

YEREL MEDYA SORUNSALLARI VE SEKTÖR ÇALIŞANLARININ SORUNLARA BAKIŞLARI “ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ”

İhsan Kurtbaş* / Adem Doğan** / Göksel Göker***

Özet

Yerel yayın kuruluşları, belirli bir bölgede yayınlanan, yerel unsurları ve sorunları ortaya çıkaran, yaptığı haber ve yorumlarla sorunlara yerel yöneticilerin dikkatini çeken, yöre halkı ile yerel yönetimler arasında köprü görevi yapmanın yanında bireye “yaşanan yer” düşüncesini kazandıran, halkı yerel konularda bilgilendiren, yerel kamuoyu oluşturan, katılımcı demokrasinin gelişmesine katkı sağlayan, kitle iletişim araçları diye tanımlanabilir. Türkiye’de yerel basının sorunları, yaygın basının sorunlarına birçok yönden benzerlik göstermekle birlikte, ekonomik, teknolojik ve personel noktasında yaşanan bu sorunlar yerel basına özgü bazı karakteristik unsurlar taşırlar.

Büyük Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün Kurtuluş Savaşı’nda "Gazi basın" unvanını verdiği dönemde, biri de Elazığ’da olmak üzere Anadolu’da 22 gazete yayınlanmaktaydı. O günlerden bu günlere gelene kadar yerel basının yaşadığı sorunlar-sıkıntılar özünde bir değişiklik göstermemiştir. Bu çalışmada Elazığ ilinde görev yapan gazetecilerin sosyo-demografik profili tespit edilerek, gazetecilerin kendi mesleklerine ve meslekteki sorunlarına bakış açıları ortaya konulmuş ve çalışanların medya-siyaset-sermaye ilişkisi gibi medyadaki nesnellik-yanlılık ilkelerine bakış açıları gözlemlenmiştir. Çalışmada, gazeteciler cemiyetine mensup olup da bu meslek ile geçimini sağlayan ve özellikle meslekte aktif olarak çalışanlara (yüz yüze görüşülerek-anket) yapılandırılmış (formel) görüşme tekniği uygulanmış, sonuçlar frekans analiziyle tartışılmış, SPSS İstatistik Paket Programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Elazığ Basını, Gazetecilik

LOCAL MEDIA PROBLEMATICS AND VIEWPOINT OF THE PROBLEMS FROM SECTOR EMPLOYEES “SAMPLE OF ELAZIĞ CITY”

Abstract

Local publishing establishments can be defined as massive communication devices that introduce local components and problems; take local directors’ attention via news and interpretations which they make; bring in the idea of “living sphere” to the individual besides acting as a bridge patrol between regional people and local managements; inform people about local subjects; form a local public opinion; supply assistance in development of contributonal democracy. While problems of local press in Turkey represent resemblance with widespread press in many ways, these problems that are experienced at points of economy, technology and staff carry some characteristics which are peculiar to local press.

In the period with Turkish War of Independence, which Great Leader Gazi Mustafa Kemal Atatürk had given the reputation of “Veteran Press”, there were 22 newspapers in Anatolia, one of which was being published in Elazığ. Beginning from those days until now, problems-difficulties that local press have not demonstrated any change in essence. In this framework, determining the social-demographical profile of the journalists that are commissioned in Elazığ, views of the journalists at their own occupations and at problems in the occupation have been introduced and points of view of working people at principles of objectivity-bias such as media-politics-capital relationship, have been observed. In the research, rather than people who are members of Association of Journalists but do not earn their lives through this occupation; survey has been applied upon people that work within the occupation via face to face interviews being made and the results have been analyzed with SPSS Package Program of Statistics.

Key Words: Local Pres, Elazığ Press, Journalism

* Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

** Okt., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

*** Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Genelde ulusal ya da uluslararası yayın yapan kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, onların içinde bulunduğu çevrede/toplumda yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplumun üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. Ulusal gazeteler büyük şehirlerin, büyük yerleşim alanlarının ve merkezi konumdaki bölgelerin sesi olma özelliğini taşımaktadırlar (Erdoğan, 2006, 52). Bu noktada, yerel medya küreselleşen dünyada bireyin duyabileceği yalnızlık, yakın çevresinden soyutlanma ve yabancılaşma duyguları ve bunun sonucu olarak da yerel kültüre ve çevreye ilişkin bilgilere duyulan ihtiyacın karşılanmasında kilit rol oynar (Arslan, 1999, 82). Genel olarak yerel medya; yayınladığı haberler, görüntüler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentlin ihtiyaçları, kentteki kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle, bireye ‘yaşanan yer’ duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır.

Yerel medyanın bu işlevlerine rağmen, algılamasına ilişkin iki farklı yaklaşım olduğunu görmekteyiz. İlk bakış açısına göre yerel medya, makaslama ya da masa başı haberlerle resmi ilan ve/veya çıkar için yayımlanan, içeriğinde pek önemli bir şey bulunmayan, çevrede yankı uyandırmak için yapılan baskı çalışmalarını akla getirirken; diğer bakış açısına göre: Anadolu basını ve mensupları kişisel çıkarlar yerine ülke ve ulus çıkarlarını ön planda tutarak, kendi aralarında örnek olmuş, olmaya devam eden gazeteler, gazeteciler ve medya mensuplarından meydana gelmektedir. Bu yaklaşımlardan ilk bakış açısına uygun gazete ve gazetecilere rastlanmakla birlikte, ağırlıklı olarak kabul edilen ise ikinci yaklaşımdır ve Anadolu basınının yaşadığı bin bir zorluğa rağmen, yayınladıkları bölgeye yapmış olduğu katkılar ve hizmetler birçok noktada çok büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, “Anadolu basını, “Milli Mücadele” yıllarından bu yana sesini duyurmak için mevcut imkânlarını

zorlayarak yayınına devam eden, bir yandan milli hareketin öncülüğünü yaparken, Anadolu’da düşman işgali karşısında gösterilen tepkilerin sesi haline gelmiş yerel gazeteler topluluğudur (Girgin, 1997, 39)”. Anadolu’da yerel basının örgütlenişi ve kurumsallaşması meşrutiyet dönemine kadar gider. Daha önce resmi vilayet gazeteleri ile İstanbul dışında gazetecilik yapılsa da 1908’de sansürün kalkmasıyla birlikte Anadolu kentlerinde siyasal içerikli gazeteler yayımlanmaya başlamıştır. Tirajları düşük olan bu gazetelerde genellikle aydınlar, öğretmenler ve gençler çalışmıştır. Bu gazetelerin etkileri de yazar ve dağıtım ağı olarak yerel kalmıştır (Varlık, 1999, 105).

