մեդիա դաշտը, որը ժառանգել էր նախորդ տասնամյակների հիմնական առանձնահատկությունները, ստեղծված նոր քաղաքական ու տնտեսական պայմաններում կրեց մի շարք

⁶ Eissenstat H., Recep Tayip Erdoğan. From «illiberal democracy» to electoral authoritarianism (born 1953), in Dictators and Autocrats. Securing Power across Global Politics (ed. Larres K.), Routledge, 2022, pp. 367–383.

էական փոփոխություններ՝ հիմք դնելով նոր մեդիա իրականության ձևավորմանը:

1980-ականներից հետո թուրքական մեդիա դաշտում հայտնվել էին խոշոր բիզնես ընկերություններ, որոնք օգտվելով նեո-լիբերալ տնտեսական քաղաքականության ընձեռած հնարավորություններից, դարձել էին թուրքական ազդեցիկ թերթերի ու հեռուստաալիքների սեփականատերերը⁷: 1990-ականներ տնտեսական-քաղաքական ճգնաժամից հետո արդեն իսկ գոյություն ունեին մի քանի խոշոր մեդիա խմբեր, որոնք վերածվել էին տեղեկատվական տիրույթի գերակա խաղացողների (օր.՝ Doğan, Uzan, Bilgin, Çukorova և այլ խմբեր): ԱԶԿ-ի իշխանության գալուց հետո դրանցից ոմանք աջակցեցին կուսակցությանն ու վերջինիս առաջնորդին, սակայն իշխանության և նշված խմբերի միջև գործակցային կապերը բավական թույլ էին զարգացած: Գործելով դեռևս համեմատաբար ժողովրդավարական միջավայրում՝ թուրքական ԶԼՄ-ները անհրաժեշտության դեպքում կարողանում էին հանդես գալ իշխանությանը քննադատող դիրքերից ևս, իսկ ԱԶԿ վերստին իսկ չէր մտնում վերջիններիս հետ ուղիղ հակամարտության մեջ: Ճիշտ հակառակը՝ ԱԶԿ-ն կարիք ուներ շարունակելու ամբաստանել իր դիրքերը և ստանալ հանրության նոր խմբերի աջակցությունը, ինչպես նաև ԵՄ անդամակցության գործընթացի համապատկերին պահպանելու իր «ժողովրդավարական դեմքը»⁸:

Միաժամանակ ԱԶԿ-ն, կարևորելով մեդիայի առանցքային դերը հանրային կարծիքի ձևավորման և ուղղորդման, հետևաբար, նաև սեփական իշխանության պահպանման ու ընդլայնման գործում, աստիճանաբար սկսեց ուրվագծել մեդիա դաշտի սեփական

⁷ Demir V., Freedom of the Media in Turkey under the AKP Government, in Human Rights in Turkey. Assaults on Human Dignity (ed. Aydin H., Langley W.), Springer, 2021, pp. 51–88.

⁸ Uzunoglu S., նշվ. աշխ., էջ 694:

ճարտարապետությունը: Այս փուլում մեդիայի վրա իշխանության վերահսկողության մեխանիզմների ստեղծման գործընթացում էական գործոնի վերածվեց Թուրքիայի խնայողական ավանդների ապահովագրման հիմնադրամը (*Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu - TMSF*)⁹: Այս պետական հիմնադրամի միջոցով ԱԶԿ-ն հնարավորություն ստացավ առգրավել սննկացած ընկերություններին (կամ բանկերին) պատկանող ԶԼՄ-ները և փոխանցել դրանք այն գործարարներին, որոնք իշխանության հետ ունեին մտերիմ հարաբերություններ: Իշխանական ազդեցության մեծացմանը նպաստեց նաև նոր քաղաքական իրողությունը. միանձնյա կառավարության առկայության պայմաններում խոշոր գործարարները գրկվում էին 1990-ականներին առկա գործունեության բավական լայն դաշտից (երբ գործում էին տարբեր կուսակցություններից կազմված կոալիցիոն կառավարություններ), քանի որ պետական կապալներ ու այլ պատվերներ ստանալու համար անհրաժեշտ էր բանակցել մեկ ուժի հետ ի դեմս ԱԶԿ-ի: Այսպիսով՝ ԱԶԿ-ն արդեն իսկ ստացավ մեդիա դաշտի հանդեպ ազդեցության որոշակի գործիքներ:

ԱԶԿ իշխանությունը մեդիա քաղաքականության հաջորդ շրջափուլում սկսեց գործել ավելի նախաձեռնողական ոճով: Քաղաքական դաշտում սեփական դիրքերի ամրապնդման և քաղաքականության իրականացման համար առանցքային նշանակություն ունեցավ 2007 թ. խորհրդարանական ընտրություններում ԱԶԿ-ի ավելի վստահ հաղթանակը, 2010 թ. սահմանադրական բարեփոխումների հանրաքվեն և 2011 թ. խորհրդարանական ընտրություններում երրորդ հաղթանակը: Այս հաղթանակները հնարավոր չէին լինի առանց մեդիա դաշտի վրա ազդեցության մեծացման:

⁹ Yesil B., *Media in New Turkey. The Origins of an Authoritarian Neoliberal State*, University of Illinois Press, 2016, pp. 89–91.

