

TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA VE SORUNLARI

CELİL ACAR





TÜRKİYE’DE YEREL MEDYA VE SORUNLARI

CELİL ACAR

ISBN: 978-625-6406-42-1

© 1. Basım, Mart 2026

© Copyright 2025, TABLET KİTABEVİ

Bu baskının bütün hakları Tablet Kitabevi’ne aittir.
Yayınevinin yazılı izni olmaksızın kitabın tümünün veya bir kısmının
elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı
ve dağıtımı yapılamaz.

SERTİFİKA NO: 46644

Kapak ve Dizgi: **Tablet Kitabevi**

Baskı ve Cilt

Sayfa Basım Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

Tevfik İleri Mah. Emek Cad. Polat Sok. No: 2 Pursaklar / ANKARA

Tel: 0312 394 83 94

Matbaa sertifika No:77079

Önsöz

Fonksiyonları itibariyle sosyalleşmeye ve demokratikleşmeye katkı sağlayan yerel medya, toplumun her katmanında ve bilimsel çevrelerde önemi giderek artan şekilde değerlendirmelere ve incelemelere konu olmaktadır. Ancak yerel medya var olduğu günden bu yana her zaman büyük sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Demokrasinin vazgeçilmezlerinden olan medya, özellikle yerel düzeyde, yerel unsurları ve sorunları ortaya koyan, gerçekleştirdiği haber ve yorumlarla yerel yönetimlerin dikkatini çeken, yöre halkı ile yerel yöneticiler arasında köprü işlevi gören, katılımcı demokrasinin gelişmesinde önemli katkı sağlayan bir misyona sahiptir.

Doğal olarak yerel medyanın sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi önem ve gereklilik arz etmektedir. Bu çalışmanın konusu yerel medya kavramı ve Türkiye’deki yerel Medya sorunları olarak değerlendirilmiş bu konu üzerinden bilimsel çerçevede araştırılmıştır.

Kitle iletişim araçlarının merkezinde muhabirler yer alırken, haberin üretiminden tüketimine kadar olan süreçte medyanın diğer çalışanları da görev almaktadır. Gazetede ki grafik tasarımcıdan editöre, televizyon kanalındaki kameramandan spikere, radyodaki dj’den sorumlu müdüre kadar tüm çalışanlar yerel medyanın içindedir ve onların yerel medya sorunlarına yaklaşımları önemlidir ve dikkate alınmalıdır. Dolayısıyla

medyanın kendisinden beklenen işlevleri yerine getirmesinde en temel ve belki de en önemli unsurlardan biri, bu sektörde çalışanlardır.

Yerel medya, tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı logoyla tek bir yerleşim biriminde basılan, yayınlanan, aynı zamanda yerleşim biriminde dağıtılan, izlenen, dinlenen; gazete, dergi, bülten, internet sitesi, radyo ve televizyon yayınlarını yapan kuruluşları kapsamaktadır. Yerelde yayın yapan internet siteleri her ne kadar yarel logolarla yayın yapsada erişim olarak dünyanın her yerinden takip edilebildiği için yerelin dışında da değerlendirilebilir.. Yaşadığımız çağda medya kitle iletişim araçlarının yerini almıştır. Medyanın temelini de gazeteler oluşturmaktadır. Dolayısıyla medya ve gazete iç içedir ve doğrudan doğruya bağlantılıdır. Gazeteler yazılı basının büyük bir kısmını oluşturur. Yazılı basın da medyanın temelini oluşturur. Bu nedenle gazeteler medya için büyük önem taşır. Ancak değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte medyada da gelişmeler olmuş, internet gazeteciliği, sosyal medya mecraları gibi iletişim araçları günümüzde sıkça kullanılmaktadır. Dijitalleşmenin yanısıra yapay zekanın habercilikte ve yayıncılıkta kullanılmaya başlamasıyla bambaşka bir boyut kazanmıştır.

İÇİNDEKİLER

Önsöz	iii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL MEDYA KAVRAMI VE TÜRKİYE’DE YEREL MEDYA’NIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
---	----------

1.Yerel Medya Kavramı	5
1.1.Yerel Medyanın Önemi	10
1.2.Yerel Medyanın Fonksiyonları ve Özellikleri.....	12
1.2.1. Halkı Haberdar Etme	14
1.2.2. Kamuoyu Oluşturma	14
1.2.3.Yerel Denetleme sistemi.....	15
1.2.4 Kültür Geliştirme, Yerel Kültürün Sesi.....	16
1.2.5. Halkı Eğitme ve Eğlendirme.....	17
1.2.6.Toplumsallaştırma	17
1.2.7. Bütünleştirme	18
1.3.Türkiye’de Yerel Medyanın Tarihi Gelişimi	18
1.3.1. Türkiye’de Yerel Medyanın Dönemsel Tarihi Gelişimi..	18
1.3.2. Osmanlı Dönemi Yerel Medya	19
1.3.3. Cumhuriyet Dönemi Yerel Medya	21
1.3.4. Cumhuriyetten Günümüze Yerel Medya	24

1.4. Türkiye’de Yerel Televizyonculuğun Tarihsel Gelişimi	28
1.5. Türkiye’de Yerel Radyo Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi	31
1.6. Türkiye’de İnternet Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi	35

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL MEDYA’NIN YAPILANMASI VE YEREL MEDYA’NIN

SORUNLARI	37
2.1. Türkiye’de Yerel Medya Yapılanması	37
2.1.1. Yerel Medya Kuruluşlarında Yönetim	38
2.1.2. Yerel Medya Kuruluşlarında Yazı İşleri	39
2.1.3. Yerel Medya Kuruluşlarında Reklam-İlan Birimi	39
2.1.4. Yerel Medya Kuruluşlarında Dağıtım	40
2.2. Yerel Medyanın Sorunları	41
2.2.1. Yerel medyanın Yasal Sorunları	43
2.2.2. Yerel Gazeteciliğin Sorunları	44
2.2.3. Yerel Televizyonculuğun Sorunları	46
2.2.4. Yerel Radyoculuğun Sorunları	47
2.2.5. İnternet Medyasının Sorunları	47
2.3. Türkiye’de Yerel Medyanın Sorun Alanları	51
2.3.1. Ekonomik Alandaki Sorunları	54
2.3.2. Reklâm İlan Alanındaki Sorunları	56
2.3.3. Teknoloji Alanındaki Sorunları	59
2.3.4. Çalışanların Niteliği ve İstihdam Alanındaki Sorunları	61
2.3.5. Emek Alanındaki Sorunları	64
2.3.6. Haber Kaynakları Alanındaki Sorunları	65
2.3.7. Sendika alanındaki Sorunları	68
2.3.8. Özgürlük Alanlarındaki Sorunları	71
2.3.9. İçerik Alanındaki Sorunları	73
2.3.10. Reyting-Tiraj Alanındaki Sorunları	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AKSARAY İLİ YEREL MEDYA SORUNLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ79

3.1. Amaç	79
3.2. Önemi	81
3.3. Varsayımlar	82
3.4. Sınırlılıklar	83
3.5. Araştırmanı Yöntemi	83
3.6. Araştırmanın Bulguları	84
3.6.1. Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri	84
3.6.2. Yerel Medya Çalışanlarının Derinlemesine Görüşme Tekniğine Göre Yerel Medyanın Sorunları.....	86
3.6.2.1. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?	86
3.6.2.2. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?	86
3.6.2.3. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?.....	87
3.6.2.4. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?	88
3.6.2.5. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?	89
3.6.2.6. Yerel medya sahiplerinin en büyük problemi nedir?	89
3.6.2.7. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?	90
3.6.2.8. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?	90
3.6.2.9. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?	91
3.6.2.10. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?	91
3.6.2.11. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?	91

3.6.2.12. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?	92
3.6.2.13. Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?	92
3.6.2.14. Yerel medyanın geleceğini nasıl göğlemliyorsunuz?	92
3.6.2.15. Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?	93
3.6.2.16. Yerel medya şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?	93
3.6.2.17. Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?	94
3.6.2.18. Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütlenmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?	94
3.6.2.19. Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayabildimi?	95

ARAŞTIRMANIN SONUCU	97
KAYNAKÇA.....	105
EKLER.....	113

GİRİŞ

Türkiye’de yıllarca birçok maddi ve manevi olumsuzlukla boğuşan yerel görsel-işitsel medya profesyonelleri, aslında demokrasinin gelişmesine katkıda bulunan önemli kurumlardır. Yerel medya, bölgenin ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmelerini yerel nüfusa aktaran ve yerel toplumun ekonomik, kültürel, sosyal ve politik özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir. Doğal olarak, yerel medya demokrasisinin temeli, halkın sesi ve bilgi kaynağıdır (Gezgin, 2007: 1). Ülkemizde medya, kültürün kurulması ve yaygınlaştırılmasında ve düzgün işleyişinde önemli bir rol oynamıştır.

Türkiye’deki farklı fikir ve düşünceler, yerel medyadaki kültür, sosyal barış ve parlamenter sistemin köklerinin çok partili olarak geliştiğini ve katılımcı demokrasinin genişlediğini açıklamaktadır (Girgin, 2001: 145). Gazeteciler Merkezli diğer medya çalışanları da tüketicilere yönelik haber üretme sürecinde yer almaktadır. Grafik tasarımcıdan editöre, televizyon kameramanından konuşmacıya, radyo direktörüne kadar, tüm çalışanlar yerel medyaya ve sorunlarına yaklaşıyor, yerel medya önemlidir ve dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, medyada kendilerinden beklenen işlevleri yerine getirmede en temel ve belki de en önemli faktörlerden biri bu sektörde çalışan kişilerdir.

Ancak, Türkiye'deki yerel medya uzun zamandır beklenen işlevleri yerine getirmekte zorlanmaktadır (Nalcıoğlu, 2007: 214). Çok fazla yerel gazete ve çok fazla yerel radyo ve televizyon istasyonu olmasına rağmen, yerel medyanın beklenen işlevselliği tam olarak gerçekleşmemiştir.

Yaşadığımız çağda medya kitle iletişim araçlarının yerini almıştır. Medyanın temelini de gazeteler oluşturmaktadır. Dolayısıyla medya ve gazete iç içedir ve doğrudan doğruya bağlantılıdır. Gazeteler yazılı basının büyük bir kısmını oluşturur. Yazılı basın da medyanın temelini oluşturur. Bu nedenle gazeteler medya için büyük önem taşımaktadır.

Yerel medyanın Batı'daki ortaya çıkışıyla yazılı basının teşekkül etmesi aynı döneme rastlamaktadır. Başlangıçta yerel olan basın, dünyanın birçok yönden gelişmesiyle zaman içerisinde bu gelişmeleri takip ederek önce ulusal daha sonra da evrensel bir hal almıştır. Yerel ve bölgesel basın, Birleşik Krallık'taki ulusal basının merkezindedir. Fransa, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Almanya ve diğer birçok batı ülkesinde basının ortaya çıkışı ve gelişimi yakın zamanda başkentler ve metropoller, uzak şehirlerle başlamış ve gelişmiştir. (Dağtaş, 2000: 47).

Haberleşme insanın hayatındaki en önemli unsurlardan biridir. İnsanlığın tarihsel gelişimine baktığımızda, insanların iletişim süreçlerini içinde yaşadıkları ortam seviyesiyle sınırlı bir seviyede yürüttüklerini görüyoruz. Başka bir deyişle, iletişim sürecinin sınırları içinde insanların iletişim sürecini ilk kez yerel düzeyde başlattıkları söylenebilir. Bu gerçeğin sonucu olarak , iletişimin stil ve ortamlar diğer bir deyişle yerel düzeyde iletişim olgusu açısından en eski özelliğe sahip olmasıdır (Vural, 1999: 5).

Türkiye'de yerel medya ve sorunları adlı çalışmamızın birinci bölümünde yerel medya kavramı önemi ve fonksiyonları

ve tarihsel gelişimi üzerinde durulmuştur. Çalışmamızın ikinci bölümünde yerel medyanın sorunları ayrı ayrı incelenmiştir. Çalışmamızın son bölümünde Aksaray İli Yerel Medya Sorunları Üzerine medya çalışanlarıyla derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak çeşitli konulardaki görüşleri değerlendirilmiştir

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL MEDYA KAVRAMI VE TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.Yerel Medya Kavramı

Yerel medya, gazeteleri, dergileri, haber bültenlerini, radyo ve televizyon yayınlarını ve yalnızca tek bir medya aracılığıyla aynı adı taşıyan tek bir şehirde basım veya yayın yapan kuruluşları içermektedir.

Yerel medya, yaygın medya kadar geniş bir kitleye hitap etmeyen, il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık ya da aralıklarla çıkan, ait olduğu bölgenin gelişmelerini, haberlerini, sorunlarını dile getiren bir yayın kuruluşu olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılabilceği gibi yerel medya yaygın medyanın ülke genelinde gerçekleştirdiği faaliyetleri bir bölgede ya da ilde gerçekleştirmektedir.

Yerel medya, tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle tek bir yerleşim biriminde basılan ya da yayınlanan ve yalnızca o yerleşim biriminde dağıtılan, izlenen ya da dinlenen gazete, dergi, bülten, radyo ve televizyon yayınlarını ve bunları yapan kuruluşları kapsamaktadır.

‘Media’ aslı Latince olan çoğul bir kelimedir. Tekili ise ‘medium’ dur. Medium temelde; ara, orta gibi anlamlara gelmektedir. Toplumun tümünün ya da önemli bir bölümünün alıcı konumunda olduğu kitlelere yönelik iletişim “kitle iletişimi”, bunu sağlayan araçlar (gazete, televizyon, radyo, kitap, bilgisayar, sinema, dergiler, afişler v.s) ise kitle iletişim araçları olarak adlandırılmaktadır (Girgin, 2008:65).

Günümüzde kitle iletişim araçları yerine medya kavramı da kullanılmaktadır. Medya kavramı içinde yer alan ilk iletişim aracı günümüzde yazılı basın olarak da adlandırılan gazetelerdir. Bu çerçeveden bakıldığında medyanın ilk iletişim aracı olan gazetenin tarihi önem arz etmektedir. Gazetenin ilk ortaya çıkışı nerede ve ne zaman yayımlandığı belli değildir. Bir taraftan ilk gazetenin M.Ö. 2800’de Sümerler, daha sonra M.Ö. 1500’lerde Mısır’da pişmiş topraktan kil tabletler olarak çıkarıldığı bilgisi verilirken (Şahin, 2005:1), diğer taraftan M.S. II. asırda Çin’de kullanılan matbaanın, daha sonra Kore, Uygur ve Japonlar tarafından kullanıldığına işaret edilerek, gazetenin ilk öncüsünün Çin’de Tang hanedanı (618-906) olduğuna ve devlet memurlarının yönetimin emirlerinden haberdar kılınmaları için çoğaltılan “haber yaprakları” ile gazetenin başladığı bilgisi verilmiştir (Girgin, 2008: 55).

Batı’da yerel medyanın tarihsel gelişim sürecine baktığımızda, yazılı basının basınla aynı zamanda olduğunu görüyoruz. Basın aslen yerel olarak doğdu ve sanayileşme ve teknolojinin gelişmesiyle ulusal ve uluslararası bir boyut kazandı. Yerel ve bölgesel basın, Birleşik Krallık’taki ulusal

basının merkezindedir. Fransa, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Almanya ve diğer birçok batı ülkesinde basının ortaya çıkışı ve gelişmesi yakın zamanda başkentler ve metropoller, uzak şehirler ve paralel kalkınma ile başlamıştır (Dağtaş, 2000 : 38).

İnsanlığın tarihsel gelişimine baktığımızda, insanların iletişim süreçlerini içinde yaşadıkları ortam seviyesiyle sınırlı bir seviyede yürüttüklerini görüyoruz. Diğer bir deyişle, iletişim sürecinin sınırları dahilinde insanların iletişim sürecini ilk kez yerel düzeyde başlattıkları söylenebilir. Bu gerçeğin sonucu, iletişimin stilleri ve ortamları ve yerel düzeyde iletişim olgusunu, diğer bir deyişle, yerel düzeydeki en eski özelliği sunmasıdır (Vural, 1999: 5). Tarihsel araştırmalar medyanın esasen yerel bir fenomen olduğunu da ortaya koymaktadır.

Basının gerçek anlamda ortaya çıkışı yazı ve kağıdın bulunması, matbaanın icadı ile teknik açıdan kolaylıklarla birlikte 17. Asırda Avrupa’da başlamıştır. Süreli yayınların ilk örneği de Hollanda’nın Anvers şehrinde, 1605 Mayıs ayından itibaren yayınlanmaya başlamıştır (İnuğur, 2005:7).

Hollanda XVII. asırda özgür basının adeta sığınma yeri olmuştur. Özellikle ticaret alanında ileri bir düzeye ulaşan bu ülkede basımevleri bir hayli gelişmiş ve çeşitli dillerde de gazeteler basılmaya başlanmıştır. XIV. Louis’nin Katolik ve monarşist yönetiminden kaçan liberal ve Protestan muhalefet Hollanda’ya yerleşmesinden dolayı bu ülkede basılan gazetelerin Fransa’ya gizlice girişi önlenememiştir (Jeanneney, 1998:26).

Almanya’da XVII. Asrın başında birçok basımevinin çalışır durumda olduğu bilinmektedir. Otuz yıl savaşları (1618-1648) boyunca savaşanlar halka kendi amaç ve isteklerine uygun askerî haberler ulaştırabilmek için bu basımevlerinden fazlasıyla yararlanmışlar, Alman, Çek ve İsveç dillerinde çeşitli gazeteler yayımlamışlardır. Hatta o dönemde kurulmuş bazı

gazeteler yayınlarını günümüze kadar sürdürmüşlerdir. 1615’de Frankfurt’da (Frankfurter Post Zeitung) adında bir gazete günlük olmasa da düzenli aralıklarla yayımlanmaya başlamıştır. 1648’den sonra barış dönemi başladığından gazetelerin sayısı çoğalmış, özgür her şehir en az bir gazeteye sahip olma çabasına girişmiştir (İnuğur, 2005:74).

İlk günlük gazete 1660 yılında Leibzig’de bir matbaacı tarafından (Leibziger Zeitung) adıyla yayınlanmaya başlamışsa da uzun ömürlü olamamıştır. Kaldı ki bu gazetenin en belirgin niteliği ticarî bülten olmasıdır ve bu yönüyle günlük gazete niteliğinde değildir. XVII. asırda Almanya’da edebî basın gelişmiş, özellikle edebî yönü ağır basan dergiler, haber gazeteciliğinden daha ileri bir düzeye ulaşmıştır. Geniş bir kitleye hitap etmek amacıyla 1668’de (Les Pansees Comiques et Serieuses) adlı bir dergi yayınlanmıştır (İnuğur, 2005:86).

Fransa’da 30 Mayıs 1631’de asıl mesleği doktorluk olan Théophraste Renaudot tarafından, ilk gazete sayılan “La Gazette” yayımlanmıştır. Düzenli bir biçimde haftada bir yayımlanan La Gazette, önceleri 4 sayfa, daha sonra 8 sayfa olarak çıkmıştır. Cumartesi günleri yayımlanan gazetenin ilk 5 sayısına, sıra numarası yerine A’dan E’ye kadar harfler konulmuştur (Girgin, 2008:96).

Gazetenin ilk bölümünde dış, ikinci bölümünde ise iç haberler yer almıştır. Renaudot gazetesini yayımlarken, gerçeğin aranmasında kimseye baş eğmemeyi, temel ilke olarak benimsediğini duyurmuştur. Dolayısıyla dünyada medyanın tarihi kitap ile başlamış, sonrasında gazete ve dergi basımı ile devam ederek gerçekleşmiştir.

Bilinen en eski dergi ise 1665 yılının başında, Paris’te çıkarılan “Journal des Savants”dır. Bu dergiyi, yine aynı yıl Londra’da yayımlanan “Philosophical Transactions” izlemiştir. 1700’lü yıllarda günlük gazete yayımlama deneyimi daha

da gelişmiş ve 1800’lerde yeni teknik buluşlarla, özellikle gazetecilikte yüksek tirajlara ulaşılmıştır (Oral,1968: 95).

Gazete kelimesinin köken itibariyle İtalyanca veya Fransızca olduğu yönünde bilgiler söz konusudur. Bugün bütün dünyanın kabul ettiği “gazete” kelimesinin Venedik’te el yazısı küçük ilanları almak için ödenen “Gazetta” adı verilen gümüş paradan geldiği yaygın şekilde düşünülmektedir. Gerek kitap gerekse gazete gibi olguların ortaya çıkışında insanoğlunun içinde var olan bilinmeyi bilme, öğrenme, anlama dürtüleri yatmaktadır. Temelde bilgi edinme, çevresinde olup bitene hâkim olma, gibi arzular insanoğlunun hem hayatını idame ettirebilmesini, hem de doğası gereği diğer insanlarla birlikte yaşamasını zorunlu kılmıştır. Doğal olarak birlikte yaşamının getirdiği bir olgu olan iletişim de kaçınılmaz olmaktadır. (Girgin, 2001:28).

İletişime ihtiyacı olan kişinin geçmişine baktığımızda; zamanla mağaraların duvarlarına resimler çizdi, ceylan, papirüs üzerine yazdı ve kağıt ve damgalama tekniğini kullanılmıştır. Hızla gelişen teknoloji, iletişim alanına radyo, telefon, televizyon, internet gibi yeni araçlar ekledi ve yerel olarak başlatılan iletişim artık küresel boyuta ulaşmıştır. Aslında, haber merakının iletişim teknolojilerinin bu hızlı gelişiminin merkezinde olduğu söyleyebilmektedir.

Hızla gelişen teknoloji, bu insan merakından dolayı iletişim alanını da etkilemiştir ve küresel uydu iletişimi yoluyla bir iletişim ağı tarafından kapsanmaktadır. Dünyayı “küresel bir köye” dönüştüren medya, birçok ülkenin sosyal, politik, ekonomik yapılarını ve hatta kültürel değerlerini değiştirmektedir.

Haberleşme ihtiyacı içindeki insanın iletişim tarihine baktığımızda; zaman içinde mağara duvarlarına resimler çizmiş, ceylan derilerine, papirüslere yazılar yazmış, kâğıdı ve damga tekniğini kullanmıştır. İnsanoğlu, matbaayı keşfedince, düşüncelerini uzak mekânlara ve gelecek kuşaklara aktarma

şansını yakalamıştır. Hızla gelişen teknoloji iletişim alanına radyo, telefon, televizyon, internet gibi yeni araçların eklenmesini sağlamış ve yerel olarak başlayan iletişim artık günümüzde küresel boyuta ulaşmıştır. İletişim teknolojilerindeki bu hızlı gelişimin temelinde de insanoğlunun özündeki haber alma merakının yattığı söylenebilir.

Hızla gelişen teknoloji insanoğlundaki bu merak duygusu nedeniyle iletişim alanını da etkilemiş, uydu haberleşmeleri sayesinde dünya bir iletişim ağıyla kaplanmış. Dünyayı adeta „küresel bir köye“ dönüştüren kitle iletişim araçları pek çok ülkenin toplumsal, siyasal, ekonomik yapılarını ve hatta kültürel değerlerini de değişime uğratmıştır.

Yerel basın kavramı ile ilgili literatürde farklı tanımlar yapılmıştır. Ancak, tüm bu programların ortak noktası, il düzeyinde dar bir coğrafi alanda yerel yazılı, görsel veya işitsel yayındır. Ülkemizin yerel basını; Kamu sektöründe Anadolu basını, gazeteciliğin uygulandığı ortamlarda, politik bağlamlarda ve bazen de medyaya bağlı medya platformlarında yerel basın veya ulusal basın olarak tanımlanmaktadır (Vural, 2007: 400). Başka bir tanımda, yerel basın ülkenin farklı bölgelerinde, özellikle büyük şehirlerin dışındaki yerleşim bölgelerinde, haber, günlük, haftalık veya daha fazla yazılı basın olarak sunulmaktadır (Ünal 1996: 1065).

1.1.Yerel Medyanın Önemi

Gelişen dünya ve iletişim teknolojisinin sürekli gelişmesiyle insanların neden bu kadar çok ihtiyaç duydukları sorusu da gündeme gelmektedir. Oskay bazı gazete okuyucuları için şunları söylüyor;

Büyük şehirde yayınlanan gazetelerde haber okumak bu insanlara bilinmeyenlerle dolu kentsel çevreyi tanıma hissi veriyor; şehir korkusunu azaltıyor (Oskay, 1992: 86).

İnsanların bilgi ihtiyaçlarının temeli, yakın çevrelerinde neler olup bittiğini bilme arzusudur. Bu arzu farkında olma ve kendilerini ve sevdiklerini tehdit edebilecek gelişmelere karşı hareket etme arzusundan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, bilginin değeri profesyonel gazetecilik olaylarına atfedilse de, hedef kitlenin coğrafi yakınlığı önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. İnsanlar kendileriyle gelişen eylemleri ve sohbetleri öğrenmek istiyorlar. Çünkü bu gelişmeler hayatlarını çok uzakta olanlardan daha hızlı etkiliyor. İnsanları etkileyen en yakın olaylar, yaşadıkları mahallelerde ve şehirlerde meydana gelen olaylardır (Şeker, 2007: 11). Yerel medya, bir şehirdeki yerel sorunların çözümünde ve şehri ulusal düzeyde tanımak için son derece önemlidir. Günümüzde yerel medya, yerel değerleri korumak, onları hayatta tutmak ve gelecek nesillere farklı değerleri aktarmak için önemli araç ve bir güç teşkil etmektedir.

Bir şehirdeki yerel sorunların dile getirilmesinde ve şehrin ulusal düzeyde tanınmasında yerel medya son derece önem taşır. İçinde yaşadığımız çağda, yerel değerlerin korunması, yaşatılması ve sonraki kuşaklara ve bambaşka mekânlara aktarılması açısından yerel medya önemli bir araç ve önemli bir güçtür. (Şeker, 2007: 11).

Mahalle, semt veya kent ölçeğinde önemli olabilen, insanların hayatlarını etkileyebilen olayların bir bölümü, daha uzakta yaşayanlar için aynı etkiyi göstermeyeceğinden haber değeri taşımaz. Ama bazı olaylar ise mahalle, semt, kent sınırlamasını aşır, yakın kentlerde ve kimi zaman bir ülkede yaşayan tüm insanları etkileyebilecek boyuta ulaşır. Hatta bazı olaylar ülke sınırlarını da aşır, başka ülkelerdeki insanlar için haber değeri taşıyabilmektedir.

Yerel medya halkın sesidir. Demokrasilerde, ifade özgürlüğü ve idarenin kamu kontrolü yalnızca özgür iletişim ortamında garanti edilir. İletişim araçlarından biri yerel medyadır. Çünkü

bu yaklaşımın uygulandığı alanlar en küçük sömürgelerdir ve ülke geneline yansır. Bu bağlamda, yerel medya, bireyin sosyalleşmesi, siyasi farkındalık ve demokratik bir kültürün kurulması için büyük önem taşımaktadır. Batı toplumlarında yerel medyanın gelişimi, demokratikleşme ve sosyalleşmenin bir ölçüsü olarak görülmektedir. Çünkü yerel medya da ulusal medya için lokomotif görevi görmektedir(Yağbasan, 2003: 291-308).

1.2.Yerel Medyanın Fonksiyonları ve Özellikleri

19. yüzyılın ortalarından beri var olan yerel gazetelerin seçkinlerden ve siyasi topluluktan geldiği söyleniyor. Yerel basını bir Batılı kurum olarak tanımlayan Alkan (1998: 58), Orta Çağ boyunca sürdürülen şehir devletlerinin tüm alanlarında kendi kendine yeterli olması gereken feodal yapının gazetelere yol açtığını savunuyor. Türk hükümetinin elinde yerel bir basın merkezi oluşturulmalı ve böylece ülkenin merkezini nasıl aktardığı açıklanmalıdır (Girgin, 2001: 166).

Yerel gazeteler bazen kamu görevlileri için bir kullanım ve propaganda aracı olarak görülmektedir, ancak aslında yerel yönetimler ve hükümetler arasında bir köprüdür. Yerel nüfusun ana iletişim aracı olan yerel basın aynı zamanda bölgedeki bayındırlık, yatırım ve uygulamaların denetçisidir. Yoğun bir küreselleşme döneminde, yerel kalma eğilimi de gelişmektedir. Bireyler “zorunlu dünya vatandaşları” haline geldikçe, yerel bağlarının kaybının yalnızlığa yol açacağını fark etmeye başlamışlardır (Gezgin, 2007: 125).

Demokrasi yerel faktörler tarafından güçlendirildiğinden ve yerel medya yerel halkın ve yerel yönetimlerin iletişiminde önemli bir rol oynadığı için bu fenomen önemli bir katkı olarak kabul edilebilir ve tüm işlevleri üstlenebilir.

Yerel medyanın yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkarması ve halkı bu konular hakkında eğitmesi gerekir. Başka bir deyişle, farkındalık yaratmaktadır (Sözen, 2004: 109). Medya, kamu idarelerine fikir, görüş ve eleştiri iletmek ve kamudan kamuya mesaj iletmek açısından demokratik sistemin düzgün işleyişinde önemli oyuncularından biridir (Şeker, 2007: 75).

Yerel basının işlevleri üç ana başlık altında toplanabilir (Demir, 2004: 156). Birincisi, yerel medyanın yönetilen bir ilişki bağlamında kamu hizmetlerini ve kamuoyunu düzgün bir şekilde duyurmaya çalışmasıdır. Ayrıca, kamu gözetimi ve yöneticilerin eğitimi de yerel basının sorumluluklarından biridir. İkincisi, şehirlerdeki yerel kamu hizmetlerinin duyurulması yoluyla yerel basın mensuplarıyla diyalog kurmak yerel basının önemli bir işlevidir. Son olarak, eğitim işlevi; Yerel basının sosyal kimliği ile önem kazanıyor. Yerel basının bir diğer önemli işlevi, ulusal iradenin adil ve kesin bir yansıması için gerekli olan demokratik bir kültürün yaratılmasıdır.

Küreselleşmenin de etkisiyle küçük yerleşim alanlarındaki insanlar ulusal ve uluslararası medyayı takip ederek tüm gelişmeleri takip edebilmektedir. Bu insanlar dünyada olup bitenlerin bir kısmını kendi değerleriyle harmanlayarak demokrasi, insan hakları ve özgürlükler gibi kavramları yeniden anlamlandırmaktadır. Kitle iletişim araçlarından beslenerek gerçekleşen anlamlandırma hem yöneten hem de yönetilen kesimde ilgi, katılım, beklenti, denetlenebilirlik gibi konularda demokrasi kültürünün yerleşmesine zemin hazırlamaktadır. Böylece yerel basın bireyin yerel hayattaki en büyük rehberi olarak onun sosyalleşmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Yerel basın, bireye „yaşadığı yerin bir parçası“ olduğu hissi vermektedir. Öte yandan yerel basın; yörede yaşayan insanların kültürel kimliğini korumak ve sonraki kuşaklara aktarmak, onlara vatandaş hak ve sorumluluklarını hatırlatarak sahip

çıkmasını sağlamak, bütün bunların yanında yaşanan yere sahip çıkarak saygın bir konum elde etmek görevini de üstlenir (Girgin, 2001:141-142).

Fakat en temel işlevi noktasında elbette haber vermek, böylelikle de bireyi içinde yaşanan çevre, toplum, ülke ve de uluslararası ortamdaki gelişen olaylara ilişkin aydınlatarak, onun, kanaatlerini sürdürmesini, güçlendirmesini ya da değiştirmesini sağlamaktır. Bunu gerçekleştirmenin temel koşulu da, öncelikle bireyin bilgi edinme, haber alma, özgürce düşünme haklarını kullanabilmesidir.

1.2.1. Halkı Haberdar Etme

Haber ve bilgi medyanın en temel işlevi olarak kabul edilir. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasına yol açan bilgi görevi, 17. yüzyılın başlarında yayınlanan ilk gazeteden bu yana kitle iletişim araçlarının ana işlevi haline geldi ve kitle iletişim araçlarının ana işlevi olmaya devam etti (Güz 2005: 14).

Toplumun en önemli parçası olan insanın dünyada olup bitenden haber haber alma isteği gazetelere ayrı bir önem yüklemiştir. Önceleri yalnız haber alma bakımından gazete okuyanlar, zamanla radyodan haberleri dinlemeye, sonraları da televizyondan haberleri izlemeye başlamışlardır. Günümüzde bunların yanı sıra internet haberciliği ve sosyal medya üzerinden halkın haber alma ihtiyacı ve halkı haberdar etme işlevi yerine getirilmektedir.

1.2.2. Kamuoyu Oluşturma

Kamuoyu, basın işlevlerinde son derece önemli bir olgudur. Medya, kamuoyu oluşturma görevi ile ilgili olduğunu düşündükleri konulara göre kendi gündemlerini oluştururken, konuştukları kişilerin gündemlerini de organize edebilirler. Yerel medya, bulundukları bölgedeki yerel halk için bir

kamuoyu oluşturma görevini de yerine getirmeye çalışmaktadır. Bölgedeki kitle iletişim araçları olmasının yanı sıra, yerel medya daha çok sosyal, politik, ekonomik, kültürel, sanatsal ve sportif konularla ilgilenmektedir. Bölge konularına ve gelişmelerine duyarsız kalması düşünülemez. Bu nedenle, yerel medya, yerel kitlenin eğitiminde rol oynarken yerel izleyici için yerel gündemi hazırlamaktadır.

Yerel kamuoyu ulusal ve uluslar arası kamuoyunun bir parçasıdır. Bir başka deyişle uluslar arası ve ulusal düzeyde oluşan kamuoyunun içinde yerel kamuoyunu oluşturan aynı kitle yer almaktadır. Ancak yerel kamuoyu, bunlardan farklı ve bağımsız olarak daha dar alanda, daha lokal ölçülerde yörede yaşayanların birbirlerinden ve yörelerindeki hemen her gelişmeden doğrudan ve hayli yüksek oranda etkilenmeleri ile oluşan bir ortaklık, bütünlük ve yararlanma grubudur (Vural, 1999:85). Bu kamuoyunun sınırları ve hareket alanı bellidir, beklentiler son derece somut olarak ortadır, etkilenme düzeyi az ya da çok hemen hemen eşit düzeydedir. Yerel kamuoyu aslında diğer oluşan gruplaşmalara göre çok daha etkili ve güçlü bir özellik taşımaktadır

Siyasal iletişimde, neredeyse tüm bilgi ve bilgi akışları doğal olarak medya tarafından iletilmektedir. Bu nedenle, doğrudan halka bağlıdır. Medya seyircileri şekillendirmede etkili olabilir, ancak onlara rehberlik etmede de etkili bir güç olabilir. Bu nedenle, tarih boyunca liderler, yönetilenleri etkilemek ve yönlendirmek için medyadan yararlanmaya veya kontrol etmeye çalışmışlardır. Medyanın gücünü tanıyarak medya müdahaleleri kamuya açık olarak gerçekleştirilmiştir.