Yerel medyanın önemli bir türü ve dalı olan Anadolu Basını, Milli Mücadele dönemiyle birlikte güçlenmiş ve milli mücadeleye çok önemli katkılarda bulunmuştur. Bu çerçevede Elazığ, yayımlanan Mamura’tül Aziz Gazetesi ve Satvet-i Milliye Gazetesi ile dikkat çekmektedir. Ancak, tarihsel süreç içerisinde Elazığ yerel medyası, Anadolu’nun diğer illerinde, diğer yerel basında olduğu gibi sayısal anlamda artmış ancak çeşitli nedenlerden dolayı muhteva ve teknik olarak olması gereken gelişmeyi yeterince sağlayamamıştır. Yerel medyanın sorunları gerek ulusal gerekse yerel düzeyde yıllardır tartışılıp çözüm önerileri sunulmasına rağmen, yerel medya kuruluşları ve çalışanlarının sorunlarına köklü bir çözüm getirilmediği gibi sorunların da değişiklik göstermediği görülmektedir. Bu çalışmada, yerel medyanın içinde bulunduğu sorunlar çalışanlarının bakış açılarıyla ele alınıp, “onların gözüyle” yerel medya sorunsalları tespit edilmiştir.

1- Yerel Medya

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

yapan kuruluşları (Altun, dergiler.ankara.edu.tr) kapsamına rağmen yerel medya diyince özellikle yerel medyanın basılı çeşidi akla gelmektedir. Yerel medyanın bu kapsamda iki önemli işlevi vardır. Birinci işlevi, kamu ihtiyaçlarını, kamu yararına uygun bir biçimde kamuoyuna ve yöneticilere duyuran haber aracıdır ki bu göreviyle bir kamu hizmeti yapmaktadır. İkinci işlevi ise; yerel medyalar yöneticilerin kamu ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile aldıkları tedbirleri vatandaşa zamanında ulaştırır. Bu yönü ile de genel yönetime yardımcı bir araçtır ve yine kamu hizmeti görmüş olur (İnuğur, 1999, 23)”. Kamusal işlev açısından yerel medya ulusal medya ayrımını bu yönüyle yapmak zor gibi görülmekle birlikte, yerel medya, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkararak, yerel sorunlar karşısında halkı bilgilendirmesi, bilinçlendirmesi ve kamuoyu oluşturması açısından (Sözen, 2004, 109), ulusal medyadan farklılık gösterir. Bu bağlamda, Ilgaz’a göre (2003, 179) yerel basın; yurdun muhtelif yerlerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde; günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayımlanan, yayımlandığı mahallin haber, havadis ve sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aksettirmeyi hedefleyen basın organlarıdır. Yerel basın; yayınladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin ihtiyaçları, kentteki 24 saat kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle bireye “yaşadığı yer” duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır. Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi yerel basın okuyucusu üzerinde aidiyet duygusu yaratır. Yüksel ise (1992, 61), yerel basının günlük yaşama katkısına değinerek, “yerel basın, yaygın basının fazlaca ilgilenemediği ya da üzerinde fazla durmadığı yerel haber, sorun ve yorumlar dışında, en basit biçimde yöredeki faaliyetler, sinema programları, nöbetçi eczaneler, bölgesel hava durumu, yöreye özgü çeşitli sosyal, siyasal ve doğal olayların zamanı, yeri, içeriği gibi hususları duyurarak da vazgeçilmez bir hizmet sunmakta ve böylelikle yöre halkının günlük

yaşamını düzenlemesine katkıda bulunmaktadır” demektedir. Ayrıca yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın kuruluşları, bireylerin çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamlarına da katkı sağlamaktadır. Bu yaklaşımların yanında ayrıca, yerel basın zaman devlet temsilcileri ile kamu yetkililerinin kullanım ve propaganda aracı olarak görülseler de, aslında yörede yönetilenlerle yönetenler arasında bir köprü konumundadırlar (Ilgaz, 2003, 180). Ayrıca, yerel medya, toplumsal, kültürel ve katılımcı demokrasiye ilişkin bilinen işlevlerini yerel ve bölgesel anlamda gerçekleştirmek açısından önemli kitle iletişim araçlarıdır (Şeker, 2005, 101). Bu yaklaşımlar yerel basının tanımını ortaya koyarken aynı zamanda işlevlerini de ortaya koymaktadır. Bu çerçevede yerel medya kuruluşları, belirli bir bölgede yayın yapan, yerel unsurları ve sorunları ortaya çıkaran, yaptığı haber ve yorumlarla sorunlara yerel yöneticilerin dikkatini çeken, yöre halkı ile yerel yönetimler arasında köprü görevi yapan, halkı yerel konularda bilgilendiren, yerel kamuoyu oluşturan, katılımcı demokrasinin gelişmesine katkı sağlayan, kitle iletişim araçları, diye tanımlanabilir.

2- Yerel Medya Sorunsalları

Çağdaş ve demokratik iletişim kavramları açısından gelişme sürecini yaşayan Türkiye’de yerel medyanın sorunları, yaygın medyanın sorunlarına birçok yönden benzerlik göstermektedir. Günümüzde, ister yerel ve ulusal, isterse uluslararası alanda olsun, medyanın yaydığı haber içeriklerinin analizi yapıldığında en önemli sorunlardan birinin nesnellik ve yanlılık sorunu olduğunu görmekteyiz. Bazı araştırmacılara göre; yanlılığın iki şekilde ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Birincisi, birbirleriyle çakışan görüşler arasında “dengeliliğin” olmayışı; ikincisiyse “gerçekliğin” taraflı bir biçimde çarpıtılmasıdır (Altuğ ve Er, ilef.ankara.edu.tr). Hofsetter ve Buss (1978, 518), yanlılığın üç tanımlanmış biçimine karşı çıkarlar. Bunlar açıkça yalan söyleme,

belli olguları gereğinden fazla vurgulama yoluyla çarpıtma ve bazı değerleri abartıp öne çıkarmadır Nesnelliğin azlığı-yokluğu ve/veya yanlılık medyada özellikle medya-siyaset-sermaye ilişkilerinin ilkesiz ve seviyesiz bir ortamda ilerlemesinin mazeretini ve zeminini oluşturur. Medyanın devlet tekelinden ayrılarak liberal sistem gereği özel sermayenin etki alanına girmesi, medya siyaset ilişkisinin bu derece gündemde kalmasına neden olmaktadır. Medya ve siyaset arasındaki ilişkide tüm siyasal sistem medyaya bağımlıdır ve siyasilerin meşruiyetlerini sağlamalarında, sistemin işleminde, medya olmadan bir siyasal sistem düşünülmez. Kitle iletişim araçlarının gerek gündeme getirdikleri konular, gerekse haber değerleri ile güncel siyasetin tam ortasındadır (Terkan, sosyobil.selcuk.edu.tr). Bu bağlamda medyayı elinde bulunduran medya patronları için değişik siyasi anlayışlara eşit oranlarda yer vermek yani dengelilik ilkesine bağlı kalmak tarafsız davranmanın bir ölçütü olarak ele alınıyor. Oysa medya yaptığı yayınlarla tüm medya metinlerinde toplum içinde egemen olan anlayışlara yer vererek, “öteki”ne yer vermeyerek tam anlamıyla siyasetin içinde yer almaktadır. Hatta medya siyaset dışı yayınlarıyla da siyasetin içinde yer alabilmektedir (Altuğ ve Er, ilef.ankara.edu.tr). Bu süreç medya-siyaset-sermaye ilişkilerinin bozulmasının hem sebebinin hem de sonucunu oluşturmaktadır. Yani basının yanlılık ve nesnellik tutumuna ilişkin bakış açısı ve bu anlayışla ürettiği haberler bir sorun olarak karşımıza çıktığı gibi daha birçok sorunun temelini de oluşturmaktadır. Bu genel sorun dışında çalışma içerisinde yerel gazetelerin lokal sorunlarından ayrıca bahsedilebilmektedir. Bu noktada buradaki sorunların aynı zamanda tüm yerel medyanın sorunları olduğunu baştan kabul etmek gerekir. Bu lokal sorunların merkezinde genelde, “gazete okuma oranının düşük olması, halkın isteklerine cevap verilmemesi, yetersiz tirajlar, teknolojilerden akılcı bir şekilde yararlanılmaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem

verilmemesi, satışı arttırmak için içerik iyileştirilmesi yerine magazin haberlerinden ve promosyon kampanyalarından medet umulması (İlgaz, 2003, 182)”, günümüzde yerel basının gelişmesini, iyileşmesini önleyen yerel sorunlardan bazılarıdır. Ayrıca, okuyucunun-dinleyicinin-izleyicinin ulusal basının renkli ve kaliteli baskıya-görüntüye-sese sahip aynı zamanda haber açısından daha yoğun olan medyayı yerel medyaya tercih etmesi nedeniyle halk tarafından yeterince ilgi görmemesi yerel medyanın sıkıntıları arasında yer alır (Faraç, 1999, 27). Anadolu medya’sındaki sorunların büyük bir çoğunluğu da teknolojik yetersizliklerden kaynaklanmaktadır. Gazete sahipleri, sahip oldukları baskı ve dizgi makineleriyle gazete yayınlamanın mümkün olacağına inanan gazete patronları yerel gazeteciliğin gelişmesi yönünde fazla bir atılım yapamamaktadırlar (İlgaz, 2003, 183). Matbaadaki mevcut baskı ve dizgi sistemiyle gazete yayımlamanın mümkün olduğuna inanan matbaacı, resmi ilan gelirlerini öngörerek, giderlerle denk gelecek bir sistemi hesaplamakta ve işe koyulmaktadır. Anadolu’da tipo baskıyla yayımlanan gazetelere hala rastlanmaktadır. Ayrıca; ulaşım olanaklarının artması, modern teknolojinin kullanılması, gazete hazırlama ve basma sürelerinin kısalması, kültürel gelişme nedeniyle içeriklerinin çeşitlenmesi, yeni dağıtım sistemlerinin kullanılması (Girgin, 1997, 41), ulusal gazetelerin bölge sayfaları yapması gibi nedenler, yerel medyayı olumsuz yönde etkileyen etmenlerdir.

Yerel medyanın bir başka sorunu da çalıştırılan eleman sıkıntısıdır. Bu noktada, eleman yetersizliği hatta mevcut elemanların büyük bir kısmının da düşük ücretle çalıştırılan ve kalifiye olmayan elemanlardan oluşması; haber çeşitliliğinin sınırlı kalmasına, inceleme araştırma haberlerin, köşe yazılarının sayıca azlığına, diğer deyişle yerel medyanın içerik bakımından zayıf kalmasına sebebiyet vermektedir. Bu medya kuruluşlarından gazete veya yayın kuruluşlarının çoğunluğu

Basın İlan Kurumu'ndan gelen belirli miktardaki resmi ilanların getirisiyle ayakta durabilmekte, kar elde etmek bir yana ayakta kalma mücadelesi vermektedir. Özel reklam ve ilan gelirleri yok denecek kadar azdır (Ulusoy, 2003, 105). Medya mensupları açısından medya sektörü ulusal ve yerel basın fark etmeksizin 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 (Demirsoy ve Ayhan, 2005, 135), dolayısıyla da bunların tamamına yakını geçimini sağlamak için gazetecilik dışında ikinci bir iş yapmak durumunda kalmaktadırlar (Ulusoy, 2003, 104). Bu bağlamda iyi projelerin hazırlanabilmesi için ise tahmin edileceği gibi, yerel basın yayın kuruluşlarınca kalifiye ve işin uzmanı elemanların masraftan kaçınmayarak istihdamı önem kazanmaktadır. İletişim Fakülteleri'nden mezun olan profesyonel elemanların istihdamı bu basın kuruluşlarına ayrıcalık ve kalite kazandıracaktır (Ulusoy, 2003, 112). Çünkü, örneğin gazeteleri basan teknisyenlerin büyük bir çoğunluğu alaylıdır. Bu sorunlar detaylara girildiğinde arttırılabilir. Ancak yerel medyaya ilişkin, ilgili kesimlerce sorunlar ve çözüm yolları yıllardır tekrarlanmasına rağmen bu sorunların içeriği ve şiddetinde bir değişiklik olmaması bu sorunları sorunsallaştırmaktadır. Bu sorunlar kadar, tekrarlanan bu sorunların dikkate alınıp köklü değişikliklere gidilmemesi sorunu da artık bir sorundur.

3-Elazığ Medyası

İlk Türkçe gazete "Takvim-i Vekayi'nin 1 Kasım 1831 tarihinde yayınlanmaya başlaması Türkiye'de basın tarihinin başlangıcı olarak kabul edilir (Topuz, 2003, 15). Bu tarihten sonra aydınlar olarak görülen edebiyatçılar ya da yurt dışında eğitim görmüş kalemler,

habercilikle birlikte ağırlıklı olarak halkın çeşitli konularda bilgilendirilmesi ve eğitim seviyesinin yükseltilmesine yönelik özel teşebbüslü gazeteler çıkarmışlardır. Yerel Basının tarihi içerisinde değerlendirilen vilayet gazetelerinin yayını ise Türkiye'de ilk Türkçe gazeteden bir süre sonra gelişmiştir. İlk Vilayet gazetesi çıkarılan illerden biri de Elazığ'dır. Elazığ'da yayınlanan ilk vilayet gazetesi olan, "Mamuratül- Aziz Gazetesi" ilk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekayi'den 62 yıl, ilk resmi vilayet gazetesi olan Tuna'dan 18 yıl sonra yayın hayatına başlamıştır. Bugünkü Elazığ basının öncüsü olan gazete 5 Ekim 1883 tarihinde yayınlanmıştır. 1914 yılına kadar 31 yıl yayın hayatını sürdüren Mamuratül- Aziz Gazetesi bu yönüyle Anadolu'da yayınlanan en uzun ömürlü gazetedir (Yıldırım, 1997, 24). Mamuratül- Aziz Gazetesi'nden bir süre sonra 1918 yılında Şark Gazetesi yayınlanmaya başladı ancak bu gazete de 1922 yılında yayınlarına son verdi.