Մի կողմից իշխանությունը սկսեց ակտիվորեն կիրառել հարկային ստուգումների ու տույժերի գործիքակազմը՝ որոշակի առումով ազդելու համար անկախ ՋԼՄ-ների կամ մեդիա խմբերի վրա (օր.՝ Doğan խմբի դեմ հարկային մեծածավալ տույժերի կիրառումը), իսկ մյուս կողմից խթանել իր կողմնակից խմբերի մեդիաների ստեղծումն ու ծավալումը:

Հենց այս շրջանում է առաջանում «մեդիա լողավազան» (*havuz medyasi*) արտահայտությունը, որով առավել հաճախ նկարագրվում էր մերձիշխանական մեդիաների ամբողջությունը¹⁰: Նշված ժամանակահատվածում մեդիա դաշտում մեծ ազդեցություն են ձեռք բերում *Albayrak* և *Kalyon* խմբերը, որոնց սեփականատերերը անձնական մտերիմ հարաբերություններ ունեին Էրդոդանի հետ: ՋԼՄ-ները աստիճանաբար անցնում են իշխանամերձ բիզնես ընկերություններին, որոնք այդպիսով ձեռք են բերում իշխանության հետ բանակցելու հավելյալ գործիք. գործարարները մեդիայի միջոցով իրենք իրենց ապահովագրում են՝ ստանալով իշխանության կողմից որոշակի հովանավորչություն իրենց հիմնական բիզնես գործունեության անխափան զարգացման համար¹¹: Այդ հովանավորչությունը ենթադրում է իրենց սատարող իշխա-

¹⁰ «Havuz medyasi» պիտակը օգտագործվում է գերազանցապես ընդդիմադիր կամ այլախոհական կողմորոշում ունեցողների կողմից նկարագրելու համար մերձիշխանական ՋԼՄ-ները, որոնք համատեղում են իրենց ռեսուրսները՝ իշխանահաճո տեղեկատվական քարոզչություն կազմակերպելու համար (պատկերավոր ասած՝ «մեկ լողավազան է, ուր լցվում են մերձիշխանական գործարարների ֆինանսները՝ մեդիաները գնելու և քարոզչություն իրականացնելու համար»): Այս համատեղ ու համակարգված տեղեկատվական աշխատանքը հաճախ դրսևորվում է նշված ՋԼՄ-ներում նույն վերնազրեքի ու թեմաների նույնական արժարժմամբ: Տե՛ս *Uzunoglu S.*, նշվ. աշխ., p. 696. Վերոնշյալ ՋԼՄ-ների համար կիրառվում է նաև «yandaş medya» (թարգմ.՝ կողմնակից մեդիա) արտահայտությունը:

¹¹ Տե՛ս մանրամասն՝ *Media Ownership Monitor Turkey*, <https://turkey.mom-rsf.org/en/findings/political-affiliations/> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024):

նական ուժի դրական լուսաբանում մեղիայում և վերջիններիս հանդեպ քննադատության նվազեցում կամ լռեցում¹²:

Նույն շրջանում ծաղկում ապրեցին նաև Ֆ. Գյուլենի համախոհներին ու հետևորդներին պատկանող ՁԼՄ-ները, ինչպես նաև զարգացան ավելի նեղ շրջանակներին (օր.՝ իսլամական տարբեր համայնքներին, քրդամետներին, ձախակողմյան քաղաքական կողմնորոշում ունեցող խմբերին և այլոց) ներկայացնող տարատեսակ մեղիաները: Պակաս կարևոր չէ նշել, որ 2000-ականների ավարտին և 2010-ականների սկզբին աստիճանաբար զարգացան թվային տիրույթում գործող մեղիաները, ինչը պայմանավորված էր գլոբալ տեխնոլոգիական առաջընթացով և Թուրքիայում համացանցային կապի ներթափանցման մակարդակի սրընթաց աճով: Այս ընթացքում ավանդական մեղիաների (տպագիր թերթ, ռադիո և հեռուստատեսություն) կողքին առաջացան էլեկտրոնային մեղիաների տարատեսակ ձևաչափեր:

Նկարագրված բոլոր գործընթացները փաստացի ազդարարում էին 1990-ականներին գոյություն ունեցած ավանդական մեղիավերնախավերի անհետացումը և նոր մեղիա-իրականության ձևավորումը՝ նոր դերակատարներով և ձևաչափերով:

Էրդողանական Թուրքիայի մեղիա դաշտը

2013 թ. Գեզի այգու ցույցերի ընթացքում, ինչպես նաև նույն թվականի դեկտեմբերին կոռուպցիոն սկանդալի բացահայտումը վերջնականապես փոխեցին ԱԶԿ իշխանության և անձամբ Էրդողանի մասին մինչ այդ պահպանվող «ժողովրդավար ուժի» կերպարը թե՛ Թուրքիայում, թե՛ միջազգային հանրության շրջանում:

