

Відімська К.,
ст. викладач кафедри суспільних комунікацій
та регіональних студій,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
м. Одеса (Україна)
ORCID iD: 0000-0003-3778-6302

ОСНОВНІ ЗАСАДИ МЕДІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТУРЕЦЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

На сьогодні питання медійної політики є досить актуальним. Це обумовлено тим, що значно зростає значимість засобів масової інформації у житті кожної людини. Тому влада ці свого боку повинна більш ретельно контролювати ту інформацію, яку отримують її громадяни засобами медіа через різні канали комунікації. Це питання як національної, так і економічної та політичної безпеки. При цьому контроль медіа не вирішує питання медіа та держави, тому для кожної країни доцільним є розроблення тих принципів, які призначені для унормування функціонування медіа у державі.

У загальному розумінні «медіа» – «це будь-яка форма спілкування – письмова (друкована, текстова, графічна), радіомовна, телевізійна чи навіть розмовна (словесна), яка охоплює велику кількість людей».

Медіа поділяється на:

1. друковану (газети, журнали, книжки);
2. зображальну (логотипи, рекламні щити);
3. мовленнєву (радіо, кіно, телебачення);
4. цифрову (комп'ютер, телефон, планшет).

Туреччина, країна з багатою історією та культурою, займає особливе місце у регіоні Близького Сходу. Останніми роками медіа-політика Туреччини привернула міжнародну увагу, оскільки вона пройшла через значні зміни. Існують певні тренди до розвитку, які слід розглянути.

По-перше, слід зазначити, що у Туреччині медіа-активність значно зросла завдяки широкому поширенню Інтернету та соціальних мереж. Інтернет став платформою, де громадяни можуть вільно обмінюватися інформацією та думками. Однак слід зазначити, що останніми роками в Туреччині спостерігалось посилення законодавства, через що прослі-

джується певні обмеження свободи слова та вільний доступ до інформації в інтернеті.

По-друге, слід зазначити концентрацію володіння ЗМІ у руках кількох великих медіа-холдингів, таких як Doan Group, Turkuvaz Group, які мають зв'язки з політичними та економічними елітами країни. Це може призвести до виникнення ситуації, коли медіа використовуються для просування певних політичних та комерційних інтересів [2, с. 100].

По-третє, слід зазначити роль держави у медіа-політиці Туреччини. Держава істотно впливає на роботу та контроль над незалежними медіа. Спостерігачі зазначають, що тиск на незалежну пресу та журналістів у Туреччині посилювався останніми роками.

Засоби масової інформації в Туреччині керуються кількома органами та інституціями. Ось основні органи, які відповідають за управління засобами масової інформації в Туреччині:

1. Вища рада з питань телерадіомовлення Туреччини (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu-RTÜK).
2. Департамент комунікацій (İletişim Başkanlığı).
3. Державне агентство з інформації та комунікацій (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu- BTK).

Міністерство культури і туризму (Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı) [3, с. 78].

Туреччина як країна із розвинутою мережею засобів масової інформації, має власні засади медійної політики. У країні діють наступні засади медійної політики:

1. Контроль за державними та напівдержавними ЗМІ: турецький уряд здійснює активний контроль над державними та напівдержавними ЗМІ. Це означає, що вони можуть використовуватись для підтримки офіційної лінії уряду та пропаганди. Контроль над цими медіа дозволяє уряду формувати громадську думку та контролювати потік інформації.
2. Обмеження свободи слова та преси: за останні роки в Туреччині спостерігалось посилення законодавства, яке обмежує свободу слова та преси.
3. Контроль Інтернету та соціальних мереж: були ухвалені закони, які дозволяють блокувати певні веб-сайти та соціальні мережі. Це обмежує свободу доступу до інформації.