Büyük Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk, Kurtuluş Mücadelesi döneminde yerel gazeteler için "Gazi Basın" unvanını vermiş ve bu gazeteler Kurtuluş Savaşı'nda büyük roller üstlenmişlerdir. Kurtuluş Savaşı döneminde Anadolu'da 22 gazete yayınlanmaktadır. Bunlardan biri de Elazığ'dadır. Bu gazete 1922 yılında yayımlanan Satvet-i Milliye'dir. Yayın hayatına 24 Şubat 1922'de başlayan Satvet-i Milliye hem milli mücadelenin savunucusu hem de şehir sorunlarını sürekli yansıtan bir yayın olmuştur. Türk basın hayatı içerisinde önemli bir yere sahip olan Elazığ'da basın hayatı Cumhuriyetin ilanının ardından her geçen gün daha da gelişmiştir. Elazığ'da yayın yapan ve ülke genelinde en eski 5 gazete içinde yer alan Turan Gazetesi, yayın hayatında 79. yılı geride bırakmıştır. Türk basın hayatı içerisinde köklü bir yere sahip olan Elazığ basını, günümüzde sorunları açısından diğer yerel basın kuruluşlarıyla benzerlikler göstermektedir. Elazığ basını 130 yıla yaklaşan köklü geçmişi ile bölge illeri arasında yayıncılık yönünden birçok noktada ileri durumda bulunmaktadır.

Elazığ'da günlük yayın yapan yerel gazete sayısı komşu iller olan Malatya ve Diyarbakır'dan daha fazladır. Elazığ'da bugün, biri üniversite televizyonu olmak üzere 3 yerel televizyon, 10 günlük gazete, 4 haftalık gazete, biri üniversite radyosu olmak üzere 11 radyo, 3 adet aylık dergi bulunmaktadır.

4- Çalışanlarının Bakış Açısından Yerel Medya Sorunlarına İlişkin Alan Araştırması

4.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Yapılan literatür çalışmaları göstermektedir ki ülkemizde genelde ulusal ve yerel basına özgü bu sorunsallar sadece tespitten ileriye gidememektedir. Bu çalışma ile sadece yerel basın mensuplarının değil, yerel medya çalışanlarının da sosyo-demografik profilleri belirlenmiş; çalışanların, iletişim fakültesi mezunlarına yaklaşım açıları, mesleki zorlukları, medya-siyaset-sermaye ilişkisi gibi medyadaki nesnellik-yanlılık ilkelerine bakış açıları, çalışanların kendi mesleklerine ve çalışanlar açısından halkın yerel medya mensuplarına yaklaşımları tespit edilmiştir. Bu çerçevede bulgulardan hareketle yerel medya mensuplarının kendi mesleklerini nasıl algıladıkları, mesleki sorunlarına bakışları ve çalışanlarının gözüyle yerel medya sorunsalları tespit edilecektir.

4.2. Varsayımlar

▪ Yerel medya mensuplarının sorunları, cinsiyet, gelir düzeyi gibi sosyodemografik unsurlara bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir.

▪ Yerel medya açısından sorunlardan biri çalışanlar açısından uzun soluklu bir iş alanı olarak görülmemesidir. Bu durum, birçok sorunu beraberinde getirmektedir.

▪ Dünyanın birçok ülkesinde iletişim fakültesi mezunları açısından yerel medya mesleği öğrenmeleri, işe alınmaları sürecinde çok önemli bir basamak

olmasına karşın; ülkemizde bu durum böyle bir seyirde değildir.

▪ Yerel basında iletişim fakültelerinin imajı olumlu değildir.

▪ Yerel medya kuruluşlarında çalışanların kurum içi mesleki eğitimlere alınması yeterli düzeyde değildir.

▪ Yerel gazetecilik sorunsalları daha çalışanların mesleği seçme sürecinde başlamaktadır. Keza, bilinçli bir tercih yapanların oranları çok azdır.

▪ Yerel medya mensupları açısından sendikasızlık, sigortasız çalışma, ücret dengesizlikleri gibi faktörler çalışanların mesleki motivasyonunu olumsuz etkilemekte, iş doyumlarını azaltmaktadır.

▪ Yerel medyanın önemli sorunlarından biri medya, siyaset, sermayenin düzeysiz ve etik dışı ilişkisidir.

▪ Yerel medyada medya siyaset sermaye ilişkisinin derecesi kitle iletişim aracının türüne göre değişiklik göstermektedir.

▪ Halkın gözünde yerel medyanın saygınlığının istenilen düzeyde olmaması sorunsalı sektörün sorunlarından biridir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın soru formu taslak halinde hazırlandıktan sonra öncelikle Elazığ'da yerel çeşitli kademelerde çalışan personelle tartışılmış, soruların düzeni ve içerikleri bu tartışmalardan sonra hazırlanmıştır. Ayrıca soru formu öncelikle 10 kişilik kontrol grubuna uygulanmış anlaşılmayan sorular yeniden düzenlendikten sonra uygulanmıştır.

4.4. Evren ve Örneklem

Evren: Araştırmanın evreni Elazığ ilidir. Elazığ ilindeki bütün televizyon gazete, radyo ve haber ajanslarının çalışanlarına soru formu dağıtılmış ve uygulanmıştır. Elazığ'da gazeteciler cemiyetine üye toplam gazeteci sayısı 105'dir. Yapılan

anket görüşme tekniğinde özellikle mesleğini bu işten kazanan deneklere soru formları dağıtılmıştır. Anket, Elazığ ili merkeziyle sınırlı (ilçelerdeki yerel medya kurumları hariç) tutulmuştur.

Örneklem: Anket, gazeteciler cemiyetine üye olup (televizyon, gazete, radyo, ajans) faal olarak çalışan ve geçimini bu meslektan sağlayanlara yapılmıştır. Örneklem medya şunlardır: *Günlük Yayın Yapan Gazeteler:* Turan Gazetesi, Nurhak Gazetesi, Uluova Gazetesi, Fırat Gazetesi, Birlik Haber, Günışığı Gazetesi, Ayışığı Gazetesi, Yeniçağ Gazetesi, Günebakış Gazetesi. *Haftalık Yayın Yapan Gazeteler:* Doğu Expressi, Yerel Gündem, Elaziz Gazetesi. *Yerel Televizyonlar:* Kanal e, Kanal 23, Fırat Tv. *Yerel Radyolar:* FM 23 Radyo, Radyo Klüp, Radyo Hazar. *Ajans Temsilcilikleri:* Anadolu Ajansı, Doğan Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı.

4.5. Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi

Anket uygulamasında, anketler katılımcılara tek tek verilmiş ve doldurdukları anketler anında toplanmıştır. Katılımcıların anketi objektif ve tereddütten uzak bir şekilde cevaplamalarını sağlamak üzere kimlik bilgileri alınmamıştır. Araştırmanın değerlendirilmesi aşamasında sahada doldurularak getirilen soru formları denetlenmiş (edit edilmiş); veriler, hazırlanan “veri kodlama yönergesine” göre, bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS İstatistik Paket Programı ile analiz edildikten sonra Word programına birebir aktarılmış ve *frekans analizleri* yapılmıştır. Soru formlarındaki yerel medya ile ilgili sorular önce genel dağılımlar şeklinde; daha sonra “cinsiyet, yaş grupları, öğrenim durumu” değişkenleri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir ve çapraz tablolar halinde verilmiştir. Araştırmaya ait tüm analizler tablolar halinde verilmiş, genel dağılımların tablollaştırılmıştır. Yorumların ve özetin ayrıntıları tablolar kısmında bulunmaktadır.