¹² Սաֆրաստյան Ռ., Մելքոնյան Ռ. և ուրիշներ, Թուրքիայի պատմություն. Հարյուրամյա հանրապետության քաղաքական ուրվագծերը 1923-2023, Երևան, 2023, էջ 460:

Ձևավորվեց լիարժեք ավտորիտար իշխանություն, որը կենտրոնացած էր Էրդողանի անձի շուրջ և դավանում էր իսլամական ազգայնականության գաղափարախոսությունը¹³:

2013 թ. հիշատակված ճգնաժամերը պարզորոշ կերպով ցուցադրեցին, որ ԱԶԿ-ն իր շուրջ տասնամյա կառավարման ընթացքում կարողացել է ձեռք բերել էական ազդեցություն թուրքական խոշոր ԶԼՄ-ների վրա: Այս մասին էր վկայում այն հանգամանքը, որ թուրքական խոշոր գրեթե ոչ մի լրատվամիջոց բավականաչափ հանգամանալից չլուսաբանեց (իսկ երբեմն՝ ուղղակի անտեսեց) Գեզլի այգու բազմահազարանոց ցույցերը, որոնք տարածվել էին ողջ երկրով մեկ¹⁴: Իսկ Ֆ. Գյուլենի հետ առճակատումը առիթ հանդիսացավ, որպեսզի իշխող ուժը գործի դնի ողջ գործիքակազմը չեզոքացնելու համար իրենից անկախ գործող գյուլենական ազդեցիկ մեդիա միավորները: Տեղի ունեցան խմբագիրների ու լրագրողների ձերբակալություններ, ԶԼՄ-ների վրա հարկային մեծ տույժերի սահմանում, իշխանությունների կողմից ԶԼՄ-ների և լրագրողների թիրախավորումներ և այլն: Այս գործընթացի շրջանակներում փակվեցին ազդեցիկ Zaman և Taraf օրաթերթերը:

Մեդիաների հանդեպ ԱԶԿ-ի վարած քաղաքականության հաջորդ շրջափուլը մեկնարկվեց 2016 թ. հուլիսի 15-ին՝ ռազմական հեղաշրջման փորձի տապալումից հետո: Դրանից հետո հայտարարված «արտակարգ դրության» պայմաններում փակվեցին տե-

¹³ Eissenstat H., նշվ. աշխ.:

¹⁴ Իրավիճակի խոսուն նկարագրությունն էր գլխավոր լրատվական հեռուստակայաններից մեկի՝ CNN Türk-ի կողմից Գեզլի ցույցի ընթացքում տեղի ունեցած բախումների ժամանակ դրանք լուսաբանելու փոխարեն պինզվիների մասին վավերագրական ֆիլմի ցուցադրումը: Այս պատճառով պինզվիներ վերածվեց թե՛ ընդդիմադիր շարժման, և թե՛ գրաքննվող թուրքական մեդիայի խորհրդանիշներից մեկը: Տե՛ս մանրամասն՝ Yanardağoğlu, E., Citizenship, Media and Activism in Turkey during Gezi Park Protests. Interactions: Studies in Communication and Culture, 8(3), 2017, pp. 133-150:

ղական և համապետական նշանակության տասնյակ ՁԼՄ-ներ: Որոշ մեդիա կազմակերպությունների գույքն ու ունեցվածքը բռնագրավվեց *TMSF*-ի կողմից և փոխանցվեց մերձիշխանական մեդիա ընկերություններին, հետ կանչվեցին բազմաթիվ ՁԼՄ-ներին տրված արտոնագրերը, հազարավոր լրագրողներ և մեդիա ոլորտի գործիչներ, որոնք աչքի էին ընկնում իրենց ընդդիմադիր կամ այլախոհական հայացքներով, ազատվեցին աշխատանքից, իսկ շատերը ենթարկվելով հետապնդումների՝ հարկադրված արտագաղթեցին¹⁵: Որոշ հետազոտողների կարծիքով հեղաշրջման փորձը իշխանությունների համար լավ առիթ էր իրականացնել մեդիա-դաշտի մեծածավալ գտում՝ այդպիսով չեզոքացնելով իր համար անվերահսկելի ՁԼՄ-ները և լրագրողներին:

ԱԶԿ-ի օրոք մեդիա դաշտի ձևափոխման անկյունաքարային մեկ այլ երևույթ կարելի է համարել Doğan մեդիա խմբի հանդեպ լիարժեք վերահսկողության հաստատումը, ինչը տեղի ունեցավ 2018 թ.: Դեռևս 1980-ականներին ստեղծված «Դոդան հոլդինգը» ԱԶԿ իշխանության տարիներին փորձում էր պահպանել իր տեղը որպես խոշորագույն թուրքական մեդիաընկերություն՝ ապահովելով համեմատաբար անկախ ու չեզոք լրագրություն՝ հասարակության շարունակական բևեռացման պայմաններում: Ընկերության հիմնադիր և սեփականատեր Ա. Դոդանի հենց այս քաղաքականության պատճառով էլ իշխանությունները սկսեցին բազմաթիվ ճնշումներ գործադրել հոլդինգի և դրա սեփականատիրոջ վրա՝ ստիպելով դառնալ իշխանության հետաքրքրությունները սպասարկող ռեսուրս: Սկսված հարկային հետապնդումներից, հարձակումներից և այլ ճնշումներից հետո 2011 թվականին Այդըն Դոդա-