1.2.3.Yerel Denetleme sistemi

Yerel medya bazen yetkililer ve kamu görevlileri için bir kullanım ve propaganda aracı olarak görülse de, aslında yerel

yönetimler ve hükümetler arasında bir köprüdür. Yerel nüfusun ana iletişim aracı olan yerel medya da bölgedeki bayındırlık, yatırım ve uygulamaların denetçisidir. Küçük şehirlerdeki yabancılaşma büyük şehirlerdeki gibi olmadığından, gazeteci yakın çevresinin evrimi ile daha fazla ilgilenmektedir (Girgin,2001:162).

Yerel medya, yerel yönetimlerin işlevlerini iyi bir şekilde yerine getirip getirmediğini denetleyerek ve gerektiğinde eleştirerek kamu hizmeti görevini yerine getirmektedir. Bu yerel yönetimlerin olduğu kadar yerelde yaşayanların da denetlenmesini ve eleştirilmesini içermektedir.

1.2.4 Kültür Geliştirme, Yerel Kültürün Sesi

Medya, toplumda yaşayan kültürel unsurları toplumun gündemine alarak kültürel entegrasyonu sağlamak için dikkate değer bir görev üstlenmektedir. Sadece yaşayan kültürel unsurların değil, üretilecek yayınlardaki tarihi mirasın korunmasına da yardımcı olurlar. Bireyin çevresini tanımak için en etkili kurum olan medya, bireylerin sosyal gündemde önerdikleri kültürel unsurlarla toplumun ayrılmaz bir parçası olmalarını sağlamaktadır (Güz,2005:114).

Daha iyi bir yaşam sürmek için farklı şehirlerde ve hatta yurtdışında yaşamak zorunda olanlar bile, geldikleri kültürün yerel haberlerini ilgiyle takip etmektedir. Sonuç olarak, yerel medya belirli yerel kültürel değerleri alıcılarına da iletmektedir. Yaygın medya bile “yerel kültürün sesi” olan yerel medya tarafından beslendiği yadsınılmaz bir gerçektir. Bir anlamda, kültürel özellikler alıcılar ve bir arşivleme tekniği ile gelecek nesillere aktarılır, böylece bu bölgenin değerleri korunur ve canlı tutulmaktadır.Hızla gelişen teknoloji ile yaşanan kültürel değerler kaybolda da, teknoloji dünyasına açılan bir pencere olan İnternet üzerinde gerçekleştirilebilmektedir.

1.2.5. Halkı Eğitme ve Eğlendirme

Medyanın eğitim işlevinin iki yönü vardır. İlk olarak, bu araçlar insanların haber, bilgi ve becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Doğrudan raporlamanın eğitime katkısı burada görülebilir. İkincisi, medyanın doğrudan teknoloji ve eğitimin yayılmasıyla bireyleri ve toplumu eğitime işlevini üstlenmesidir. Eğitim görevi, 18. ve 19. yüzyıllarda gazeteler için önemli bir işlev olarak ortaya çıktı ve 20. yüzyılda radyo ve televizyonun tanıtılması ve eğitimin toplumdaki genel yansması ile genelleştirilmektedir (Güz, 2005:14).

1.2.6. Toplumsallaştırma

Medyanın insanları olumlu ya da olumsuz ve farklı yoğunluklarda etkileyip etkilemediği sorusu birçok bilim adamı tarafından incelenmiştir. Kuşkusuz, bu olumlu etkilerin en önemlisi, bireyin sosyalleşmeye katkısıdır. Bazı temel değer yargılarının insanlara aktarılmasına “sosyalleşme” denir. Medya, bireyi içinde yaşadıkları topluma entegre ederek, insan kalabalığını topluma dönüştüren süreçte önemli bir işleve sahiptir. Başka bir deyişle, medya; Sosyal, politik, ekonomik ve kültürel sistemin sürekliliği için bir sosyalleşme işlevi görmektedir. (Güz, 2005: 15).

Medya bireylerin ufuklarını genişleterek evrensel anlamda düşünmeyi ve eğitmeyi sağladığı gibi birey ve toplum bilincini de oluşturmakta, böylelikle modern topluma geçişi de kolaylaştırmaktadır (Alav, 2001:111). Kişiler toplumdaki diğer bireylerin değer yargılarına ve davranışlarına göre hareket etmek suretiyle onların anlayışını kazanır ve toplumla özdeşleşmektedir. Bireyle toplum arasındaki bu ilişkilerde ve bireyle diğer bireyler arasındaki etkileşimde medya aracı rolü oynamaktadır. Toplumda beliren görüş ve düşünceleri yine

toplum bireylerine aktarırken, oluşan tepkileri de yine toplumun fertlerine yansıtmaktadır.

1.2.7. Bütünleştirme

Medyanın belirli sosyal olaylarda veya ulusal bir pozisyon gerektiren sorular gündemde olduğunda birleştirici ve bütünleyici bir işlevi vardır. Bu şekilde, belirli toplumsal konularda ortaya çıkan çatışmaların ve çatışmaların unutulmasına da katkıda bulunur. Farklı etnik kökenlerin, farklı inançların ve siyasi düşüncelerin aynı ülkede birleşmesine bile izin verebilir. Bunun yanı sıra ülke, devlet ve millet şuurunu kazandıran, sevdiren, millî değerleri koruyan ve sahip çıkan yayın ve yayım anlayışı sonucunda kitle iletişim araçları bütünleştirici bir fonksiyona sahiptir (Alav, 2001: 114).

1.3. Türkiye’de Yerel Medyanın Tarihi Gelişimi

1.3.1. Türkiye’de Yerel Medyanın Dönemsel Tarihi Gelişimi

Değişen dünyada Türkiye’nin de yerel medyadan etkilenmemesi mümkün değildir. Yerel medya içinde bulunduğu toplum için bir gereksinimdir. Türkiye’de yerel medyanın gelişimini incelerken belirli dönemler altında ele almak gerekmektedir. Zira her dönemin kendine has bazı özellikler taşıması ve her dönemin kendine has özelliklerinin medyaya da bir şekilde yansması muhtemeldir. Öncelikle Türkiye’de gerçek manada bir medya tarihi sınıflaması yapılması gerektiğinde bugünkü anlamda ilk medya organının yayına Osmanlı döneminde başladığı dikkat çekmektedir. Dolayısıyla Türkiye’deki yerel medyanın tarihinde başlangıç olarak Osmanlı döneminde basın ve yerel basın kavramları ile tarihsel sürece başlamak yerinde olacaktır. Sonrasında Osmanlı’nın girdiği Birinci Dünya Savaşı’ndan yenilgiyle çıkmış ve 1918 Mondros

Mütarekesinin imzalamasıyla birlikte Anadolu toprakları işgal edilmeye başlanmıştır. Osmanlı'nın bu işgale sessiz kalması, Anadolu'da direniş hareketlerinin başlaması ise yerel medya tarihi açısından ele alınması gereken diğer bir önemli dönemdir. 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti devletinin kurulmasıyla yeni bir dönem başlamış ve bu sürecin de kendine has özellikler taşıması nedeniyle bu dönemin de yerel medyadaki gelişim açısından ayrı ele alınması gerektiği açıktır.

1.3.2. Osmanlı Dönemi Yerel Medya

Osmanlı çok uluslu bir devlet yapısına sahip olduğu için her ulustan bir yenilik almıştır. Çeşitli kaynaklarda belirtildiğine göre, Museviler, 1491 yılında İspanya'dan uzaklaştırıldıktan sonra Türkiye'ye gelirken getirdikleri basımevini, 1493 yılında İstanbul'da kurmuşlardır. Bazı kaynaklarda da, İstanbul'da ilk kitabın, 1488 yılında basılmış “Leçons des Enfants” adlı İbranice bir sözlük olduğu bildirilmektedir (Girgin, 2001:2). 1494-1729 yılları arasında, azınlıklar ve yabancı misyonluklarca Osmanlı topraklarında kurulan basımevleri sayısının 37'yi bulduğu sanılmaktadır. Ancak bu dönemde, hiçbir basımevinde Türkçe baskı yapılmamıştır (Girgin, 2001:2).

Türkiye'de basının ortaya çıkması 18. asırda matbaanın İbrahim Müteferrika tarafından Osmanlı'da kullanılması ve 1831'de ilk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekayi ile olmuştur. . Bu tarihten sonra basın camiasında farklı gazeteler çıkmış ve 7 Kasım 1864 tarihinde 19. asrın sonlarına doğru da ilk yerel gazeteler olarak nitelenen vilayet gazeteleri kurulmuştur. İbrahim Müteferrika İstanbul'da Türkçe eserler basımı için bir matbaa kurulmasıyla ilgili düşüncelerini “Vesile-t üt-Tıbbâ” adlı risalede toplamış ve bu risaleyi, 1726'da Sait Efendi kanalıyla Sadrazam Nevşehirli Damat İbrahim Paşa'ya sunmuştur. Bu risalede basılmış eserin önemi, lüzumu, basımın yararları etraflıca anlatılıyor, basım sanat ve tekniği on maddede

özetlenerek, Tefsir, Hâdis, Fıkıh ve Kelâm gibi İslâm diniyle ilgili konular dışında kalan sözlük, tarih, tıp, astronomi ve diğer bilimlerle ilgili kitapların Osmanlı ülkesinde basılması için izin isteniyordu. Padişah III. Ahmet de din kitapları basılmamak kaydıyla izin verdiğini belirten bir ferman çıkartmıştır (İnuğur, 2005:154).

Devlet kamuoyunu biçimlendirmek için Avrupaî yöntemlere başvurmuştur. Klasik devirdeki gibi şehirlerin meydanlarında okunan fermanlar, yasak nameler veya camilerde verilen vaazlar, halkı devlet adına etkileyecek propagandayı yapmakla görevli duâgular, Şeyhler, Seyyidler yerine gazete kullanılmaya başlanmıştır. 1831 sonbaharından itibaren Osmanlı'nın ilk gazetesi olan Takvim-i Vekayi yayına başlamış, Türkçe, Fransızca ve zaman zaman da Ermenice, Rumca, Arapça nüshaları çıkmıştır. Takvim-i Vekayi yalnızca resmi tebliğ, berat veya fermanları yayınlayan veya protokol haberleri veren bir gazete değildi. Her tarafa yapılan bina, yol ve köprülerin meth-ü senasından tutun da kaldırılan yeniçeri ocağı aleyhindeki kampanyayı besleyen uyduruk hikâyeler, Avrupa sanat ve kültür olaylarından haberler de siyasi haberlerin yanı başında yer almıştır. Takvim-i Vekayi ile Türkçe gazetecilik başlamış ve devlet bir basın organı aracılığıyla tebaasıyla ilişki kurmuştur (Ortaylı, 2010:54).

Osmanlı Devleti 19. asırda bir dış politika gereği olarak yabancı ülkelerdeki kamuoyunu belirli bir yönde bilgilendirme ihtiyacı duymuştur. Takvim-i Vekayi, Fransızca baskısının da çıkmasına rağmen, Avrupa kamuoyu üzerinde etkin bir kaynak değildi. Bu nedenle Osmanlı ülkesindeki haberlerin başka ülkelere ulaşması için Babıâli yabancı gazete ve gazeteci satın almak yoluna gitmiştir. Sonraki dönemde II. Abdülhamid de Avrupa basınına satın alma yolunu denemiş fakat kısmi başarısının yanında daha çok Avrupa başkentlerindeki şarlatanları zengin eden bir yöntem olmuştur. Tanzimat bürokratlarının

gazete satın alma yönteminin tipik örneği 1846 Nisan ayında Frankfurt gazetesine ödenen dolgun abone bedelidir (Ortaylı, 2010: 224-225).

7 Kasım 1864 yılında Tanzimat sonrası Osmanlı Devleti yerel yönetimlerle ilgili yaptığı bir düzenleme çerçevesinde “Eyalet Sistemi”ni kaldırarak yerine Vilayet Sistemi’ni getirmiş ve her ilde bir matbaa kurulmasını sağlamış, burada, takvim, yıllık, dini, edebi ve bilimsel eserlerin yanı sıra vilayet gazeteleri de çıkarılmıştır (Bodur, 1997:42).

Yerel yönetimlerle ilgili yapılan bu düzenlemenin getirdiği en önemli yenilik basın alanında olur. Buna göre her vilayet merkezinde bir resmi basımevi kurulacak, burada evrak dışında Takvim-i Vekayi benzeri bir gazete çıkarılacaktır. Bunun ilk örneği reformcu bir bürokrat olan Mithat Paşa’nın vali olduğu Tuna vilayetinde gerçekleştirilir. Tuna Vilayeti’nin başına getirilen Mithat Paşa’nın ilk işlerinden birisi vilayette bir matbaa ve gazete kurmak olmuştur. Tuna gazetesinin ilk sayısı 3 Mart 1865 (16 şevval 1281) tarihlidir. Tuna gazetesi, taşra da çıkartılan ilk resmi gazete olur (Kocabaşoğlu, 1984).

1.3.3. Cumhuriyet Dönemi Yerel Medya

Osmanlı İmparatorluğu Ekim 1918’de Mondros Mütarekesi’ni imzaladığında, topraklarının çoğu İtilaf Devletleri tarafından işgal edilmeye başlanmıştır. Osmanlı hükümeti işgal karşısında sessiz kalırken direniş hareketlerini önlemeye çalışırken Anadolu’da ciddi direniş hareketleri başlamış ve Mustafa Kemal Ankara hükümetini kurarak bir bağımsızlık savaşı planlamakta idi. Tüm bu gelişmelere paralel olarak İstanbul basını ve Anadolu basını olmak üzere iki merkezde kutuplaşmıştır. İstanbul basınında çeşitli gruplar bu bölünmeyi yansıtıyor. İstanbul’da yayınlanan bazı gazeteler, Mustafa Kemal Paşa’nın Anadolu’da önderlik ettiği bağımsızlık savaşını

destekliyor, ancak hükümet kararnamesi tarafından belirlenen işgal güçleri tarafından oluşturulan sansür nedeniyle bilinçli olarak yayınlamadılar (İnuğur, 2005: 337).

Böylesine karışık bir toplumsal ve siyasal ortamda, Anadolu halkının ulusal bağımsızlık mücadelesine çekilebilmesi amacıyla, kamuoyunu bir fikir doğrultusunda şekillendirmeye yönelik propaganda faaliyetine girişilmesi Kurtuluş Savaşı'nın başarıya ulaşması ve yeterli halk desteğinin sağlanması açısından gerekiyordu. İşte bu yüzden Mustafa Kemal Paşa; Erzurum ve Sivas kongrelerinin yapıldığı tarihlerde ülke içinde cereyan eden olayları, ulusal bağımsızlık hareketini başlatanlara halkın duyduğu destek ve güveni, yurtiçi ve yurtdışındaki kamuoyuna süratle iletme amacıyla İrade-i Milliye ve ardından Hakimiyet-i Milliye gazetelerinin yayınlanmasını sağlamıştır (Gündüz, 2007:91). Milli Mücadele döneminde Anadolu'da gazeteler, baskı makinelerinin at ve öküz arabalarıyla şehirden şehre taşınma zorlukları ve mürettep, matbaacı, mürekkep ve kâğıt yoklukları içerisinde yayınlarını sürdürmeye çalışmıştır (Topuz, 1973: 118).

Milli Mücadele döneminde işgal kuvvetlerine karşı direnen ve büyük oranda birlik içinde bulunan İstanbul basın ve yerel basın, Cumhuriyet'in ilanından sonra farklı yönelimlere girmiştir. Yeni rejimin yerleştirilmesi çabaları, ilkin henüz kaldırılmamış olan hilafeti destekleyen gazetelere, ardından da tek parti yönetimine muhalif tüm gazetelere yönelik sert tedbirlerin uygulanması sonucunu doğurmuştur (Şeker, 2007:41).

Milli mücadele sonrası saltanatı kaldıran Mustafa Kemal Paşa inkılâplarına devam edeceği için İstanbul ile Ankara arasında bir sürtüşme doğmaması için bir adım atmıştır. Annesinin vefat ettiği haberini aldığı bir zamanda İstanbul basınının önemli isimleri ile 16 Ocak 1923'te İzmit'te yapacağı

basın toplantısını iptal etmeyişi bunun bir göstergesi olmuştur. 26 Mart 1923'te ise İzmir Basın Toplantısı'nı yaparak İstanbul basınının temsilcileri ile yeni rejimin devam eden siyasal savaşıyla uyumlu hareketler içerisinde olmalarını istemiştir (Girgin,1997: 30). Lozan Barış Antlaşması'ndan sonra işgal güçleri İstanbul'dan ayrılırken TBMM Hükümeti aldığı bir kararla 7 Ekim 1923'te işgal boyunca İstanbul'da var olan sıkıyönetim ve sansürü kaldırmıştır (Türker, 2000: 7).

Cumhuriyetin ilan edildiği, hilafetin kaldırıldığı aşamada, halifelğe ilgilerini açıkça ortaya koyan ve Emir Ali ile Ağa Han'dan gelen mektupları yayımlayan İstanbul gazeteleri bir gerginliğe imzalarını atmıştır. Bu mektupları yayımlayan İstanbul gazeteleri hakkında İstiklal Mahkemesi'nde 1923 yılında dava açılmıştır (Girgin, 2001: 114). Bu dava, Cumhuriyet döneminin ilk basın davası olması açısından önemlidir.

9 Mart 1954 yılında 6334 sayılı 'Nehir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun' kabul edilmiştir. 1956 yılında adı 'Nehir Yoluyla veya Radyo ile Yahut Toplantılarda İşlenen Bazı Cürümler Hakkında Kanun' olarak değiştirilen 6732 sayılı Kanun ve yine aynı yıl Basın Kanunu'nu değiştirmek amacıyla çıkartılan 6733 sayılı Kanun'la basın ve iletişim özgürlüğüne önemli kısıtlamalar getirilmiştir (Sezen, 1994:243).

Demokrat Parti döneminde ulusal basın için olumlu sayılabilecek bir gelişme daha yaşanmıştır. Basınının daha çok okura ve daha hızlı ulaşmasını sağlayacak altyapı çalışmaları bu dönemde yapılmıştır. 1950- 1960 yılları arasında uygulanan ulaşım politikası, hükümetin yaptığı ve ıslah ettiği karayolları ulusal basının, Anadolu'ya günü gününe dağıtım yapmasına imkân tanımış; ancak bu durum yerel basın açısından bazı sıkıntıları da beraberinde getirmiştir.

1.3.4. Cumhuriyetten Günümüze Yerel Medya

Türk Silahlı Kuvvetleri, 27 Mayıs 1960 günü yaptığı askeri müdahale ile yönetimi ele almıştır. Askeri yönetimin kurduğu Milli Birlik Hükümeti, 6334sayılı ‘Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun’ ile 6732 sayılı kanunu 94 sayılı kanun ile yürürlükten kaldırmıştır. Antidemokratik uygulamalara neden olan Basın Kanunu’nun birçok maddesi 143 sayılı kanun ile 29 Kasım 1960 tarihinde yürürlükten kaldırılmıştır (Topuz, 2003: 228).

Basın özgürlüğünü güvence altına almak amacıyla 1961 Anayasası’na gazetelerin sansür edilemeyeceği, toplatılamayacağı, kapatılamayacağı, gazete çıkarmak için izin alınmayacağı, matbaalara ve basın araçlarına el konulamayacağı gibi önemli hükümler konmuştur. Bütün bu olumlu düzenlemelerin yanında Milli Birlik Hükümeti, özellikle 27 Mayıs darbesine ilişkin haberleri kısıtlamak amacıyla Tedbirler Kanunu adıyla bir yasal düzenlemeye de gitmiştir (İnuğur, 2005:128).

Türkiye’de 1970-1980 döneminde ulusal basın açısından önemli gelişmeler olmuş, ofset tekniği kullanılmaya başlanmış ve teknik açıdan gazetelerin baskı kalitesi yükselmiştir. Ama ekonomik açıdan sıkıntı yaşayan tipo baskılı yerel basın zayıf sermaye yapısı başta olmak üzere bu teknolojiye ayak uyduramamış ve rekabette zorlanmıştır. Ulusal basın yenilediği teknoloji ile kaliteli bir gazete ortaya koymuş, bunu hızla Anadolu’ya taşımıştır. Fakat tipo baskılı yerel gazeteler bu durumdan olumsuz etkilenmiş ve sıkıntılı bir süreçte sürüklenmiştir.

Ancak 1970 sonrası yerel gazete sayısında resmi ilan dağıtımının etkisiyle önemli artışlar olduğu da bilinmektedir (Şeker, 2007: 52). Ne var ki artan ekonomik ve sosyal bunalımları öne süren ordu 12 Mart 1971’de sivil yönetime muhtıra vermiş,

ülkenin pek çok yerinde sıkıyönetim ilan edilmiş, gazeteciler tutuklanmış, gözaltına alınmış, bazı gazeteciler faili meçhul cinayetlere kurban gitmiştir.

Aslında Türkiye’de televizyon kurma girişimleri Yengin’in de belirttiği gibi 1950’lere dayanmaktadır. Türkiye’de ilk televizyon yayın çalışmaları, İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine uygulamalı eğitim vermek amacıyla başlamıştır (Yengin, 1994: 67). İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur, yabancı ülkelerden teknik cihazlar almak üzere çeşitli Şirketlerle irtibata geçmiş ve ilk olarak Hollanda’daki Philips Şirketi ile bir anlaşmaya varılmıştır. Yaklaşık 65 bin lira değerindeki televizyon cihazları 1951 yılındaki bir ihale sonucu alınmıştır. Bir kamera, bir telesine ile ses ve görüntü için ayrı olmak üzere iki vericiden oluşan söz konusu cihazlar, Şubat 1952 tarihinde İstanbul’a gelmiştir (Öngören, 1982: 267-268).

İstanbul Teknik Üniversitesi’nde yapılan bu çalışmalar bir yerde TRT kurumunun altyapı çalışmaları sayılabilir. Teknik olarak zaman içinde gelişen ve olgunlaşan TRT’nin kurulduğu 1964-1971 dönemindeki program yapısına bakıldığında 359 sayılı TRT yasasının 5. maddesi genel çerçeveyi şöyle çizmiştir:

Yerel televizyonların toplum hayatı için ne kadar önemli olduğu bilinen bir gerçektir. Yapıları gereği ulusal televizyonlar, gerek devlet televizyonu gerekse de özel televizyonlar geniş yığınlara yöneliktir. Oysa yerel televizyonlar belirli bir topluluğa, bir bölgede veya kentte yaşayan izleyicilere ve gruplara seslenmektedir. Ulusal televizyonlar ya devlet tekelinde ya da özel sektör girişimcileri ile yayın faaliyetlerini sürdürürlerken, yerel televizyonlarda durum biraz daha farklıdır. Yerel televizyonlar derneklerin, yerel bölge topluluklarının, sendikaların, belediyelerin, vakıfların, mesleki örgütlerin,

üniversitelerin ve çeşitli toplumsal kuruluşların girişimleriyle faaliyetlerini sürdürmektedirler. Günümüzde artık siyasal partiler ulaşmak istedikleri bölgelerde kendilerini yerel halka daha iyi tanıtabilmek, çalışmalarını duyurabilmek amacıyla yerel televizyonlardan faydalanmakta, hatta kitle iletişim araçları arasında en etkili araç gördükleri televizyonun gücünden maksimum ölçüde yararlanabilmek için yerel televizyon kanalları kurmaktadır (Kandemir, 2002: 712).

Yerelin de küresel olanı yakalayabilmesi ve dünyadaki olup bitenlerden haberdar olarak onunla paralel bir gelişim gösterebilmesi için küresel boyuttaki yapılanmalara ihtiyacı olduğu açıktır. Karşılıklı etkileşimin bu kadar belirgin olduğu “küresel köyde” medya, özellikle yerel medya önem kazanmıştır.

Türkiye’de yerel televizyonculuğun başlaması ancak ulusal düzeydeki özel televizyonların kurulmasıyla mümkün olmuştur. 1990 yılında dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal, yurt dışından Türkiye’ye yapılacak Türkçe yayınların yasal açıdan sıkıntı oluşturmayacağını açıklaması özel, dolayısıyla yerel televizyonculuğun da önünü açmıştır. Bazı sermaye sahipleri bunun üzerine yabancı ülkelerden kanal kiralamak suretiyle Türkiye’ye yayın yapmak için girişimlerde bulunmuştur.

Türkiye’nin ilk yerel televizyonu İstanbul Büyükşehir Belediyesinin iktisadi teşekkülü olarak BRT adıyla kurulmuştur. Kanalın, yaklaşık iki yıl süren yayın hayatında Mimar Sinan Üniversitesi Sinema Televizyon Merkezi’nin imkânlarından yararlanılmıştır. BRT’nin Genel Müdürü Yılmaz Dağ deviren BRT’yi belediye hizmetlerinin daha iyi yapılması, vatandaşa daha iyi hizmet götürülmesi ve vatandaşa kent bilincinin aşılması için en önemli iletişim aracı olarak değerlendirmiştir (Utkan, 2007).

Yerel televizyonlar bireylerle yerel halk arasında kamuoyu oluşturma gücü yüksek olan en etkili kitle iletişim aracı

konumundadır. Yerel halkın düşüncelerinin ifade edilmesinde, onların sorunlarına çare bulunmasında yerel televizyonlara daha fazla görev düşmektedir. Yerel televizyonlar yerel yapının tüm katmanlarında gerek ekonomik, gerek siyasi ve gerekse de kültürel olmak üzere, bir ülke içinde çok sesliliğin ve demokrasinin vazgeçilemez kilometre taşlarını oluşturmaktadırlar (Kandemir, 2004: 152).

Belediyelerin çalışmalarını vatandaşlara duyurmak, belediye sakinleri arasında iletişim kurmak, vatandaşlara temizlik gibi konularda yapılacak kampanyalarla destek sağlamak amacıyla, belediyeler tarafından kurulan yerel radyoların işlemleri arasındadır. Çeşitli akademik birimlerden gelen radyo yayınları da bu alandaki yayınları zenginleştirmiştir. Özel radyoların yayına başladığı yıllarda, özellikle iletişim fakültelerinin telsizleri, bu fakültelerde programlarını okuyan öğrencileri yayıncılık konusunda eğitmek için çalışmıştır (Utkan, 2007). Bu alanda hissedilen nitelikli insan gücüne duyulan ihtiyacın, bu fakültelerde eğitim görmüş gençler tarafından karşılandığı anlaşılmaktadır.

1990 yılında Türkiye, hemen hemen tüm il ve ilçelerde kurulan yerel radyo ve radyo istasyonlarının sayısında, televizyona göre 1993 yılına kadar hızla artmıştır. Ancak, bu kontrolsüz radyo istasyonları hızla bir sorun haline geldi ve hükümet bu radyo istasyonları için yasal işlem başlatmıştır (Çankaya, 1997: 80-83).

Türkiye’de, özellikle 1990’larda radyo ve televizyon sıkıntısı çekildikten sonra, 13 Nisan 1994 tarihli kanun RTÜK’ün kurulmasına yol açtı. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonun oluşturulması ve dağıtımı ile ilgili yönetmelikler uyarınca denetim ve teftişleri yürütmeye devam eden Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) , ayrıca gerçekleşti. Bu kanun 20 Nisan

1994'te yürürlüğe girdi, Türkiye'deki özel radyo ve televizyon yayınları yasal olarak örgütlenebildi (Özgen, 2008: 105).

1.4. Türkiye'de Yerel Televizyonculuğun Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de yerel televizyon yayıncılığının gelişim aşamasını aktarırken Türk televizyon tarihine bakmak önemlidir. Bu sebeple yerel televizyon yayıncılığının Türkiye'de nasıl bir süreçten geçerek bugünkü konumuna geldiğini anlatmak amacıyla, bu başlık altında kısa bir Şekilde Türk televizyon yayıncılığının tarihine de değinilecektir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının öncüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) bünyesinde bulunan Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine yönelik başlatılan eğitimler olmuştur. Burada ilk başlarda düzenli bir yayına geçileceği düşüncesi olmadan, yalnızca sistemin kurulması amaçlanmıştır. Ancak İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı Başkanı Mustafa Santur'un yaptığı girişimler sonucunda yurt dışından televizyon yayını için gerekli malzemeler getirtililerek 9 Temmuz 1952 yılında ilk yayın gerçekleştirilmiştir. Bu yayınlar belirli gün ve saatlerde yapılmıştır (Yengin, 1994: 67-68)

Dünya'da düzenli televizyon yayıncılığı 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gelişim sürecine girmiştir. Türkiye'de ise sürekli yayınlar yaklaşık yirmi beş yıl sonra TRT yayınlarıyla başlamıştır. TRT'de ilk televizyon yayını, Türk ve Alman hükümetlerinin karşılıklı anlaşmaları sonucu ortaya çıkan teknik desteğin ardından 30 Ocak 1968 yılında Ankara'da yapılmıştır. İlk başta çok sınırlı bir izleyici kitlesine sahip olan yayınlar daha sonra İstanbul'da da yürütülmüştür. Yayın hayatının ilk 4 yılı haftada üç gün, akşamları dört saat süren yayınlar en önemli gelişimini 3. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan televizyon yaptırımlarından sonra yaşamıştır (Aziz, 2013:125). Bu süreçte

PTT'nin radyo bağlantılı hatlarının tamamlanmasından sonra Ankara'dan büyük illere yayınlar yapabilme olanağı sunulmuştur. İlk paket yayınlar da bu dönemde yapılmıştır. Küçük ölçekli olsa da televizyonun yayınları Ankara dışında bağlantılı istasyonlar aracılığıyla farklı bölgelere ulaşmaya başlamıştır (Aziz, 1975:87).

Türkiye'de televizyon yayıncılığı yurtdışındaki örneklerine göre geç başlasa da sağlanan destekler önem verilen bir alan olduğunu göstermektedir. 1972 yılından itibaren Türkiye'de hızla gelişimini sürdüren televizyon yayınları, 1974 yılına gelindiğinde ülke yüzölçümünün yaklaşık yüzde 30'una kadar ulaşmıştır. Bu yıllarda daha önce paket yayın yapan bazı televizyon istasyonları alt yapının gelişmesinin sonucu olarak haftada 5 gün olan yayınlarını 7 güne çıkarmıştır. 1977 yılına gelindiğinde ise Türkiye'de nüfusun yüzde 85'i televizyon yayınlarına takip edebilir konuma gelmiştir (Yengin, 1994: 7--85). 1980'li yıllar Türk televizyonculuk tarihi açısından önemli gelişmelerle başlamıştır. 1982 yılında Türkiye'deki ilk renkli televizyon yayınları ile ilgili denemeler yapılmıştır. 1984 yılına gelindiğinde ise TRT tamamen renkli yayınlara geçmiştir. Bu dönemde ilk renkli televizyon yayınlarının kapsama alanı ülkenin yüzde 10'u, nüfusun ise yüzde 20'sine ulaşmıştır (Aziz: 2013: 212)

TRT yayın hayatına başladığı günden itibaren yaklaşık 18 yıl boyunca tek kanallı yayın yapmıştır. 1985 yılına gelindiğinde 5.Beş Yıllık Kalkınma Planının sonucu olarak ikinci televizyon kanalının yayını başlatmıştır. TRT daha sonraki yıllarda da kanal sayısını arttırmaya devam etmiş ve 1990' geldiğinde 5 kanal yayınına ulaşmıştır (Aziz, 2013:205). TRT yayına başladığı 31 Ocak 1968'den 22 yıl sonra, 1990'da Star 1 kanalı Türkiye'de ilk özel televizyon yayını başlatmıştır. O dönemde anayasa televizyon yayınlarını devlet eliyle yapılmasına izin verdiği için Star 1 televizyonu yayınlarını yurtdışından

yapmıştır. Bu süreçte daha sonra Telefon, Show TV, Cine 5 ve Kanal D gibi özel televizyonlar yayın hayatına girmiştir (Dursun ve Alemdar, 1999:126). Özel televizyon yayınlarının başlaması Türk televizyon tarihi açısından en önemli olaylardan biri olduğunu söylemek mümkündür. Bu yayınların başlaması aynı zamanda yerel yayıncılığın başlamasının da önünü açmıştır. Türkiye’de özel kanalların yayına başlamasını takip eden zaman diliminde, özellikle de 1991-1993 yılları arasında ulusal yayın yapan özel televizyonların yanı sıra çok sayıda yerel ve bölgesel kanallar yayın hayatına başlamıştır.

Bu yayınlar arasında belediyelerin yayınları da bulunmaktadır. Özellikle İstanbul Büyükşehir Belediyesi yerel televizyonculuk konusunda öncülük yapmıştır. 3 Kasım 1992 yılında İstanbul Belediyesi bünyesinde yayın hayatına başlayan Boğaziçi Radyo Televizyonu (BRT), Haziran 1992’de kurulan Kartal Maltepe Pendik (KMP) Anadolu televizyonu ve şubat 1992 yılında faaliyet göstermeye başlayan Üsküdar TV ilk yerel televizyon kanallarına örnek olarak verilebilecek niteliktedir. Ayrıca Şanlıurfa TV (1992), Dikili Belediyesi tarafından kurulan Dikili TV (1992), İzmir bölgesine yayın yapan Bakır Çay TV ve Karaman’da yayın yapan Yunus Emre TV ilk örnekler arasında gösterilebilir (Yengin, 1994:152-157). Televizyon yayıncılığının hızlı gelişimi ile birlikte 16 Mayıs 1994’de yeni radyo televizyon yasası hazırlanarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu(RTÜK)kurulmuştur. Bu tarih itibariyle ülke genelinde 1425 radyo ve 400 televizyon aktif konumdadır. 90’lı yılların ortalarından itibaren yerel yayıncılık isteği artmış, 1995 yılına gelindiğinde RTÜK’e yerel televizyon yayını yapmak için toplam 62 ilde 244 başvuru yapılmıştır. Bu başvuruların 14’ü Ankara’da, 11’i Adana’da, 11’i Antalya’da, 11’i İstanbul’da diğerleri ise farklı illerden gerçekleşmiştir. Yerel yayın lisansının yanı sıra bu aşamada 10 ilde toplam 15 bölgesel televizyon lisansı istenmiştir (Dursun ve Alemdar, 1999:130).