4.6. Araştırmanın Bulguları ve Verilerin Çözümü

Tablo-1, Tablo-2, Tablo-3, Tablo-4, Tablo-5: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

1- Cinsiyetiniz?	f	%	2- Medeni Haliniz?	f	%
Kadın	11	20,8	Bekar	28	52,8
Erkek	42	79,2	Evlü	25	47,2
Toplam	53	100	Toplam	53	100
3- Yaşınız?	f	%	4- Öğrenim Durumunuz?	f	%
18/25	17	35,1	Okur – Yazar	0	0
26-35	19	35,8	İlköğretim	5	9,4
36-45	14	26,4	Lise	37	69,8
46-60	3	5,7	Üniversite	11	20,8
61 ve üstü	0	0,0	Lisansüstü	0	0,0
Toplam	53	100	Toplam	53	100
5- Aylık Geliriniz?			f	%	
500 YTL ve altı			25	47,2	
500-750 YTL			11	20,8	
751-1000 YTL			9	17	
1001-1500 YTL			4	7,5	
1501 ve üstü			4	7,5	
Toplam			53	100	

Ankete katılanlardan 42 kişi (%79,2) erkek, 11 kişi (%20,8) kadın, 28 kişi (%52,8) bekar, 25 kişi (%47,2) evlidir. Katılımcılardan 19 kişi (%35,8) 26-35 yaş aralığında, 17 kişi (%35,1) 18-25 yaş aralığında, 14 kişi (%26,4) 36-45 yaş aralığında, 3 kişi (%5,7) 46-60 yaş aralığında olup 61 yaş ve üstü katılımcı yer almamaktadır. Ayrıca, katılımcılardan büyük bir bölümü 37 kişi (%69,8) lise mezunu, 11 kişi (%20,8) üniversite mezunudur. Bu üniversite mezunları içinde soru kitapçığında açık öğretim, açık öğretim önlisans, lisans ve önlisans ayrımı yapılmamıştır. Bunun yanında 5 kişi (%9,4) ilköğretim mezunu olup okuryazar düzeyinde ve lisansüstü düzeyde eğitim almış katılımcı yoktur. Buna göre, Elazığ mediasında çalışanların büyük çoğunluğunu genç ve orta yaşlılar oluşturmaktadır.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu olan 25 kişinin (%47,2) aylık aylık geliri 500 YTL ve altı, 11 kişinin (% 20,8) 500-750

YTL, 9 kişinin (%17,0) 751-1000 YTL, 4 kişinin (%7,5) 1001-1500 YTL ve yine 4 kişinin (%7,5) 1500 YTL ve üstü geliri vardır. Çalışanların büyük bir seviyesinin 36 (%68,0) 750 YTL ve altında geliri olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre, tüm yerel medya sorunsalı olarak karşımıza düşük maaş sorunu, Elazığ basınında çalışan personelin de önemli bir sorunudur.

Tablo 6: Sektörde İstihdam Olunan İletişim Fakültesi Mezunu Durumu

Tablo 7: Katılımcıların Mesleki ve Kurum İçi Eğitim Durumları

6- İletişim fakültesi mezunu musunuz?	f	%	7- Meslekle ilgili bir eğitici süreçten geçtiniz mi	f	%
Evet	0	0	Evet	28	52,8
Hayır	53	100	Hayır	25	47,2
Toplam	53	100	Toplam	53	100

Yerel medya dünyada iletişim fakültesi öğrencilerinin mesleğe başlamalarında önemli bir mecra olmasına karşın Türkiye’de ve araştırmanın yapıldığı Elazığ’da durum böyle değildir. Katılımcılardan hiçbirinin İletişim Fakültesi mezunu olmadığı gözlemlenmiştir. Sektörün iletişim fakültesi mezunlarını istihdama gitmesi yerel medyanın kalitesini kuşkusuz yukarılara taşıyacaktır.

Ayrıca katılımcılardan %47,2’sinin mesleki hiçbir eğitici süreçten geçmediği de tespit edilmiştir. Muhtemelen düzenli eğitim ya da kursa katılmadıkları için “gördüklerini” uygulamaktadırlar. Bu noktada sadece kurum içi eğitimleri beklenmemeli, sürekli eğitim kursları da düzenlenmelidir. Çünkü medyanın önemi etkisinden kaynaklanmaktadır. Bu etkinin önemini de öncelikle medyada çalışanlarca bilinmelidir.

Keza, basın yayın sektörü sadece etik, içerik ve teorik açıdan değil; teknolojik olarak da devamlı değişim ve gelişim halindedir. Bu nedenle akademik ve mesleki

eğitim gereklidir. Çalışmada katılımcılara bazı anahtar kelimeler açık uçlu olarak sorulmuş bu kelimelere yaklaşım açıları tespit edilmiştir. Bu kelimelerden biri “off the record”dur. Off the record; haber kaynağının, gazeteciye kayda almaması koşulu ile açıkladığı bilgidir. Haberin içeriğinde yer verilmeyecek olan bu bilgi, olayın haber üzerinde çalışan gazeteci tarafından etraflıca anlaşılması için kendisine söylenir. Gazetecilik etiği gereği gazetecinin bu bilgiyi açıklamaması gerekir (tr.wikipedia.org/wiki/Off_the_record). Bir meslek etiği olarak off the record uygulaması gazetecilerin meslek hayatları boyunca göz önünde bulundurması gereken bir kuraldır. Haber kaynağının, yayınlanmamak ya da belirlenen bir zamanda yayınlanması koşulu ile verdiği bilgileri içerir. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde off the record ile ilgili olarak, gazeteci kendi çabası ile elde etmedikçe, bir kaynağın verdiği bilgi veya belgenin yayınlanma tarihi konusundaki isteğe uymalıdır. Gazeteci; röportaj, haber, yorum veya görüntü hazırlığını yayın şekli ne olursa olsun yayın organındaki sorumlular dışında, kaynağı da dahil kimseye denetletirmekle yükümlü değildir. Gazeteci, açıklanmaması kaydıyla (off the record) verilen bilgiyi ve sarf edilen sözleri yayınlamamalıdır (tgc.org.tr) denilmektedir. Schlapp ise (2002, 47) kavramla ilgili olarak; ‘off the record istekleri saygıyla karşılanmalıdır. Konuşma esnasında soru yöneltilen kişi belli nedenlerden dolayı henüz kamuoyuna açıklanmasını istemediği sırlarını gazeteciye açarsa, bu isteği yerine getirilmelidir’ demektedir. Mesleki etik kural olarak off the record uygulaması, gazeteci tarafından mutlaka bilinmeli ve bu kurala uygun yayın yapma bir ilke haline getirilmelidir. Ancak ‘kaynak-gazeteci ilişkisinde “off the record” kavramını nasıl değerlendiriyorsunuz’ açık uçlu sorusuna katılımcılardan sadece 9 kişinin doğru-doğruya yakın cevaplar verdiği görülmüş, 10 kişi soruya yanlış yaklaşım getirmiş, 38 kişi ise boş bırakmıştır. Bu sonuç, ankete katılan gazetecilerin büyük çoğunluğunun (38 kişi)

bu kavramla ilgili hiçbir bilgiye ya da çağrışıma sahip olmadığını, 10 kişinin ise kavramı yanlış anladığını ya da bilmediğini açıkça göstermektedir. Bu durum, yerel basında mesleki kavramlara hakim olma açısından bakılacak olursa gazetecilerin mesleki kuralları tam olarak bilmedikleri sorunsalını doğrulamaktadır.