¹⁵ Ըստ Freedom House-ի տվյալների, տարատեսակ բռնաճնշումների ենթարկված մեդիա գործիչների թիվը գերազանցում է 10.000-ը: *St u Uzunoğlu S.*, նշվ. աշխ., էջ 700:

նր սկզբում որոշեց «Դեմիրօրեն» (Demirören) բիզնես ընտանիքին վաճառել թուրքական երկու ընդդիմադիր հայտնի պարբերական՝ *Milliyet*-ը և *Vatan*-ը: Վերջիններս նոր սեփականատերերի կարգադրությամբ շատ արագ դադարեցին որևէ քննադատության ենթարկել իշխանություններին և նրանց վարած քաղաքականությունը: 2016 թվականի մարտին փակվեց Դոդանին պատկանող ամենախիստ ընդդիմադիր «Ռադիքալ» (Radikal) պարբերականը: Սրանից երկու տարի անց Դոդանը, ըստ էության, չդիմանալով իշխանությունների մեծացող ճնշմանը, վաճառեց իր ողջ մեդիա ընկերությունը վերոհիշյալ «Դեմիրօրեն» խմբին¹⁶: Ընդունված է համարել, որ այս գործարքի արդյունքում իշխանությունը իր մերձավոր բիզնես ընկերությունների միջոցով վերահսկողություն ստացավ թուրքական ողջ մեդիա դաշտի ավելի քան 2/3-ի վրա՝ այդպիսով վերացնելով բազմակարծությունը զանգվածային մեդիա դաշտում¹⁷:

Այս շրջանում ԱԶԿ-ի վարած տեղեկատվական քաղաքականության մեկ այլ առանձնահատկություն է պետական գրաքննության մեխանիզմների գործադրումը, որը հատկապես ուժեղացավ 2016 թվականից հետո: Դատական մարմիններին զուգահեռ, ավանդական և նոր մեդիայի վրա գրաքննության լայն լիազորություններով են օժտված հատկապես Ռադիոյի և հեռուստատեսության բարձրագույն խորհուրդը (RTÜK) և Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և հաղորդակցության կազմակերպությունը (BTK), որոնք վերահսկում են եթերի ու բովանդակության համապատասխանությունն իշխանական քարոզչությանը: Այսպիսի պայմաններ

¹⁶ Գեղամյան Վ., «Հինգերորդ իշխանությունը», Turkaget.am, 2018: <https://turkaget.am/dogan/> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024)։

¹⁷ Yanardağoğlu E., *The Transformation of the Media System in Turkey. Citizenship, Communication, and Convergence*, Palgrave Macmillan, 2021, p. 2.

րում, իշխանության կողմից գործադրված բռնաճնշումներից խուսափելու համար, մեղիա տիրույթի ներկայացուցիչները դիմում էին ինքնագրաքննության (self-censorship)¹⁸:

Նկարագրված պայմաններում այլախոհության հիմնական հարթակը դարձել է համացանցային տիրույթը, որտեղ վերջին տարիներին առաջացան նոր մեղիաների տիպին պատկանող տարբեր պարբերականներ, հեռուստաընկերություններ, սոցիալական ցանցերի և մեսինջերների հենքի վրա գործող հարթակներ և այլն: Թեև համացանցը պակաս վերահսկելի է իշխանությունների համար, սակայն իշխանական գրաքննությունն առկա է նաև առցանց: Ավելին, այս իմաստով Թուրքիան դասվում է թվային ավտորիտարիզմ (digital authoritarianism) բանեցնող երկրների շարքին¹⁹:

Թուրքական մեղիա դաշտի հիմնական առանձնահատկությունները

Վերոնշյալ գործընթացների արդյունքում ձևավորվել է թուրքական մեղիայի ժամանակակից պատկերը: Անհրաժեշտ է նշել, որ ներկայումս գործող մեղիա դաշտի հիմնական առանձնահատկությունները արդյունք են թե՛ մեղիա ոլորտի ներքին զարգացման, և թե՛ արտաքին գործոնների (առաջին հերթին՝ քաղաքական) ազդեցության:

Այսպիսով՝ կարող ենք ասել, որ թուրքական մեղիա դաշտը բավական մեծ է և բազմազան, սակայն միաժամանակ գործում է խիստ քաղաքականացված և բևեռացված պայմաններում: Թե՛ հանրապետության գոյության նախորդ տասնամյակներում, թե՛ այսօր Թուրքիայում ՁԼՄ-ները դիտարկվում են առաջին հերթին

¹⁸ Սաֆրաստյան Ռ., Մելքոնյան Ռ., նշվ. աշխ., էջ 460:

¹⁹ Aslan M., Yilmaz G., Diffusion of digital authoritarianism? Censorship, surveillance and beyond in Türkiye, *Third World Quarterly*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/01436597.2024.2363895>