Yerel yayıncılık lisansı talebinin ulusal yayınlara göre çok daha fazla olması dikkat çekmektedir. Yerel yönetimlerin öncü olduğu yerel televizyonculuk faaliyetlerinin bu dönemde büyük bir gelişme gösterdiği açıktır. Günümüzde de bu yerel yayıncılık alanındaki yoğunluk devam etmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2015 yılı verilerine göre faal durumdaki radyo ve televizyon kurumu sayısı 1268'e ulaşmıştır. Bu yayın kurumlarının yüzde 73.7'si karasal yayın yapan, %26,3'ü ise sadece uydu, kablolu veya internet üzerinden yayın yapan kurumlardır. Karasal yayın yapanların yüzde 78.3'ü radyo yayıncılığı yaparken, 11.9'u televizyon yüzde 9.9'u da radyo ve televizyon yayını yapmaktadır. Ayrıca karasal yayın yapan kurumların yüzde 80.6'sı gibi büyük bir kısmını yerel yayınlar oluşturmaktadır (www.tuik.gov.tr). Genel olarak Türkiye'deki televizyonculuk faaliyetlerine bakılacak olursa özellikle 1990'lı yıllardan başlayarak önemli ölçüde gelişme gösterdiğini söylemek mümkündür. Yerel yayıncılık alanına bakılacak olursa da nicelik bakımından Türkiye'de yerel televizyon yayıncılığının önemsendiğini görülmektedir. Ancak yerel yayıncılık faaliyetlerinde sayısal anlamda gelişmişlik gözlemlense de yayınların niteliği konusunda tartışmalar devam etmektedir.

1.5. Türkiye'de Yerel Radyo Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi

Yaklaşık yüz yıllık bir geçmişe sahip olan radyo, 20. yüzyılda televizyon yayıncılığı başlayana kadar etkili olan kitle iletişim aracıdır. Türkiye'de radyo yayıncılığın gelişimi dünyadaki örneklerine göre farklılık gösterse de hemen hemen aynı hızda yayılan bir teknoloji olmuştur. Kısa sürede yayılan ve bir döneme damga vuran radyo yayıncılığı günümüzde de oldukça yoğun bir şekilde devam etmektedir. Aynı zamanda ülkemizdeki yerel radyo yayıncılığı da nicelik bakımından üst

seviyededir. Bu bakımdan incelenmesi gereken önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kısımda Türkiye’de yerel radyo yayıncılığın özlüce serüveni açıklanmaya çalışılacaktır. Radyo yayıncılığı 1920’ yıllarda başlangıçta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa ülkeleri olmak üzere dünyadaki çeşitli ülkelerde başlamış, daha sonra hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmıştır (Atılğan, 2001:11).

Türkiye’de de ilk radyo yayınları 1925 yılındaki alınan bir kararla 1927 yılında, önce Ankara’da sonra İstanbul’da başlamıştır. Radyo yayınlarının dünyadaki ilk örneklerinin 1920’de başladığı düşünülürse, 6-7 yıl gibi kısa bir sürede ülkemizde de yer almaya başlamasını o zamanki koşullar altında ileri bir adım olarak görmek mümkündür (Aziz, 2013:195).

Ülkemizde radyo yayıncılığı faaliyetlerinin diğer kitle iletişim araçlarına göre daha hızlı bir şekilde yerleşmesi, bu alana verilen önemi açıkça göstermektedir. Türkiye’deki ilk radyo yayınlarının hukuki yapısı ve yönetim şekli incelendiğinde bugünkü tanımıyla “özel girişimci” sistem olarak adlandırabileceğimiz bir yapı ile başladığını söyleyebiliriz. Ancak yine de bu çalışmayı bugünkü uygulamalarda olduğu gibi tümü ile özel girişim olarak nitelemek zordur. İlk radyo yayının yapılmasını sağlayan bu şirket hükümet güdümünde yarı devlet/ hükümet destekli olarak kurulmuştur. 1927 yılında başlayan radyo yayınlarını on yıl boyunca hükümet destekli kurulan Telsiz Telefon Türk Anonim şirketi (TTTAŞ) yürütmüştür (Aziz, 2013:196).

Ülkemizde ilk radyo yayıncılığının üzerinden yaklaşık 10 yıl gibi bir süre geçtikten sonra devlet radyoculuğu başlamıştır. Devlet radyoculuğunun başladığı yıl ile ilgili çeşitli kaynaklarda farklı bilgiler bulunmaktadır. Bu dönemde radyoların yönetimi PTT aracılığıyla yürütülmektedir. Bu sürecin ilk yıllarında Ankara Radyosu yayıncılığı ön plana çıkmıştır. Bu aşamada

da teknik anlamda vericiler ve stüdyolarda çok önemli ilerlemeler olmamıştır. Ancak bu duruma karşın alıcı sayında 2-3 yıl içerisinde büyük bir artış meydana gelmiştir (Çankaya, 2015:25).

Radyonun toplumsal rolü ve propaganda gücü üzerindeki etkisi fark edilmesiyle yaklaşık beş yıl boyunca PTT kontrolünde olan radyo yayınları, 31 Mayıs 1940'da çıkarılan bir yasa ile başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü'ne devredilmiştir. Bu tarihten sonra İngilizce, Fransızca, Urduca, Sırpça, Bulgarca, Arapça ve Farsça olmak üzere yeni yayınlar yapılmıştır. 1950 yılında Kore ve Amerika'ya ilk dış yayınlar gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl içerisinde İzmir radyosu da kurulmuştur (Tekinalp, 2003:106-108).

27 Mayıs 1960 ile TRT Yasası'nın çıktığı 1964 yılına kadar olan ara dönem Türk radyo yayıncılığında bir geçiş dönemini oluşturmaktadır. 1961 yılında çıkarılan Anayasaya göre radyo ve televizyon yayınlarına özerk bir yapı çizilmiştir. Ancak bu konu ile ilgili yasanın çıkması geciktiğinden dolayı radyo ve televizyon yayınları belli bir süre özerk bir yapıya kavuşamamıştır. 1964 yılında çıkarılan 359 sayılı yasa ile radyo yayınları TRT'ye devredilmiştir (Tekinalp, 2003:109).

Radyo yayınları TRT'ye devredildikten sonra özerk bir yapıya kavuşmuştur. Ancak radyo ve televizyon yayıncılığındaki özerklik fazla uzun sürmemiş, 12 Mart 1971 yılında Genel Kurmay Başkanlığı ile Silahlı Kuvvetler Komutanlarının verdikleri muhtıradan sonra TRT'nin özerkliği kaldırılmıştır. Bu yılda özerkliğin kaldırılması gibi olumsuz bir durumun karşısında olumlu görülebilecek gelişme ise bölge radyolarının yayınlarının tüm ülkeye ulaşması olmuştur. Ankara, İstanbul, İzmir, Erzurum, Çukurova ve Diyarbakır bölge radyoları ülke geneline ulaşmıştır. Ayrıca 1974 yılına gelindiğinde, TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 yayın postaları adıyla radyo yayınları ayrılmış,

TRT-1 24 saatlik yayına geçmiştir. 1980 yılına gelindiğinde ise askeri darbe gerçekleşmiş ve 2954 Sayılı Yasanın yürürlüğe girmesine kadar olan süreçte, radyo yayın kanalları, içerikleri ve program türleri sürekli bir değişiklik geçirmiştir (Çankaya, 2015: 96-108).

Türkiye’de yerel radyo yayıncılığı 80’li yıllarla birlikte hareketlenmeye başlamıştır. Yerel televizyon yayıncılığında olduğu gibi yerel radyo yayıncılığında da Ankara ve İstanbul belediyeleri öncülük etmişlerdir. Türkiye’nin ilk kamusal özel radyo başvurusu Ankara Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılmış, fakat kurulmasına izin verilmemiştir. Bu girişimin devamında 15 Eylül 1989 tarihinde İstanbul Bakırköy Belediyesi, yasa ve yönetmeliklerin dışına çıkmadan deneme yayınlarına başlayacağını duyurmuştur (Tekinalp, 2003: 114-115).

Yerel radyo yayıncılığı da tıpkı yerel televizyonculukta olduğu gibi tamamen özel girişimin devreye girmesiyle önemli bir gelişme göstermiştir. Özel girişimin devreye girmesiyle yerel radyo sayısında önemi ölçüde artış yaşanmıştır. 1995 yılına gelindiğinde RTÜK’e toplam 72 kentte 766 yerel radyo lisansı başvurusu yapılmıştır. Bu başvuruların 48’i Ankara’da, 43’ü İstanbul’da, 36’sı İzmir’de, 35’i Bursa’da, 34’ü Adana’da, 30’u Antalya’da, 30’u Mersin’de gerçekleşmiştir. Kalan 510 başvuru ise farklı bölgelerden çeşitli illerden gerçekleşmiştir. Yerel radyo lisansının yanı sıra bölgesel radyo lisansı başvurusu konusunda da artış meydana gelmiştir. Aynı yıl 25 ilden toplam 84 lisans talep edilmiştir. Yine bölgesel yayıncılık lisans başvurusunda da İstanbul, Ankara ve İzmir gibi kentler ön plana çıkmıştır (Dursun ve Alemdar, 1999:130-132). Günümüzde de özellikle teknolojik gelişmelerin sonucu olarak radyo yayıncılığı faaliyetleri Türkiye’nin hemen her noktasına ulaşmaktadır. Bir önceki bölüm de belirtildiği gibi Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2015 yılındaki raporuna göre faal durumdaki radyo ve televizyon kurumunun toplam sayısı 1268’dir. Bu yayınların büyük bir

çoğunluğu da yerele hitap etmektedir. Nicel anlamda yerel radyo yayıncılığına bakıldığında Türkiye’de önemsenen bir alan olduğunu söylemek mümkündür.

1.6. Türkiye’de İnternet Yayıncılığının Tarihsel Gelişimi

Son yıllarda internet teknolojisi toplumsal yaşamı en çok etkileyen gelişmelerden biri olmuştur. Hemen her alanda kullanılan internet özellikle iletişim alanında etkili olmuş, değişim ve dönüşümün önünü açmıştır. İnternetle birlikte yayıncılığın daha hızlı ve kolay bir hal aldığını söylenebilir. Geleneksel medya mecralarında da vazgeçilmez bir unsur olan internet, yerel habercilik noktasında da aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bu noktada Türkiye’de yerel internet yayıncılığının gelişimi aktarılmaya çalışılacaktır. Türkiye’de internet teknolojisinin kullanımının geçmişi yaklaşık 25 yıl öncesine dayanmaktadır. Nisan 1993’de Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TUBİTAK) ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nin (ODTÜ) ortak çalışmalarıyla, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) projesi kapsamında Türkiye internete bağlanmıştır (Yüksel, 2014:16).

ODTÜ’de kurulan 64 kbit/san hızındaki bağlantı belli bir süre tek çıkış noktası olmuştur. İlk bağlantının gerçekleştirilmesinden sonraki üç yıl içerisinde ilk sırasıyla Ege Üniversitesi (1994), Bilkent Üniversitesi (1995), Boğaziçi Üniversitesi (1995), İstanbul Teknik Üniversitesi (1996) bağlantıları gerçekleştirilmiştir (Yakın, 2006:19). Türkiye’de internet kısa bir tarihe dayansa da en hızlı yayılan teknolojik gelişmelerden biri olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 1998 yılında 230 bin internet abonesi varken, bu rakam 2017 yılında yaklaşık 68 milyona ulaşmıştır (www.tuik.gov.tr).

İnternet kısa sürede kitle iletişim araçlarının dikkatini çekmiş, gazeteler hızlı bir şekilde internetten de yayına geçmiştir. Türkiye’de gazete ve dergilerin internet yayıncılığı 1995 yılında başlamıştır. Bugün Fetullahçı Terör Örgütü’ne (FETÖ) desteğinden dolayı kapatılan Zaman gazetesi 1995 yılında Türkiye’de internet yayıncılığını başlatan gazete olmuştur (Çelik, 2006:46). Bu girişimin ardından Türkiye (1996), Milliyet (1996), Fanatik (1996), Hürriyet (1997), Sabah (1997), Akşam (1997) ve Cumhuriyet (1998) gazeteleri gibi Türkiye’nin köklü gazeteleri yayınlarını internete taşımaya başlamıştır (Eldeniz ve Sırma, 2010:63). İnternet teknolojisinin yaygınlaşması, toplumsal yaşam içerisindeki birçok işleyişi etkilemiştir. Aynı zamanda gazetecilik mesleğinde de yeni dönüşümlerin başlangıcı olmuştur. Tokgöz (2010: 90), internetle birlikte geleneksel tek yönlü iletişimin yerini etkileşimli bir ortama geçildiğini belirtirken, 1990 yılların başından itibaren internet teknolojisinin gazetecilikte önemli, aynı zamanda da tamamlayıcı bir öge halini aldığını vurgulamaktadır. Özlüce, son otuz yılın bir ürünü olarak karşımıza çıkan internet, artık yaşamın hemen her noktasında yer almaktadır. İnternetin en çok etkisini hissettirdiği alanlardan biri ise iletişim alanıdır. İnternetin bugünkü şartlarda bütün kitle iletişim araçları için vazgeçilmez bir unsur olduğunu söylememek yanlış olmayacaktır. Günümüzde hemen hemen bütün ulusal ve yerel gazete, radyo ve televizyon internet aracılığıyla izler kitleye ulaşmaya çalışmaktadır. Ayrıca internet mecrası tek başına da bir kitle iletişim ortamı olarak medya kuruluşları içerisinde yer almaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL MEDYA’NIN YAPILANMASI VE YEREL MEDYA’NIN SORUNLARI

2.1. Türkiye’de Yerel Medya Yapılanması

Kitle iletişim araçları birer ticari kuruluş olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmeler, genel olarak kar elde etmek için kurulmaktadır. Bu noktada medya işletmelerinin de amaçlarının bir bölümünü kar etmek oluşturmaktadır. Ancak medya kurumlarının doğası gereği kamu hizmeti gibi bir amaçları da bulunmaktadır. Berberoğlu (1988:23), işletmelerin ekonomik mal ve hizmet ortaya koymak veya pazarlamak için çalışmalarında bulunan kuruluş mantığından hareketle, basın işletmelerini “haber ve düşünce üreten iktisadi kuruluş” olarak tanımlamaktadır. Medya kuruluşları, bir yandan ticari bir yapılanma iken diğer yandan da sosyal bir yapısı olan işletmeler olarak tanımlanabilmektedir. Bu bakımdan medya, ticari bir işletme olmanın yanı sıra düşünce üreten ve kamu

hizmeti sağlayan ekonomik kuruluşlardır (Özkan, 1989:7). Medya kurumlarının organizasyonu içerisinde diğer ticari işletmelerde olduğu farklı bölümler bulunmaktadır. Bu noktada yerel medyanın organizasyon yapısı yönetim, yazı işleri ve haber, reklam birimi ve dağıtım başlıkları altında açıklanmaya çalışılacaktır.

2.1.1. Yerel Medya Kuruluşlarında Yönetim

Tüm işletmelerde, işletme fonksiyonlarının yerine getirilmesi, yönetim faaliyetleri içerisinde yer almaktadır. Yönetim, geniş anlamıyla kuruluşun temel hedeflerinin etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla grup içinde işbirliği sağlamaya yönelik çalışmaların tamamını ifade etmektedir. Yönetim bir bakımdan, işbirliği içinde yer alan bir grubu ortak bir amaca yöneltme aşaması olarak görülmektedir (Atılğan, 1999:67). Medya kuruluşlarında yönetim, işletmenin nitelik ve nicelik bakımından büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir. Kurumun yayın politikası, işletme yönetim kadrosunun oluşturulmasında ve bu yönetim yapısının çalışmasında önemli rol oynamaktadır. Medyada genellikle işletmenin sahibi ile yönetim kadrosu farklı olmaktadır (Atılğan, 2014: 154). Ancak bazı işletmelerde yönetim ve kuruluşun sahibi aynı kişilerden oluşabilmektedir. Medya işletmelerinde yönetim faaliyetlerinden sorumlu olanlar genellikle yönetim kurulu başkanı, başkan yardımcısı, genel sekreter ve finansal işlerden sorumlu olan kişilerden oluşmaktadır. Kuruluşların bir bölümünde, yönetim kurulu başkanı işletme sahibi ya da ortaklarından biri olurken, bazı basın işletmelerinde genel yayın müdürü gibi yazı işleri kadrosundan biri bu görevi üstlenebilmektedir. Başkan yardımcılığı görevi de aynı şekilde ortaklardan biri ya da yazı işleri kadrosundan seçilecek biri tarafından yürütülebilmektedir (Öztürk, 2007: 99).

2.1.2. Yerel Medya Kuruluşlarında Yazı İşleri

Yerel medya kuruluşlarında, yazı işleri, düşünce ve yorum üretmekle sorumlu bölüm olarak işlev görmektedir. Bu bölüm, işletmenin reklam dışındaki yazılı bütün çıktılarını hazırlamaktadır. Yazı işleri farklı alt bölümlerden oluşmaktadır. Bunlar, şehir, devlet, ulusal, spor, iş, bilim, eğlence, seyahat vb. konuların bulunduğu bölümlerdir. Yazı işlerindeki en önemli rolü bölüm müdürleri üstlenmektedir. Haber müdürleri bazı işletmelerde aynı zamanda yazı işleri müdürü olarak da düşünülmektedir. Bir kısım basın işletmelerinde ise sorumlu müdür, haber müdürü olarak görülmektedir. Basın işletmelerinde, bölüm müdürleri yazı işleri müdürüne karşı sorumlu iken, yazı işleri müdürü de genel yayın yönetmenine karşı sorumludur. Ayrıca küçük basın kuruluşlarında yazı işleri müdürlüğü ve haber müdürlüğünün genel yayın müdürü tarafından yürütüldüğü görülmektedir (Berberoğlu, 1988: 85-90). Haberler / Yazı işleri faaliyetlerinin temel unsuru olarak muhabirlerin çalışmaları karşımıza çıkmaktadır. Muhabirlerin sorumlulukları farklılık gösterebilmektedir. Küçük basın işletmelerinde muhabirler birden çok alanla ilgilenirken, daha büyük işletmelerde muhabirler uzmanlık alanlarından sorumlu tutulmaktadır (Berberoğlu, 1988: 91).

2.1.3. Yerel Medya Kuruluşlarında Reklam-İlan Birimi

Medya kuruluşlarında ilan- reklam bölümü işletme için gelir üreten merkez konumundadır. Reklam kategorilerinin (perakende, ulusal küçük ilanlar vb.) satışından sorumlu birimdir. Reklam müdürü bu bölümün idaresindeki sorumlu kişidir. Reklam müdürüne bağlı farklı reklam ünitelerinin müdürleri bulunmaktadır. Burada reklam müdürüne büyük bir sorumluluk düşmektedir (Atılğan, 1999: 159). Bazı küçük ya da ilan reklam içeriği yüksek olmayan basın işletmelerinde reklam

faaliyetleri tek ilan ve reklam müdürü tarafından yürütülmektedir. Reklam içeriğine önem veren basın kuruluşlarında ise reklam bölümü çeşitli birimlere ayrılarak idare edilmektedir. Basın işletmelerinde ilan ve reklam işlerinde herhangi bir aksaklık olmadan idare edilmesinde en önemli rollerden biri ilan ve reklam satış sorumlusuna aittir. Bu kişiler, reklamların türlerine göre görevlendirilebildiği gibi yerel, bölgesel ve ulusal boyutta olma özelliklerine göre de yetkilendirilebilmektedir (Girit, 2010: 56).

2.1.4. Yerel Medya Kuruluşlarında Dağıtım

Medya işletmelerini diğer ticari kuruluşlardan ayıran en önemli özellik, ekonomik bir birim olarak hizmet sağlamalarının yanı sıra birçok sosyal amaçlarının da bulunmasıdır. Bu bakımdan gerek ulusal gerekse yerel medya kuruluşlarının temel amacı, topluma bilgi akışını sağlamaktır. Toplumun bilgi edinme ihtiyacını karşılama noktasında medya kuruluşları için hız da önemli bir faktördür. Bu noktada medya işletmelerinin dağıtım ağı ön plana çıkmaktadır. Hem ulusal hem de yerel medyanın görevlerini yerine getirebilmesi için dağıtım faaliyetlerinin etkin bir şekilde işlemesi şarttır (Dündar, 2006:65).

Dağıtım ve satış bakımından geniş bir alana hitap eden basın kuruluşlarında, her biri kendi alanındaki dağıtım işlerini idare eden müdür statüsünde kişiler bulunmaktadır. Bölge Dağıtım- Satış ve Şehir Dağıtım-Satış Müdürüne büyük medya işletmelerinde genellikle dağıtım-satış kadrosu içinde yer almaktadır. Bunların yanı sıra, pazar sayıları ve eklerin dağıtımı ile ilgilenen sorumlu müdürlerden bahsedilebilmektedir (Girit, 2010: 87).Yerel basının dağıtım, abonelik sistemi ve bayiler aracılığıyla yapılmaktadır. Yerel gazetelerin dağıtımını, ulusal ölçekteki şirketler belirli ücretlerle yapmaktadır (Yetişkin, 2013: 74).

2.2. Yerel Medyanın Sorunları

Yerel basın merkez-çevre ilişkisinde çevreyi temsil eden ve çevrede yayın yapan araçlardır. Bu anlamda yerel basın demek, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında halkı bilgilendiren, bilinçlendiren ve kamuoyu oluşturan araçlardır (Sözen 2004:109). Yerel basın ulusal basına malzeme sağlayan, doğrudan halkla iç içe yaşadığı için bölgeye önem veren kuruluşlardır (Vural 1999-145).

Yerel medya çalışmaları, aynı zamanda birçok sorunu barındırmaktadır; bunların başında yerel medya hakkında istatistik olarak net bilgiler bulunmamaktadır, tam sayılar bilinmediği için tahmine dayalı bilgilere başvurulmakta, bu da çalışmalarda güvenilirlik sorunu yaşanmasına neden olmaktadır. Diğer bir sorun ise yerel medyayı sayısal olarak betimlemenin güçlüğü yanında bulunabilen yazılı kaynağın sayısının da az ve yeterli olmamasıdır (Tokgöz 2010:8).

Yerel medyanın sorunları ele alındığından bunların başında teknoloji gelir. Teknolojiyi gazetelerin mizanpajı takip etmektedir. Diğer taraftan gazetelerin kaynak ve haber sorunu bulunmaktadır. Haberler yanı başında olmasına rağmen istenilen şekilde haberlerden yararlanılamamakta ve yazılan haberlere yorumlar yapıp okuyucuya sunulamamaktadır (Sözen 2004:111-112).

Tokgöz (2010:31-33) ise yerel basının ana sorunlarından biri olarak yerel basının İstanbul basınına eklenmiş olmasını gösterir. Yerel basın, İstanbul basının mikro modelidir. Diğer taraftan yerel basının bu şekilde olması ülkenin sosyo-ekonomik ve siyasal süreçleriyle ilintilidir. Yerel medyanın alternatif medya olabilmesi için yerel olarak alternatif söylem oluşturabilmesi, alternatif örgütlenmelerle mümkündür. Ancak bu durum ülkenin şartlarıyla mümkün gözükmemektedir.

Yerel basının bir diğer sorunu ise halk tarafından yeterince ilgi görmemesidir. Okuyucu ulusal basının renkli ve kaliteli baskıya sahip aynı zamanda haber açısından daha yoğun olan bir gazeteyi yerel basına tercih etmektedir (Faraç 1999:27). Bunun birçok nedeni olabilir. Bunların başında küreselleşen bir dünyada yerel olguların ne şekilde yer alacağı basını etkileyen öğelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Birde buna ulusal basının ek olarak yerel sayfalar çıkarması yerel basına olan ilgiyi iyice azaltmaktadır.

Ayhan ve Demirsoy (2005) e göre yerel basının sorunları arasında okur sayısının azlığı ve yetersiz mali koşullar içinde var olma savaşı veren gazetelerin yaşama şanslarını azaltmaktadır. Bir diğer önemli sorun ise, eğitilmiş işgücü sorunudur. Gazetelerin önemli bir bölümünde insana yatırım en son düşünülen bir konudur. Yeterli tiraja sahip olunmamasıyla da bağlantılı olan bu durum yerel basın önünde duran en önemli sorunlardan biridir. Çalışan insandan gazetede yazı yazan kesime kadar her alanda görülen eğitimsiz başla başına bir sorun olarak basının karşısında durmaktadır. Onun için sürekli olarak gazete isimler değişmektedir.

Eğer yerel basını okurlarıyla bütünleşip yüksek tirajlara ulaşamaz ise içerik olarak zayıf, ilin ve bölgenin sorunlarına duyarsız, kamuoyu oluşturmada etkisiz, kamuoyunu bilgilendirme işlevini yerine getirmeyen ve en nihayetinde de kısa ömürlü birer yayın organı olmaktan kurtulamayacaktır. Yerel medyanın sorunlarını, öncelikle yasal sorunlarını daha sonrada Yerel radyoculuğun sorunları, Yerel televizyoncuğun sorunları, Yerel gazeteciliğin sorunları ve internet medyasının sorunları olarak aşağıda inceleyeceğiz.

2.2.1.Yerel medyanın Yasal Sorunları

Yerel medya, yaygın medyanın yaşadığı her sorunu yaşamakla beraber, kendi dinamikleri içinde de sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların bir kısmı da yasal düzenlemelerden kaynaklanmaktadır. Yasal düzenlemeler, yerel medyanın kendine özgü kriterlerini dikkate almamakta, bunun sonucunda da yerel medya yasal düzenlemeler sebebiyle de sıkıntıya düşmektedir. Türkiye’de gazetecilerin ekonomik ve sosyal haklarını düzenleyen üç yasa vardır: Bunlardan birincisi Basın İş Yasası olarak bilinen 212 Sayılı Yasa’yla değişik 5953 sayılı yasadır.

Diğer yasalar ise Sendikalar Yasası ile Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Yasası’dır. Sendikalar Yasası, gazetecilere bir sendika üye olma hakkı vermektedir. Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Yasası ise sendikayla işverenin karşılıklı pazarlığı sonunda toplu iş sözleşmeleriyle sağlanan hakların hangi yöntemle, hangi sınırlarla gerçekleşeceğini belirtir. Gazetecilerin bazı sosyal haklarını güvence altına alan 212 yasası da pratikte uygulanmamaktadır. İşverenler de ekonomik gerekçelerle gazetecilerin 212 yasasından yararlanmasını istememektedirler.

Ülke çapında faaliyet gösteren bir takım örgütler olsa da, bu kuruluşlar gazetecilerin örgütlü gücünü yansıtmaya olanaklarından yoksun bırakılmışlardır (Erdoğan, 2007: 50–60). Düşünceyi açıklama özgürlüğü önünde bulunan yasalar, hapis cezası yerine getirilen para cezalarının çok ağır olması, haber alma, habere ulaşma durumunun devlet kurumlarınca kısıtlanması, Basın İlan Kurumu Yasası’nın yerel basının gelişimine katkıda bulunacak şekilde düzenlenmemesi, 212 Sayılı yasanın uygulanmaması, gazetecilerin sigortasız çalıştırılması, sendikasıylaştırma, medyada tekelleşmeye izin verilmesi, Kamu İhale Kanunu’nda yerel basın kuruluşlarının aleyhine düzenlemeler yapılması

gibi konular özellikle de yaygın basına nazaran çok güçsüz durumda bulunan yerel basın kuruluşları ve çalışanları için son derece önem arz eden, yasalarla yeniden düzenlenmesi istenen konulardır (Kahraman, 2003: 35– 61)

2.2.2.Yerel Gazeteciliğin Sorunları

Gazeteciliğin malzemesi öncelikle insan ve onun yaşayışı olduğu için sorunlarla da karşılaşması normal bir olgudur. Çağdaş ve demokratik iletişim kavramları açısından eleştirilere konu olan Türkiye’de yerel basının sorunları, ulusal basının sorunlarına birçok yönden benzerlik göstermektedir. Gazete okuma alışkanlığının düşük olması, halkın beklentilerine cevap verilememesi, yetersiz tirajlar, teknolojik imkânlardan akılcı biçimde yararlanılamaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların meslek içi eğitime önem verilmemesi, satışı artırmak için içerik iyileştirmesine değer verilmemesi gibi unsurlar yerel basının da gelişmesini, kalitesinin artmasını önleyen temel etkenlerdir (Girgin, 2001:174-175).

Yerel basının etki alanı dar olduğu için arkasında ulusal medya gibi güçlü sermaye yapısı yoktur. Devletin yeteri kadar yerel basını önemsememesinden dolayı sektör içerisindeki sorunlar hep var olmuş, çözümü noktasında da yavaş ve yetersiz adımlar atılan bir mecra olarak kalmıştır. Özellikle yerel medya patronlarının çoğu farklı iş alanlarında da faaliyet gösterdikleri için bürokrasideki işlerinin görülmesi açısından basın organlarını bir argüman olarak ellerinde tutmaktadır. Genelde seçim dönemlerinde büyük ilgi uyandıran yerel basın, diğer dönemlerde gazeteler resmi ilanlar ölçüsünde başta olmak üzere, televizyon, radyolar ve internet medyası özel reklamlarla yayın hayatlarını sürdürmektedir.

Gazete çalışanları açısından basın sektörü ulusal ve yerel basın fark edemeyecek kadar kötü ve zor şartlara sahiptirler.

Sendikasızlık, sigortasız çalışma, ücret dengesizlikleri gibi çalışanlar arasında derin uçurumlar bulunmaktadır. Kamu adına çalıştığını iddia eden bu kurumların, çalıştırdığı bireylerin çıkarlarını koruyacak ve savunacak durumda olmaması oldukça düşündürücüdür.

Yerel gazeteler, aynı zamanda dağıtım sorunu yaşamaktadırlar. Yayınlandıkları ilde dahi ulusal yayın dağıtım sistemine dahil olmak zorundadırlar. Veya abone sistemiyle elden dağıtım yapmak zorunda kalmaktadırlar. Dağıtım örgütlenmesi profesyonel çalışmayan, yerel gazeteler okuyucuya zamanında ulaşamamakta, ulaşacak dahi olsa bu sefer de haberin güncelliği kaybolmaktadır. Birde buna internet haberciliğin hızının eklenmesi yerel gazeteleri, haber ve dağıtım ağı açısından oldukça zor durumda bırakmaktadır. Günümüzde yerel gazetelerin çoğunluğu can çekişmektedir. Bazıları yalnızca resmi ilan almak için çıkmaktadır. Yerel gazeteleri çıkaranların büyük bölümünün asıl işi matbaacılıktır. Gazetecilik bunların ikincil işidir. Hatta gazeteci kimliği bunların iş takipçiliği ve diğer işlerini örtmek için kullanılmaktadır. Gazetelerin çoğunluğunun bir yayın politikası bulunmadığı gibi bir haber anlayışı ve haber takip olayları da bulunmamaktadır. Gazetelerin dili oldukça kötü ve haber veriş stillerinde bozukluklar bulunmaktadır. Hatta yerel gazetelerin çoğunlu haberlerini ulusal televizyon ve gazetelerden alıntılar yaparak yapmaktadır.

Kayacan'ın (1996:412) ifadesiyle yerel basının üç temel sorunu gözükmemektedir. Bunlardan birincisi ahlaki sorun, ikincisi ekonomik sorun, üçüncüsü ise makine ve teçhizat sorunudur. Bu üç sorun yerel basının gelişimini etkilediği gibi okuyucunun gazetelere bakış açısında etkili olmaktadır.

Yerel medyanın sorunlarının başında gelir/finansman, nitelikli eleman, tiraj, içerik, iş güvencesi, habere ulaşma zorluğu, halkın okuma alışkanlığı, ulusal basının etkisi, siyasetle

ilişkiler, teknolojik gelişmeler ve yasal düzenlemeler şeklinde görülebilmektedir.

2.2.3. Yerel Televizyoncuğun Sorunları

1972 yılından itibaren Türkiye’de hızla gelişimini sürdüren televizyon yayınları, 1974 yılına gelindiğinde ülke yüzölçümün yaklaşık yüzde 30’una kadar ulaşmıştır. Bu yıllarda daha önce paket yayın yapan bazı televizyon istasyonları alt yapının gelişmesinin sonucu olarak haftada 5 gün olan yayınlarını 7 güne çıkarmıştır. 1977 yılına gelindiğinde ise Türkiye’de nüfusun yüzde 85’i televizyon yayınlarına takip edebilir konuma gelmiştir (Yengin, 1994: 74).

TRT, açılışından 1985 yılına kadar neredeyse 18 yıldır tek kanal olmuştur. 1985 yılında 5. Beş Yıllık Kalkınma Planını takip ederek ikinci televizyon kanalı TRT 2 yayınlamaya başlamıştır. İlerleyen dönemlerde TRT’de 1990 yılında büyümeye devam etti ve bünyesinde 5 kanal barındırmaya başlamıştır (Aziz, 2013: 205).

Radyo Televizyon Üst Kurulunun (RTÜK) mali kaynaklarından birini oluşturan ve 3984 sayılı Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun’da belirtilen ‘özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden % 5 oranında ayrılacak paylar’ yerel televizyonlar için önemli bir sorun olarak görülmektedir. Üstelik bu payın ulusal düzeyde yayın yapan kanallar ile yerel düzeyde yayın yapan televizyon kanalları için aynı olması yerel televizyon sahiplerince adaletsizlik olarak yorumlanmaktadır. Bu da reklam bazında gelir seviyeleri aynı olmayan kanallar arasında büyük bir fark yaratmaktadır ve yerel televizyon kanallarını çok büyük bir maddi kayba uğratmaktadır.

2.2.4. Yerel Radyoculuğun Sorunları

İlk yayın 1920'lerde Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) başlamış ve Dünyanın çeşitli ülkelerinde, özellikle Avrupa ülkelerinde hızla yayılmıştır (İnuğur, 2005: 25). Türkiye'de il radyo yayını 1925 yılında alınan karar ile 1927'de önce Ankara'da sonra da İstanbul'da başlanmıştır ekonomik yetersizlik ve yatırım olanaklarının eksiklikleri yüzünden Anadolu'da radyo yayınları hada geç başlamak zorunda kalmıştır. Ülkemizdeki zaman diliminde şartlarda ileri bir adım olarak yer almaya başlamak olarak görmek mümkündür (Aziz, 2013: 195).

Bir kitle iletişim aracı olan radyo, yerel anlamda yerel gazete ve televizyonlardan farklı bir yapı oluşturmaktadır. Öncelikle yerel radyoların haber verme noktasında yetersiz ve eksik oldukları gözlenmiştir.

Radyolar daha ziyade 'müzik kutusu' işlevi görmekte ve müzik aralarında yerel esnaftan aldıkları reklamları duyurmaktadır. Bunun dışında herhangi bir röportaj veya kültürel, siyasi, eğlenceye yönelik program yapıları yoktur. Düşük reklam geliri ile ayakta kalmaya çalışan yerel radyolar bu yüzden personel istihdamı sağlayamamakta, hatta bazı radyolarda yalnızca radyo sahibi çalışmaktadır. Gelir/finansman gibi konularla birlikte yerel radyolar, telif hakları, meslek içi eğitim, zayıf program yapısı, nitelikli işgücü gibi sorunlarla da mücadele etmektedir.