Bir kişinin kendi mesleği ile ilgili yaptığı tanım, o kişinin mesleğine olan algısını, mesleğinin gereklerini ve amaçlarını nasıl değerlendirdiğini ortaya koyar. ‘Sizce gazeteci tanımı nedir, gazeteci kimdir’ açık uçlu sorusuna katılımcıların verdiği cevaplara göre: 5 kişi, halkın sözcüsü; 24 kişi doğruları aktaran-objektif-tarafsız kişi; 7 kişi kalemini satmayan-ilkeli kişi; 1 kişi geçimini gazetecilikten sağlayan kişi; 5 kişi, kamuoyunu aydınlatan kişi tanımını getirirken; 15 kişi bu soruyu boş bırakmıştır. Oysa 5953 sayılı 20 Haziran 1952 tarihli “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkındaki Kanun’un 1. maddesi gazetecinin kim olduğu sorusuna açık bir cevap vermektedir. Söz konusu maddeye göre; “...Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki işçi tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir” (Özgen, 2004, 91).

Bu bağlamda çalışanların mesleklerini tanımlamada dağınık bir algıya sahip olduklarını ortaya koyarken aynı zamanda gazeteciliğe ilişkin meslek tanımı getirmekten uzak olduklarını da gözler önüne sermektedir. Schneider ve Raue (2002, 17) iyi gazeteciliğin dört farklı kaynaktan beslendiğini ifade ederek bunların yetenek, karakter, ansiklopedik ve mesleki bilgi olduğunu söylemektedir. Dolayısıyla mesleki bilgiden yoksun bir gazetecilik, kendi sınırlarını ve tanımını belirlemekten yoksun kalırken aynı zamanda mesleğin iyi icrasının da önüne geçmektedir. Yerel basında yaşanan mesleki uygulamalardaki

karmaşanın temelinde de bu sorun görülebilir. Yerel medya sorunsallarından kalifiye eleman sorununun çözümü için en az lise mezunlarına yönelik gazetecilik/habercilik mesleğinin temel unsurlarının aktarılması için mesleki kurslara ihtiyaç vardır. Tarafların (kamu yönetimi, iletişim fakülteleri ve yerel basın çalışanları) bu durumu önemsemeleri yerel basın haber içeriklerinin daha iyi olmasını sağlayacaktır. Bu yönüyle yerel medyada iletişim fakültesi mezunlarının asgari düzeyde üniversite ve/veya lise mezunlarının yetersiz olması, meslekle ilgili kurs, seminer gibi eğitici bilgilerden geçmemeleri gazetecilik mesleğinin gereğiyle yerine getirilmesinde bir sorun olarak karşımızda durmaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Çalıştıkları KİA türüne göre dağılımları

Tablo 9: Katılımcıların Medya Sektöründe Çalışma Yılları

8- Hangi yerel medya sektöründe çalışıyor sunuz?	f	%
Televizyon	28	52,8
Radyo	4	7,5
Gazete	17	32,1
Ajans/Diğer	4	7,5
Toplam	53	100
9- Kaç yıldır medya sektöründe çalışmaktasınız?	f	%
0-1 yıl	5	9,4
02-5 yıl	18	34,0
06-8 yıl	7	13,2
09-11 yıl	9	17,0
12 yıl ve üzeri	14	26,4
Toplam	53	100

Ankete katılanların çoğunluğunu televizyonda ve gazetelerde çalışanlar oluşturmaktadır. Buna göre; katılımcılardan 28 kişi (%52,8) televizyonda, 4 kişi (%7,5) radyoda, 17 kişi (%32,1) gazetede, 4 kişi (%7,5) ajans veya diğer kitle iletişim araçlarında çalışmaktadır. Ayrıca, katılımcılardan 5 kişi (%9,4) bir yıla kadar, büyük bir çoğunluğu olan 18 kişi (%34,0) 2 ila 5 yıldır, 7 kişi (%13,2) 6 ila 8 yıldır, 9 kişi (%17,0) 9 ila 11 yıldır basın sektöründe

çalışmaktayken 14 kişi (%26,4) 12 yıl ve daha fazla bir süredir bu sektörde görev yaptığı belirlenmiştir. Yaşa göre sosyodemografik dağılıma baktığımızda çoğunlukla genç ve orta yaşlılardan oluşması ve 12 ve üstü çalışanların %26,4 gibi bir oranda olması yerel medyada çalışanların uzun soluklu ve kalıcı olarak bu sektörde bulunmadıklarını göstermektedir. Bu durum sektörde kalifiyeli ve tecrübeli personel bulunmaması sorununun kaynaklarından birini de oluşturmaktadır.

Tablo 10: Çalışanların En Çok Takip Ettikleri KİA Türü

10- En Çok Hangi KIA'yı Takip Ediyorsunuz	f	%
Televizyon	23	43,4
Radyo	1	1,9
Gazete	7	13,2
İnternet	22	41,5
Diğer	0	0,0
Toplam	53	100

Katılımcıların büyük çoğunluğu olan 23 kişi (%43,4) en çok televizyonu takip etmekte, bunu 22 kişiyle (%41,5) internet takip etmektedir. Buna göre ankete katılanlardan televizyonu ve interneti takip edenlerin oranı neredeyse aynıdır. Bunun yanında 7 kişi (%13,2) gazete mecrasını takip etmekteyken katılımcılardan sadece 1 kişinin (%1,9) radyoyu takip ettiği gözlemlenmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Medya Sektöründe Çalıştıkları Birime Göre Dağılımları

11- Hangi Birimde Çalışıyorsunuz?	f	%
Yazı İşleri Müdürü/Yrd - Haber Müdürü/Yrd	13	24,5
Muhabir	17	32,1
Yapımcı/Yönetmen	8	15,1
Kameraman	4	7,5
Editör / Köşe yazarı	6	11,3
Sunucu / Spiker	5	9,4
Toplam	53	100

Çalışanların çalıştıkları kurumdaki görevini belirlemek üzere yöneltilen sorunun

geribildirimlerine göre; katılımcıların büyük bir bölümü olan 17 kişi (%32,1) muhabir, 13 kişi (%24,5) Yazı İşleri Müdürlüğü-Haber Müdürlüğü veya yardımcısı olmak üzere yönetici birimlerinde, 8 kişi (%15,1) Yapımcı-Yönetmenlik biriminde, 4 kişi (%7,5) kameraman, 6 kişi (%11,3) Editör – Köşe yazarı ve 5 kişi de Sunuculuk – Spikerlik görevinde/biriminde çalışmaktadır.