որպես քարոզչության միջոցներ²⁰, ինչը բացասաբար է անդրադառնում պրոֆեսիոնալ լրագրության զարգացման վրա: Ավելին, պետությունը մշտապես փորձում է կառավարել մեդիա ոլորտը՝ այդպիսով ազդելով հանրային տրամադրությունների վրա և ապահովելով իշխանության դիրքերի ամրությունը: ԱԶԿ-ի օրոք այս քաղաքականությունը խիստ տեսանելի է: Վերջին տարիներին տեղեկատվական դաշտի համակարգման գործում առանցքային դեր է խաղում հատկապես Թուրքիայի նախագահի աշխատակազմին կից գործող Հաղորդակցության վարչությունը (T. C. İletişim Başkanlığı), որը նաև զբաղվում է պետության և իշխանության վերաբերյալ անհրաժեշտ հանրային խոսույթների ձևավորմամբ և տարածմամբ²¹:

Ժամանակակից մեդիա-դաշտի մեկ այլ կարևոր առանձնահատկությունն է ԶԼՄ-ների կախվածությունը գործարար վերնախավերից: Թուրքական մեդիաների մեծամասնությունը գործում է հովանավորչական (clientelistic) հարաբերությունների պայմաններում, երբ մեդիայի սեփականատերերը և քաղաքական վերնախավերը կիսում են ընդհանուր տնտեսական շահեր այլ ոլորտներում²²:

Գործելով բնեռացված հասարակական-քաղաքական միջավայրում՝ ԶԼՄ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը պայմանավորված է ընթերցողների քաղաքական հայացքներով: Խոշոր և

²⁰ Տեր-Մաթևոսյան Վ., Զանգվածային լրատվամիջոցները Թուրքիայում. քաղաքականություն, սահմանափակումներ և մարտահրավերներ, Արևելագիտության հարցեր, http://publications.yysu.am/wp-content/uploads/2015/12/6Vahram_TerMatevosyan.pdf (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

²¹ Insiders reveal how Erdogan tamed Turkey's newsrooms. Reuters, 31.08.2022, <https://www.reuters.com/world/middle-east/insiders-reveal-how-erdogan-tamed-turkeys-newsrooms-2022-08-31/> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

²² Տե՛ս՝ Yılmaz G., Europeanisation or De-Europeanisation? Media Freedom in Turkey (1999–2015). South European Society and Politics 21, 2016, N 1, pp. 147–161.

ազդեցիկ մեդիաները հանրային ընկալման մեջ ասոցացվում են ոչ թե օբյեկտիվ լրագրության, այլ որոշակի գաղափարախոսական հոսանքի կամ այդ հոսանքը ներկայացնող քաղաքական ուժի հետ, ինչը առաջ է բերում մի իրավիճակ, երբ մեդիայի հիմնական սպառողները ևս այդ հոսանքին հարողներն են²³: Այս երևույթը բնորոշվում է որպես մեդիա կուսակցություն զուգադրողականություն (press party paralellism)²⁴: Ընդհանուր առմամբ՝ թուրքական ՋԼՄ-ների հանդեպ հանրային վստահությունը շարունակում է մնալ ցածր²⁵:

Թեև հեռուստատեսությունը շարունակում է Թուրքիայի հասարակության համար հանդիսանալ տեղեկատվության առաջնային աղբյուրը, սակայն թվային մեդիաները արդեն իսկ մեծ տարածում ունեն և մրցակցում են հեռուստատեսության հետ առաջանցիկ դիրքերի համար²⁶: Միաժամանակ շարունակաբար նվազում է տպագիր ՋԼՄ-ների ազդեցությունը, որոնցից շատերը ստիպված են գործել նաև համացանցային տիրույթում կամ լիարժեք տեղափոխվել այնտեղ: Այստեղ էական է հաշվի առնել թե՛ համաշխարհային միտումը, որը պայմանավորված է տեխնոլոգիական զարգացման շնորհիվ թվային մեդիաների գերաբազ փոփոխմամբ ու հնարավորությունների մեծացմամբ, թե՛ այն հանգամանքը, որ համացանցային տիրույթը պակաս վերահսկելի է պետու-

²³ Şe' u Çarkoğlu A., Gözde Y., Press-Party Paralellism in Turkey: An Individual Level Interpretation. Turkish Studies 11, N 4, 2010, pp. 613-624.

²⁴ Այս եզրույթը կիրառվում է ցույց տալու համար քաղաքական և մեդիա համակարգերի միջև փոխկապակցվածությունը: Թուրքիայում այս երևույթի մասին ավելի մանրամասն տե՛ս Kaya R., Çakmur B., Politics and the Mass Media in Turkey, Turkish Studies 11, 2010, N 4, pp. 521-537.

²⁵ Turkey's Changing Media Landscape. Center for American Progress, June 2020, p. 3.