2.2.5. İnternet Medyasının Sorunları

İnternet medyasının geleceğine yönelik oluşturulacak projeksiyon içinde öncelikle bir iletişim platformu olarak internetin sunduğu olanak ve sorunlara değinmek gerekmektedir. İnternetin medya açısından sunduğu olanakların başında, neredeyse sıfır maliyetle içerik oluşturabilme ve oluşturulan

içeriği yayma gelmektedir. Web teknolojisi sayesinde alan adı ücreti (domain name) ödeyerek, belirli sitelerin sunduğu hazır şablon biçimindeki web sitelerinde habercilik yapabilmek mümkündür. Kurulan web sitesinde yer alacak metinsel içeriklerin ve kullanılacak görsellerin sıfır maliyetle üretilebilmesi mümkündür. İnternetin sağladığı bir başka olanak ise haberin toplanma ve araştırma aşamalarında gazeteci için büyük önem taşıyan arama motorları ve çevrimiçi haber kaynaklarıdır. İnternet ile birlikte herhangi bir konuda özellikle de araştırmaya dayalı haber yazma aşamasında başta resmi kaynakların web siteleri olmak üzere resmi olmayan ve içerikleri yalnızca kullanıcılar tarafından oluşturulan çok sayıda farklı yorum ve bilgi sitesinden yararlanılmaya başlanmıştır. Bunun yanında sosyal medyada sunulan içerikler ve sosyal medyanın gündemi de habercilik bakımından önemli bir enformasyon kaynağı haline gelmiştir (Güller, 2007:14).

Dolayısıyla internetle birlikte para ve zaman maliyeti olmadan çok farklı kaynaklara ulaşabilme ve bu kaynaklardan çok detaylı bilgi elde etmek mümkün hale gelmiştir. İnternet ile birlikte haberciliğin odağına yerleşmiş bir başka olanak da sosyal medya olarak ifade edilen sosyal paylaşım siteleridir. Kullanıcı sayısı ve yaygınlık hacmi bakımından başta Facebook ve Twitter olmak üzere çok sayıdaki sosyal paylaşım sitesinin haberciliğe en önemli katkısı dolaşımdır. Özellikle okur ya da kullanıcılar tarafından çok fazla bilinmeyen, bu nedenle erişilebilirliği oldukça düşük olan haber içerikli siteler ya da çoğu medya organında yer almayan haberler, sosyal paylaşım siteleri sayesinde oldukça yüksek bir görünürlüğe ulaşmaktadır. Buna bağlı olarak sosyal paylaşım siteleri, medyada gündeme getirilmeyen farklı konularda okurların bilinçlenmesini ve duyarlılık kazanmasını sağlamaktadır. İnternetin sunduğu olanaklar ve özellikle sosyal medya ile birlikte internet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilik karşısında alternatif

olup olmadığına yönelik potansiyeli tartışılmaya başlanmıştır. İnternet gazeteciliğinin alternatif olma potansiyelini doğru biçimde değerlendirebilmek için internetin sunduğu olanaklar yanında gazetecilik alanında sahip olduğu handicap ve sorunların ele alınması gerekmektedir (Kızıllarslan, 2012:68).

İnternetin gazetecilik üzerindeki etkilerine yönelik tartışmalar, bu alanda yapılan çalışmaları da beraberinde getirmiştir. Türkiye’de internet gazeteciliği üzerine yapılan çalışmaları temel olarak; internetin habercilik üzerine etkileri, geleneksel medyada yapılan habercilik ile karşılaştırılması, alternatif bir mecra olarak nasıl kullanıldığı ve etkinliği, farklı ülkelerde ya da küresel ölçekteki uygulamalarının karşılaştırılması, sosyal medyanın habercilik üzerindeki etkileri, etik açıdan internet gazeteciliğinin değerlendirilmesi, okur ve gazetecilerin internetten yararlanma düzeyleri yanında yurttış gazeteciliği üzerinde internetin sağladığı olanaklar şeklinde özetlemek mümkündür. İnternetin habercilik pratikleri üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalarda; haber üretim ve sunum süreçlerinde internetin sağladığı olanaklar haberin yapısı üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur (Bozkurt, 2012:87).

Yapılan çalışmalarda elde edilen bulguları haber üretim sürecinde, haber içeriğinde, haberin sunum biçiminde, haber toplama pratiklerinde, medya ve iletişim ortamında ve okur profilinde ortaya çıkan değişimler biçiminde gruplandırmak mümkündür. Elde edilen bulgular içinde haber üretim sürecine ilişkin olarak; teknolojik yöndeşmenin tek tip içeriğe dayanan ajans haberciliğini yaygınlaştırdığı (Abanoz, 2013:98), internetin gazetecilere çok daha geniş ve çeşitli haber kaynakları sunduğu bilgiye erişim bakımından yer ve zaman sınırlamasının ortadan kalktığı belirtilmiştir (Çakır, 2009:111).

İnternet ile birlikte okurlar, gazeteciler için aynı zamanda bir haber kaynağına dönüşmüş muhabirlerin başka kaynaklara

erişimi kolaylaşmış sosyal paylaşım siteleri haber üretim sürecinde önemli bir yer edinmeye başlamıştır (Ceylan, 2013:95).

Haberlerin içeriği ve sunumu bakımından, internet gazeteciliği ile birlikte haber içeriklerinin zenginleştiği okurlara farklı ilgi alanlarına yönelik çok daha spesifik içeriklerin sunulabildiği kitlesel haberin yerini özel haberin aldığı ve haberin kişiselleştirildiği tespit edilmiştir (Vural, 2013:98).

Türkiye’de internet gazeteciliğini sınırlayan ana etkenin reklam gelirlerinin düşük olması ve internet yayıncılığının henüz karlı bir alan haline gelmemiş olması nedeniyle internet gazetelerinin ayakta durabilmelerinin zor olmasıdır (Murzakulova, 2008:121). Kağıt, baskı ve dağıtım maliyetleri olmamasına rağmen internette habercilik yapmak, yalnızca bu teknolojiyi kullanabilecek bilgiye ve küçük bir sermayeye sahip olmakla sınırlı değildir. Bu yayını sürdürülebilir kılmak ciddi maliyetler gerektirmekte, dolayısıyla kapitalist piyasada işleyiş göstermektedir (Gürbüz, 2010:47).

Kapitalist piyasa koşullarına ayak uydurmak için bu alandaki en büyük yatırımlar ise yine ana akım medya şirketleri tarafından yapılmaktadır (Abanoz, 2013:22). İnternet gazeteciliğinde görülen diğer önemli sorunlar; kopyala yapıştır haberciliği, telif sorunu, kaynağı belirsiz haberler, yasal düzenlemelerin yetersizliği özgün ve farklı içeriklerin yok denecek kadar az olması, hız adına eksik ya da yanlış bilgilerin sunulması ve doğrulatma pratiğinin çalışmaması haber içerikleri bakımından bazı bölümlerin sürekli olarak güncellenmemesidir (Özdemir, 2009:95).

İnternet, okurlara özgürlük ortamı sunarken, diğer taraftan da bireylerin özel hayatın gizliğini ihlal eden bir gözetim toplumu yaratmaktadır. Ayrıca sayısal uçurum nedeniyle yeni teknolojiye erişim konusunda genel bir eşitsizlik hakim iken, internete

erişebilen kişiler, tüm toplumu kapsayacak düzeyde değildir (Çevikel, 2010:74). Bununla birlikte geleneksel medyaya olan ilgi internette de devam etmekte, geleneksel ana akım gazetelerin internet versiyonları en çok okunan internet gazeteleri arasında yer almaktadır (Bayraktutan Sütçü, 2010:94).

Yeni medya ortamı ve internet gazeteciliğinde görülen tüm bu sorunlar, çoğulculuk ve ifade özgürlüğünü olumsuz etkilemekte, internet gazetelerinin henüz alternatif medya seviyesinde olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla medya düzeninde geleneksel basının internet gazeteciliği ile birlikte ortadan kalkmayacağını, iki mecranın birbirini tamamlayıcı unsurlar olduğunu (Kızıllarslan, 2012:78) söylemek mümkündür.

İnternet gazetelerinde denetimin zor olması, yasal ve hukuki yaptırımlara yönelik sorunlar, erişim ve bağlantı eşitsizliği ve sayısal uçurum (Işık, 2001:96), çalışan sayısının ve muhabir tarafından yapılan haberlerin oldukça az olması, geleneksel gazetelerin haber kaynaklarına ve haber ajanslarına bağımlı olması, buna bağlı olarak farklı bir içerik üretememesi alternatif olabilmenin önündeki en önemli engellerdir. Dolayısıyla, mevcut kapitalist piyasa koşulları ve medya düzeni düşünüldüğünde internet gazeteciliği ve sosyal medya ile vatandaşların ürettiği içeriklere dayanan haberciliğin geleneksel habercilik karşısında alternatif olabilme potansiyeli oldukça düşüktür (Kızıllarslan, 2012:111)

2.3.Türkiye’de Yerel Medyanın Sorun Alanları

Türkiye’de yerel medya konusu temel özellikleri ve sorunları bakımından akademik çevreler ve çalışanlar tarafından tartışılmaktadır. Yerel medya hakkında gerçekleştirilen seminerler, paneller ve kurultaylar yerel medyanın yapısal özellikleri ve sorunları üzerine yoğunlaşmıştır. Yerel medyadaki çalışma hayatı içerisinde sosyo-ekonomik, sosyo-politik ve

sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan gazetecilik mesleği açısından önemli sorunlar alanları bulunmaktadır. Yerel medyadaki yaşanan sorunların genel anlamda temelinde ekonomi temelli sorunlar gelmektedir. 1980 sonrası Türkiye’de ekonomik yapıda önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bu tarihten itibaren özellikle ekonomik yapıda yaşanan dönüşümler medyayı da etkilemiştir. Neo-liberalizm olarak anılan bu süreç içerisinde iletişim sistemlerinde değişimler meydana gelmiştir. Bu dönemde devletin ekonomik alanı sonuna kadar özel girişimlere açmasıyla kamuya ait yayın kuruluşları güç kaybederken, ticari medya kuruluşlarının sayıları ve etkileri artmıştır. Bu yaşanan sürecin medya açısından en önemli özelliği medya dışındaki sermayenin artık tamamen sektöre giriş yapması olmuştur. Bu durumun sonucu olarak yayıncılık faaliyetleri de hızlı bir şekilde ticarileşmiştir (Özgen, 2008: 130).

Değişen bu medya yapısı içerisinde iletişim çalışmalarından ekonomi politik yaklaşım medyanın içinde bulunduğu durumu açıklama noktasında ön plana çıkmaktadır. Kapitalizm ve sanayi devriminin neticesinde toplumdaki zenginleşmeyi açıklamak için geliştirilen ekonomi politik 18. yüzyılda bilim vasfını kazanmıştır (Yaylagül, 2016: 146).

Ekonomi politik genel anlamda üretim ve bölüşümle ilgilenmektedir. Medya açısından ise iletişimin ekonomi politikliği önem arz etmektedir. Kitle iletişiminde medya kapitalist ekonomik ve siyasal ortamın içinde hareket etmektedir. Medya kuruluşları pazar ekonomisi ve siyasal erkin kısıtladığı ortamda faaliyetlerini sürdürmek durumundadırlar. Burada ekonomi politik ortaya çıkarılan medya içeriklerini üretim ve dağıtım aşamalarını incelemektedir. Böyle bir yapı içerisinde üretilen medya metinleri birer emtiadır. Bu içeriklerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi gücü elinde bulunduran yapının şartlarına bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Burada medyanın ekonomi

politiği perspektifi, iletişim çalışmalarındaki liberal öğretinin medyaya yüklediği kamusal sorumluluğu ve denetleyici bir mekanizma olma özelliğinin karşılığının verilemediği üzerinde durmaktadır (Yaylagül, 2016: 148-149).

Özetle, kitle medyasında üretimin nasıl gerçekleştiği ortaya çıkan ürünlerin izleyicilere/dinleyicilere/okuyuculara/kullanıcılara nasıl ulaştığı ve hedef kitlenin gündelik pratikleri üzerinde nasıl bir etki de bulunduğu konusu ekonomi politik incelemelerin kapsamını oluşturmaktadır (Bulut, 2009: 8). Ulusal medyada olduğu gibi yerel medyada günümüzde benzer ekonomi politik yapılanmayla karşı karşıyadır. Yerel medyada yaşanan sıkıntıların büyük bir bölümü de bu yapılanmadan kaynaklanan problemlerdir. Türkiye’de yerel medyanın sorunları birçok bakımdan ulusal medyada yaşanan sıkıntılarla benzer özellikler göstermektedir. Gazete okuma alışkanlığının düşük olması, ekonomik sorunlar, yetersiz tirajlar, teknolojilerden doğru bir şekilde yararlanılmaması, niteliksiz eleman çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem verilmemesi ve içerik eksikliği gibi konular yerel basının gelişmesini engelleyen temel faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Girgin, 2011: 246).

Türkiye’de yerel medyanın siyaset ve sermayeyle olan ilişkileri, bu ilişkilerin haber üretim süreçlerine etkileri, dağıtım kanallarının sınırlılığı, ekonomik sorunlar ve bunların yansımaları ile etik sorunları da beraberinde getirmektedir (Karaduman, 2017: 289). Ulaşım imkânlarının gelişmesi, gazete hazırlama ve basım işlemlerinin kısalması, dağıtım imkânlarının gelişmesiyle birlikte ulusal basının bölge ekleri çıkararak taşraya ulaşması yerel basını olumsuz etkileyen diğer faktörler olarak görülmektedir. Bu gibi sebepler yerel basını ulusal basınla yarışır konuma getirmiş, değişikliklere ayak uyduramayan birçok gazete kapanmış, bir kısmı da yalnızca resmi ilanlarla ayakta kalabilmiştir (Girgin, 2011:247).

Vural (1999:140), yerel medyadaki sorunları ortaya çıkaran iç ve dış faktörlerin olduğunu belirtmektedir. Vural, iç faktörleri: kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon, çalışma koşulları, ilke ve politikalar, içerik ve ekonomik güç olarak sıralarken, dış faktörlerin okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olunan diğer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge ve kentin yapısal ve kültürel özellikleri olarak göstermektedir. Akademik anlamda “Türkiye’de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi” adlı çalışmasıyla Türkiye’de yerel basın ile ilgili akademik anlamda ilk çalışmalardan birini ortaya çıkaran Tokgöz (1981: 288), Anadolu’da çıkarılan gazeteleri küçük matbaacılık faaliyetleri olarak görmektedir. Ayrıca Tokgöz’e göre, yerel basının en önemli sorunu gazeteyi oluşturacak olan haber malzemesinin nasıl temin edildiğidir. Bu haber malzemesi temin edilse dahi bunu kullanacak eleman sayısı çok azdır.

Bu başlık altında yerel medyanın başlıca sorun alanları ekonomi temelli sorunlar, teknolojik yetersizlik, ilan-reklam, tiraj-reyting, haber kaynakları, emek istismarı, medyada sendikasılaşma, çalışanların niteliği, içerik ve mesleki özgürlükten yoksunluk başlıkları altında incelenecektir.

2.3.1. Ekonomik Alandaki Sorunları

Yerel medyadaki yaşanan ekonomik sorunların önemli bir kısmı diğer sektörlerde yaşanan genel ekonomik durumlara dayanmaktadır. Bu sorunların bir bölümü ise gazetecilikle alakalıdır. Ülke çapındaki ekonomik sıkıntılar, enflasyon, kişi başına düşen milli gelir ve satın alma gücünde yaşanan sorunlar tirajları etkilemekte ve gazetelerin birincil gelir kaynağı olan satış geliri kısıtlanmaktadır. Gazetelerin ikinci ana gelir kaynağı reklâmdır. Ancak bu reklâmları sağlayacak diğer sektörlerdeki firmaların da aynı ekonomik sıkıntılarla karşı karşıya kalmasından dolayı buradan gelecek gelir de

sınırlanmaktadır. Yerel basının geliştiği veya geri kaldığı kentlere bakıldığında, o yörelerdeki ekonomik yapının etkisi açık bir şekilde görülmektedir. Ekonomik anlamda gelişmiş bölgelerdeki illere bakıldığında, daha iyi gazetelerin çıktığı, geri kalmış bölgelerde çıkarılan gazetelerin ise sayı ve kalite bakımından olumsuz bir tablo çizdiği görülmektedir (Şeker, 2007:74).

Yerel medya üzerine eğitim çalışmaları yapılmış, bu faaliyetlerin hemen hepsinde ekonomik sorunlar ön plana çıkmıştır. Bu çalışmaların birçoğunda yer alan Demirkent (2001:41) genellikle yerel medyadaki ekonomik sorunlara dikkat çekmiş, ancak bu ekonomik sorunların çözülmesinin ardından diğer sorunların çözülebileceğini belirtmiştir. Ayrıca Demirkent, yerel basının güçlenmesi için temel şartın finansman sorunun olduğunu ifade etmekte ve bunun içinde iş dünyasının özellikle yerel bölgelerdeki insanların yerel medyaya sahip çıkması gerektiğini vurgulamaktadır. İş dünyasının yerel medyaya sahip çıkması görüşünün yanı sıra yerel basına devlet desteğinin sağlanmasıyla düşünce özgürlüğünün sağlanacağı yönünde yaklaşımlarda bulunmaktadır.

Bu konuda Atılgan (1998:239-240), devletin kitle iletişim araçlarına, etkinlikte bulunması için küçük gazeteleri desteklemesi gerektiğini belirtmektedir. Atılgan, medyadaki tekelleşmenin ancak bu şekilde engelleneceğinin altını çizmektedir. Ancak yerel medyanın böyle durumda da devlete bağımlı hale geleceği açıktır. İş adamlarının da desteği yerel medyaya ekonomi politik anlamda sıkıntı yaşatmaktadır. Bu konuda konuşan Bursa Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Nuri Kolaylı (1998: 292-293), Özal dönemiyle birlikte ekonomik anlamda güçlü kesimlerin gazete aldıklarını, bu sermaye sahiplerinin imkânlarıyla güçlü bir teknolojik altyapı oluşturularak yüksek tirajların elde edildiğini belirtmektedir.

Ayrıca Kolaylı, sermayenin bu girişiminin zaman içinde siyasi bir kimlik kazandığını ve her gruptan bir Bursa milletvekilin çıktığını ifade etmektedir. Ekonomik güce sahip olanların siyasal erke ulaşmak için medyayı araç olarak kullandığını söylemek yanlış olmayacaktır. İş dünyasının medyayla iç içe olduğu durumlarda da medya sermayeye bağımlı hale gelecek ve yine gazeteciliğin esaslarını yerine getirmesi güçleşecektir. Günümüzde de yerel medyanın aynı ekonomi-politik yapısı devam etmektedir. Yerel medya yerel güçler tarafından hem siyasi amaçla hem de ekonomik çıkarlar için kullanılmaktadır. Siyasi çıkarların ön plana geldiği seçim dönemlerinde yerel basın en hareketli günlerini geçirmektedir. Aynı zamanda bu süreçlerde reklam verenlerin sayısı da artmaktadır. Yerel medya da bu ekonomik açıdan reklam verenlere bağımlı hale gelmektedir. Bu tür bir ekonomik bağımlılık sonucunda da yerel medyada gazeteciliğin gerekleri tam anlamıyla yerine getirilememektedir. Bu sebeple, yerel medyanın işlevleri arasında yoğun bir şekilde dile getirilen ulusal medyadaki yapıya alternatif olması beklentisinin hayata geçirilmesi tartışmalıdır (Şeker, 2007:79).

Ulusal medyanın karşılaştığı ekonomik sıkıntılarla yerel medyada karşı karşıya kalmaktadır. Nitekim ekonomik sorunların gazetecilik mesleğini doğrudan etkilediği ortadadır. Bu ekonomi-politik yapı içerisinde yerel medya kuruluşlarından demokratik toplumlarda yüklenilen görevleri yerine getirmesi oldukça güçtür. Medyadaki bu ekonomik durumun aynı zamanda siyasal erke olan bağımlılığı da beraberinde getirdiğini söylemek mümkündür.

2.3.2. Reklâm İlan Alanındaki Sorunları

Gazeteler toplumun bilgi kaynağı olduğu gibi aynı zamanda birer ticari kuruluşlardır. Gazeteler varlığını ettirebilmesi için önemli derece de gelire ihtiyaç duymaktadır. Gazetelerin iki

ana gelir kaynağı bulunmaktadır. Bunlar satıştan elde edilen ve ilan-reklam gelirleridir. Basın İlan Kurumu’nun “Temel Kavramlar ve Tarihçe” adlı yayınında ilan ve resmi ilan söyle tanımlanmaktadır:

“İlan, herhangi bir şeyin tanıtılması veya vasıflarını açıklamak için türlü vasıtalarla başkalarına ulaştırılması ve tanıtma usulüdür. Resmi İlan ise, Basın İlan Kurumu mevzuatına göre kanun, tüzük ve yönetmeliklerle yayınlanması mecburi olan (Özel dernekler hariç) veya genel ve katma bütçeli dairelerle il özel idareleri, belediyeler, köyler ve iktisadi devlet teşekkülleri ve sermayesinin yarısından fazlası, kamu hukuku tüzel kişilerine ait bulunan teşekküllerin verdikleri, reklâm mahiyetini taşımayan ilânlardır”

Devlet, cumhuriyet tarihinde 1931 tarihinden bu yana resmi ilan vermektedir. Bu tarihte resmi ilanların yayın işinin imtiyazı Türk Maarif Cemiyeti’ne, 1943 yılında ise Türk Basın Birliği’ne (TBB), verilmiştir. Resmi ilanın ortaya çıkışı medya kuruluşlarına ekonomik açıdan destek olma düşüncesidir. 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesinin ardından Milli Birlik Komitesi tarafından, hususi ilan ve reklamların yayın işi serbest bırakılmıştır. Bu dönemde basın özgürlüğüne katkı sağlaması düşüncesiyle resmi ilan ve reklamların yayın işi bağımsız hareket edebilecek olan Basın İlan Kurumu’na devredilmiştir (www.bik.gov.tr).

Yüksek kar elde etmesi düşünülen bir gazetenin gelirinin yarısından fazlasının ilan reklam kısmından oluşması beklenmektedir. Bir basın kuruluşunun yüksek tiraj hedeflemesi sadece satıştan elde edilen geliri arttırmak adına değil, aynı zamanda bu artışa ilişkin ilan reklam kazancını da arttırmak içindir. İlan-reklam geliri istenilen seviyeye ulaşan gazetelerin tirajı yükseltmek için herhangi bir çalışma yapmadıkları da ileri sürülmektedir (Ceyhun, 1985:256).

Günümüzde de ulusal basının ilan-reklam geliri bakımından yerel basına oranla oldukça rahat bir konumda olduğunu söylenebilir. Yerel gazeteler gazete satışından istediği geliri edemediği gibi özel ilan-reklam açısından da sıkıntı yaşamaktadır. Bu durum yerel gazeteleri resmi ilana muhtaç bırakmaktadır. Gazetelerin satış gelirlerinin bir gün yayın maliyetini karşılamadığı bilinmektedir. Ulusal ölçekteki gazeteler satış sonrası önemli bir gelir elde etmektedir. Ancak yerel medya da bunu görmek çok güçtür. Bu nedenle resmi ilan gelirleri yerel basın için bir çıkış noktası olarak görülmektedir. Ancak sadece resmi ilandan kazanç sağlamak için çıkarılan gazetelerinde olduğu söylenmektedir. 1998 yılında Yerel Basın Eğitim Seminerleri kapsamında konuşan Aktüel Dergisi yazarı Alkan (1998: 63), Basın İlan Kurumu'nun resmi ilanları kesmesi durumunda taşrada basının ortadan kalkacağını ifade etmektedir. Türkiye'de yerel basın için resmi-ilan gelirinin çok önemli olduğu düşünülmekte, ancak ülke çapındaki reklam payı içerisinde resmi ilan ve reklamların yeri sadece yüzde 2-3'tür.

Sadece resmi ilan almak için ortaya çıkan yerel gazeteleri eleştiren Özdemir (2000: 161), resmi ilan gelirini arttırmak için çabalamanın yanlış bir tercih olduğunu ifade etmektedir. Resmi ilanlarla ilgili asıl problem, aslında bir destek mekanizması olarak ele alınan uygulamanın amacından sapmasıdır. Küçük gazeteler Basın İlan Kurumu'nun (BİK) resmi ilandan pay alabilmek için istediği şartları asgari seviyede sağlamakta veya sağlıyor görünmektedir. Özellikle BİK Şubesi olmayan kentlerde denetimin gerçek anlamda yapılamadığı, askeri şartları taşımasa bile resmi ilan verildiği bilinmektedir.

Özlüce ülkenin kuruluş dönemine kadar uzanan bir tarihe sahip resmi ilan uygulamasının hedefleri arasında her zaman en ön sıralarda medyanın gelişimine katkı sağlamak olmuştur. Ancak bunun doğru bir şekilde yerine getirilebilmesi için gerçek anlamda bir denetim ortamı sağlanması gerekmektedir. Nitekim

yalnızca resmi ilan alabilmek adına çıkarılan gazetelerin hala varlığını devam ettirdiğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Fakat resmi ilan uygulaması amaçları doğrultusunda kullanıldığı takdirde yerel basına katkısının olacağı da açıktır.

2.3.3. Teknoloji Alanındaki Sorunları

Anadolu basınındaki problemlerin bir kısmı da teknolojik yetersizliklerden kaynaklanmaktadır. Bu teknik anlamdaki yetersizlikler gazetecinin haber izlemesi, üretimi sırasında kullanmak zorunda olduğu araçlarla başlamakta, dizgi ve baskıda devam etmekte, dağıtımda sonuçlanmaktadır. Bu alanlardaki teknoloji yetersizliği, gazetelerin içeriğinden, sayfa düzenine, baskıdan dağıtıma kadar süren olumsuzluğu beraberinde getirmektedir. Bunun en olumsuz yanı da belli bir zaman sonra yerel basın çalışanlarını bu duruma alıştırması, yenilik girişimleri bir yana, mevcut sistemin aksamadan devam etmesi için basın dışı yöntemler aramaya yönelmesidir (Girgin, 2011: 251)

Şeker (2007: 82), yerel gazetelerin en önemli problemlerin başında teknik anlamda yaşanan sıkıntıların geldiğini ve bu sıkıntıların satışa çıkarılan ürünün kalitesine doğrudan etkide bulunduğunu vurgulamaktadır. Şeker, ayrıca ekonomik sebeplerle ve düşük sermayeyle alakalı olarak, birçok yerel gazetenin teknolojik altyapısını günün gereklerine göre yenileyemediğini ve bu nedenle yerel gazetelerin ulusal basınla rekabet edemediğini ifade etmektedir.

Yerelde teknolojik yetersizliği yerel basını etkileyen iç faktörlerden biri olarak gören Vural (1999: 146) ise, yerel basının sahip olduğu kadar olmadığı teknolojilerden de etkilendiğini, teknolojik hâkimiyetin yerel medyaya güç katacağını, görsel açıdan daha iyi durumdaki bir medya kuruluşunun etki gücünün daha fazla olacağını belirtmektedir. Yerel basındaki teknik

sınırlılıkların en önemlilerinden biri baskı aşamasında yaşanan sorunlardır. Yerel gazetelerinin büyük çoğunluğunun kullandığı düz ofset baskı sisteminde renkli sayfalar çıkarılacağı zaman aynı iki sayfa dört defa basılmak zorundadır. Bu sistemde gazete üretim süresi oldukça uzun olmaktadır.

Ulusal gazetelere oranla çok daha az sayıda basılan yerel gazetelerin yine de basımı uzun saatler almaktadır. Bu teknik sıkıntı sonucunda da gazeteler erken baskıya geçmek zorunda kaldıklarından yeni gelişmelere yer verememektedir. Diğer yandan yerel gazetelerin tamamının teknik altyapı bağlamında aynı seviyede olduğu da söylenemez. Yerel basının ilerleme kaydettiği kentlerde, film çıktı cihazına sahip, web ofset veya dört renkli düz ofset makinelerde basılan ve bunun doğal bir sonucu olarak teknik bakımdan ulusal basınla aynı düzeyde olan yerel basın kuruluşları mevcuttur. Görece geri kalmış kentlerde ve ilçelerde teknik altyapı çok yetersizdir. Genellikle tipo sistemle basılan ilçe gazetelerinin kullandığı dizgi ve baskı teknolojisi çok eskidir (Şeker, 2007:84-85).

Gazetecilikte görüntü en önemli unsurların başında gelmektedir. Yerelde bu eski teknolojiler ile baskı kalitesi oldukça düşük ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu durumun da yerel basına yönelik ilgisizliği tetiklediğini söylenebilir. Günümüzde ilçelerde çıkarılan gazetelerin teknik açıdan büyük sıkıntılar yaşadığı bilinmektedir. Tipo baskı tekniğini kullanan gazeteler ise genellikle ilçelerde, resmi ilan almak için yayınlanan, 50-100 tirajlı, kapalı devre gazetelerdir. Buna karşın il merkezlerinde 2000’li yıllardan itibaren ofset gazete sayısı artmıştır. Bunun yanı sıra yerel basının geliştiği bazı kentlerde ofset baskının bir sonraki adımı olan web baskı tekniğine geçildiği görülmektedir. Bu gazeteler, ulusal basının kullandığı eski makineleri alarak yayınlarını sürdürmektedir. Diğer bir yöntem ise, bu kentlerde kurulan bir web-ofset tesiste birçok gazetenin basılmasıdır. Web-ofset teknolojisi gazetelerin maliyetini düşürmekte ve

gazetelerin üretim süresini de kısaltmaktadır. Bu nedenle gazeteler bu teknolojiye yönelmektedir. Web ofset sistemi özellikle Konya, Antalya, Adana, Aksaray, Bursa, Kocaeli, Trabzon, Sakarya ve Gaziantep gibi illerde her geçen gün yaygınlaşmaktadır (Şeker, 2007:88).

Anadolu’da gazete ve dergiler gibi birçok radyo ve televizyon da teknik açıdan kısıtlı imkânlarla sahiptir. Yerel kanallar dijital sisteme tam anlamıyla geçebilmiş değildir. Yerel kanalların vericileri genel anlamda standartlara uygun olmadığı gibi montaj setleri de kısıtlıdır. Birçok kanalda stüdyolar standartlara uymamaktadır. Haberin hızlı aktarılması gazetecilik mesleği açısından önemlidir. Ancak yerel kanallarda habere gitmek için kullanılan araç sayısı yetersizdir. Bazı radyo ve televizyon kanallarının araçları da bulunmamaktadır. Radyo ve televizyonlarda yayın yapılan mekân anlamında da sıkıntılar yaşanmaktadır. Yerel medyada genellikle bir binanın tek dairesinde yayın yapılmaktadır. Mekân sorunun yanı sıra özellikle televizyon yayıncılığında en önemli unsur olan görüntüyü ortaya çıkaracak cihazlar bakımından da eksiklikler bulunmaktadır. Teknik anlamda yaşanan bu problemlerin yerel medyada nitelikli bir yayının ortaya çıkmasını engellediği söylenebilir. Ancak tüm bu olumsuzlukların yanı sıra yerel medyanın geliştiği kentlerde radyo ve televizyonculuk standartlarına uygun kanallarda bulunmaktadır (Yavalar, 2009:35).

2.3.4. Çalışanların Niteliği ve İstihdam Alanındaki Sorunları

Yerel medyadaki en temel başarı faktörleri arasında çalışanların niteliği de yer almaktadır. Yerel medya kadroları, kurumu yörenin en güçlü veya en etkisiz iletişim aracı yapan en önemli etmenlerden biridir. Kadronun kalitesi bir bakımdan o medya kurumunun niteliğini göstermektedir (Vural, 1999:

152). Nitelikli bir kuruluş için kaliteli bir kadro oluşturmak gerekmektedir. Bunun ortaya çıkaracak olan faktörlerden biri de gazetecilerin kazançlarıdır. Ancak yerel medyada çalışan gazetecilerin kazançları ile geçinmeleri mümkün görülmemektedir. Aynı zamanda çalışanların, sosyal güvencesi, iş devamlılığı ve garantisi de bulunmamaktadır. Bu sebepler göz önünde bulundurulduğunda yerel medyada çalışmanın tercih edilmeyeceği ortadadır (Kahraman, 1997: 49).

Bu şartlar altında yerel medyada gazetecilik mesleği gençlerin yöneldiği geçici bir iş olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konu hakkında Gaziantep'te görev yapan gazeteci Güneş (1999: 193), Gaziantep'te yaşayan gençlerin birçoğunun yerel bir radyo, televizyon veya gazetede çalışma geçmişi olduğu belirtmekte, bir yerel televizyon kanalının Gaziantep'te kurulduğu günden bu yana 3-4 bin eleman değiştirdiğini ileri sürmektedir. Böyle bir ortamda da yerel medyadan nitelikli çıktı beklemenin mümkün olmadığı söylenebilir. 15. Yerel Basında Meslek İçi Eğitim Semineri'nde Sabah Gazetesi Yazı İşleri Müdürü olarak konuşan Balcıoğlu (1999: 185) da, yerel medyadaki en önemli sorunların başında insan kaynağının geldiğini vurgulamıştır.

Balcıoğlu aynı zamanda, teknik anlamda kurumların ileri seviyeye ulaşsa da nitelikli eleman sıkıntısı çözülmedikçe yerel medyadaki kalitenin arttırılamayacağını ifade etmiştir. Diğer taraftan yerel medyada önemli bir sorununu da istihdam konusu oluşturmaktadır. Yerel basındaki istihdamda devletin etkisi büyüktür. Resmi ilanların dağıtımı için gazetelerin istihdam noktasında belli şartları yerine getirmesi gerektirmektedir. Gazeteler resmi ilanlardan yararlanabilmek için Basın İlan Kurumu'nun belirlediği sayıda gazeteci istihdam etmek zorundadır. Girgin (2011: 248), Anadolu'da çıkarılan gazetelerin birçoğunun sahip ve yazı işleri müdürlerinin soyadlarının aynı olduğunu, kadrolarında bulunan fikir işçilerinin büyük bir

bölümünün ise gazete sahiplerinin yakınları olduğunu dile getirmektedir. Bu tür uygulamalarla yerel basında “nylon kadrolar” diye bilinen durum ortaya çıkmaktadır. Yerel basındaki kağıt üzerinde çalışan sayısının çoğu zaman gerçeğe uymadığını belirten Tokgöz (1981: 283), “nylon gazetecilik” ile ilgili şunları ifade etmektedir:

“Aslında, bu kümede yer alan gazetelerin kağıt üzerinde geniş bir muhabir kadrosu görünmekle beraber, habercilik yönleri çok zayıf kalmaktadır. Bu gazetelerin haber malzemesi, Anadolu Ajansının teksir edilmiş haber bültenlerine veya teleks haberlerine abone olunarak temin edilmektedir. Ayrıca, bazıları, çok düşük ücretle stajyer muhabir çalıştırmaktadırlar. Bu şekilde, günlük kullanımda çok sık rastlanılan ‘nylon gazeteciliğin’ gelişmesine ön ayak olunmaktadır. Haber işlevleri yönünden topluma katkıları hemen hemen hiç yoktur. Kimler tarafından izlenildikleri hakkında elde toplanmış hiçbir veri bulunmamaktadır”

Sektör çalışanlarının niteliği bağlamında son olarak 2019 yılında Basın İlan Kurumu’nun (BİK) açıkladığı verilere göre resmi ilan yayınlama hakkına sahip 1310 gazete bulunmakta ve bu gazetelerde 112,200 fikir işçisi çalışmaktadır. Çalışanların 4800’ü üniversite, 5646’sı ise ilk ve orta öğretim mezunudur. Çalışanlar içerisinde iletişim fakültesi mezunlarının sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. 112,200 gazete çalışanının içerisinde 2514’ü iletişim fakültesi mezunu, 952’si ise iletişim ile alakalı meslek yüksekokullarından mezun olanlar oluşturmaktadır (www.bik.gov.tr).