Tablo 12: Katılımcıların Yaptıkları Mesleği Tercih Etme Nedenleri

12- Medya sektörünü neden seçtiniz?	f	%
Tesadüfen seçtim	18	34
Aile geleneği ve çevresel yönlendirmeler	0	0
Mesleğin saygınlığı	3	5,7
Heyecan ve hareket	16	30,2
İdealize edilmiş amaçlarla	16	30,2
Toplam	53	100

Katılımcıların gazetecilik/habercilik mesleğine yönelme nedenlerini belirlemek üzere yöneltilen soruya verilen cevapların büyük çoğunluğu olan 18 kişi (%34,0) göstermektedir ki, çalışanların çoğunluğu mesleği tesadüfen seçmektedirler. Bunun yanında 16 kişi (%30,2) heyecan ve hareket için seçtiğini belirtirken, aynı oranda katılımcı 16 kişi (%30,2) idealize edilmiş amaçlarla bu mesleğe yöneldiğini belirlemiştir. Ayrıca, 3 kişi (%5,7) mesleğin saygınlığından bu mesleği yapmaya başladığını belirtirken çevre yönlendirmeleri ve aile geleneğinden ötürü bu mesleği seçenlere rastlanmamıştır. Gazetecilik/habercilik tesadüfen (%34) ve heyecan ve hareket (%30,2) amacıyla seçenlerin oranı 64,2'dir. Bu oran oldukça dikkat çekicidir ve temelde bu meslek açısından sorundur. Bu noktada idealize edilmiş amaçlar ve bilinçli tercihle bu mesleğe yönelenlerin oranı düşüktür. Toplumsal ilişkilerin köklü değişimlere uğradığı modern toplum yapısı içinde medya; kabaca enformasyon, eğitim ve eğlence ye dair öğretilerin üretilmesi, değiştirilmesi ve nakledilmesi gibi çok önemli birçok işleve sahiptir. Bu işlevi

medya derken medyayı ideme ettiren mensuplarını ima etmekteyiz. Günümüzde bu kadar önemli bir kaynağın mensuplarının mesleği hareket ve eğlence için daha vahimi rastgele seçmiş olmaları sorunsal olarak değil, belki de sorunların kaynağı olarak önümüzde durmaktadır.

Tablo 13: Katılımcıların Çalıştıkları Meslekten Memnun Olma Durumları

13- Yeniden Bir Meslek Seçmek Durumunda Kalsanız Hangi Mesleği Seçersiniz?	f	%
Bu meslek	30	56,6
Başka meslek	23	43,4
Toplam	53	100

Katılımcıların şu anda yaptıkları meslekten memnun olup olmadığını belirlemek üzere yöneltilen sorulara verilen cevaplardan tekrar bir meslek seçmek durumunda kalsalar bu mesleği seçeceklerle başka mesleğe yöneleceklerin oranının birbirine yakın olduğu görülmüştür. Buna göre ankete katılanlardan 30 kişi (%56,6) tekrar bu mesleği seçeceğini belirtirken, 23 kişi (%43,4) başka mesleğe seçeceklerini ifade etmişlerdir. Bu durum Elazığ'da basın sektöründe çalışanların %43,4 gibi yüksek bir oranının meslek seçiminden memnun olmadıklarını ortaya koymuştur.

Tablo 14: Katılımcıların Sektörde Mesleki Açısından En Çok Rahatsız Oldukları Durum

14- Mesleki Açısından En Çok Rahatsız Olduğunuz Durum?	f	%
Patron ve kurum çıkarları doğrultusunda haber yapma zorunluluğu	14	26,4
Mesleğin saygınlığının azalması ve sosyal hakların yetersizliği	27	50,9
Haber standartlarının düşmesi	3	5,7
Medyanın siyasetle ilkesiz dirsek temasında olması	9	17,0
Diğer	0	0,0
Toplam	53	100

Yapılan araştırmada katılımcılardan 27 kişi (%50,9) mesleğin saygınlığının azalması ve sosyal hakların yetersizliğini mesleki açıdan en çok rahatsız oldukları faktör olarak belirtirken, 14 kişi (%26,4) patron ve kurum çıkarları doğrultusunda haber yapmayı rahatsızlık sebebi saymışlardır. Ayrıca medyanın siyasetle ilkesiz dirsek temasında olması'nı karşılaştıkları en büyük sorun olarak görenlerin sayısı 9 (%17,0) iken, 3 kişi (%5,7) haber standartlarının düşmesi'ni rahatsızlık faktörü olarak görmüşlerdir. Katılımcıların %50'sinin mesleğin saygınlığının azaldığı düşüncesini taşıması, mesleğin icrası ve devamlılığı noktasında bir motivasyon eksikliğini de beraberinde getirecektir. Çalışanların gözünden, kamu adına yapılan bir meslek olarak gazeteciliğin kamu nazarında itibarının azaldığını görmekteyiz. Katılımcılardan 14 kişi (%26,4) de rahatsızlık nedenlerinin başında patron ve kurum çıkarları doğrultusunda haber yapma durumunu (zorunluluğunu) göstermektedir. Bu durum, çarpıcı bir şekilde sektörde etik ihlallerin varlığını da satır arasında ifade etmektedir.

Tablo 15: Katılımcıların Meslekle İlgili Akademik Eğitimin Önemine İlişkin Kanaatleri

15- "Habercilik yapabilmek için (akademik) eğitim gereklidir" yargısına katılıyor musunuz?	f	%
Kesinlikle Katılıyorum	18	34
Katılıyorum	5	9,4
Fikrim Yok	2	3,8
Katılmıyorum	21	39,6
Kesinlikle Katılmıyorum	7	13,2
Toplam	53	100

Katılımcılardan 28 (%52,8) kişi olan çoğunluğu habercilik mesleği için akademik eğitimi önemsiz görmektedir. Akademik ve mesleki eğitimin önemi çalışmada tartışılmıştır (Bkz, Tablo 6 ve Tablo 7). Bu tablo, sektör çalışanlarının akademik eğitimi gereksiz gördüklerini göstermektedir. İletişim fakültelerinin bu tabloyu ve bakış

açısını dikkate alması gerektiğinin önemi aşikârdır.