²⁶ Digital News Report 2024 – Turkey. Reuters Institute, 17.06.2024, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/turkey> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

թյան և իշխանության համար, ինչը գրավիչ է դարձնում այն ինչպես բովանդակություն ստեղծողների (լրագրողների), այնպես էլ բովանդակություն սպառող հասարակական տարբեր խմբերի համար:

Տեղին է նշել նաև, որ վերջին տարիներին իշխանությունը մեծ ջանքեր է գործադրում տարբեր եղանակներով ազդելու նաև համացանցային տիրույթի վրա՝ կիրառելով ինչպես օրենսդրական գործիքակազմը (օր.՝ համացանցում գովազդի կարգավորման օրենքների ընդունումը, համացանցային բովանդակության մշտադիտարկումը իրավապահ մարմինների կողմից, էլեկտրոնային հարթակների պարբերական արգելափակումները), այնպես էլ քարոզչական այլ հնարքներ (օր.՝ կեղծ օգտահաշիվների (*AK trolls*) գանգվածային գործարկումը²⁷):

Մեղիա սահմանափակումները նպաստեցին, որպեսզի Թուրքիայի տեղեկատվական դաշտում էականորեն մեծանա արտասահմանյան ծագման մեղիաների դերը: Իշխանության տեսակետից տարբերվող լրատվություն են ապահովում մի շարք արտասահմանյան ՋԼՄ-ներ, որոնց մի մասը հանդիսանում է տարբեր պետական լրատվամիջոցների թուրքական ծառայություններ (օր.՝ բրիտանական BBC-ի, գերմանական DW-ի, ռուսական Sputnik-ի, ամերիկյան VoA-ի, չինական CRI-ի և այլ պետական լրատվամիջոցների համապատասխան ծառայությունները)²⁸: Բավական շատ

²⁷ Political Retweet Rings and Compromised Accounts: A Twitter Influence Operation Linked to the Youth Wing of Turkey's Ruling Party, Stanford Internet Observatory 2020, <https://fsi.stanford.edu/publication/june-2020-turkey-takedown> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

²⁸ Արտասահմանյան մեղիաների ազդեցության աճի մասին խոսում վկայություն է այն փաստը, որ 2019 թ. մերձիշխանական SETA հիմնադրամը հրապարակեց վերջիններիս վերաբերյալ մեծածավալ զեկույց՝ «Միջազգային մեղիա կազմակերպությունների ծավալումները Թուրքիայում» վերտառությամբ: Չեկույցը փաստացի թիրախավորում էր նշված մեղիաները՝ որակելով նրանց և վերջիններիս համար աշխատող թուրք լրագրողներին որպես ազդեցության գործակալներ: Չեկույցը տե՛ս Usluslararası Medya

են նաև այն ՁԼՄ-ները, որոնք գործում են արտասահմանյան ֆինանսավորում ունեցող հասարակական կազմակերպությունների հովանու ներքո կամ վերջիններիս օժանդակությամբ²⁹:

Մեդիա դաշտի ընդհանրական պատկերը

Ինչպես նշվեց, Թուրքիայի մեդիա դաշտը բավական հարուստ է և խայտաբղետ՝ սպասարկելով այդ երկրի ոչ միայն ավելի քան 85 մլն բնակիչներին, այլև շատ ավելի մեծ տիրույթ: Ըստ առկա տվյալների՝ Թուրքիայում գործում է ավելի քան 10 համապետական հեռուստարձևերություն, ավելի քան 170 համապետական թերթ, 10-ից ավել համապետական ռադիոկայան: Նոր մեդիաների մասով դժվար է ունենալ թվային հստակ պատկեր, սակայն այս իմաստով էական է արձանագրել, որ համացանցից օգտվում է Թուրքիայի բնակչության ճնշող մեծամասնությունը (ավելի քան 87 %-ը)³⁰, ինչն իր հերթին նշանակում է, որ թվային հարթակները բազմաթիվ են և ունեն մեծ լսարաններ:

Խոշորագույն մեդիա խումբը պատկանում է Էրդոդան Դեմիրորենի բիզնես հոլդինգին, որի կազմի մեջ են մտնում Hürriyet, Milliyet, Posta խոշորագույն օրաթերթերը, Kanal D ժամանցային և CNN Türk լրատվական ալիքները, DHA լրատվական գործակալությունը, անգլալեզու խոշորագույն թուրքական ՁԼՄ-ն՝ *Hürriyet Daily News*-ը, և այլն³¹: Հիշատակության են արժանի նաև *Doğuş*

Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları, SETA Vakfı, <https://www.setav.org/dijital-medya/rapor-uluslararasi-medya-kuruluslarinin-turkiye-uzantilari> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

²⁹ Sté u Uzunoğlu S., նշվ. աշխ., էջ 700:

³⁰ Digital Report 2024 (Turkey), <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

³¹ Demirören Group, Medio Ownership Monitor Turkey, <https://turkey.mom-rsf.org/en/owners/companies/detail/company//demiroeren-group-1/> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