Son yıllarda ülkemizdeki iletişim fakültelerinde önemli bir artış olmasına rağmen hala gazetelerde alana yönelik eğitim almış eleman istihdamında büyük bir eksikliğin olduğu açıktır. Özellikle yerel medyaya yönelik ilk çalışmalarda da belirtilen yetmişmiş eleman sıkıntısının günümüzde de devam ettiği

söylenbilir. Yerelde nitelikli kadro oluşturmak oldukça güç görünmektedir. Yerel medyada vasıflı eleman bulunsa dahi yaşanan ekonomik sıkıntılardan dolayı çalıştırmak zordur. Ancak yine de medya kültürünün yerleştiği bazı kentlerde kaliteli iletişim kurumlarının bulunduğu da göz ardı edilmemelidir.

2.3.5. Emek Alanındaki Sorunları

Gazetecilik mesleğini icra edenler arasında ekonomik sıkıntılar her zaman tartışma konusu olmuştur. Medyada çok yüksek ücretlerle çalışan küçük bir gazeteci grubu haricinde, birçok gazetecinin emeği istismar edilmektedir. Gazetecinin tek başına emeğiyle ürettiği haber, günümüzde holding halini alan medya işverenin küçük-büyük birçok gazete, radyo ve televizyonlarında kullanılmakta, buna rağmen gazeteciye sadece tek bir yayın organından tek bir ücret ödenmektedir. Uygulamada bu yapı “havuz sistemi” olarak ifade edilmektedir (Şakar, 2002:31). Medyada zaten çok düşük ücretlere çalışmak zorunda kalan gazeteciler tekelleşme sürecinin sonucu olarak emek istismarından da kaçamamaktadır. Yasal olarak gazetecilerin mesleki ve sosyal hakları güvence altına alınsa da işverenler düzenlemenin gerektirdiği yükümlülüklerden kaçabilmek için “parça başı telif ücreti” gibi, formüller ortaya çıkarmıştır. Bir yayın organında devamlı çalıştıkları halde, ücretleri bordroya tabi olarak değil de telif ücreti şeklinde ödeme yapılan birçok gazeteci bulunmaktadır. Bu gazeteciler “serbest gazeteci” olmamalarına rağmen iş hukuku ve sosyal güvenlik haklarından mahrum bırakılmaktadır. Bunun yanı sıra bir başka sıkıntı ise, 5953 sayılı Basın İş Kanunu kapsamında istihdam edilmesi gereken gazeteciler, işyerinde 1475 sayılı İş Kanununa tabi temizlik işçisi, sekreter vb. pozisyonlarda ve medya kuruluşunun sahip olduğu diğer ticarethanelerde çalışıyor gösterilmektedir. Diğer yandan, ülkemizde birçok sektörde olduğu gibi, gazetecilere de bordrolarında gösterilen

ücretten daha az bir ödeme yapıldığı iddia edilmektedir (Şakar, 2002: 31-32).

Medya sektöründe emeğin istismarından özellikle tekelleşmenin artmasıyla birlikte sıkça bahsedilmektedir. Günümüzde başlangıcından farklı bir ekonomik yapı içerisindeki medya kuruluşları holdinglerin birer ticari alanı haline dönüşmüş durumdadır. Tek bir patronun birden fazla gazete, dergi, radyo ve televizyonun sahibi konumuna gelmiştir. Böyle bir çalışma ortamında gazetecilerin yaptıkları işler farklı medya kuruluşlarında kullanılmakta, zaten düşük ücretlere çalışmak zorunda kalan gazeteciler emeklerinin karşılığını tam olarak alamamaktadır. Yerel medyada da ulusal medyaya göre farklı bir konumda değildir.

2.3.6. Haber Kaynakları Alanındaki Sorunları

Gazetecilikte haber kaynakları ile ilişkiler her zaman ekonomi-politik durumun ortaya çıkardığı bir sorun olarak tartışılmaktadır. Yerel medya da özellikle ekonomi ve siyasetle olan bağlantılarından dolayı haber kaynakları açısından çeşitli sıkıntılar yaşanmaktadır. Yerelde güç sahibi olanların genellikle birinci kaynak olarak seçildiği görülmektedir. Bu durumun ise okuyucu, izleyici, dinleyici ve kullanıcı konumunda bulunan konumda bulunan toplumun yerel medyaya karşı duyarsızlaşmasına yol açacağı söylenebilir. Yerel medyada haber kaynakları ile olan ilişkiler tartışma yaratan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel medyanın haber kaynakları arasında genellikle belediye, valilik, adliye, il özel idaresi ve parti il başkanlıkları gibi resmi kurumlar yer almaktadır. Bu kurumların yanı sıra ticaret, sanayi ve esnaf odaları gibi meslek örgütleri de yerel medyanın haber kaynakları arasında bulunmaktadır. Kuramsal temelde birincil kaynaklar olarak gösterilen haberin temelini oluşturan bu kurumları eylem ve söylemlerini haberleştirmek sorundur. Haber kaynağı olarak

yerelde ekonomi politik anlamda güçlü olan bu kurumlar seçilirse basın temelde görevleri arasında yer alan siyasal erki ve güç sahiplerini denetleme görevini yerine getiremeyecektir. Bu kaynaklar, medyaya haber hammaddesi sağlarken, aktardıkları bilgiyi kendi güç ve iktidarlarını devam ettirecek şekilde vereceklerdir (Şeker, 2007:79).

Yerel medyadaki haber kaynakları sorunu ile ilgili yerel medya eğitim seminerleri kapsamında konuşan Kolaylı (1998:297-298), sermayenin medya sahiplik yapısı içerisinde yer almaya başladığından bu yana patron çevresi ve politikayla olan ilişkilerin medya kuruluşlarının yayın politikasını etkilediğini vurgulamaktadır. Kolaylı aynı zamanda yerelde gazetecilik yapmanın zorluğuna değinmekte, taşrada gazeteci-politikacı, gazeteci-işadamı, gazeteci-bürokrat ilişkilerinin çok üst seviyede olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ortaya çıkan bu abi-kardeş ilişkisinin ortaya çıkaracağı sorunlardan bahsederek ve bu tür ilişkilerden gazetecinin uzak durması gerektiği konusunda uyarılmaktadır. Yerelde gazetecilerin haber kaynakları açısından yaşadıkları en büyük sorunlardan biri de devlet kurumlarından bilgi almanın zorluğundan kaynaklanmaktadır. Konu ile alakalı bilgisi olsa da memurlar devlet memurluğu yasasını öne sürerek bilgi vermekten kaçınmaktadır. Yerel medyadaki haber kaynaklarının kullanımına yönelik diğer bir nokta ise, haber ajanslarına olan aboneliklerdir. Yerel basında sınırlı sayıda eleman bulunmakta, eleman sıkıntısı nedeniyle kentteki olayları takip etmek oldukça güçtür. İlk olarak Anadolu Ajansı olmak üzere İhlas Haber Ajansı ve Doğan Haber Ajansı gibi haber ajansları, politika, ekonomi, spor, sağlık, kültür sanat gibi birçok alanda yerel, bölgesel ve ulusal boyuttaki haberleri yerel basına uygun koşullarda sunmaktadır. Yerel gazeteler ajans aboneliği konusunda sürekli teşvik edilmektedir. Ancak yine de geleneksel yapıdaki bazı yerel gazeteler hala ajanslara abone olmamakta, içeriğin diğer gazetelerden veya

internet üzerinden elde ettiği haberlerle doldurmaktadır. Görece gelişmiş illerdeki gazetelerde ajanslara abonelik oranı daha da yüksektir. Bu kentlerdeki gazeteler özellikle AA ve İHA'nın sağladığı haber imkânlarıyla içeriği doldurma konusunda sıkıntı çekmemektedir. Ancak bu durumda yerel basında farklı bir sorunu ortaya çıkarmaktadır. Yerel gazetelerin büyük bir bölümünü ajans haberleri kaplamaktadır (Şeker, 2007:82).

Haber kaynakları sorunu hem ulusal hem de yerel medyanın karşılaştığı ortak sorunlardandır. Ancak Bağımsız İletişim Ağı'nın (BĞA) eğitim çalışmalarında ABD'de ortaya çıkan yurttaş gazeteciliğinin yerel medyada uygulanarak haber kaynakları probleminin çözüleceği ileri sürülmektedir. Burada yurttaş gazeteciliği, medyanın egemen güçlerin sözcüsü olma konumundan kurtulma sürecinde çözüm olarak gösterilmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin temeli haber kaynaklarının artırılmasına dayanmaktadır. Bu gazetecilik anlayışının en önemli ilkeleri arasında habere konu olan olayın taraflarından her birinin görüşünün alınması, sadece resmi kaynaklara dayalı haberlerin yapılmaması bulunmaktadır. Bu anlayışa göre haber kaynağı ne kadar çok olursa o kadar kamunun bakış açısına yaklaşılabilceği öngörülmektedir (Duran, 2003: 89-90).

Bu gazetecilik yaklaşımına göre eğer bu ilkeler yerine getirilirse okurun gazetelere olan dikkatinin artacağını, sorunlarıyla ilgileneceğini ve yaşanan sıkıntıların çözümü için eyleme geçeceğini belirtilmektedir. Aslında yurttaş gazeteciliği geleneksel gazeteciliğe yüklenen işlevlere geri dönüşün sağlanmasındaki anlayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyanın en temel işlevleri arasında yasama, yürütme ve yargıyı denetleyecek dördüncü kuvvet olarak görülmesi vardır. Günümüzde de bunun ancak yurttaş gazeteciliği uygulandığı takdirde yerine getirileceğine inanılmaktadır (Cangöz, 2003:89).

Yerel medyada haber kaynakları sorunu gazeteciler açısından güçlükle aşılabacak sorunlar arasında yer almaktadır. Ulusal medyaya göre hitap ettiği kitle çok daha küçük ölçektedir. Yerelde çalışanlar haber kaynaklarıyla sürekli karşılaşma ihtimali bulunmaktadır. Ayrıca küçük bir bölge olduğu için gazeteciler haber kaynakları ile yakın bir ilişki kurması yüksek bir ihtimaldir. Bu habere dair olumlu bir durum gibi görünse de yerel de çalışanlara çeşitli sıkıntılar yaşatabilmektedir. Bunun yanı sıra yerel medyadaki haber kaynakları sorunu haber kaynağının seçiminden de ortaya çıkabilmektedir. Ekonomik anlamda çok rahat olmayan yerel medya kuruluşları, ekonomik anlamda destekleri olan kentin ileri gelenlerini, yerel siyasetçileri ilk haber kaynağı olarak seçebilmektedir. Yöre halkının yerel medyayı tercih etme nedeni ulusal medyada kendilerine yakın yerlerdeki gelişmelerin yer almamasının olduğunu söylemek mümkündür. Ancak yerel medyadaki haber kaynağı tercihleri bölge halkının yereldeki medya kuruluşlarına bakış açılarını etkileyen önemli etmenlerdendir.

2.3.7. Sendika alanındaki Sorunları

Mesleklerde profesyonellik seviyesini ortaya çıkaran öğelerden biri de, meslek alanına çalışmaları düzenleyen bir “meslek örgütü”nün olmasıdır. Genel olarak meslek örgütleri, çalışanların eğitimiyle ilgilenir, onlara toplumsal bir konum sağlar, terfi işlerini ayarlar, meslek dalında çalışanlar arasında bütünleşme imkanı sunar, meslek grubunu, farklı meslek gruplarına karşı özerkleştirir ve en değerlisi de yapılan işin kalitesini de kapsamak üzere meslek “erbabını” kontrol eder (Altun, 1995:57). Bir meslek örgütünün ya da derneğin mevcut olması profesyonelliğin bir delili olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan gazeteciliğin bir meslek olarak ele alınabilmesi, ya da gazetecilerin profesyonellik seviyesini belirlenebilmesi için, meslek örgütlerinin değerlendirilmesi zorunludur. Türkiye’de

90'lı yıllar itibariyle artan oranda mesleki örgütlenme yoluna girişmiştir. Bu bir bakımdan da medya da sıkıntıların attığının da göstergesidir. Çünkü meslek örgütlerinin en temel işlevi, güç birliği oluşturarak sorunların çözüme kavuşmasını sağlamaktır (Altun, 1995:57).

Teorik açıdan mevcut anayasada sendikalaşma güvence altındadır. Ancak gazetecilik mesleği daha çok bireysel rekabete dayanan bir meslek olduğu için kolektif bir şekilde örgütlenme girişimleri kolaylıkla mümkün olmamaktadır. Gazetecilik mesleğinin bu özelliği, güçlü bir sendikalaşmanın yaratılmasını engellemektedir. Mesleğin bu temel yapısının yanı sıra, ülkenin içinde bulunduğu sosyolojik ve siyasal yapı, ideolojik yaklaşım, demokrasi seviyesi ve medyadaki sahiplik yapısı da gazetecilerin örgütlenmesini etkileyen diğer faktörler olarak gösterilebilir. Bununla birlikte sendikalaşmaya yönelik bu çabalar gazetecilerin işsiz kalması ile sonuçlanabilecek durumlara da yol açmaktadır. Meslekteki bu durum göz önünde bulundurularak yasal korumaya öncelik verilmesi önemli bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır (Özsever, 2004:60).

Basın sendikalarının temel olarak medya çalışanlarını örgütleyerek ücret, çalışma şartlarının iyileştirilmesi gibi hakların elde edilmesinin yanı sıra, editoryal bağımsızlığın sağlanmasına da katkı da bulunması önemli bir işlevi olarak görülmektedir. Bir basın ve yayın organının, editoryal açıdan bağımsızlığı devlet, güç odakları ve sermayeyi elinde bulundurana karşı bağımsızlığı demektir. Bu anlamda gazetecilerin sendikaları, üyelerinin hak ve çıkarlarını koruyabildiği gibi editoryal olarak bağımsızlığın sağlanmasıyla ilgili mekanizmaların oluşmasında da toplu sözleşmelere madde ekletebilmektedir (Özsever, 2004:61). Basın sendikalarının faaliyet gösterdikleri ülkelerde demokrasinin gelişmesinde de önemli bir etkisinin olduğu üzerinde durulması gereken diğer bir olgudur. Şüphesiz bu durumun ortaya çıkmasında ve güçlü gazeteci sendikalarının

varlığını devam ettirebilmesinde, bulundukları ülkelerde basın özgürlüğü ve sendikal hakların yasalarla güvenceye alınmasının da çok büyük bir katkısı vardır (Atılgan, 2001:31).

Ülkemizde de gazetecilerin sendikal hakları anayasal güvence altına alınmıştır. Ancak günümüzde bu yasal güvencelerden gazetecilerin ne kadar faydalandığı ve bu kurallara uyulduğu konusu tartışmalıdır. Türkiye’de gazetecilerin sendikal haklarından yararlanamadığı ve sendikasılaşmaya sürüklendiği ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır.

Şakar (2002:32), bu konuda 1980’li yıllardan itibaren farklı sektörlerde olduğu gibi medya alanında taşeron kullanımının yaygınlaştığını, bu durumunda gazetecilerin sendikal dayanışmasının zayıflattığını vurgulamaktadır. Şakar, ayrıca işverenin gazetecileri sendikasılaştırma yolundaki baskılarının yanı sıra tekelleşen medyanın da gazetecileri sendikasılaştırmaya ittiğini belirtmektedir. Ülkemizde basın, yayın ve gazetecilik alanında çalışanların sendikalılık oranı oldukça düşüktür. Bu alanda hizmet verenlerin sendikaya üye olma oranları sadece yüzde 6-7 bandındadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının Temmuz 2019’da yayınladığı rapora göre Türkiye’de Basın, Yayın ve Gazetecilik alanında toplam 112 000 civarı işçi çalışmaktadır. Ancak bunların yalnızca 8112’si sendikalara üyedir. 3541 üye ile Medya İşçileri Sendikası (Medya İŞ), en fazla üyeye sahipken Türkiye Basın, Yayın, Gazetecilik, Grafik-Tasarım, Baskı ve Ambalaj Sanayi İşçileri Sendikasının (Basın İŞ) 3211, Türkiye Gazeteciler Sendikasının (TGS) 1120, Türkiye Basın Sanayi İşçileri Sendikasının (Basın İŞ) 641 üyesi bulunmaktadır (www.csgeb.gov.tr). Bir ülkenin demokratik anlamda ileriye gitmesini sağlayacak en önemli unsurlardan biri olan medyada, sendikalaşmanın oldukça düşük olduğu açıktır. Böyle bir ortam içerisinde Türkiye’de gazetecilerin haklarını koruma ve arama noktasında oldukça güçlük çekeceğini söylemek mümkündür.

2.3.8. Özgürlük Alanlarındaki Sorunları

Gazetecinin özgürlüğü meselesi uzun süredir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de gazetecinin özgürlük alanının özellikle 1980’li yılların başından itibaren daraldığı ifade edilmektedir. Kamusal bir görevi anlatan gazetecilik mesleğinin tam anlamıyla yerine getirilmesi ya da getirilmemesi konusunda medyanın sahiplik yapısının etkisi en önemli etmenlerden biridir. Bu bakımdan Türkiye’de medyanın patronaj durumunun gösterdiği değişim ve dönüşümlere yer vermek önem arz etmektedir.

1980 sonrası yeni patronların medyaya el atması ile birlikte, medyanın sahiplik yapısındaki değişimler düzensizleşmiştir. İş çevrelerinin medyaya yönelik yatırımlarında, medyayı bir güç olarak kullanarak diğer sektörlerde daha etkin olma istediği görülmüştür (Özsever, 2004:114- 115). 1990’lı yıllara gelindiğinde ise artık medya patronlarının işletmelerini endüstri haline getirdikleri görülmektedir.

Holdinglere dönüşen medya şirketleri bünyelerinde farklı sektörleri barındırmanın yanı sıra gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi farklı kitle iletişim araçlarına da sahip konuma gelmiştir. Böyle bir ortamda Türk basınında reklam pastasından en büyük dilimi kapma mücadelesi kızışmıştır (Tokgöz, 2010:37-41). Bu yeni yapı içerisinde özellikle 1990 sonrasında medya ve siyaset arasındaki ilişki yoğunlaşmış, radyo, gazete ve televizyonların sahipliklerini elinde bulunduran patronlar medyayı bir bakımdan “silah” olarak kullanmıştır. Siyasal iktidar ve farklı siyasi odaklarla işbirliğinde bulunarak mali olanaklarını geliştirmişlerdir (Özsever, 2004:121).

Kısaca aktarılan Türkiye’de medya sahipliği yapısındaki dönüşüme bakarak gazetecinin böyle bir ortam içerisinde haberleri üretim aşamasında özgür olduğunu söylemek pek mümkün görülmemektedir. Ekonomi ve siyaset ile bu denli bir

ilişki içerisinde olmasının medya kurumunun yayın politikasını etkilemesi kaçınılmazdır. Ortaya çıkan yayın politikasının ise özellikle siyasal erki elinde bulunduranların çıkarlarına olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu konuda Özsever (2004: 141), gazetecilerin genelde kurumun yayın politikasını içselleştirdiğini, haberleri yaparken hiçbir direktif olmasa da oto sansür uyguladıklarını, bununda gazeteciliğin temel ilkeleri ve kamusal bir görev oluşu bakımından üzerinde durulması gereken bir konu olduğunu vurgulamaktadır. Öke'de (1994:98), gazetecinin hayata bakış açısı ile çalıştığı kurumun siyasi yaklaşımı arasında bir farklılığın ortaya çıkması halinde, genelde gazetecinin boyun eğdiğini ifade etmektedir. Buna karşın bir medya tekelinde olmayan, daha küçük ölçekli bir kuruluşta mesleğini icra eden gazeteciler açısından “özgürlük” ifadesi daha rahat dile getirilebilen bir kavram olmaktadır (Tılıç, 1998: 236).

Ulusal medya da görülen bu ekonomi-politik yapılanmadan yerel medyada da söz etmek mümkündür. Yerel medyanın sahipleri veya destekçileri arasında yerel siyasetçiler, milletvekilleri, dini gruplar, siyasi parti il temsilcilikleri gibi oluşumlar bulunmaktadır. Bu güçlerin yerel siyasette olduğu gibi ekonomik anlamda da güç sahibi olmaları, medya çıktılarına yansımaktadır. Anılan güçler yerel gazetelerin yanı sıra yerel televizyon ve radyolara sahip veya destek sağlayarak bir bakımdan yerel medya tekeli oluşturmaktadır. Ortaya çıkan bu durum düşünüldüğünde, ulusal medyadaki ekonomi-politik yapının sonucu olarak ortaya çıkan yatay ve dikey tekelleşme, belli bir siyasi düşünceye yakınlık gibi sorunların yerel medya da yaşandığı ortadadır (Şeker, 2007:79).

2.3.9. İçerik Alanındaki Sorunları

Yerel medyada yaşanan uzmanlaşmış kadro eksikliği, teknik anlamdaki sınırlılıklar, belirli bir yönetim ve organizasyon yapısının olmayışı, çalışma şartlarının çalışanları memnun etmemesi, ilke ve politikaların sağlam olmaması gibi sıkıntılar içerik açısından da nitelikli yerel basının oluşumunu engellemektedir (Vural, 1999: 152).

Yerel basında yaşanan içerik sıkıntısı geçmiş dönemlerden günümüze kadar gelmektedir. 1975 yılında yapılan 2. Türk Basın Kurultayı'na sunulan raporda da yerel medyadaki içerik problemlerinden bahsedilmektedir. Raporda, Anadolu'daki gazetelerin içerik yönünden çok kaliteli olmadığı, yazı işleri çalışanlarının yetersiz olduğu, bunun sonucu olarak da gazeteler il ve ilçelerde çıksa dahi o bölgeye ait haberlere yer verilmediği vurgulanmaktadır. Ayrıca aynı raporda o dönemde gelişmiş olan teknolojinin yerel basında kullanılmayışının niteliksiz içeriğin çıkmasındaki etkisinden de bahsedilmektedir (2. Türk Basın Kurultayı, 1976: 101). Kurultaydan yaklaşık 30 yıl sonra Kayseri'de yapılan bir yerel medya eğitim seminerinde konuşan Sözen (2004:09) de Kayseri yerel basını üzerine yaptığı incelemeden yola çıkarak gazetelerin içeriğinde Kayseri şehrinin özel sorunlarıyla ilgili haberlerin olmamasını eleştirmektedir. Ayrıca yerel medyanın temel görevinin kentte yaşanan sorunlara ortaya çıkarmak olduğunu ancak bunun hiçbir gazete de yapılmadığından şikâyetçi olan Sözen, yerel basının yerel olmadığını vurgulamaktadır.

Yine yerel medyadaki içerik sorunu hakkında konuşan Mutlu (1998:195-202) da yerel medyanın ulusal konulardan ziyade yerel meselelere yoğunlaşması gerektiğini, ancak yine de merkez olarak nitelediği ulusal medyanın yerel medyayı etkilediğini ifade etmektedir. Mutlu, yerel medyanın bulunduğu bölgedeki okurunun, dinleyicisinin o toplum sorunlarına katılımını

kolaylaştırabilecek bir mekanizmayı geliştirebileceğini ve bunun sonucu olarak da demokratik ortama katkı sağlayacağını ifade etmektedir.

Medyanın demokratik toplumun oluşmasında önemli bir etken olduğunu söyleyen Atılğan (1998: 237), ulusal medyanın artık ekonomi politik yapısından dolayı siyasal katılımın sağlanmasındaki işlevini yitirdiğini, yerel medyanın ise buna sağlayacağı içerik ile alternatif olabileceğini öne sürülmektedir. Halkın dikkatini yerel basına çekebilmek için gazetenin içeriği doğrudan yayın yapılan kentle ilgili olmalıdır.

Yerel basın tarihine baktığımızda Bursa basını bu konuda başarılı sayılmaktadır. Bursa basının görece başarısını anlatan Kolaylı (1998: 297), yerel medyanın çıkarıldığı şehrin sesi, kulağı ve gözü olması gerektiğini, kesinlikle toplumla bütünleşmenin gerekliliğini vurgulamaktadır. Kolaylı, Bursa'nın yerel medya konusundaki başarısının arkasında teknolojik alt yapıya yapılan yatırımların yanı sıra çalışan gazetecilerinde uzmanlaşmasını göstermektedir. Yerel medyadaki içerik problemi yerelde yaşanan teknolojik sınırlılıklar, sermaye yapısı, nitelikli eleman sıkıntısı ile yakından ilgilidir. Bu sorunlar içerik konusundaki eksikliği tetiklemektedir. Yerel medya da başarı sağlayabilmek için içeriğin kalitesinin artması gerekmektedir. Bunu sağlamanın yolunun da öncelikle yaşanan diğer sıkıntıları en az seviye indirilmesinden geçtiği söylenebilir. Bu tür sorunların çözülmesiyle yerel medya da üzerine düşen görevleri tam anlamıyla yerine getirebilecektir.

2.3.10. Reyting-Tiraj Alanındaki Sorunları

Türkiye'de özellikle okuma alışkanlığı kültürü yerleşmemiş olduğundan gazete ve dergiler tiraj problemi ile karşı karşıya kalmaktadır. Çeşitli problemlerle karşı karşıya kalan yerel gazeteler tiraj sorununu da yoğun bir şekilde yaşamaktadır.

UNESCO'nun "İletişim İhtisas Komitesi Raporu" verilerine göre Türkiye'de 2016 yılındaki toplam tirajın sadece yüzde 16.4'ünü yerel ve bölgesel yayınlara aittir (www.unesco.org.tr). Aynı raporda internet kullanımının yüzde 60'ı geçtiği ve televizyon izleme alışkanlığının ise günde 4.5 saate ulaştığı belirtilmektedir.

Televizyon izleme oranının yüksek olmasına rağmen yerel radyo ve televizyonların reyting sıkıntısı yaşanmasının toplumda yerel haber takibi alışkanlığının oluşmadığını göstermektedir. Ayrıca yerel televizyonlara yönelik ilgisizliğin bir nedeninin de üretilen içerikten kaynaklandığı söylenebilir. Yerel medyada tiraj reyting meselesi sosyo-kültürel yapının oluşturduğu en önemli sorunlardan biri olarak ifade edilebilir. Türkiye'de ulusal ve yerel gazetelerde yaşanan tiraj sıkıntısı benzerlik göstermektedir. Okuma alışkanlığının az olması, eğitim seviyesindeki düşüklük, yeni kitle iletişim araçlarının gazetelere olan ihtiyacı azaltması, gelir seviyesi gibi etkenler yerel basındaki tiraj sorununu ortaya çıkaran etkenlerdendir. Fakat yerel gazetelerde yaşanan tiraj sorununun kendine özgü farklı yönleri de vardır. Bunların başında yerel gazetelerin büyük bir kısmının tirajlarını arttırmak gibi bir çabalarının olmaması gelmektedir. Küçük yerel gazetelerin gazete satışından gelir elde etmek gibi bir dertleri de bulunmamaktadır. Bu yapıdaki gazetelerin büyük çoğunluğu resmi ilan gelirlerini alabilmek için yayın yapmakta ve çok düşük sayıda çıkarılmaktadır. Bu tür gazeteler içinde yalnızca resmi kurumlara ve ilan alınan kurumlara dağıtılmak üzere basılanları da bulunmaktadır. Yerel gazetelerin hemen hemen hepsinin sadece kısıtlı sayıdaki abonelerine ulaştığı söylenebilir. Fakat temel problem bu yayınların evlere girmemesi, bayilerde yer alamaması ve kimi zamanda o bölgede yaşayan insanların bu gazetelerden haberi dahi olmayışıdır. Bu nedenle, bu tür yayınları gazete olarak nitelemekte sorgulanabilir bir yaklaşımdır. Bu tür gazeteler

okura ulaşmayan, kapalı devre yayınlanan naylon gazetelerdir (Şeker, 2007:101-102).

80'li yıllarda yerel medya hakkında incelemelerde bulunan Tokgöz (1981:271-294) o dönemde yerel gazetelerin satışlarına ilişkin net bilgilerin olmadığını ancak Basın İlan Kurumu'nun verilerine dayanarak İzmir'de Yeni Asır ve Bursa'daki Bursa Hakimiyet dışındaki gazetelerin tirajlarının bin ile üç bin arasında değiştiğini ifade etmektedir. Yerel gazetelerin tiraj meselesi hakkında değerlendirmede bulunan Faraç (1999:27) da özellikle tipo baskı ile basılan gazetelerin 90'lı yıllarda tirajının çok kötü durumda olduğunu, bu dönemde yayınlanan gazetelerin yüzde 25'inin sadece 100-300 arasında çıkarıldığını vurgulamaktadır. Faraç, yerel gazetelerin toplamda 700 bin gibi görünen tirajının gazeteler tarafından resmi ilan gelirlerini arttırmak için şişirildiğini belirtmektedir.

Tiraj ile ilgili Vural (1999:131) Başbakanlık Basın Danışmanı Yusuf Turan ile yaptığı yüz yüze görünmeye dayandırarak 1996 yılında Türkiye'de toplam 600 yerel gazetenin bulunduğunu, gazetelerin toplam tirajının 135-140 arasında olduğunu, bu rakamların üzerindeki tiraj sayılarının tamamen yanlış olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Vural, bu rakamında yaklaşık yüzde 90'ının Bursa, Kocaeli, Sakarya, Eskişehir, Trabzon ve Adana gibi Şehirlerde çıkarılan gazetelere ait olduğunu belirtmektedir. 2008 yılındaki Türkiye İstatistik Kurumu'nun yaptığı yazılı medya istatistikleri çalışmasında 2006 yılında 4643 gazete ve derginin toplam tirajının yaklaşık iki buçuk milyon olduğu belirtilmekte, bu toplam satış rakamının içinde ise sadece yüzde 16.5'nin yerel ve bölgesel yayınlara ait olduğu vurgulanmaktadır. Yine aynı kurumun Temmuz 2016'daki "Yazılı Medya İstatistikleri" verilerine göre 2015 yılında gazete ve dergi sayısının toplamda 6802 olduğu ifade edilmektedir. Bu yayınların yüzde 59.9'unu dergiler oluşturmaktadır. Raporda, 2015 yılında çıkarılan gazetelerin yüzde 89.6'sının yerel, yüzde

4.1'inin bölgesel olduğu, geriye kalan yüzde 6.3'lük dilimin ise ulusal yayınlara ait olduğu gösterilmektedir. Dergilerdeki oranlar ise gazetelere göre farklılaşmakta çoğunluğunu ulusal yayınlar oluşturmaktadır. Gazeteler dergilerin toplamına bakıldığında ise yerel ve bölgesel ölçekteki yayınların oranı yüzde 64.2 olarak karşımıza çıkmaktadır. 2015 yılında basılan bu gazete ve dergilerin toplam tirajı ise yaklaşık olarak 2.2 milyar olup, bu rakamın yüzde 93 gibi büyük bir çoğunluğunu gazeteler oluşturmaktadır. Ancak gazete ve dergi sayısı bakımından yerel ve bölgesel yayınlar çok fazla olsa da bu yayınlar tiraj sayısında oldukça geride kalmaktadır. 2015 yılında ortaya çıkan tirajın yalnızca yüzde 15'i yerel ve bölgesel nitelikteki gazete ve dergilere aittir (www.tuik.gov.tr). Çeşitli kaynaklardaki tiraj sayıları ve bu sayıların doğruluğuna ilişkin kuşku bir yana, aktarılanlara göre ortaya çıkan rakamlara itibar edilse dahi yerel gazetelerin tirajlarının toplam gazete satışları içerisinde çok düşük bir oranı kapsadığını söylemek mümkündür.

Yerelde gazete sayılarının fazlalığına göre tirajın düşük olması, özellikle geleneksel yapıdaki küçük yerel gazetelerin okuyucuya ulaşma gibi bir amacın dışında çıkarıldığına işaret etmektedir. Bunların arasında, resmi ilan ve özel reklamlardan pay almak, siyasal ve ekonomik anlamda çıkar elde etmek gibi durumlar bulunmaktadır (Şeker, 2007:103). Yerel basının tiraj probleminin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Yereldeki gazete sayısının çokluğu, ulusal yayınların alana hakim olması, yerelin ekonomik ve siyasal çıkarlar için gazetecilik mesleğini tam anlamıyla yerine getirmemesi, dağıtım ile ilgili sorunların yaşanması gibi durumların yerelde tirajın artmasını engellediği ifade edilebilir. Bu sorunun nedenlerinin biri olarak okuyucu/dinleyici/kullanıcıların yerel medyaya karşı olan ilgisizliğini de göstermek yanlış olmayacaktır. Yerel gazetelerde yaşanan tiraj probleminin radyo ve televizyonlardaki karşılığı ise

reytinglerdir. Ulusal yayınlara göre yerel televizyonların izleyicilerin dikkatini çekmekte zorlanmaktadır.