4. Охорона національних інтересів та стабільності: медіа-політика Туреччини орієнтована на національні інтереси та забезпечення стабільності в країні. У рамках цього принципу уряд може вживати заходів для запобігання розповсюдженню інформації, яка може вважатися загрозою національній безпеці або порядку.
5. Економічна підтримка та розвиток: медіа-політика Туреччини також орієнтована на економічну підтримку та розвиток медіа-індустрії. Уряд надає фінансову підтримку та створює умови для інвестицій та розвитку медіа-холдингів та компаній.
6. Пропаганда та формування громадської думки: медіа-політика Туреччини включає використання державних ЗМІ для просування певних політичних та ідеологічних повідомлень. Вони можуть використовуватися для формування громадської думки та створення підтримки уряду та його програм.
7. Міжнародна присутність: турецькі ЗМІ та телеканали поширюються за межі країни та мають міжнародний вплив. Вони стають майданчиком для представлення турецької культури, музики та кіно, а також сприяють просуванню туристичного потенціалу Туреччини.
8. Розвиток медіа-інфраструктури: Туреччина виконала значну роботу з розвитку медіа-інфраструктури, особливо у сфері телебачення та радіомовлення. Було створено нові канали та радіостанції, розширено можливості цифрового мовлення [2].

Медіа-політика Туреччини регулюється низкою законів та нормативних актів, які впливають на медіа-середовище в країні. Ось деякі з основних законів, які стосуються медіа-політики Туреччини:

1. Basın Kanunu – Закон про пресу.
2. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun - Закон про створення та мовлення радіо та телебачення.
3. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele – Закон про регулювання публікацій в Інтернеті та боротьбу зі злочинами, що скоюються через такі публікації.
4. Medya Hizmet Sağlayıcılarının Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik - Положення про порядок та основні принципи надання медіа-послуг.
5. Sınır Tanımayan İnternet Platformlarına İlişkin Hizmet Sağlayıcılar

Hakkında Kanun – Закон про постачальників послуг, які надають Інтернет-платформи без кордонів.

6. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu – Закон про інтелектуальну власність та витвори мистецтва.

7. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu – Закон про захист персональних даних [5].

Медіа-політика Туреччини також стикається з критикою та сумнівами щодо свободи вираження та незалежності ЗМІ. Деякі медіа-ресурси та соціальні мережі були тимчасово заблоковані або обмежені в доступі. Наприклад, у 2014 році уряд Туреччини тимчасово блокував Twitter на декілька тижнів через корупційний скандал та у 2023 році – під час землетрусу у Туреччині.

У 2014 році YouTube був також тимчасово заблокований у Туреччині з тих самих причин, пов'язаних із поширенням інформації про корупційні скандали. Пізніше блокування було знято після рішення конституційного суду.

У 2017 році Вікіпедію було заблоковано в Туреччині. Причиною блокування стали статті, які, на думку уряду, містили «терористичну пропаганду». Вікіпедія залишалася недоступною в Туреччині протягом кількох років, але в 2020 році її блокування було знято після рішення Європейського суду з прав людини.

Медіа-політика Туреччини є складною та обговорюваною темою. Більш глибоке розуміння медіа-політики Туреччини потребує вивчення конкретних законів, дій наглядових органів та контексту політичної та соціальної обстановки в країні. Ситуація з медіа-політикою в Туреччині продовжує розвиватися, і важливо бути в курсі останніх подій та обговорень у цій галузі.

Список використаних джерел

1. AVRUPA KOMİSYONU, Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu, Brüksel, 2014. Available from : http://www.ab.gov.tr/files/ilerlemeRaporlariTR/2014_ilerleme_raporu_tr.pdf
2. Dursun, D, Türkiye'nin Görsel-İşitsel Medya Politikası. Liberal Düşünce Dergisi, (86), 2017, 97-125. Available from : <https://dergipark.org.tr/tr/pub/liberal/issue/48149/609147>

3. Hülya Uğur Tanrıöver, Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı 2011, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları Yayın No: 2011-24, 2012.
4. Вища рада з питань телерадіомовлення Туреччини. Режим доступу : <https://www.trt.net.tr/>
5. Департамент комунікацій. Режим доступу : <https://www.iletisim.gov.tr/>
6. Державне агентство з інформації та комунікацій. Режим доступу : <https://www.btk.gov.tr/>