(NTV, *Star* հեռուստարձկերությունները, *Kral FM* ռադիոկայանը, *PuhuTV* թվային հարթակը և այլն), *Ciner* (*HaberTürk*, *Bloomberg HT* լրատվական ՁԼՄ-ները, *Show* հեռուստարձկերությունը և այլն), *TürkMedya* (*Akşam* և *Güneş* թերթերը), *Kalyon* (գործում է *Turkuvaz Medya Grubu*-ի անվան ներքո և իր մեջ ներառում է *A TV* և *A Haber* հեռուստարձկերությունները, *Sabah*, *Takvim* և *Yeni Asir* թերթերը, անգլալեզու *Daily Sabah* թերթը և այլն), *Albayrak* (*Yeni Şafak* թերթը, TVNET հեռուստարձկերությունը և այլն), *İhlas* (*Türkiye* թերթը, TGRT հեռուստարձկերությունը, *İHA* լրատվական գործակալությունը և այլն) ընկերությունները, որոնք բոլորն էլ դասվում են մերձիշխանական խմբերի շարքին³²:

Իշխանության համար քարոզչության կարևոր գործիքներ են նաև պետական լրատվամիջոցները: Այս շարքում առանձնանում է հատկապես *Anadolu Ajansı* լրատվական գործակալությունը և *TRT* պետական ռադիո-հեռուստատեսության խումբը: Վերջիններս մերձիշխանական ՁԼՄ-ների հետ գործում են ներդաշնակ՝ ապահովելով իշխանության համար անհրաժեշտ տեղեկատվական միջավայրը:

Ի տարբերություն իշխանական և մերձիշխանական մեդիատիրության՝ անկախ կամ ընդդիմադիր մեդիաները ավելի պակաս համակարգային են գործում: Բացակայում են խոշոր ընկերությունները, որոնք կտիրապետեն մեդիա խմբերի կամ մեծ ՁԼՄ-ների: Ինչպես նշվեց, այս թևում շատ են թվային տիրություն գործող և նոր մեդիաների ձևաչափերով ՁԼՄ-ները, որոնց լսարանը հատկապես երիտասարդներն են: Այստեղ անհրաժեշտ է առանձնացնել

³² Kirdemir B., Turkey's Digital News Landscape. Polarization, Social Media, And Emerging Trends, EDAM, May 2020, 18.06.2020, <https://edam.org.tr/en/cyber-governance-digital-democracy/turkey-s-digital-news-landscape-polarization-social-media-and-emerging-trends> (մուտքի ամսաթիվ՝ 24.06.2024).

ANKA լրատվական գործակալությունը, NOW TV (նախկինում՝ FOX TV), Halk TV և Sözcü TV հեռուստարևելությունները, Cumhuriyet, Sözcü և BirGün թերթերը, T24, Diken, Bianet, Duvar, OdaTV, Evrensel, Artıgerçek, Medyascope, Dokuz8haber և այլ էլեկտրոնային պարբերականները: Մեծ լսարան ունեն նաև բացառապես համացանցային տիրույթում գործող *Eksi Sözlük* բառարան-սոցանցը, *Teyit* փաստերի ստուգման հարթակը, *Onedio* ժամանցային-լրատվական հարթակը և այլն:

Եզրակացություն

Թուրքիայում մեդիա դաշտը գործում է խիստ քաղաքականացված միջավայրում և գտնվում է իշխանությունների բավական ուժեղ ազդեցության ներքո: Այդ պատճառով ԶԼՄ-ները իրենց աշխատանքը կատարում են խիստ սահմանափակումների, գրաքննության և ճնշումների պայմաններում: Սակայն նույնիսկ այդպիսի միջավայրում, շնորհիվ թվային տեխնոլոգիաների զարգացման, թուրքական մեդիաները շարունակում են զարգանալ և գործել նոր ձևաչափերում: Սա հատկապես վերաբերում է իշխանությանը ընդդիմացող կամ այլախոհական կողմնորոշում ունեցող մեդիաներին, որոնք համացանցային տիրույթում հնարավորություն ունեն համեմատաբար ավելի անկաշկանդ կերպով զբաղվելու պրոֆեսիոնալ լրագրությամբ:

PECULIARITIES OF TURKEY'S MEDIA LANDSCAPE DURING AKP PERIOD³³

*Varuzhan Geghamyan*³⁴

This study briefly examines Turkey's media landscape during the government of AK party. It shows the main reasons for current media-reality and essential peculiarities, which are intertwined with political and socio-economic developments of the era. This study argues that though the government is controlling the media and has created very strict conditions for professional journalism, Turkish media is still having some developments and transformations, which are also results of global technological innovations.

Keywords: *media, politics, authoritarianism, digital technologies, propaganda.*

ОСОБЕННОСТИ МЕДИАЛАНДШАФТА ТУРЦИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ ПСР³⁵

*Варужан Гегамян*³⁶

В данном исследовании кратко рассматривается медиаландшафт Турции в период правления ПСР. В нем показаны основные причины нынешней медиареальности и информационного поля в целом, рассматриваются существенные особенности, которые переплетаются с политическими и социально-экономическими событиями эпохи. В исследовании утверждается, что хотя правительство контролирует СМИ и создало очень жесткие условия для профессиональной журналистики, турецкие медиа все же претерпевают некоторые изменения и трансформации, которые также являются результатом глобальных технологических инноваций.

³³ The work was supported by the Science Committee of RA, in the frames of the research project N 21AG-6A081.