Temel vd. (2012: 133), yerel televizyonların kaliteli programlar üretmemesinin reytinglerin düşmesinde etkili olduğunu belirtmektedir. Gazetelerde reklam gelirleri nasıl tiraja bağlı ise radyo ve televizyonların ilan kazançları da reyting göstergelerine bağlıdır. Reytingi yüksek olmayan yerel radyo ve televizyonların reklam gelirlerinden alacağı payın çok az olmasının beklenen bir durum olduğunu söylemek mümkündür. Özetle, yerel radyo, televizyon, gazete ve dergilerdeki sorunlar bazı teknik farklılık gösterse de birçoğu yerel medyanın ortak problemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik, teknik, istihdam ve çalışanların niteliği, içerik, haber kaynakları, tiraj, ilan reklam, emek istismarı, gazetecinin özgürlük alanı ve medyada sendikasılaşma sıkıntıları olarak ele aldığımız sorunların birbirini tetikleyen unsurlar olduğu görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AKSARAY İLİ YEREL MEDYA SORUNLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Amaç

Bu çalışmasının temel amacı yerel medyanın sorunlarını ortaya koyarak, sektörde çalışanların bu sorunlara bakış açılarını ve yaklaşımlarını belirlemeye çalışarak çözüm önerilerine katkıda bulunmaktır. Aksaray ilindeki yerel gazete, radyo, televizyon, dergi ve internet medyası kurumlarında çalışanların görüşlerine göre kentteki yerel medyanın sorunları araştırılmıştır. Bu çerçevede, yerel medya çalışanlarının mesleki sorunlarına ilişkin literatür taraması yapılmış ve derinlemesine mülakat tekniği ile saptanan ve aşağıda belirtilen konulardaki görüşleri ele alınmıştır.

- Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?
- Medya sektöründe görev yapmak için akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?
- Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?
- Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?
- Yerel medya sahipleri olarak en büyük problem nedir?
- Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?
- Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?
- Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?
- Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?
- Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?
- Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?
- Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?
- Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?
- Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?
- Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?
- Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?
- Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayabildi mi?

3.2. Önemi

Yerel medyanın bilimsel çalışmalarla ortaya konan; denetim, eleştiri, haber verme, , eğitime ve eğlendirme, kamuoyu ve gündem oluşturma gibi işlevleri dikkate alındığında konu doğrudan önem arz etmektedir. Küreselleşen dünyada yerel değerlerin önemi artmakta, dolayısıyla yerel değerlerin ortaya çıkarılmasında, gelecek kuşaklara aktarılmasında, coğrafi sınırların dışına duyurulmasında yerel medya öne çıkmaktadır. Girgin'in de (2001:148) belirttiği gibi kimi yöreler, görünürde küresel ilişkiler içinde yer alırken, yerele dönüş eğilimleri sonucu, gerçekte bu ilişkilerden koparak hızla kendi içine kapanmaktadır. Bu çabanın göstergelerinden biri de, her toplumun kendi içinde daha yerel kurumlara, iletişime ve yaşama gereksinim duyarak, yerel iletişim araçlarına önem vermesidir.

Günümüzde yerel basın, yöre halkının kültürel kimliğini korumak, haklarına sahip çıkmak, yöreye saygın bir konum kazandırmak görev ve yükümlülüğü üstlenmektedir (Işık, 2001:47). Öte yandan dünyada olduğu gibi Türkiye'de de merkezi yönetim anlayışının, yerini yerel yönetimlere bırakması, merkezi yetki ve sorumlulukların yerel yönetimlere kaydırılması düşüncesi yereli ve yerele ait yapılanmaları daha bir önemli kılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında yerel medyanın, kendisinden beklenen işlevleri tam ve sağlıklı bir şekilde yerine getirebilmesi için önce kendisinin sağlıklı bir yapıda olması gerekir. Bir ülkede yerel medyanın sağlıklı olması yerel iletişimi artırmakta, bu iletişim yerel yönetimleri etkilemekte, bu da yerel

demokrasinin, yerel demokratik yönetimin güçlenmesine ve halk tarafından benimsenmesine yardımcı olmaktadır. Temel sorunlarını çözmüş sağlıklı bir yerel medya oluşturulduğunda çok sesliliğin, gerçek demokrasinin egemen olması, yerel iktidarların icraatlarının bir takım güç odaklarının etkisi altında kalınmadan tarafsızca değerlendirilmesi, halkın bilmesi gereken tüm olumsuzlukların veya olumlu çabaların onlara iletebilmesi de mümkün olacaktır.

3.3. Varsayımlar

Bu araştırmada yerel medya kuruluşlarının genel yapısı, gelir kaynakları, reklam ilan gelirleri, tirajları, dağıtımları, sayfa sayıları, içerikleri ile ekonomi, haber, teknik içerikli özellikleri ele alınmış, bunun yanında medya çalışanlarının da demografik özellikleri, nitelikleri, çalışma şartları, sorunları ve sorunlara bakış açıları, yaklaşımları incelenmiştir. Başka bir ifadeyle Aksaray yerel medyasının durumu ortaya konmuş, bir kısım çalışanla yüz yüze görüşmeler sonunda hazırlanan ölçek medya çalışanlarına uygulanmıştır. Ama elbette bu konuların işveren açısından farklı, çalışan açısından farklılık arz ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. Zaten çalışmamız çalışan gözüyle yerel medya sorunlarına bakışı kapsamaktadır. Ölçeğin uygulanması sırasında yerel medya çalışanlarının sayıca az olması, bazı soruları içtenlikle cevaplama konusunda tereddüt etmeleri çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmuştur. Deneklerin tereddütleri araştırmacı tarafından konunun içeriği ve amacı anlatılarak aşılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın varsayımları şu doğrultuda dile getirilmektedir;

- Yerel medya çalışanları, Aksaray yerel medyasının temel sorununu kalifiye elaman olarak görmektedirler.
- Yerel medya çalışanlarına yönelik yapılan mesleki eğitimlerin yeterli olmadığı tespit edilmiştir.

- Aksaray’da yerel yazılı basın iyi koşullar altında değildir.
- Aksaray’da ilkeli gazetecilik yapılmamaktadır.
- Aksaray medya çalışanları, iyi koşullar altında değildir.

3.4. Sınırlılıklar

Bu çalışma Aksaray İlinde görev yapan konvansiyonel ve elektronik ortamda yayın yapan yerel medya araçlarının sahiplerini, çeşitli kademe yöneticilerini ve çalışanlarını kapsamaktadır.

İlçelerde yer alan medya kurumlarına araştırma soruları ulaştırılmasına rağmen dönüş yapmayanlar değerlendirme dışı bırakılmıştır.

3.5. Araştırma Yöntemi

Görüşme tekniğinin kullanıldığı çalışmalarda temel amaç çalışılan örneklemden elde edilen bilginin örneklemin temsil ettiği evrene genellemesi değil, tersine çalışılan kişilere benzer ya da aynı özellik gösteren kişilere genellemesidir (Schofield, 1990:226). Konu biraz daha açılırsa sınırlı sayıda kişi ile bütünsel ve derinlemesine çalışılarak elde edilen sonuçlar yine benzer ya da aynı özellikler gösteren kişileri anlamada kullanılmaktadır. Patton (1990: 184), bu nedenle görüşme gibi nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı bilimsel çalışmalarda örnekleme dair çok sıkı kuralların bulunmadığını belirtmektedir.

Bu araştırmamızda kullanılan yöntem derinlemesine görüşmedir. Görüşme, sosyal bilimlerde ve özellikle de Sosyolojide en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir; neredeyse sosyolojik yöntemle hemen hemen eş anlamlı kullanılır hale gelmiştir. Yirminci yüzyılın son çeyreğinde

pek çok sosyal bilim alanında görüşme, etkili bir veri toplama yöntemi olarak yerini almıştır. Örneğin, örgüt çalışmalarında örgüt bilimciler örgütlerin değişik yönlerini ve özellikle de örgütlerin kültür ve sembolik boyutlarını çalışırken görüşmeyi, temel veri toplama aracı olarak kullanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

3.6. Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda, örneklem grubundakilerin demografik özellikleri ile Aksaray yerel medyasında çalışanların görüşlerine göre yerel medyanın sorunlarına ve bu sorunlara bakış açılarına ilişkin hazırlanan sorulardaki bulgulara yer verilmiştir.

3.6.1. Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri

Örneklem grubundaki 33 kişiden %9 ile 3'ü kadın, %91 ile 30'u erkektir. Aksaray yerel medyasında çalışanlar erkek ağırlıklıdır. Yerel medya çalışanlarının medeni durumlarına bakıldığında %91 ile 30 kişi evli, %9 ile 3 kişi bekârdır. Çalışanların yaş dağılımlarında %33 ile 11 kişi 23-40 yaş aralığındadır. Diğer bir grup %67 ile 22 kişi olarak 40 yaş üzeri aralığındadır.

Öğrenim düzeylerine bakıldığında araştırmaya katılanların %57'sinin lise ve altında, %43'ünün üniversite ve üzerinde eğitim aldıkları görülmektedir. Lise ve alt düzeyde eğitim alanların sayısı 19, üniversite ve üzerinde eğitim alanların sayısı ise 14'tür. Buna göre katılımcıların ortalama bir eğitim düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

Aksaray yerel medyasında çalışanların unvan dağılımlarına bakıldığında çoğunluğu %56 oranındaki 17 kişiyle gazete televizyon radyo sahibi grubunun oluşturduğu görülmektedir. Geri kalan %27 ile 9 kişi muhabir grubunu, %12 ile 4 kişi genel

yayın yönetmeni, %5 ile 3 kişi yazı işleri müdürü guruplarını oluşturmaktadır.

Yerel medya çalışanlarının önemli bir bölümü yerel gazetelerde çalışmaktadır. Bunu sırasıyla yerel televizyonlar ve yerel radyolar takip etmektedir. Sayısal olarak bakıldığında %82 ile 27 kişi yerel gazetelerde, %12 ile 4 kişi yerel televizyonlarda, %6 ile 2 kişi yerel radyolarda çalışmaktadır

Çalışanların hizmet yıllarına bakıldığında %43 ile 14 kişinin 1-15 yıl arası çalıştıkları görülmüştür. İkinci sırada, %27 ile 9 kişi 16-25 yıl arası bir hizmet yılına sahiptir. Üçüncü sırada %30 ile 10 kişi, 26 yıl ve üstü deneyime sahiptir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo- Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Demografi		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	3	9
	Erkek	30	91
Medeni Durum	Evli	30	91
	Bekâr	3	9
Yaş	18-40	11	33
	40+	22	67
Eğitim	Lise ve Altı	19	57
	Üniversite ve Üstü	14	43
Kurumda Yaptığı Görev	Genel Yayın Müdürü	4	12
	Yazı İşleri Müdürü	3	5
	Muhabir	9	27
	İmtiyaz Sahibi	17	56
Sektörde Geçirdiği Süre	1-15 Yıl	14	43
	16-25 Yıl	9	27
	25+	10	30

3.6.2. Yerel Medya Çalışanlarının Derinlemesine Görüşme Tekniğine Göre Yerel Medyanın Sorunları

Bu başlık altında medya çalışanlarının Aksaray özelinde mesleklerini icra ederken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunları nasıl algıladıkları, kendi gözlemlerine dayanarak ifade edilecek, yapılan görüşmelerden elde edilen bulguların analizine değinilecektir.

3.6.2.1. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Çalışmaya katılan 33 katılımcının mesleki açıdan en çok rahatsız oldukları konulara ilişkin örüşlerini yansıtmaktadır. Çalışanlarla yapılan görüşmeler neticesinde 33 katılımcıdan 20'si mesleğin saygınlığının azalmasını en çok rahatsız oldukları durum olarak cevaplarırken, kalan kısmın çoğunluğu teknolojik gelişmelerin yerel medyanın önüne geçtiğinden ve kalan kısmında medya sahibi ve kurum çıkarlarının haberin önüne geçmesinden rahatsız olduğunu ifade etmiştir. Ulaşılan bulgulara bakıldığında yerel medya çalışanları açısından bu durumlar mesleki açıdan en çok rahatsız olunan bir sorun olarak görölmektedir. Katılımcı 13 ün verdiği cevapta devlet kontrolünde oluşan bir yerel medya özgürlük bakımından değeriendirilemez şeklinde ifadesini kullanması meslek saygınlığının giderek azaldığını dile getiren katılımcılardan sadece birisidir.

3.6.2.2. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Çalışmaya katılan 33 katılımcıdan alınan cevaplar neticesinde habercilik yapabilmek için akademik anlamda eğitim gerekkip gerekmediği sorusunda katılımcılar belirgin bir yargıda bulunmamıştır. Bunda örneklem grup içindekilerin belli bir

kısının iletişim fakültesi mezunu olmamasının etkili olduğu söylenebilir. Birçok iş sahasında yaşanan “alaylı-mektepli” çatışması Aksaray yerel medya sektöründe de bariz olarak görülmektedir. Ancak yine de yerel habercilik yapabilmek için akademik eğitimin gerekli olup olmadığı konusuna olumsuz da bakmadıkları tespit edilmiş, katılımcılar bu konuya temkinli yaklaşmışlardır. Çalışanlar, yerel medyada akademik eğitimin önemini tam olarak kabul etmeseler bile tamamen de reddetmemektedirler. Fakat eğitimin her yerde geçerli olduğu olgusunu kabul etmektedirler. Bu konuya ilişkin katılımcılardan Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz sorusuna ‘akademik eğitim kesinlikle gerekli. Zaman zaman seminerler verilmeli. Çünkü gazeteci olmak Türkiye’de o kadar kolay ki. Eline küçük bir kamera alıp basit bir internet sitesi kuran “gazeteciyim” diyor. Bu yüzden bütün gazeteciler akademik eğitim kesinlikle ve kesinlikle şart. Diyen katılımcı 12’nin verdiği cevap tartışmasız en doğru yargı olarak değerlendirebiliriz.

3.6.2.3. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Çalışmaya katılan 33 katılımcının verdikleri cevaplar neticesinde birçok zorluklarla karşılaştıkları söylenebilir. Katılımcıların verdikleri cevaplar neticesinde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır;

Medya çalışanlarının bazen hem işte hem de işlevlerini yerine getirdikleri alanda sorunlarla karşılaştıklarını görüyoruz. Medyanın toplum üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, bu gücü ele geçirmek veya kontrol etmek ve belirli çıkarlara odaklanmak kaçınılmazdır. Medya çalışanları işlerini yaparken, birlikte çalıştıkları medya kuruluşunun mali eksikliklerini bir sorun olarak görürler. Diğer bir deyişle, çalışanlar, haber

kuruluşunda ve finans kurumundaki finansal yetersizlik nedeniyle sağlıkta sorun yaşadıklarını bildirmektedir.

Yerel medya profesyonelleri, haber yapım sürecinde içsel zorluklar ve engeller olduğunu ve bunun meslekleri için büyük bir zorluk olduğunu söylüyor. Birey düşmanlık, kaos, mücadele, kötü başarıya yol açacak bu mücadele ve engeller sonucunda gerginlik ve uyumsuzluk ile örgütsel stres ve sağlık sorunları yaşayabilir. Yerel medya çalışanları, hazırladıkları ve gazete yönetmenlerine veya editörlerine sundukları bilgilerin bazen bu birimler veya medya sahipleri tarafından değiştirildiğini ve bu durumdan rahatsız olduklarını bildirdi. Değişimin gazetede veya televizyonda ortaya çıkana kadar fark edilmediğini söyleyen yerel medya çalışanları, bazen bilgi kaynakları ile kendilerini zor bir durumda bulduklarını söyledi.

Yerel medya çalışanları haber kaynaklarına ulaşmakta ve bilgi almakta zaman zaman zorlandıklarına işaret ederek bu durumu, işlerini yaparken önemli bir sorun olarak görmektedirler. Ayrıca bazı katılımcılar siyasi baskıların ilerinin önüne geçtiğini vurgulamıştır. Bu sorunların çözümlerine yönelik gerekli ve yeterli adımların atılmadığını ifade etmiştir.

3.6.2.4.Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çalışmaya katılan 33 katılımcının hem fikir olduğu sorulardan biridir bu soru katılımcıların hemen hemen hepsi yerel medyayı sermaye ile ilişkilendirmişlerdir. Sermaye gücü olmayan gazete, dergi, televizyon, yaşamaz. Sektörde uzun bir süre bocalar ve dibe çakılır. Zaten sermaye gücü olmayan gazetelere dergileri, tv, radyo ne olursa olsun hepsine siyasiler, bürokrat, protokol hatta sokaktaki vatandaş bile güçsüz gözüyle baktığını dile getirmişlerdir.

Bazen çalışanların kişisel çıkarları, bazen medya sahibinin çıkarları, bazen de gazetenin varlığını sürdürebilmesi noktalarında kurulan ilişkilerin en çok da yerel sermaye alanlarında görüldüğü çalışanlarca ifade edilmiştir. Yerel medya çalışanları bu ilişkilerin karşılıklı “hatır-gönül” çerçevesinde gerçekleştiğini ifade etmişlerdir.

3.6.2.5.Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Çalışmaya katılan 33 katılımcının çoğunluğu en büyük problem olarak ücret konusu görmektedir. Ayrıca katılımcıların verdikleri cevaplar neticesinde eğitimsiz çalışanların olduğu ve çalışanlara yönelik patron kesiminin yada genel yayın yönetmenlerinin yanlış haber yaptırma teşebbüsleri katılımcıların gördüğü en büyük problemler olarak nitelendirilmektedir. Bazı katılımcılar aslında bu soruya yönelik derleyici cevaplar vermişlerdir. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir? Sorusuna örnek olarak katılımcı 19’un “Önce ekonomik sıkıntılar, kalifiye elamanlar ve mutlaka reklam girdileri olması gerekiyor. Eğer olmazsa problemlerin önüne geçilemez” şeklindeki ifadesini değerlendirebiliriz.

3.6.2.6.Yerel medya sahiplerinin en büyük problemi nedir?

Katılımcılar arasında yer alan yerel medya sahiplerinin değerlendirmeleri çoğunlukla kalifiye eleman bulamaktan ve eğitilmiş çalışan azlığının oluşmasına değinmişlerdir. Ayrıca reklam gelirlerinin düşük olması, ilan azlığı gibi nedenlerle parasal olarak doyurucu bir sisteme sahip olunamaması şeklinde vurgulanmıştır. Bunlara örnek olarak katılımcı 13. katılımcı 19. katılımcı 8’inci katılımcıyı verebiliriz; her biri bu soruya aynı şekilde cevaplar vermişlerdir.

3.6.2.7. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Katılımcıların çoğu habercilik ilkesi konusunda bilgisi olmayan çalışanların çok olduğundan, ayrıca İstisna dışında kalanların genelinde ne haber yazma kalıbına nede haber bulma, elde etme ihtiyaçları gönderilen bültenler nedeniyle ortadan kalktığından bunların haberleştirilmesi gerekirken buna da riayet edilmeyerek kopyalanarak yapıştırıldığından ilke diye bir şeye dikkat edilmediğinden, bahsederken bazı katılımcılar habercilik ilkesinin olduğundan fakat siyasi otorite korkusunun olduğunu açıkça dile getiremediklerinden üstlerindeki baskı neticesinde ilkelerinden ödün verdiklerine dikkat çekmektedir. Bu konuya ilişkin katılımcı 13'ün 'Neredeyse çok az kesim medya kurumu habercilik ilkelerine uymaktadır. Haberlerin birçoğu kulaktan duyma yapılmaktadır. Sırf birilerine zarar vermek için araştırılmadan haber yapıp, (özellikle internet medyasında) kısa zamanda haberin içeriği değiştirmektedir. Buna çark etmede diyebiliriz' şeklindeki verdiği cevabı örnek olarak değerlendirebiliriz.

3.6.2.8. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Katılımcıların çoğunluğu mesleklerine olan bağlılıkları neticesinde ne kadar zorlukla karşılaşsın karşılaşıp kesinlikle devam ederim şeklinde cevaplar verirken bazı katılımcılar sorunun derinlemesine inerek mesleklerini çok sevdikleri halde yerel medyadaki parasal, otorite, baskı, hor görülme gibi sorunlar neticesinde mesleklerinin etkilendiğini dile getirmiş farklı meslek guruplarına geçiş konusunda istemeyerekte olsa olumlu ifadelerde bulunmuşlardır.

3.6.2.9. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Katılımcıların çoğunluğu sağlıklı ve doğru bilgiye ulaşmanın güçlüğünden bahsetmektedir, haber kaynağının tutarsız çıkması doğru bilgiye ulaşmalarını engellemektedir bazı katılımcılar Gazetecilerin kendi aralarında çekişmesi veya habere ulaştıktan ve paylaşımına geçecek esnada kimi çevrelerin veya odakların nasıl ve ne şekil yaklaşacağından ziyade kime ne denli zarar vereceği veya inciteceği yönünün kişilerin nazarında subjektif ele alınması korkusunu dile getirmektedir. Bazı katılımcılara göre de siyasi otoritenin haber yapmada kendilerini zorladığını vurgulamıştır.

3.6.2.10. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Çalışmamızdaki katılımcıların çoğunluğu Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz sorusuna evet şeklinde değerlendirmiştir. Bazı katılımcılar haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz sorusuna ki bunu bizim mesleğimizde görmek ne kadar üzse de hayır şeklinde tutum içersine girdikleri görülmüştür. Bu cevabı işlerindeki baskı ve tehditler neticesinde yapmak zorunda kaldıkları haberler örnek alınarak cevapladıkları açıkça belli olmaktadır.

3.6.2.11. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Katılımcılar neticesinde bu konu da iki cevap çıkmaktadır. Katılımcıların yarısına yakın kısmı halkın bizlere bakış açısı doğrultusunda bunu cevaplarken evet getiriyor demekte diğer bir kısım yerel medyadaki sorunlar, üzerlerinde oluşturulan baskılar yüzünden Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu sorusuna hayır getiremiyor şeklinde ifade etmektedirler.

3.6.2.12. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Yerel medyadaki en büyük sorunlardan birisi literatürde de bahsettiğimiz gibi reklam desteğinin alınamamasıdır. Katılımcılarımızın da bu sorun neticesinde hayır cevabı vermektedirler. Yerel medyada reklamın önemi henüz yeterince anlaşılamadığı için ya da işletmelerce reklam giderleri olarak çok cüzi bütçeler ayrıldığı için maalesef reklam konusunda istenilen ölçüde destek alınamaması yönünde görüşler olmaktadır. Katılımcı 1 in Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu? Sorusuna ‘Yerel medyada reklam desteği fiyatların düşüşüyle medya seçeneklerinin artışıyla sürekli negatif bir çizgi üzerinde yol almaktadır. Hem reklam veren sayısı azalmakta hem de fiyat rekabetleri işin tadını kaçırmış durumda’ şeklindeki verdiği cevap bizlere konunun mesleğimiz içerisindeki önemini vurgulamaktadır.

3.6.2.13. Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Katılımcıların çoğunluğu yerel medyada hukuksal sorun yaşıyor mu sorusuna hayır cevabı verirken bazı katılımcıların bu soru ile birlikte doğru yere temas ettiklerini görebiliyoruz. Bu temas edilen konu yalan haber yaparak mesleğimizi kötüye kullanan habercilerin hukuksal sorunlar yaşadıklarını dile getirmeleridir. Habercilik anlayışından yoksun yayıncılar hukuksal sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

3.6.2.14. Yerel medyanın geleceğini nasıl gözelemliyorsunuz?

Katılımcıların çoğunluğu yerel medyanın geleceğini nasıl gözelemliyorsunuz sorusuna verdikleri cevapta yasal düzenleme ve gerekli teşvikler sağlanamazsa ekonomik sıkıntılarla boğuşan ve ilerleme kaydedemeyen bir sektör olarak kalacağını düşünmektedir. Bazı katılımcılar şuan da bile yerel medyanın

bitmiş olduğunu ve bunu dile getirirken ulusal basının yerel basının güç kaybetmesine yol açan önemli etkenlerden birisinin bölge sayfaları ve/veya bölge ekleridir. Anadolu'nun en ücra noktasına ulaşabilen dağıtım ağı sayesinde, kaliteli baskısıyla, yerele göre daha düzgün Türkçesiyle, oturmuş bayii satış düzeniyle ulusal gazeteler yerel gazetelerin kentlerdeki etkinlerine ağır bir darbe vurmuştur. Katılımcıların görüşlerine göre bu konuda içten içe bir olumsuzluk görülmektedir.

3.6.2.15. Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Katılımcılar genellikle bu soruya yerel medya sorunlarından kendilerince etkilendikleri yönlerde cevaplar vermişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu Maddi yetersizliğin en önde geldiğini, bazı katılımcıların ise basın ilkelerine uymayan tetikçi, şantajcı ve çamur gazeteci görünümü mesleğin en büyük sıkıntısı olduğu dürüst basın kavramının yok olmasını eksiklik olarak nitelendirirken katılımcı 13'ün de dediği gibi vizyon, misyon, mesleki etiğe bağlılık ve kalifiye eleman eksiklikleri en büyük eksiklikler olarak değerlendirilebilir.

3.6.2.16. Yerel medya şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Katılımcılar bu konu üzerinde kamu ve özel kurumları değerlendirmişler yerel medyanın görevi neticesinde soruyla bağdaştırmışlardır katılımcılar konu üzerinde çoğunlukla şehirdeki kültür ve sanat etkinliklerinin az olması neticesinde yerel medyanın katkıda bulunamayacağını bununla ilgili kurumların şehre yatırım getirmesi halinde her zaman yerel medyadan katkı bulacaklarını dile getirmektedir. Çünkü yerel medyanın görevi kültür sanat alanında organize etmek değil organize edileni halka ulaştırmaktır.

3.6.2.17. Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Katılımcıların bu soru üzerindeki etkileri ve verdikleri cevaplar oldukça çelişkili olmaktadır. Kimi katılımcı Mahalli medyanın Basın ahlak kuralları gereği tüm siyasi kurumlar karşısında tarafsız olması en azından siyasi yelpazenin tamamının haberlerin yapması gerekirken başta maddi sıkıntılar ve bunların giderilmesi beklentisi olmak üzere diğer beklentiler nedeniyle tek yönlü siyaset taraf kirliliği yapıldığını Yerel medyanın siyaseti değil siyaset yerel medyayı yönlendirdiğini belirtirken, kimi katılımcı ise basın ile iç içe olacaktır şeklinde değerlendirmişlerdir.

Yerel medyanın küçük bir coğrafik bölgede yayın yapması itibariyle çalışanlar ve yöre halkı sık sık kentin değişik platformlarında bir araya gelmektedir. Aksaray kent merkezinin küçük bir alana kurulu olmasından ve haber konularının da bu alandan oluşması, yerel medyanın siyaset ve olan ilişkilerini hassaslaştırmaktadır. Yerel medya muhabirleri hemen her gün haber kaynakları ve okurlarıyla isteyerek veya istemeden sık sık karşılaşmakta, iletişim kurmakta, dolayısıyla haber üretim süreçlerinde onların görüş ve önerilerinden bilerek veya bilmeden etkilenmektedir. Hatta okur-izleyici-dinleyici, görüş ve önerisini belirtmese bile kurulan iletişim üzerine medya çalışanı veya sahibi farkına varmadan bu süreçten etkilenebilmektedir.

3.6.2.18. Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Yerel medyasında çalışanların mesleki dayanışma ve örgütleşme konusunda sorunları olduğu görülmektedir. Fakat Aksaray ili yerel medya çalışanları arasında mesleki

dayanışmanın katılımcı görüşlerinden anlaşıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu örgütlenme Aksaray ilimizde diğer illerimize örnek teşkil edecek şekilde yer almaktadır. Katılımcı görüşlerinden mesleğimize dayanışma ve örgütlenmenin, katkı sağladığı aşîkârdır.

3.6.2.19. Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayabildimi?

Katılımcıların geneli bu konuda eğitim eksikliklerinden ve her yenilik için ek sermaye gerektiğinden bahsetmektedir, Devlet desteğı olmadan gazeteler dijitalleşmeye karşı direnmektedir ancak yeni kurulan birçok internet gazetesi yılların gazetelerine karşın daha hızlı ve daha etkin habercilik yapması ister istemez mevcut basını da dijital ortama çekmektedir. Dijital ortama imkanlar oranında geçilmekte ve mecburi olarak uyum sağlanmaya çalışılmaktadır şeklinde ifadeler kullanılmıştır. Katılımcıların verdiği bu bilgiler ışığında yeniliklere açık olmak için eğitimin şart olduğu kendini geliştirme yönünde açık olması gerektiğı ve gelişen dünyaya ayak uydurabilmek için dijitalleşme sürecine uyum sağlanması yönünde ifadeler kullanmışlardır.

ARAŞTIRMANIN SONUCU

Demokratikleşmenin temel unsurlarından biri olarak görülen basın, özellikle Yerel Basın ne yazık ki Yaygın basının bir mikro yansıması görünümündedir. Hem mülkiyet yapısıyla hem de içerik olarak Yaygın Medyaya benzemekte, benzemeye çalışmaktadır. Doğal olarak, Yerel Basının kendisinden beklenen işlevleri yerine getirecek kadar güçlü ve etkili olduğunu söylemek biraz abartı olacaktır. Yerel Medyanın başlıca sorun alanları ile faktörler arası ilişki incelendiğinde ekonomi temelli sorunlar, teknolojik yetersizlik, tiraj-reyting, haber kaynakları, emek istismarı, medyada sendikasılaşma, değişime ayak uyduramamak, teknolojiden yeterince yararlanamamak, içerik ve mesleki özgürlükten yoksunluk sorunlarıyla anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

Yerel medyanın en önemli sorun alanlarından olan ekonomi temelli sorunlar ile çalışma ilişkileri faktörleri arasından yalnızca mesleki özgürlük faktörü ile anlamlı bir ilişki taşımaktadır. Çalışanlar ekonomik sorunlar azaldıkça mesleki özgürlük alanının genişlediğine inanmaktadır. Gazeteciler tarafından en önemli problemlerden biri olarak görülen medyada sendikasılaşma ve faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde iş tatmini, kuruma bağlılık ve mesleki saygınlık faktörleri ile anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre yerel medyadaki sendikasılaşma sorunu azaldıkça iş tatmini

yükselecektir. Medyada sendikasızlaşma azaldıkça kuruma bağlılık da artacaktır.

Yerel medyanın başlıca sorun alanlarından emek istismarı ve çalışma ilişkileri faktörü arasındaki ilişki incelendiğinde sadece iş tatmini faktörü ile anlamlı bir ilişki içindedir. Yerel medyada emek istismarının önüne geçildiği takdirde iş tatmininin yükseleceği görülmektedir. Yerel medyada çalışma ilişkileri faktörlerinden iş tatmini ve mesleki saygınlık faktörü ile içerik sorunu arasında da anlamlı bir ilişki gözlemlenmektedir. Uzun süredir yerel medyanın önemli sorunlarından biri olan tiraj-reyting problemi ile mesleki saygınlık faktörü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre yerel medyada tiraj-reyting sorununun az olduğunu düşünenler mesleki saygınlığın da az olduğuna inanmaktadır.

Teknolojik yetersizlik ile yerel medyada çalışma ilişkileri faktörlerinden mesleki saygınlık faktörü ile anlamlı bir ilişki taşımaktadır. Yerel medyada teknolojik sınırlılığın az olduğuna inananlar mesleki saygınlığın daha yüksek olduğunu düşünmektedir. Sonuç olarak, yerel medyada uzun süredir tartışılan sorunların büyük bir çoğunluğu yerel yayıncılığın gelişiminin önündeki engel olarak yerini korumaktadır. Yerel medyadaki en büyük sorun alanlarının başında maddi sıkıntılardan ortaya çıkan problemlerin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Genel anlamda yerel medyanın başlıca sorun alanlarının çalışanları yüksek düzeyde etkilediği açıktır. Bu sorunlar devam ettiği sürece gazetecilik mesleğini yapanlar arasında iş tatmini, kuruma bağlılık ve mesleki saygınlığa olan inanç azalmaktadır.

Buna bağlı olarak iş tatmini, kuruma bağlılığı yaptığı işin saygınlığına bakış açısı olumsuz olan bir çalışandan mesleğinin gereklerini yerine getirmesi de pek mümkün görünmemektedir. Bunun yanı sıra gazetecilik mesleğinde en önemli faktörlerden

biri de mesleki özgürlük alanıdır. Aynı Şekilde gazetecilerin özgürlük alanının geniş olmadığı bir mecrada mesleğin tam manasıyla yapılabileceğini söylemek doğru olmayacaktır. Ayrıca araştırma göstermektedir ki yerel medya toplum açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Yerel medya sorunlar yumağından kurtulduğu takdirde toplumun en başta gelen iletişim kurumlarından olacağı açıktır.

Aksaray, Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesi'nde ve Kapadokya'da yer alan, merkezi Aksaray kenti olan idari birimdir. 15.06.1989 gün ve 3578 sayılı kanun ile Niğde'den ayrılarak il statüsü kazanmıştır.

Ne yazık ki, özellikle yerel basının demokratikleşmenin temel unsurlarından biri olarak kabul edilen yerel basın, ulusal basının mikro bir yansıması gibi görünmektedir. Mülkiyet ve içerik bakımından ulusal medyaya benziyor ve benzer olmaya çalışıyor. Doğal olarak, yerel basının kendisinden beklenen işlevleri yerine getirecek kadar güçlü ve etkili olduğunu söylemek biraz abartılı olurdu. Yerel medyanın başlıca sorun alanları ile faktörler arası ilişki incelendiğinde ekonomi temelli sorunlar, teknolojik yetersizlik, tiraj-reyting, haber kaynakları, emek istismarı, medyada sendikasılaşma, içerik ve mesleki özgürlükten yoksunluk sorunlarıyla anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

Çalışmada, yerel medya profesyonellerinin bir meslek seçtiklerinde aynı mesleği tekrar seçeceklerini belirtmeleri önemlidir. Bu durum yorumlanabilir çünkü yerel medya profesyonelleri sektördeki tüm sorunlara rağmen mesleklerine olan güvenlerini kaybetmezler. Yerel medyanın varlığını bilgiye, geri çekilmeye, engellenmesine veya resmi duyuruların veya menfaatlerin elde edilmesine dayandıran bir sözleşmenin varlığı bile profesyonellerin katkılarının ve hizmetlerinin çoğunu göz ardı edebilir. Ancak, medya sektörünün bu yeniden

yapılandırılması, medyanın kamu hizmeti yükümlülüklerini yerine getirip getirmediği sorusunu gündeme getirmektedir. Bununla birlikte, bu yapı tartışmalı hale gelmesine rağmen, bu sektörde uzun süre çalışan gazetecilerin çabaları, sorunlarına ve profesyonel ekipmanlarına rağmen dikkat çekicidir. Ancak bunun, karşılaşılan sorunların göz ardı edilmesini gerektirmediği açıktır.

Bilgi üreten ve sürekli halkla iç içe olan medya çalışanlarının görüşlerinin bu bağlamda dikkate alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Üyelik faktörü, yerel medya sorunları bağlamında resmin önemli bir parçasıdır. Çok zor koşullarda bilgi üreterek ve paylaşarak bir kamu görevini yerine getiren insanların nabzını tutan bu insanlar, yerel basının çağdaş koşullar altında çalışması çok önemlidir. Yerel medyanın siyasetteki rolü ile ilgili en önemli konu bu araştırmaya katılanlardı. Yerel medyadan gazeteciler sık sık toplanmakta, günlük olarak haber kaynakları ve okuyucularla gönüllü veya isteksizce iletişim kurmakta, böylece üretim süreçlerindeki görüş ve önerilerinin bilgi veya bilgisinden etkilenmektedirler.