³⁴ Varuzhan Geghamyan is an Associate Professor at the Chair of Turkic Studies of the Faculty of Oriental Studies at YSU, E-mail: vgeghamyan@ysu.am, ORCID: 0000-0001-8090-359X

³⁵ Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета по науке РА в рамках научного проекта № 21AG -6A081.

³⁶ Варужан Гегамян – к.ист.н., доцент кафедры тюркологии факультета востоковедения Ереванского государственного университета, Эл. почта: vgeghamyan@ysu.am, ORCID: 0000-0001-8090-359X.

Ключевые слова: СМИ, политика, авторитаризм, цифровые технологии, пропаганда.

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. Գեղամյան Վ., «Հինգերորդ իշխանությունը», Turkaget.am, 2018, <https://turkaget.am/dogan/> (24.06.2024):

2. Սաֆրաստյան Ռ., Մելքոնյան Ռ. և ուրիշներ, Թուրքիայի պատմություն. հարյուրամյա հանրապետության քաղաքական ուրվագծերը 1923-2023, ԵՊՀ, 2023:

3. Տեր-Մաթևոսյան Վ., Զանգվածային լրատվամիջոցները Թուրքիայում. քաղաքականություն, սահմանափակումներ և մարտահրավերներ, Արևելագիտության հարցեր: http://publications.yzu.am/wp-content/uploads/2015/12/6Vahram_TerMatevosyan.pdf

4. Aslan M., Yilmaz G., Diffusion of digital authoritarianism? Censorship, surveillance and beyond in Türkiye. Third World Quarterly, 1–19. <https://doi.org/10.1080/01436597.2024.2363895>

5. Çarkoğlu A., Gözde Y., Press-Party Parallelism in Turkey: An Individual Level Interpretation. Turkish Studies 11, 2010, N 4, pp. 613–624.

6. Demir V., Freedom of the Media in Turkey under the AKP Government, in Human Rights in Turkey. Assaults on Human Dignity (ed. Aydin H., Langley W.), Springer, 2021, pp. 51–88.

7. Eissenstat H., Recep Tayip Erdoğan. From “illiberal democracy” to Electoral Authoritarianism (born 1953). In Dictators and Autocrats. Securing Power across Global Politics (ed. Larres K.), Routledge, 2022, pp. 367–383.

8. Kaya R., Çakmur B., Politics and the Mass Media in Turkey. Turkish Studies 11, 2010, N. 4, pp. 521–537.

9. Uzunoğlu S., The Politics of Media in Turkey. Chronicle of a Stillborn Media System. The Oxford Handbook of Turkish Politics (ed. Tezcür G. M.), Oxford University Press, 2022, pp. 689–710.

10. Yanardağoğlu E., Citizenship, Media and Activism in Turkey during Gezi Park Protests. Interactions: Studies in Communication and Culture, 8(3), 2017, pp. 133-150.

11. Yanardağoğlu E., The Transformation of the Media System in Turkey. Citizenship, Communication, and Convergence, Palgrave Macmillan, 2021.

12. Yesil B., Media in New Turkey. The Origins of an Authoritarian Neoliberal State, University of Illinois Press, 2016.

13. Yılmaz G., Europeanisation or De-Europeanisation? Media Freedom in Turkey (1999–2015). *South European Society and Politics* 21, 2016, N.1, pp. 147–161.
14. Digital News Report 2024 – Turkey, Reuters Institute, 17.06.2024, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/turkey>
15. Digital Report 2024 (Turkey), <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>
16. Insiders Reveal how Erdogan Tamed Turkey’s Newsrooms. Reuters, 31.08.2022.
<https://www.reuters.com/world/middle-east/insiders-reveal-how-erdogan-tamed-turkeys-newsrooms-2022-08-31/>
17. Kirdemir B., Turkey’s Digital News Landscape. Polarization, Social Media, and Emerging Trends. EDAM, May 2020, 18.06.2020, <https://edam.org.tr/en/cyber-governance-digital-democracy/turkey-s-digital-news-landscape-polarization-social-media-and-emerging-trends>
18. Media Ownership Monitor Turkey.
<https://turkey.mom-rsf.org/en/findings/political-affiliations/>
19. Political Retweet Rings and Compromised Accounts: A Twitter Influence Operation Linked to the Youth Wing of Turkey’s Ruling Party, Stanford Internet Observatory 2020.
<https://fsi.stanford.edu/publication/june-2020-turkey-takedown>
20. Turkey, Freedom House. <https://freedomhouse.org/country/turkey>
21. Turkey’s Changing Media Landscape, Center for American Progress, June 2020, p. 3.
22. Turkey: The World’s Largest Prison for Journalists. Amnesty International, 03.05.2019.
<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2019/05/turkey-the-worlds-largest-prison-for-journalists/>
23. Turkey: ‘World’s Biggest Prison’ for Media. Al Jazeera, 17.02.2013.
<https://www.aljazeera.com/features/2013/2/17/turkey-worlds-biggest-prison-for-media>.
24. Türkiye, Reporters Without Borders.
<https://rsf.org/en/country-t%C3%BCrkiye>
25. Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları. SETA Vakfı, <https://www.setav.org/dijital-medya/rapor-uluslararasi-medya-kuruluslarinin-turkiye-uzantilari>