Yerel medyanın en önemli sorun alanlarından olan ekonomi temelli sorunlar ile çalışma ilişkileri faktörleri arasından yalnızca mesleki özgürlük faktörü ile anlamı bir ilişki taşımaktadır. Çalışanlar ekonomik sorunlar azaldıkça mesleki özgürlük alanının genişlediğine inanmaktadır. Gazeteciler tarafından en önemli problemlerden biri olarak görülen medyada sendikasılaşma ve faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde iş tatmini, kuruma bağlılık ve mesleki saygınlık faktörleri ile anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre yerel medyadaki sendikasılaşma sorunu azaldıkça iş tatmini yükselecektir. Medyada sendikasılaşma azaldıkça kuruma bağlılık da artacaktır.

Yerel medyanın başlıca sorun alanlarından emek istismarı ve çalışma ilişkileri faktörü arasındaki ilişki incelendiğinde sadece iş tatmini faktörü ile anlamlı bir ilişki içindedir. Yerel medyada emek istismarının önüne geçildiği takdirde iş tatmininin yükseleceği görülmektedir. Yerel medyada çalışma ilişkileri faktörlerinden iş tatmini ve mesleki saygınlık faktörü ile içerik sorunu arasında da anlamlı bir ilişki gözlemlenmektedir. Uzun süredir yerel medyanın önemli sorunlarından biri olan tiraj-reyting problemi ile mesleki saygınlık faktörü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre yerel medyada tiraj-reyting sorununun az olduğunu düşünenler mesleki saygınlığın da az olduğuna inanmaktadır.

Çalışmada, medya çalışanları içinde muhabirlerin, spikerlerin, yazı işleri müdürlerinin, yayın yönetmenlerinin mesleklerini oldukça benimsedikleri görülmüş ancak var olan sorunların çözümü halinde daha etkin, daha kaliteli, daha işlevsel ve saygın bir medya olgusunun oluşturulabileceğini belirtmişlerdir.

Nitelikli iş gücünü önemli bir sorun olarak değerlendiren medya çalışanları bunun medya içeriğine doğrudan yansıdığının da farkındadır. Yetersiz elemanın yanında mevcut çalışanların da önemli bir kısmın düşük ücretle çalıştırılması ve üstelik kalifiye olmayan kişilerden oluşması dikkate alındığında eğitilmiş üniversite mezunu olan profesyonel elemanların istihdamı söz konusu medya kuruluşlarına kalite getireceği açıktır. Bu durum medyanın içeriğini, kalitesini, önemini, işlevselliğini, saygınlığını, okunurluğunu/seyredilirliğini/dinlenirliğini ve daha pek çok olguyu etkileyeceği görüşmeler neticesinde ortaya çıkmıştır.

Teknolojik yetersizlik ile yerel medyada çalışma ilişkileri faktörlerinden mesleki saygınlık faktörü ile anlamlı bir ilişki taşımaktadır. Yerel medyada teknolojik sınırlılığın az

olduğuna inananlar mesleki saygınlığın daha yüksek olduğunu düşünmektedir. Sonuç olarak, yerel medyada uzun süredir tartışılan sorunların büyük bir çoğunluğu yerel yayıncılığın gelişiminin önündeki engel olarak yerini korumaktadır. Yerel medyadaki en büyük sorun alanlarının başında maddi sıkıntılardan ortaya çıkan problemlerin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Genel anlamda yerel medyanın başlıca sorun alanlarının çalışanları yüksek düzeyde etkilediği açıktır. Bu sorunlar devam ettiği sürece gazetecilik mesleğini yapanlar arasında iş tatmini, kuruma bağlılık ve mesleki saygınlığa olan inanç azalmaktadır.

Buna bağlı olarak iş tatmini, kuruma bağlılığı yaptığı işin saygınlığına bakış açısı olumsuz olan bir çalışandan mesleğinin gereklerini yerine getirmesi de pek mümkün görünmemektedir. Bunun yanı sıra gazetecilik mesleğinde en önemli faktörlerden biri de mesleki özgürlük alanıdır. Aynı şekilde gazetecilerin özgürlük alanının geniş olmadığı bir mecra da mesleğin tam manasıyla yapılabileceğini söylemek doğru olmayacaktır. Ayrıca araştırma göstermektedir ki yerel medya toplum açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Yerel medya sorunlar yumağından kurtulduğu takdirde toplumun en başta gelen iletişim kurumlarından olacağı açıktır.

Sonuç olarak, yerel medyanın sorunlarını çözmek, yeniden geliştirmek ve güçlendirmek için en önemli görev medya kuruluşlarına aittir. Yerel medyanın sahipleri ve çalışanları kuruluşlarını güncel gelişmeler ve koşullara göre yeniden yapılandıracak ve yeni stratejiler geliştireceklerdir.

Devlet, yerel basına sürekli malzeme sağlamak yerine, gelişimini engelleyen tüm mekanizmaları ortadan kaldırmak için adımlar atmalıdır. Bilimsel araştırmalarda, yerel medyanın geliştirilmesi ve güçlendirilmesinin yerel iletişimi ve iletişimi güçlendirdiği ve yerel demokrasinin sağlıklı gelişimine katkıda

bulunduğu ve böylece yerel kalkınmanın sağlandığı açıktır. Belki de yerel basını iyileştirmek için bazı teşvikler hazırlanmalı ve destekleyici uygulamaların uygulanması yerel medyanın yaşamında ulusal bir politika olabilir. İstenen kalite döngüsünün bir yerden başlaması için, tüm tarafların kendilerinden beklenen eylemi mümkün olan en kısa zamanda yapması gerekir..

KAYNAKÇA

- Abanoz, E. (2013). “Bilgi Toplumunda Yöndeşmenin Haber Üretimi Süreci Üzerindeki Etkisi: Haber Ajansı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul,
- Alkan, A.T (1998) ‘Şehirlerin Ruhu ve Mahalli Gazeteler’, Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim, 12-13 Kasım Sivas, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 8, İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi,
- Alav, O.(2001). Kitle İletişim ve Medya (Isparta Örneği), Fakülte Kitabevi, Isparta,
- Altun, A. (1995). Türkiye’de Gazetecilik ve Gazeteciler. Ankara. Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları,
- Atılgan, F. (2014). Yönetim ve organizasyon. Ankara. Nobel yayınevi,
- Atılgan, S. (1991). Gazetecilerin korunması İstanbul, gazeteciler cemiyeti yayınları,
- Atılgan, S. (1998).“Modernleşme, Yabancılaşma ve Yerel Basının işlevleri”.III. Yerel M. Eğitim Semineri. Ankara Ümit Yayıncılık, s. 234-241.
- Atılgan, S. (1999), Basın İşletmeciliği, Beta Yayınları, İstanbul
- Atılgan, S. (2001). Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları İstanbul. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti,

- Ayhan B. Demirsoy A. (2005), '1960'dan Günümüze Konya'da Yerel Gazetecilik. Konya: Selçuk üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi
- Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Giriş. Hiperlink Yayınları, İstanbul.
- Bodur, F. (1997); Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ,
- Balcıoğlu, N. (1999). "Yerel Basında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri". Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi İstanbul, Erdini Basım ve Yayınevi, s. 183-187
- Berberoğlu, G.N. (1988). Basın İşletmelerinin Organizasyon Yapıları ve Yönetim Şekilleri. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Basın İlan Kurumu. "Basın İlan Kurumu, Türkiye'de basın çalışanları istatistiklerini açıkladı", <http://www.bik.gov.tr/basin-ilan-kurumu-turkiyede-basin-calisanlari-istatistiklerini-acikladi/> (Erişim Tarihi: 25.01.2020).
- Basın İlan Kurumu. "Hakkımızda" <http://www.bik.gov.tr/kurumsal/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 28.01.2020).
- Basın İlan Kurumu. "Resmi İlan ve Reklam Verilebilecek Süreli Yayınlar", <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe> (Erişim Tarihi: 09.03.2020).
- Bayraktutan S.G. (2010) "Blog Ortamı ve Türkiye'de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara.
- Bozkurt, H. (2012) "Gelişen Teknoloji ile Değişen Gazetecilik Mesleği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul,
- Bulut, S. (2009). Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi Ekonomisi Politik Yaklaşımlar. Ankara. Ütopya Yayınevi, f

- Cangöz, İ.(2003).“Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın”. İstanbul. Gazetecilik ve Habercilik, IPS İletişim Vakfı Yayınları,
- Ceylan, L. H. (2013) “Sosyal Medya ve Gazetecilik”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ceyhun, D. (1985). Babiâli ’nin Şu Son Kırk Yılı. İstanbul. Milliyet Yayınları,
- Çakır, A. (2009). “Yeni İletişim Ortamlarıyla Değişen Gazeteler ve Gazetecilik Anlayışı”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul,
- Çankaya, Ö. (1997) Dünden Bugüne Radyo-Televizyon, (Türkiye’de Radyo-TV’nin Gelişim Süreci) İstanbul: Beta Yayınları,
- Çankaya Ö. (2015) İstanbul Radyosu Anılar, Yaşantılar, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çevikel, T. 2010. “Web 2.0, Bloglar ve Gazetecilik: Türkçe Politik Blogların Profesyonel Medya ve Gazetecilikle İlişkisi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul,
- Dağtaş, E. (2000) “Yerel Kültürün Biçimlendirilmesi ve Yerel Basın”, RTÜK İletişim Dergisi, Sayı:16/ Mart-Nisan, s. 40
- Demir, V. (2004) “Medya’da Otokontrol”, X Yerel Medya Eğitim Semineri- Kayseri, Ankara: Özkan Matbaacılık,
- Demirkent, N. (2001). Yerel Basın Üzerine Konuşmalar (1997-2000). Konrad Adenauer Vakfı. İstanbul. Erdini Basım ve Yayınevi,
- Dündar, İ. P. (2006). Yazılı Basın İşletmelerinde Kalite, Ankara. Nobel Yayınları,
- Erdoğan, İ. (2007). Türkiye’de Gazetecilik ve Bilim İletişimi: Yasal Özellikler, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Pozitif Matbaacılık, Ankara.

- Faraç, M. (1999). “Türkiye’de Yerel Basın Hakkında Genel Bir Bilgi” Türkiye’de Ve Almanya’da Yerel Gazetecilik, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları,
- Gezgin, S. (2007); “Türkiye’de Yerel Basın”, Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları,
- Girgin, A. (1997); “Cumhuriyet Döneminde Türkiye’deki Yerel Basının Gelişmesi”, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi,
- Girgin, A. (2001) Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik, İstanbul: İnkılap Kitabevi,
- Girgin A. (2008) Gazeteciliğin Temel İlkeleri, İstanbul: Der Yayınları,
- Girgin, A. (2011). Türkiye’de Yerel Basın. İstanbul. Der Yayınları,
- Girit, Ö.A. (2010). Basın İşletmelerinde ISO 9001-2008 Kalite Yönetim Sisteminin Uygulanması, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Güller, S. (2007). “Yeni İletişim Ortamlarının Habercilik Üzerine Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul,
- Güneş, M. (1999).“Yerel Basında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 15. Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul. 190-194.
- Gürbüz, G. (2010) “Geleneksel ve Yeni Medyada Haber Üretim Tarzı”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Ankara,
- Güz, N. (2005) Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,
- Işık, U. (2001). “Sanal Gazetecilik “Özgürlüğe Kaçış Aracı Olarak İnternet”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Konya.

- İnuğur, M. N. (2005); Basın ve Yayın Tarihi, İstanbul: Der Yayınları, 5. Basım
- Kahraman, F. (1997). “Anadolu Basınındaki Zorluklar” Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 1. İstanbul. Erdini Basım ve Yayınevi, 49-50.
- Kahraman, İ. (2003). “Anadolu Medyasının Başlıca Sorunları ve Çözüm Yolları”. İletişim Şûrasına Sunulan Tebliğler (20–21 Şubat 2003) , BYEGM Yayınları, Ankara.
- Kandemir, C. (2002).; “Türkiye’de Yerel Televizyon Yayıncılığı”, Ğ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt 14, İstanbul:İ.Ü. Yayınları,
- Kandemir, C. (2004); “Türkiye’de Yerel Televizyonlar Ve Sorunları”, Eskişehir
- Karaduman, M. (2017). “Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim Düzeyleri ve Mesleki Yeterlilikleri: Antalya Örneği”, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.(28). 284-301.
- Kayacan, İ. (1996). Basınımızın Anadolu Cephesi, Ankara: Ece Yayınları,
- Kızılarıslan, A. (2012). “Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir Yaklaşım”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul,
- Kocabaşoğlu, U. (1984); “Tuna Vilayet Gazetesi”, İstanbul
- Kolaylı, N. (1998). “Bursa Basını ve Medyaya Genel Bakış”. III. Yere Medya Eğitim Semineri. Ankara. Ümit Yayıncılık,
- Mutlu, E. (1998). “Yerel Basın ve Demokrasi”. II. Yerel Medya Eğitim Semineri. 195-202.
- Murzakulova, G. (2008) “Farklı Toplumlarda İnternet Gazeteciliği: Rusya ve Türkiye İnternet Gazetelerinin Karşılaştırmalı Çözümlemesi”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara,

- Nalcioğlu, B.U. (2007); “Türkiye’de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul Üniversitesi İstanbul: İletişim Fakültesi Yayınları,
- Ortaylı, İ. (2010); İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı, İstanbul: Timaş Yayınları,
- Oskay, Ü. (1992); iletişim ABC si, İstanbul: Simav Yayınları,
- Öngören, M.T. (1982); “Türkiye’de Televizyonla İlgili Çeşitli Tarihler”, Ankara: AİTİA, İletişim Dergisi, 146
- Özdemir, A. (2000). “Yerel Basın ile Basın İlan Kurumu İlişkileri”. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi:17. İstanbul. Erdini Basın ve Yayınevi,
- Özdemir, A. (2009), “Basın İlan Kurumu Mevzuatı”, Yerel Medya Eğitim Seminerleri Edirne-Düzce Mardin 2009, Ankara: Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Özgen, M. (2008) “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Olgusu ve Toplumsal Etkileri” Tüm Yönleriyle Medya ve iletişim, Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları,
- Özkan, I. (1989). Basın ve Basın İşletmeciliği. İzmir. Bilgehan Basımevi,
- Özsever. A. (2004). Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci. Ankara İmge Kitapevi,
- Öztürk, N. (2007). Türk Basın İşletmelerinde Avrupa Birliği Kriterlerine Uygun İnsan Kaynakları Yönetimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Patton, O., M. (1990). Qualitative evaluation an research methods (2nd1 eel.). London: Sage Pub.
- Sezen, S. (1994); Seçim ve Demokrasi, Ankara: Gündoğan Yayınları,
- Schofield, J. W. (1990). Iincreasing the generalizability of qualitative research. W. W. Eisner ve A. Peshkin (Ed.). Qualtiative ve inquirv in education: The continuing debate (s.201-232). New York: Teachers College Pres

- Sözen, E. (2004); “Yerel Medya Ne Kadar Yerel?” X. Yerel Medya Eğitim Seminerleri, Kayseri
- Şakar, M. (2002). Basın İş Hukuku Gazetecilerin Çalışma İlişkileri. İstanbul. Beta yayın evi,
- Şeker, M. (2007); Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler, Konya: Tablet Yayınları,
- Temel, M., Korkmaz, A., Somuncu, B. Şilen, K. (2012). “Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo- Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakış: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması”. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9: 125-157.
- Tılıç, D. (1998). Utanıyorum Ama Gazeteciyim, Türkiye ve Yunanistan’da Gazetecilik. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Tokgöz, O. (1981).“Türkiye”deYerelGazetecilikOlgusu:RolüveÖnemi”. Ankara.A.Ü.SBFBasın Yayın Yü ksek Okulu Yıllık 1979-1980. 271-294.
- Tokgöz, O. (2001). “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütleniş” İletişim, Sayı 9, s. 5-41.
- Tokgöz, O. (2010). Temel Gazetecilik. Ankara. İmge Kitapevi,
- Topuz, H. (1973) 100 Soruda Türk Basın Tarihi, İstanbul: Gerçek Yayınevi,
- Topuz, H. (2003) II Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi,
- Türker, H. (2000); Türk Devrimi ve Basın 1922-1925, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları,
- Türkiye İstatistik Kurumu. “Yazılı Medya İstatistikleri”, <http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=24673> (Erişim Tarihi: 02.03.2020).
- Utkan, O. (2007); “Kayseri Medyası ve Sorunları”, Kayseri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ünal, Ş. (1996) “Yerel Basın ve Sorunları”, Yeni Türkiye Dergisi, Medya Özel Sayısı, Cilt: 2, Sayı: 12,

- Vural, A. M. (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açık öğretim Fakültesi Yayınları,
- Vural A M (2007) Toplumsal Gelişim Sürecinde Katkı Sağlayan Bir Araç Olarak Yerel Medya, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergi, 11, 120-125
- Vural, N. E. (2013). “İnternet Ortamında Haber İçeriğine Ulaşmada Kullanılan Yöntemlerin Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul,
- Yağbasan, M. (2003) “Yerel Medyanın Etkinliği” (Elazığ İli Örneği), Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 1, Sayfa: 291-308,
- Yavalar, D. E. (2009). Yerel Medya Bağlamında Kocaeli Medyası ve Sorunları Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Yaylagül, L. (2016). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara. Dipnot Yayınları,
- Yengin, H. (1994); Ekranın Büyüsü, İstanbul: Der Yayınları
- Yetişkin A. D.G. (2013). Yerel Medya İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi- Bursa Bağlamında Bir Uygulama Çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık

EKLER

Bazı katılımcılar ve cevapları:

SAYIN KATILIMCI: 1

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Medya Sektörü son zamanlarda siyasallaştı bir taraf olmaktan gerçekleri yazamaz hale geldi bunun ötesinde tacizci medya türedi meslek bana bulaşmasın korkusu yaşatarak şantaj ve tehditkar bir tablo çizmeye başladı .

Acımasız ön yargılı basın etik değerlerini hiçe sayan bir yaklaşım sergiledi rekabet sanılan dövüş ortamında birbirlerini harcama yok etme isteği hortladı bu neredeyse bir hedef sayılan ilkesizliklerle doldu engellenemez hale geldi .en önemlisi büyük küçük sevgisi ortadan kalktı herkes meslekte kendinden başka birini üstün göremez vaziyete gelindi . Bunun küçüğü büyüğü yok Ülke geneline bakıldığında ne zahmetlerle kurulan meslek birliği kendi iç çekişmeleri dolayısıyla bir federasyondan konfederasyonlar doğurmuştur bu parçalanma doğal olarak tüm illerde yeniden parçalanmayı beraberinde getirmiştir buda mesleğin birliğine katkı değil de dağılma sürecini hızlandırmıştır.

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Eğitim her zaman gerekli bir unsur ancak eğitim yaparken Gazeteci olmak ile sahadan yetişmek çok ayrı durumlardır. Yapılması gereken aslında eğitim öğretim ve akademik bölümlerde mutlaka sınıf içi eğitimin dışında bulundukları basın yayın kuruluşlarında en az 1 yıl uygulamalı eğitim görülmesi şarttır be sadece gazetecilik için değil tüm mesleklerde uygulanmalıdır insanın içindeki marifetler sahada daha da ortaya çıkacaktır.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Genelde kurum ve kuruluşlarda haber akışında zorluk yaşanır eğer kurumların lehine bir haber olursa tüm imkanlar sevk edilir, yok kurumdaki bir aksaklık dile getirilecekse her türlü engellemeler başlar. Buda beraberinde besleme basınla işini dürüstçe yapanları birbirinden ayırır.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel Medya kuruluşu şayet sadece medya sektöründe iş yapıyor ve geçimini sağlıyorsa yaşam şansı oldukça düşer ancak bu mesleği kazanç değil de bir meslek yada hobi şeklinde yapıyorsanız farklı bir durum yaratabiliyor. Örneğin yaptığı ticari işlerin önünü açmak için yapılan bir yayıncılık oluyorsa bunun adı tetikçilik oluyor, yada iş adamı siyaseten bir alanda yer alabilmek uğruna gazete yada medya kuruluşu alıyor yada açılırsa bu da seçim gazetesi adını alıyor seçim sonuçlarının ardından yaşamını bir şekilde kaybediyor.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Gazetecilik mesleği özellikle yerel kanatta maddi yönden korunaklı hale gelemese çalıştırdığı eleman sınırlı kalacaktır.

örneğin Gazete işletmelerinde resmi ilan alamıyorsa bir gazetenin yaşaması ancak bir hedef uğruna zoraki gidecektir fazla personel olamaz sahada bulunan muhabir olamaz hazır haberlerle idare eder, Şayet Gazete Resmi ilan alıyorsa durum farklıdır gerçek personel çalıştırmak yerine dışarıdan basın meraklısı kişilerin sigorta parasını kendi ödemesiyle personel varmış gibi göstererek mecburi sayıyı aşmış olurlar yada meslektaşlar kendi çocuklarını karşılıklı sigortalı göstermek suretiyle durumu idare edebilirler. Hal böyle olunca kazandırmayan sektör görünümünden dolayı maalesef mesleğe yeni eleman kazandırmak oldukça zorlaşmaktadır

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Yerel Medya sahiplerinin meslekten elde ettikleri gelir her geçen yıl azalmaktadır resmi ilan alırken mesleğin cazip kılınan tarafları gittikçe azalmaktadır habercilik artık yazılıdan sesli ve görsele geçmişte gelecekte de elektronik ortama sosyal medya ya düşecektir herkes cebindeki telefon kadar haberle ilgili olacaktır onun için medya sahipleri teknolojiyle bütünleşecek bir destek beklemektedir İnternet gazeteciliği resmi statüyle bir an önce disipline sokularak kaosun önüne geçilmelidir.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Yerel Medya habercilik ilkelerine dikkat edebilmesinin tek yolu maddi sıkıntısının olmamasına bağlıdır yetersiz bir bütçeyle kısıtlı olan imkanları birleştirdiğinizde kimseyi gücendirmemeyi tercih eden bir konuma doğru giderseniz buda mesleğin gerçekten ilkelerine uyulmasını engeller kamu yararı ve zararını gözetmekten uzak kalır

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Medya sektörü bağımlılık yapan bir gizli güçtür herkes basının 4. Kuvvet olduğunu bilir başka bir meslek seçen bir

gazeteci yine gözü muhabir aşkıyla bakar hadiselerle o yüzdem medya sektöründen giriş vardır çıkış yoktur

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Bazen Objektif haber yaptığınızda kırmak istemediğiniz insanların kırılabilceği haberi yapmak ve yapmamak arasında zorlanırsınız karar verememe hali sizde derin yara açar

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Her zaman öyle olmuyor tarafsız kalmak demek etrafında dost kalmaması demek oluyor bunu bazen göze alırsınız bazen idare edersiniz . ancak çoğunlukla objektif olma ruhu insanı daha etkin gazeteci olmaya zorlar

12.Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Yerel medya görevini yerine getiriyor deme zor büyük yada küçük bir ilde siz bürokratlarla yada siyasilerle olan ilişkileri koparmayı göze almadıkça görevini tam yapmış sayılmaz sadece kamuoyu yararı ilke edilecekse ki zor bu sefer ne siyasetçi nede bürokrat memnun kalmayacaktır

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu? Yerel medyada reklam desteği fiyatların düşüşüyle medya seçeneklerinin artışıyla sürekli negatif bir çizgi üzerinde yol almaktadır. Hem reklam veren sayısı azalmakta hem de fiyat rekabetleri işin tadını kaçırmış durumda.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Evet haberleri objektif yazmanın bedeli ağırdır günümüzde herkes hak arama peşinde en ufak bir haberde dahi mahkeme yolu tehdidiyle baş başasınız.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Desteklenmezse, kaliteli bir nesil gelmezse yeni düzenlemelerle sanal ve dijital ortama taşınmazsa kendiliğinden eriyip gider.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Maddi yetersizlik en önde gelir, basın ilkelerine uymayan tetikçi, şantajcı ve çamur gazeteci görünümü mesleğin en büyük sıkıntısıdır dürüst basın kavramının yok olması.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Evet bulunuyor fırsat bulanlar etkili de olabiliyor ancak kültür sanat yaşamı sadece basınla biten bir durum değil o yüzden yapabildiği sadece haber desteği vermektir.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bazen siyaseti yönlendirmeyi düşünen basın gücün özleriz o yüzden hep adayların istenildiği kişiler olması beklenir o yüzden basın siyasetin her zaman içinde olmuştur. Tabi bu durum ülkeyi hakkıyla temsil edenlerle kullanılmaya müsait siyasetçi kavramında beraberinde getirir.burada basın kendine oyuncak mı arıyor yoksa fikir üretecek kişimi arıyor bunun sonucunda siyaset ve basın ilişkileri şekillenir.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Yerelde birkaç şehir dışında tek temsil eden cemiyet kalmadı buda bazen aynı ilde 4 veya 5 cemiyet olduğunu düşünürsek bir anlam kalmıyor sayı artması makam sevdasıyla bütünleşince kimseye bırakılmak istenmeyen koltuk yeni bir cemiyet doğuruyor bunun da yerel medyada bir karşılığı olmuyor sorunları çözecek mesleki örgütlerin kendisi sorun olmaya

başlıyor bir çok cemiyetin tek kişi haricinde gazeteci üyesi bile olmadığını düşünürsek tamamen kontrolsüzlük demek lazım.

20. Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Devlet desteği olmadan gazeteler dijitalleşmeye karşı direndiler ancak yeni kurulan birçok internet gazetesi yılların gazetelerine karşın daha hızlı ve daha etkin habercilik yapması ister istemez mevcut basını da dijital ortama çekmektedir. Tek sorun abonelerin artık gazete yerine dijital ortama geçerek aboneliklerini iptal ettirmesidir bunun karşılığı yen düzenlemeyle internet f-gazeteciliğine sınırlama getirilmesi ile devletin korumacı imkanlar vermesiyle mümkündür.

SAYIN KATILIMCI: 2

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1. Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Teknolojik gelişmeler medyanın dijital dönemini başlatırken doğru bilginin önemi çok daha değerli hale gelmiştir. Yaşanan dijitalleşme sektörü olumsuz etkilemiştir. Bu durum bilgi kirliliğini beraberinde getirmiş ve sektör ağır darbeler almıştır.

2. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Kesinlikle gerekli olduğunu düşünüyorum. Sektör çalışanları içinde bulunduğumuz çağda kendisini sürekli yenilemek zorunda olduğunu bilmeli. Teknolojinin sunduğu imkanlar orta iken toplumda medya mensubu diye gösterilen veya anılan kişilerin mutlak farklarının olması gerektiğini düşünenlerdenim.

3. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Doğru bilgiye ulaşmak için yapılan araştırma ve çalışmalarda bürokrasinin katı tutumu, çağın gereklerine olan uzaklığı.

4. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Medya özellikle yerel medya sürekliliği sağlamak için sermaye ile sıkı ilişkiler kuruyor. Etik olmayan ancak yaşamak için başvurulmuş bu yol medyayı kirletiyor.

5. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Yerel Medyanın en büyük problemi yerel olamamaları! Çalışanların en büyük problemi ücret!

6. Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

7. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Dikkat ettiğini maalesef söyleyemeyeceğim. Bir çok kez etik ilkeler yok sayılarak habercilik işlevi yapılmaktadır.

8. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Devam edebileceğimi düşünmüyorum.

9. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Politika, sağlık, yerel yönetimler.

10. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Şahsım adına çoğunlukla evet.

11. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Yüz üzerinden yüzde kırkbeş oranında getiriyor diyebilirim.

12. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Aldığını düşünmüyorum, yerel medya reklam çalışmasını yeteince yapmıyor. Dolayısıyla reklam veren sektör sahipleride duyarsız davranıyor.

13.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Kesinlikle yaşıyor. Yaşadığımız hukuksal sorunların üstesinden nasıl gelineceğimiz hususunda da bilgimiz yok.

4.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Yerel medya 80'ler 90'larda bulundukları şehirlerin önemli sesleri idi ancak geleceğe dair görüşüm; sesleri kısılacak gelecekte belki de tükenecek. (Dijital medya)

15.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Yerel olamamaları, yaşadıkları şehirlerin gerçeklerinden uzaklaşmaları.

16.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Bulunuyordu ancak günümüzde bu alanlarda etkin olduğunu düşünmüyorum.

17.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu alandaki rolünü sosyal medyaya kaptırmış durumda.

18.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütlenmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Gerçek manada sağlanacak birlik ve beraberlik sektöre ve çalışanlarına elbette katkı sağlayacaktır.

19.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayabiliyor mu?

Kısmen diyebilirim.

SAYIN KATILIMCI: 3

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1- Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2- Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Cevap: Medya sektörünün işlevini devam ettirebilmesi için gerekli maddi imkanın ana kaynaklarından olan Resmi ilanların İnternet ortamına taşınarak yayını sağlayacak gelirlerin kısıtlı hale getirilmesi ile genel olarak kamu aleyhine yapılan haberlerin haklı veya haksız olduğuna bakılmaksızın medya organlarına karşı alınan tavır.

3- Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Cevap: Elbetteki yapılan mesleğin eğitiminin alınması gerekir fakat eğitimin yanında medya sektöründe çalışanın mesleğini sevmesi ve sürekli olarak kendisini geliştirmesi gerekir.

Bunu yapmayanın aldığı akademik eğitimin mesleğine geliştirmesine önemli bir katkısı olmaz.

4- Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Cevap: Kamu görevlilerinin genel olarak vatandaşın haber almasını sağlayan medya mensuplarına haber ulaşmasında oluşturdukları engeller ile özellikle eleştirci haber yazarlara karşı aleni ve gizli engellemeler.

5- Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Mahalli medya organlarının yayınlanması ve dağıtılması için elbette ki bir sermaye gerekmektedir fakat basınla alakası olmayanların sırf medya organını ticaretine lokomotif yapması asla ve asla doğru değildir.

Bu ve benzeri oluşumlar Medyada kartelleşmeye de sebep olduğundan bunun önüne geçilmeli.

Bunun çaresi ise mahalli medya ile genel medya organlarının resmi ilanlar ve meşru kaynaklarla desteklenmesi gerekir.

6- Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Cevap: Günümüzde istisna dışında mahalli medyanın problemi resmi ilan kısıtlaması ile kamu ve özel kesim baskısı iken kamu ile Siyasetçiler, Meslek Odaları ve STK'ların faaliyetlerini göndermesi nedeniyle çalışanların haber bulma konusunda önemli bir sıkıntıları bulunmaması işlerinin kolaylaştırılması gibi görülse de aslında mesleğini geliştirme, yeni haberler bulma ihtiyacını ortadan kaldırdığından medya mensubunu köreltmektedir.

Mahalli medya çalışanlarının asıl sıkıntısı organının yeterli gelirin olmaması nedeniyle maaşının düşüklüğüdür.

7- Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Cevap: Mahalli medya organlarının geneli yayını gazetecilik ilkelerinin gereği yerine ticaret için yaptıklarından en büyük problemleri yaptıkları haberlerde taktir ve tektir ibresini adil şekilde tutamamalarıdır.

8- Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Cevap: İstisna dışında kalanların genelinde ne haber yazma kalıbına nede haber bulma, elde etme ihtiyaçları gönderilen bültenler nedeniyle ortadan kalktığından bunların haberleştirilmesi gerekirken buna da riayet edilmeyerek

kopyalanarak yapıştırıldığından ilke diye bir şeye bırakın dikkat edilmesini, bunun olduğunu bile bilen yok.

9- Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Cevap: Kendi adıma Medya mesleğinden başka bir mesleği seçmem.

10- Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Cevap: Bir gazeteci olarak eğer ki tüm bilgi ve belge ile fotoğraflarda dahil tüm dokümanları sağladıktan sonra kamu çıkarı gözetmek dışında her hangi bir zorluk çekmem.

11- Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Cevap: Her zaman ve her şartta kamu çıkarı dışında her zaman ve her şartta haberlerimde tarafsız oldum, herkesin hakkını siyasi görüşleri ile inançlarına bakmadan elimdeki bilgi ve belgelere göre tarafsız bir bakışla yazdım.

12- Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Cevap: Mahalli medya çok çok istisna dışında gazetecilik yerine resmi gazete gibi olduğundan görevini yapmamaktadır.

13- Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Cevap: Özellikle Aksaray gibi küçük yerlerdeki medya organları yeterli reklam desteğini alamıyor.

14- Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Cevap: Elbette ki hukuksal sorunlar yaşanıyor.

Fakat haber yapan veya köşe yazar ile medya organı sahibinin kendisini savunacak yeterli maddi imkanı olmadığından istisnanın dışında bir çok olumsuzluk görmezlikten geliniyor.

15- Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Cevap: Genel bir mahalli medyayı destekleme çalışması yapılmaz ve bunun için gerekli maddi ile manevi destekler ile yasal güvenceler sağlanmaz ise mahalli medyanın kağıda basılı olanların birkaç yıl sonra ya ortadan kalkacağı veyahut ta her il ile ilçede en az sayıya ineceği kanaatindeyim.

16- Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Cevap: En büyük eksikliği günlük yayınında kullanacağı haberleri kendi elemanlarının bulmamasıdır.

17- Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Cevap: İstisna dışında bu konuda etkili olduğu söylenemez.

18- Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Mahalli medyanın Basın ahlak kuralları gereği tüm siyasi kurumlar karşısında tarafsız olması en azından siyasi yelpazenin tamamının haberlerin yapması gerekirken başta maddi sıkıntılar ve bunların giderilmesi beklentisi olmak üzere diğer beklentiler nedeniyle tek yönlü siyaset taraf kirliliği nedeniyle okuyucu, dinleyici ve seyirci üstünde çokta etkisi olmamaktadır.

19- Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Cevap: Mahalli medya organlarının örgütleştikleri derneklerinin çokluğu ve bunların başkan ve yönetimlerinin buraları babalarından kalmış gibi görülerek yönetimlerin değişmemesi ve medya mensuplarının sıkıntılarına yeterli şekilde eğilin memesi nedeniyle önemli oranda olumlu manada bir katkılarının olduğuna inanmıyorum.

20- Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Cevap. Genel olarak her yenilik için ek kapital gerektiğinden buna imkanlar oranında geçilmekte ve mecburi olarak uyum sağlanmaya çalışılmaktadır.

SAYIN KATILIMCI: 4

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1. Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Meslek mensupları arasında rekabetin kıskançlığa iftiraya ve rakibinin ayağını kaydırma gibi entrika yollarına başvurma yanı sıra, birilerinin tetikçiliğini üstlenerek görev olarak bilmeleri, mesleki çalışmalarda en ciddi rahatsızlıkların başında gelir. Zira meslek mensuplarının birbirlerinin istifade ederek bilgi akışında eksikliklerini gidermeleri gerekirken, yine birbirleri ile didişme yolunu seçmeleri seviyenin ölçüsünü de sergileyen bir davranış biçimidir.

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Alaylı ve mektepli diye tabir edilen tüm sektörlerdeki aktörler, zaman içerisinde geleneksel bilgi görgü ve becerilerin yerini akademik bir eğitimin zorunlu hale almasına bırakmıştır. Tıpkı bir zanaat dalı gibi medyanın da içerisinde zanaat sahiplerinin olması temenni edilse de, şartlar akademik eğitimin ön planda olmasını zorlamıştır. Kesinlikle faydalı olacağı kanaatinde olduğumuz akademik eğitimin, ciddi mesleğini seven ve üstün ahlak değerleri ile donanmış meslek mensupları için kazanım olacağı kesindir.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Medyanın temel direği haber ve bilgidir. Ulaşmak için ise çoğu kez mutlaka devlet birimleri ile iletişimden geçtiği kabul edilir. Bilgi ve haberin tamamı olmasa da büyük oranda resmi kaynaklı bilgiye dayalı haberler sağlıklı olduğu kadar ulaşması da zaman zaman zordur. İdarecilerin toplumu bilgilendirme yolunda medya mensuplarını haberdar eden kapıları kapatarak kısır bir döngü içerisine girmesi medyanın işini zorlaştırır. Dünyanın şeffaflaştığı, demokrasi bağlamında ifade özgürlüğünün gelişmiş ülkelerde baş tacı edildiği bir dönemde, görevlerini engelleyici nitelik alan haber kanallarını tıkama engeli medya mensuplarının en zor anlarından.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel medya yaygın medya gibi aynı kaderi paylaşan bir sektördür. Geçmişte medyanın sermaye ilişkileri belli ölçülerde ama mutlaka mesafeli olarak seyrederken, teknolojinin ilerlemesi, medyanın 4. Kuvvet gibi geçmişte kalan bir tabirle zihinlerde yer etmesi, sermayeyi bu sektöre çekmiştir. Kaliteli ve sürdürülebilirlik bir yayın anlayışında kapital ön plana çıkmış ve ister istemez sermaye medya üzerinde etkisini artırmıştır.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Her ikisinin de önceliği para olmuştur. Parasal yönden tatmin edici her rakam gerek işveren gerekse çalışanı olarak medya sektörünü mutlu eder hale gelmiştir. Para varsa problemler minimize edilmiş, mutlu mesut bahtiyar olarak yayınlar devam etmiştir. Para yoksa sorunlar yumağı da katlanarak büyümüş dert haline gelmiştir.

7. Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Öncelikle iyi yetişmiş eleman. Bu hem teknik kadroda hem de yazı işlerinde ve sahada muhabir kadrosunda geçerlidir. Tabi ki böylesi meziyet sahibi kadroyu oluşturmak içinde tatmin edici bir para. Bu ikisi çözülürse ortaya kaliteli bir ürün çıkar.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Tamamiyle dikkat ediliyor denirse yanlış olur. Diğer soruların cevaplarında yer verdiğimiz yetişmiş kadro bunun anahtar cevabıdır. Kısıtlı imkanlar ve yetişmemiş personel hata sayısını her zaman artırır. Önce mesleği ve mesleki temel ilkeleri öğrenmek gerekir. Ardından bilgi ve kültür ile harmanlanmış bir hazine niteliğindeki kapasite. Bunlar eksikse ilke, kural, etik hak getire.

9. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Kesinlikle hayır. Keyif veren bir mesleki icraat kalmamıştır. Bunun pek çok nedenleri vardır. Sadece teknoloji ve para olarak değerlendirilemez. İki önemli faktörü yakalasanız da yayın akışında özgür olamadıktan sonra esir hayatı yaşatan bir mesleğin aktörü olmak herkesin kabulleneceği bir durum değildir.

10. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Her ne kadar ajanslar tarafından ya da ilgili kurum tarafından bilgi notu olarak verilse de asayiş haberleri zorlanılan haberlerdir. Zira resmi kurumdan da gelse acaba kim suçlu kim suçsuz kaygısı verir. Meslek hayatımda örnekleri vardır. Toplumda kişileri yaralar nitelik taşıyan haberler üzerinde titizlikle durup, bir yanlış anlaşılmaya fırsat vermemeye gayret göstermek en akıllıca iştir.

11. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Habercilikte tarafsızlık ilkesi olmazsa olmazımızdır. Fakat her yayın kuruluşu kendi yayın politikalarını ayarlar. Ortak nokta kanunlardan yana olma, demokrasi, insan hakları, ifade özgürlüğü etrafından birleşmedir. Onun dışında tarafsızlık ilkelerine sadık kalmaya çalışmak her meslek mensubunun temel ilkesi olması gerekir. Zaman zaman bizlerinde tarafsızlık ilkelerini ihlal ettikleri olmuştur. Küçük bir bölgede mesleği icra etmenin dez avantajlarıdır. Hatır ve gönül işinin ön planda olduğu Anadolu şehirlerinde bazen ilkeler göz ardı edilebilir.

12. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Ülkemizde pek çok meslek grubu gibi elbette yerel medya da görevini yerine getirmede sınıfta kalıyor. Bunun nedenleri olarak birden fazla ve hepsinin de birbirine bağlı konular olduğunu unutmayalım. En bariz örneği maddi imkansızlık. Bir yerlere bağımlı olma ve dolayısı ile sorumluluklarını yerine getirememesi. Bir başka önemli faktör ise medyanın bağımsız olmaması.

13. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Basın ilan kurumu tarafından dağıtımı yapılan ve şubesi bulunmayan illerde bu görevi valiliklerin üstlendiği resmi ilanların dışında, maalesef medyanın reklam pastası yoktur. Özel sektör ilanları farklı mecralara kaymıştır. Bunun başlıca nedenlerinden biride meslek mensuplarının aralarındaki iletişimin tatlı bir rekabet yerine yok etme veya benden başkası olmasın düşüncesinin hakimiyetinin getirdiği olumsuzlukların yansıması olarak kabul ederim. Bir medya biriminde çıkan reklam diğer medya birimleri tarafından o işletmenin sürekli rahatsız edilerek ‘bize de reklam ver’ dayatması meslek mensuplarının ayağına sıkılan kurşun gibidir.

14. Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Kimseye dokunmuyor ki hukuksal bir sorun yaşansın. Daha çok çiçek böcek ve magazin ağırlıklı haberler ön plana çıkınca hukuksal bir sorun da elbette yaşanmaz

15. Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Kağıda dayalı gazetecilik tamamen bitmeyecek. Ama büyük oranda yerini sanal aleme bırakacak. Televizyon, radyo ve internet gazeteciliği katlayarak devam edecek. Belki bunlardan radyolarda bir daralma olabilir. Ama diğer iki birimin tahtının uzun soluklu olacağı kanaatindeyim.

16. Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Bilgi ve kültürün yanı sıra ilkelerle değil dedikodu veya birilerine tetikçilik yapma gibi eylemlerle oluşturulan eksiklik ilk göze batan kriterler. Bir de siyasi tercihleri ön plana çıkarıp yandaş-candaş hesapları medyanın üzerindeki kara bulutlar olarak kabul ederim.

17. Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Medya zaten kendisi başlı başına bir kültür ve sanat kuruluşudur. Her iki çeşmeden nasiplenmemişseniz bu mesleği icra edemezsiniz. Sadece geçim kapısı olarak görülen yerel medyanın içine düştüğü bu açmazlar sıkıntıların ana kaynaklarını oluşturan konulardan biridir. Elbette ki o şehirde yaşanacak kültür ve sanat etkinliklerinin oluşmasından yaşanmasına kadar sürecin ortasında yerel medya olacaktır. Bu konuda ilgili kurumlarla olan iletişimler sayesinde yerel medyanın kültür ve sanat hayatına katkısı görmezlikten gelinemez.

18. Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Geçmişte siyaseti şekillendirmede önemli bir rolü olan yerel medyanın sosyal medyanın doğuşu ile birlikte işlevini büyük oranda yitirdiği kanısındayım. Tabi ki yerel medya olarak kastımız öncelikle gazeteler. Bu gün artık pek çok tanıtım ve propaganda sosyal medya aracılığı ile yapılıyor. Demokrasilerde partiler ve medyanın ilişkilerinin üst düzeyde seyretmesi ve birbirlerini tamamlayan iki unsur olarak anılmaları medyanın siyasetteki rolünü farklı şekil ve biçimlerde önemli kıldığına şahit oluyoruz.

19. Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Mutlaka vardır. Ama günümüzde mesleki dayanışmanın olması gereken birlikteliklerin kendini aşamayan veya bu sektöre hasbeldade girmiş bilgi birikimi olmadığı gibi, kural kaide ahlaktan yoksun meslek mensuplarının sayısının giderek artması, mesleki örgütleri fayda yerine zararlı hale getirdiğini hep birlikte görüyoruz.

20. Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Medyanın her biriminde mesleki yeniliklerde farklılık gösterir. Şurası kesin ki elektronik ortama dönüşmesinde süreci başarı ile götüren medya dijitalleşme sürecinde de aynı başarıyı sağlayacaktır. Yeniliklere açık ve uyum sağlamada çok iyi olmasa da günün şartlarına göre başarılı diyebiliriz.

SAYIN KATILIMCI: 6

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1. Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Medya’da görev almak için sadece okur yazar olmak ve eline fotoğraf manikası almak yeterli oluyor. Medya da görev almak için bir yıl sigortasının medyadan yatması yetersizdir. Bunun da bir eğitimi ve sınavı olmalıdır. Şartlarını yerine getiren kişiler medya da görev alabilmelidir. Medyanın dağınıklığı disiplinize edilmemesi sorundur. Eline makine yada cep telefonu alan medya mensubu olmamalıdır. Medyayı da sorgulayan ve medyanın kendi içinde üst bir birimi olmalıdır.

Medya sektörünün mutlaka disiplinize edilmesi gerekiyor. Medyayı şantaj, korku, tehdit amaçlı kullananlardan rahatsızız. Medyacı demek halkı doğru bilgilendirmek konusunun dışına çıkmasından rahatsızız.

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Akademik olmayabilir. Ama mutlaka eğitimini, kursunu, ahlakını öğrenmelidir.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Medya sektöründe görev alırken karşılaştığım zorluk yok. Gayet her türlü habere ulaşabiliyor. İnsanları en doğru şekilde bilgilendirdiğime inanıyorum.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel Medya halkı bilgilendirirken, yerel halkında ilan, reklam, matbaa ve yaptığından dolayı, yerel medya halktan uzak değilse sermaye sorunu da yoktur.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Yerel medyanın çalışanlarının değil de, yerelde çalışanlar sorundur. Maalesef yeterli yerel medyada çalışacak kalite ve bilinçte çalışan bulma problemi vardır. Kaliteli personel bulamayınca yerel haberlerde kaliteli olamamaktadır. Yerel medyada çalışanın değil, çalışan personel sorunu vardır.

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Yerel medya olarak gazetecilik zamanla ömrünü tamamlamaktadır. Gazeteler halka haberleri daha geç ulaştırmaktadır. İnternet medyası ve sosyal medya aracılığı ile yerel gazeteler habercilik anlamında ömrünü tamamlamıştır. Yerel gazeteler zamanında ve hızlı haber akışı yapma özelliğini kaybetmiştir. Sosyal medya gazetelerin önüne geçmiştir.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Aksaray yerel medyası istisnalar hariç habercilik ilkesine uymaktadır.

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Devam etmek isterim.

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Habercilik anlamında zorluk çekmiyorum.

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Tarafsız olduğuma inanıyorum.

12.Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Fazlası ile yerine getiriyor.

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Evet alıyoruz

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Yaşamamaktadır.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Gazetecilik gazete sektörü sona ere diye düşünüyorum.
İnternet ve sosyal medya gazeteciliği ön çıkar.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Yeterli personel sorunu vardır.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Evet bulunuyor

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel medya siyasete yön vermektedir. Siyasette yerel medyanın önemi çok büyük diye düşünüyorum.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet düşünüyorum. Aksaray yerel medyası birlik ve beraberlik içindedir.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Evet sağladı.

SAYIN KATILIMCI: 11

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz? (Evet hayat boyu eğitimin şart olduğuna inanıyorum.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Zamanında bilgi alamama.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel medya her geçen gün güç kaybediyor. Buna bağlı olarak ta sermayeleri küçülüyor.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Yerel medyanın en büyük sorunu internetin ve sosyal medya karşısında geriden gelmesi sektörü ciddi oranda etkiliyor.

7. Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Kalifiye ve güvenilir eleman.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Evet ediliyor.

9. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz? Edemeliz

10. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

11. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Evet düşünüyorum.

12. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Elinden geldiği kadar yaptığını düşünüyorum.

13. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Reklam desteği gereği kadar alamıyor.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Yaşamıyor.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Her geçen yıl kan kaybediyor.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Kendini geliştirmemem.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu? Evet bulunuyor. Yerel medya hemde şehirdeki önemli kültür ve sanatı da ulusal medyaya taşıyor.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütlenmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet düşünüyorum.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Evet sağladı.

SAYIN KATILIMCI: 12

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Basın mensubu olarak çalışan insanlar, Menfaatlerini doğru haber ve haberciliğin önünde tutması

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

- Hayır

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Aynı meslekte ki arkadaşlarım.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yetersiz.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Çalışanlarına yeterli kadar destek sağlanmaması, yol gösterilmemesi.

7. Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Fasıflı eleman bulamamaları.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Zannetmiyorum

9. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Evet

10. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Doğru bilgiye ulaşma

11. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Kesinlikle.

12. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Kısmi.

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Hayır.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Evet.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Destek verilirse çok iyi görüyorum.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Maddiyat

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Hayır.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Taraflı.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Hayır.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Kesinlikle hayır.

SAYIN KATILIMCI: 13

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2. Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Medya Sektöründe medya daima devletin eline bakan bir kurum gibi görülmektedir. Tek kazanç yeri devlet olan bir kurum. Bu durumda özellikle yerel medyanın özgürlüğünden bahsetmek oldukça güçtür.

3. Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Evet akademik eğitim kesinlikle gerekli. Zaman zaman seminerler verilmeli. Çünkü gazeteci olmak Türkiye’de o kadar kolay ki. Eline küçük bir kamera alıp basit bir internet sitesi kuran “gazeteciyim” diyor. Bu yüzden bütün gazeteciler akademik eğitim kesinlikle ve kesinlikle şart.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Haber kaynakları oldukça bizler için oldukça sıkıntı yaratıyor. Özellikle kırsal kesimde sağlıklı haber yapma imkanımız oldukça zorlaşıyor. Haberin muhatapları hiçbir zaman olay hakkında ciddi açıklama yapmıyor bilgi vermiyor. Basit bir trafik kazasında dahi bilgileri ancak kişisel ilişkiniz iyise alabiliyorsunuz.

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İşte en büyük mesele bu. Tüm kurumlarda olduğu gibi medya sektöründe de çark ekonomiyle dönüyor. Her ne kadar reklamlar medya kurumunun geliri olarak görülse de bu yerel medya için fazla geçerli değil. Yerel medyanın gözü BİK’da. Zaten medya kurumlarının kendisini yenilenmek için sermaye bulmaları oldukça zor.

6.Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Ekonomik ve haber kaynağı bulma.

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Kısıtlı imkanlarla yayın yapması. Bunun yanında yetişmiş eleman bulmaması.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Neredeyse çok az kesim medya kurumu habercilik ilkelerine uymaktadır. Haberlerin bir çoğu kulaktan duyma yapılmaktadır. Sırf birilerine zarar vermek için araştırılmadan haber yapıp, (özellikle internet medyasında) kısa zamanda haberin içeriği değiştirmektedir. Buna çark etmede diyebiliriz.

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Evet devam ederdim. Çünkü ben görevimi layıkıyla ve kurallarına göre yaptığım için çok seviyorum.

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Özellikle trafik kazası haberlerinde kazazedelerin yakınlarının acı dolu sözleri ve davranışları.

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Haber yaparken elimden geldiği kadar tarafsız olmaya çalışıyorum. Fakat daima tarafsız olup olmadığımı okurların takdirine bırakmışımdır.

12.Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Hayır kesinlikle görevini yerine getirmiyor. Zaman zaman eleştirel olamıyor. Oluyorsa da sırf birilerine zarar vermek için eleştirel oluyor. Basit hesaplar peşindeyiz. Çoğu zaman birbirimizi taşlamaktan başka bir şey yapmıyoruz.

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Hayır kesinlikle alamıyor.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Hukuksal sorunlar yaşadığımız söylenemez. Sadece birilerine zarar vermek için haksız yere haber yaptığımız zaman hukuksal sorunlar yaşıyoruz.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Önümüzdeki beş yıllık süreçte hiçbir şey değişmeyecek. Sadece internet medyasının gittikçe çoğalmasıyla birlikte gazeteci çoğalacak. Aynı haberi farklı farklı içeriklerle okuyacağız.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Kendini yenileyememesi

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Sadece basit birkaç haberle destek oluyor. Eğer ulusal medya olmasa şehrin tanıtımı yapmakta zayıf kalacağız.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Siyasilerin en çok çekindiği kurum yerel medya. Ulusal medyadan daha fazla etkili. Ama biz medya olarak bunu bir türlü anlayamadık. Anladıysak ta ya korkutmak, yada çıkarlarımız için kullanmaya çalıştık.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Elbette. Önemli olan aktif çalışan bir örgütün olması.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?Ne yazık ki ne kendini yenileyebildi, nede dijitalleşmeye uyum sağlayabildi. Bazen niyetlendiğimiz

dijitalleşmeyi destek olmadığı için yarına bırakmak zorunda kaldı. Mesleki yenilik çalışabilecek işini bilen elemanların olmasıyla olur.

SAYIN KATILIMCI: 14

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Yerel bazda Birlik olunamaması ve Yerel olarak Alanda çalışma zorluğu, Olaylarda Can güvenliğinin olmaması

3.Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Yönetici pozisyonunda olanlar için Mutlaka Gerekli Fakat Özellikle Alanda çalışan Muhabirler için En önemlisi işini benimsemesi ve İşini sadece iş olarak değil de İnsanlara bilgi ve haber sağladığı için gönülden yapması

4.Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Özellikle Bir olay olduğunda orada Bilgi almak, Görüntü almaktaki zorluk ve can güvenliğinin olmaması.

5.Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerelde Mutlaka Güçlü bir destek şart, ayakta durabilmek için birçok yerel medya farklı sektörlerdeki şirketlerin bünyesinde bulunmak zorunda kalmakta.

6.Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Maddi olarak yeterli kazanç sağlayamaması.

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Tam olarak dikkat ettiği söylenemez.

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Evet, Zaten özellikle yerel medya çalışanları Yerelde Yeterli kazanç sağlayamadığı için İkinci bir işte çalışmak durumunda kalmakta.

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Hayır, özellikle Maddi anlamda Yeterli kazanç sağlayamadığımız için mutlaka Belirli ölçülerde tarafsızlığımızı yitiriyoruz.

12.Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Tamamıyla getirdiği söylenemez, özellikle küçük il ve ilçelerde yerine getirebilmek çok daha zor.

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Kesinlikle Hayır.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Büyük ölçüde yaşıyor.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Yerel Medya Maddi olarak Tam anlamıyla özgürlüğüne kavuşmadan Geleceği güçlü olamaz.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Profesyonel çalışan ve Güçlü Reklam desteği.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Mutlaka bulunuyor, Fakat Belirli imkan ve ölçülerde.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel medyanın en büyük sorunlarından birisi de bu? Bazı Medya Grupları Maddi Getiri sağlaya bilmek için Siyasete Yön vermeye çalışıyor.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütlenmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Bu cevap aslında Her ilde Farklı olduğunu düşünüyorum, Birçok ilçe Mesleki anlamda güçlü bir birliktelik olurken, Bazı il, ilçelerde Tam zıttı olarak kutuplaşmalar olmakta.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Teknolojinin getirdiği imkanlar doğrultusunda Özellikle İnternet Medyasının da günümüzde Çok büyük oranda yaygınlaşması ile Medya kavramı artık Boyalı basından dijital basına geçiş sağlamakta, Fakat ülkemizde Yasal olarak Dijital basının daha tam anlamıyla yasallaşmadığı için büyük sorunlar oluşmakta, fakat görünen o ki çok kısa zamanda Bu sorun da giderilecek ve Ülkemizde de Artık Medya dijital medya üzene inşa edilecek.

SAYIN KATILIMCI:15

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir

Birileri tarafın dan resmi kurumlara baskı yaparak internet medyasının önünün kesilmesi.

3.Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Eğitim ya da seminerler verilmesi.

4.Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Bilgi eksikliği yeterli bilgiler kişilere göre veriliyor.

5.Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

6.Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Dayanışma olmaması.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Evet.

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Evet.

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Bilgi eksikliği kısıtlı ya da birilerinin verdiği bilgi doğrultusu.

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Evet.

12Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Hayır sürekli internet medya sitelerinin önünü kesmeye çalışmakta.

13Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Evet.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Haberdan dolayı mahkemelik olduğumuzda bizleri savunacak avukat ya da arkamızda duracak her hangi bir sorumlu olmuyor.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

İyi.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Bağımsız olmaları.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Hayır.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tarafsız olması gerekmekte.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Hayır.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Evet.

SAYIN KATILIMCI: 22

1- Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2- Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Çıkar ilişkileri nedeniyle topluma ışık tutması gereken gazete diğer yayın örgütlerinin ekonomik darboğaz ve geçim sıkıntısı nedeniyle haberlerinde tarafsız olmamaları.

3- Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Gereksiz görüyorum çünkü; Akademiden gelenlerin bir çoğu deneyim sıkıntısı yaşıyor,denetim sıkıntısı olmayanlar ise şartlar konusundaki sıkıntılarını giderme şansımız yok.

4- Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Her sektörde olduğu gibi medya sektöründe de kaldırım altı diyeceğimiz korsan yayın kanalları var. Bunlar seçim döneminde çıkan ve hiçbir denetime tabi olmayan gazeteler,Özel günlerde yayın yapan dergiler ve sosyal medya başta olmak üzere sıklıkla rastladığımız korsan denilebilecek haber siteleri. Bu yayınlara göz yumulması özellikle yerel medya üzerindeki güvenilirliği olumsuz olarak etkiliyor. Bu alanlarda yapılacak bir iyileştirme yerel medya çalışanlarının işlerinin daha kolaylaşmasını sağlayacaktır. Mesleğim gereği taşımakta olduğum sarı basın kartımın Aksaray'da kabul görmemesi ve haber için gittiğimiz yerlerdeki insanların bizlere saldırgan tavırları bu sorunuzun karşılığıdır.

5- Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İkinci soruda olduğu gibi kısıtlı imkanlar ve Basın ilan kurumunun her geçen gün zorlaştırdığı şartlar nedeniyle yaygın (Ulusal) medyada olduğu gibi medya organları bir bir sermayeye hizmet etmeye başlıyor. Şartlar düzeltilmediği ve yerel üzerindeki basın ilanının şartları kolaylaştırılmadığı sürece tarafsız veya şeffaf medyadan bahsedilmesi çok zor

6- Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Maddi sıkıntılarla beraber yeterli imkanların maddi olanaksızlıklardan dolayı karşılanamaması çalışanların en büyük sıkıntılarıdır.

7- Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Maddi sıkıntılar nedeniyle çalışanların taleplerinin karşılanamaması ve resmi ilan bedellerindeki kesinti ve ödemelerde aksamalar en büyük sıkıntılardır.

8- Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Aksaray'da yerel medya çıkar ilişkileri haricindeki basın ilkelerine uyumaktadır. Ancak kaldırım altı denilen yayın kuruluşları bu çizginin dışında olduğundan onların yaptıkları tüm hatalar denetim mekanizmasındaki yayın organları üzerine yüklenmektedir.

9- Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Devam Etmem

10- Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Haber yaparken en zorlandığımız konu doğru bilgiye ulaşmak. Tüm haberlerde vatandaşlar da görevlilerde haberi engellemek adına ellerinden gelen her şeyi yapmakta. Bu zor koşullar nedeniyle haberlerde az da olsa bilgi eksikliği ve yanlışlığı olabiliyor.

11- Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Evet. Tarafsız olmasaydım kısa süreli bir meslek hayatım olurdu.

12- Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Şartlar elverdiğince getirebiliyor.

13- Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Kesinlikle alamıyor.

14- Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Zaman zaman da olsa sıkıntılar yaşanıyor. Yapılan haberler nedeniyle yaşanan sıkıntılardan dolayı yargı önünde mağdur edilen bir meslektaşım olmadı. Ancak sık sık şikayetler oluyor.

15- Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Yaygın medyada olduğu gibi güvenilirliğini kaybeden sektörün sıkıntı yaşayabileceğini hatta yerel gazeteler başta olmak üzere bir çok yerel medya organının yakın tarihte kapanacağını düşünüyorum.

16- Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Maddi olanaksızlıklar nedeniyle kalifiye elemanların elde tutulamaması ve şehirlerdeki eksiklikleri maddi kaygılar nedeniyle gündeme getirmemek.

17- Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Hayır

18- Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Siyaset üzerinde seçim dönemleri haricinde hiçbir etkisi yok. Yerel medya sadece seçim dönemlerinde 3 ay süreyle siyaset üzerinde etkilidir. 3 Aydan sonra ise siyaset yerel medya üzerinde etki kurmaktadır.

19- Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Hiçbir etkisi yok. Şehirdeki mesleki örgütleşmeler sadece belli başlı kişi ve kuruluşların çıkarları için oluşturulduğundan basın emekçileri ve basın kuruluşlarına hiçbir fayda sağlamamaktadırlar.

20- Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Şartlar elverdiğince bu sürece uyum sağlamaya çalışıyoruz. Çünkü bu sürece uyum sağlayamayan medya kuruluşlarını tutunma şansları yok.

SAYIN KATILIMCI: 27

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Medya sektöründe çalışanlar asli görevleri olan doğru, tarafsız, toplumun ve kamunun yararına habercilik yapmamaları.

3.Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Elbette ki eğitim şart. Alaylı olarak yaptığımız işimizde eğitim almamız, bilgi ve becerilerimizin geliştirilmesi için mesleki eğitim verilmeli.

4.Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Bir grafiker olarak, gazetenin bir an önce dizilip baskıya gönderilmesi için yöneticilerimizin acele etmeleri, işimi geniş bir zaman diliminde yapamam.

5.Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Her sektörde olduğu gibi yerel medya sektörü de ilimizdeki sermaye sahipleriyle iyi ilişkiler içinde olmaları gerekir. Önemli gelir kalemlerinden biriside reklamdır.

6.Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Yerel medyanın en önemli sorunu ekonomik-etik, kalifiye eleman ve ekipman sorunudur. Çalışanların ise özlük hakları, çalışma koşulları ve ücret yetersizliği.

7.Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Gelir kaynaklarının azalması.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Medya bulunduğu ilin gözü kulağı ve söyleyen dili olmakla birlikte, habercilik görevini yaparken meslek etik ilkelerini gözetmek durumunda. Ancak buna pekte dikkat edildiğini söyleyemem.

9.Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Mesleğimi seviyorum ve severekte yapıyorum. Medyada çalışmaya devam ederim.

10.Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Yerelde gazetecilik yapmak, haber yazmak ikili ilişkilerden dolayı zor.Çalıştığınız çevrenin çoğunluğunu tanıyor olmak işimizi zorlaştırıyor.

11.Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Genellikle tarafsız olmaya çalışıyorum.

12.Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Yerel medya çalışanları olsun sahipleri olsun zor şartlar altında mesleği sürdürmeye çalışıyorlar. Birçok olumsuzluklara rağmen yerel medya görevini yapmaya çalışıyor.

13.Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Maalesef her geçen gün reklam gelirleri azalmakta, dolayısıyla yeterli reklam desteğini alamamakta.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Medya sektöründe her zaman hukuki sorunlar yaşanır. Yapılan haberler, yazılan köşe yazıları, fotoğraflar vb. sorunlar yaşanmakta.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Yerel medya yeniliklere ve teknolojik gelişmelere uyum sağlamaz ise geri kalmaya hatta yavaş yavaş yok olma yolunda ilerler.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Kendisini yeniliklere ve gelişmelere uyum sağlayamaması, yeni medya ya ayak uyduramaması.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Yerel medyanın haberciliğin yanı sıra sosyal, kültürel ve sanatsal yaşamada katkı sağlaması da görevleri arasında. Ancak bu işlevini yerine getirdiğini söyleyemeyeceğim.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerelde medya en etkili olduğu alan siyaset olduğunu söyleye bilirim.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Her sektörde sivil örgütleşme önemli olmakla birlikte yerel medya içinde aynı. Ancak illerde birden fazla “Gazeteciler Cemiyetleri”nin olası olumsuz olarak yansımakta. Tek bir çatı altında birleşildiğinde hatta Barolar Birliği gibi Odalar Birliği gibi resmi bir çatı altında toplanılırsa mesleğimize çok faydası olacağını düşünüyorum. Buna rağmen ilimizdeki Aksaray Gazeteciler ve Yazarlar Cemiyeti, mesleki kurslar düzenleyerek, medya çalışanlarının eğitimlerine katkı sağlamakta.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Medya sektörü maalesef kendisini yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayamadı.

SAYIN KATILIMCI: 29

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1- Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2- Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

Medya sektörünün hala bir çok insan için bir hobi faaliyeti gibi baside indirgenip normal bir iş kolu vasfından uzaklaştırılmaya çalıştırılması üzücü

3- Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Elbette Akademik Eğitim için teori kısmını öğrenmek için önemli Teoriyi bilmeden işe başlamak körün yolunu aramasına benzer

4- Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Aslına bakarsanız medya alanındaki en büyük sorun ay başında para almanızın garantisinin olmaması zira en kurumsaliz diyenler bile güvensizlik abidesi olmuş durumdalar yoksa medya mensubu Asker gibidir soğuk ,sıcak Gece Gündüz demeden işini yapar cebinde sigarası öğlene tavuk döneri garantiye

5- Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu konu ayrı bir tez konusu olmalı çünkü Yerel medya muhasebe hesaplarında sadece girdiye alışılmış çünkü çıktı olursa kurumlar çabuk al değiştirir bu hep böyle olmuş biz ne idealist iş adamları gördük para önemli değil imajımız olsun, kamu hizmeti yapalım vs yalanları çabuk son bulmuştur.

6- Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Hala bir çoğu sosyal güvencesiz ve maaşı gününde alamamakta

7- Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

işi bilmeyen abiler biraz göbekleri büyüyünce yerel medyaya heveslenmeleri en büyük problem

8- Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Çok dikkat ettiği söylenemez habersizde yaşayamaz işte bu kısır döngü içinde doğurganlıktan uzak yaşamını sürdürür

9- Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Medya sektörü girilip çıkılamayan meslek gruplarının başında gelir Nasıl ki bir sanatçıya sen artk şarkı söyleme desenizde banyoda mutfakta mırıldanmaya devam ederse medya mensubuda imkanı varsa bir şekilde cep telefonuyla bile olsa sektörün bir parçası olmayı sever

10- Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

Yerelde haber yapmak insanların adını koyamadığı bir baskıdan dolayı net konuşmamaları yüzünden zor (ayıp olur tanidik olur) vs

11- Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Kimsenin Tam tarafsız olduğuna inanmıyorum

12- Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?
İmkanlar dahilinde evet ama eksik çok

13- Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Yerel medyanın En büyük sorunudur Reklamdan istediği payı alamaması hatta öyleki ta istanbullardan adını reklam ajansı koymuş kurumlar ta... oralardan yerelin ekmeğine göz dikerler

14- Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Hakkımızıda hukuğumuzuda biz bilmeyiz ağıam bilir :)

15- Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Yerelsiz ulusal olmaz Medya var olacaksa yerel mutlaka hep var olacak

16- Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Eğitimsizlik yerel medyanın ilk büyük eksikliği ikincisi ise yerel medyadan para kazanma hayalleri ile medya patronculuğu oynamaya çalışan çapsız abiler

17- Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Elbette Şöyle düşünün bir şehrin yerel sanatçısı düğün dernek dışında nerede kendini duyuracak daha geniş kitlelere ayrıca şehir dışından gelen etkinliklerin halka ulaştırılmasında tek yol yerel medya Belediye hoparlöründen bu iş olmaz :)

18- Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yerel medya ahhh.. Ayakları üzerinde durabilse neler yapacaktı :)

19- Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Elbette birlikten kuvvet doğar cemiyetleşmek mesleğe bir düzen getirir güç katar.

20- Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlayabiliyor mu?

Gücü nisbetinde ayak uydurabildikleri söylenebilir.

SAYIN KATILIMCI: 33

GAZETECİLERLE YAPILACAK MÜLAKAAT SORULARI

1.Yerel medyada farklı görevlerde çalışan katılımcıların sosyo- demografik özellikleri.

2.Medya sektöründe rahatsızlık duyduğunuz konular nelerdir?

3.Medya sektöründe görev yapmak için, akademik eğitimi gerekli görüyor musunuz?

Akademik eğitim gerekli değil ancak seviyenin yükselmesi için şart.

4. Medya alanında görev yaparken karşılaştığınız en önemli zorluk nedir?

Yerel medya elemanlarının yerini bilmemesi. Facebook gibi sosyal medya da açılan sözde haber sitelerinin kendini muhabir sanan arkadaşların telefonları

5. Yerel medyanın sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Medyanın güvenilirliği açısından hiç iyiye gitmediği açık.

6. Yerel medyanın ve çalışanlarının en büyük problemi nedir?

Kendilerini hiç geliştirememeleri.

7. Yerel medya sahipleri olarak en büyük problemi nedir?

Ekonomik sorunlarla boğuşmaları.

8. Yerel medya habercilik ilkelerine dikkat ediyor mu?

Hayır.

9. Farklı bir meslek seçme durumunda, medya sektörüne devam eder misiniz?

Hayır.

10. Haber yaparken en çok zorluk çektiğiniz alanlar nelerdir?

İnsanların her şeye karışmaları.

11. Haber yaparken tarafsız olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Hayır.

12. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

Hayır.

13. Yerel medya gerekli reklam desteğini alıyor mu?

Hayır.

14.Yerel medya hukuksal sorunlar yaşıyor mu?

Evet.

15.Yerel medyanın geleceğini nasıl gözlemliyorsunuz?

Son beş yıl kaldığını düşünüyorum. Sonrası İnternet gazeteciliği.

16.Yerel medyanın en büyük eksikliği nedir?

Kendilerini geliştirememesi.

17.Yerel medya: Şehirdeki kültür ve sanat yaşamına katkıda bulunuyor mu?

Hayır.

18.Yerel medyanın siyasetteki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öyle bir rolü olduklarını kendileri bile hatırlamıyor.

19.Yerel medyada mesleki dayanışma ve örgütleşmenin, mesleğe katkısının olduğunu düşünüyor musunuz?

Hayır.

20.Yerel medya mesleki yeniliklere ve dijitalleşme sürecine uyum sağlaya bildi mi?

Hayır.