Tablo 16: Katılımcılara Göre Sektörlerindeki Medya, Siyaset, Sermaye İlişkisi

16- Elazığ'da medya-siyaset-sermaye ilişkisini nasıl değerlendiriyor sunuz?	f	%
Rahatsız edici	22	41,5
Bu ilişkilerin içeriğinin mesleği temelden sarstığını ve bitirdiğini düşünüyorum	12	22,6
İlişkiler o kadar iç içe geçmemiştir. Rahatsız edici ve ilkesiz bir durumda değildir.	11	20,8
Medya-siyaset-sermaye ilişkisinin olması olmamasından iyidir.	8	15,1
Fikrim Yok	0	0,0
Toplam	53	100

İletişim özgürlüğü nosyonunun arkasına sığınarak medya, kamuoyu ile ilişkilerinde sınırsız bir etkileşim ortamı istemektedir. Bu istemde bulunurken de 'kamuoyu bunu istiyor' meşrulaştırmasının arkasına sığınmaktadır. Tüm medya metinlerinin kurgulanmasında ama özellikle de haber metinlerinin yayının da arkasına sığınılan bir başka söylem de tarafsızlık, yanlı olmamak, dengelilik, gerçekçilik gibi anlayışlardır (Altuğ ve Er, ilef.ankara.edu.tr). Nesnellik, dengelilik, yanlılık uygulamalarında basın mümkün olduğunca ilişkileri seviyeli tutmak durumundadır. Medya-siyaset-sermaye ilişkisinin olmaması mümkün değildir. Ama bunun şekli ve daha da önemlisi içeriğinin mahiyeti çok önemlidir. Elazığ'da yerel basında çalışanların büyük bir çoğunluğu 33 kişi (%64,1) ve bu ilişkisinin boyut ve içeriğini etik dışı bulmaktadır. Bunun yanında 11 kişi (%20,8) bu ilişkilerin fazlasıyla iç içe geçmemiş olduğunu, ilkesiz ve rahatsız edici boyutta olmadığını vurgulamıştır. Medya-siyaset-sermaye ilişkisini, içeriği ne olursa olsun, olmasının olmamasından iyi olduğunu düşünenlerin oranı ise 8 kişi (%15,1)'dir. Bu yanıtlarda bu ilişkilerin

çalışanların bakış açısından olumsuz bir seyirde işlediği açıktır.

Tablo 17: Çalışanların Mesleklerini İcra Ederken Karşılaştıkları Zorluklar

17- Mesleği gerçekleştirirken karşılaştığınız en önemli zorluk hangisidir?	F	%
Kurum içi mücadeleleri ve engellemeleri	7	13,2
Maddi imkânsızlıkları	16	30,2
İş güvencesi yokluğuna bağlı isteklendirme eksikliği	11	20,8
Mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı olarak karşılaşılan zorluklar	12	22,6
Herhangi bir zorluk yaşamamaktayım	7	13,2
Diğer	0	0,0
Toplam	53	100

Yerel medya çalışanlarının büyük bölümü olan 16 kişi (%30,2) mesleklerini yaparken karşılaştıkları en önemli zorluğu maddi imkânsızlıklar olarak belirtirken, 11 kişi (%20,8) iş güvencesi yokluğu, 7 kişi (%13,2) kurum içi mücadeleleri ve engellemeleri, 12 kişi mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı olarak karşılaştıkları zorluklar olarak betimlemişlerdir. Katılımcılardan 7 kişi ise herhangi bir zorluk yaşamadığını söylemiştir. Yerel basının en önemli sorunsallarından birini teşkil eden maddi zorluklar sektör çalışanları tarafından da mesleklerini icra etme noktasında en önemli sorun olarak ifade edilmektedir. Katılımcılardan %30,2'lik kısmın paylaştığı bu görüş, yerel basın çalışanlarının, mesleklerini daha rahat sürdürebilmeleri açısından maddi imkânlarının iyileştirilmesi gerektiği sonucunu bir kez daha ortaya koymaktadır. Ayrıca iş güvencesi yokluğunu en büyük sorun olarak değerlendiren, %20,8'lik bir kısmı da mesleğin maddi sorunsalları ile bağlantılı bir şekilde değerlendirirsek, bu oran %51'e kadar çıkmaktadır. Bu göstergeler sektör açısından en önde gelen sorunun başta maddi zorluklar ve bunlara bağlı ortaya çıkan sorunlar olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 18: Çalışanlara Göre Yerel Medyanın Halktaki İmajı

18- Elazığ halkının yerel gazetecilik ve gazetecilere bakış açısını nasıl değerlendiriyor sunuz?	f	%
Olumlu	39	73,6
Olumsuz	14	26,4
Fikrim Yok	0	0,0
Toplam	53	100

Yerel basında gazeteci, çeşitli zorluklar, çeşitli yetersizlikler, hatta toplumun çeşitli anlayışsız tutumlarına rağmen bu mesleği sürdürmek zorunda kalabilmektedir. Katılımcılardan 39 kişi (%73,6) Elazığ halkının gazetecilik ve gazetecilere bakış açısını olumlu olarak değerlendirirken, 14 kişi (%26,4) olumsuz olarak nitelendirmiştir. Çalışanların yaklaşık dörtte birinin halkın bu mesleğe bakış açısını olumsuz olarak değerlendirmesi yerel medyanın, sektörün imaj sorunu yaşadığını da resmetmektedir.

Tablo 19: Katılımcıların Meleklerini Yaparken En Çok Tatmin Oldukları Faktör

19- Elazığ'da yerel anlamda yaptığınız gazetecilik uygulamalarında sizi en çok tatmin eden gelişme ne olmaktadır?	f	%
Habere diğer meslektaşarımdan daha yakın olmak	6	11,3
Özel haberimin yayınlandığını görmek	5	9,4
Sorun çözmek	31	58,5
Tarihe ve gündeme tanıklık etmek	6	11,3
Mesleğin prestij ve getirilerinden yararlanmak	2	3,8
Mesleğin maddi getirileri	3	5,7
Diğer	0	0,0
Toplam	53	100

Katılımcıların 31 kişisi (%58,5) mesleklerini yaparken en çok sorun çözüyor olmaktan mutlu olduklarını belirtirken, 6 kişi (%11,3) haberlere diğer meslektaşlarından daha yakın olmayı, 5 kişi (%9,4) özel haberlerinin yayınlandığını görmeyi, 6 kişi (%11,3) tarihe ve gündeme tanıklık ediyor olmayı ve 2 kişi (%3,8) mesleğin prestiji ve getirilerinden yararlanmayı mesleklerinden sağladıkları tatmin olarak belirtmişlerdir.

Tablo 20: Katılımcılara Göre Yaptıkları Haberlerin Karar Organları Üzerindeki Etkisi

20- Yerel anlamda yaptığınız gazetecilik ve habercilik karar verici organları etkilemede işlevsel midir?	f	%
Etkili olmaktadır	40	75,5
Hiçbir etkisi yoktur	13	24,5
Fikrim Yok-Kararsızım	0	0,0
Toplam	53	100

Yerel basının temel özelliği ise yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktır. Katılımcılardan 40 kişi (%75,5) yerel anlamda yaptıkları gazetecilik ve haberciliğin karar verici organlar üzerinde etkisi olduğunu belirtirken, 13 kişi (%24,5) etkili olmadığını belirtmiştir. Bu noktada yerel medya çalışanları yaptıkları yayınlarla kamuoyu oluşturabildiklerine ve eleştirel kamu görevi yapabildiklerine inanmaktadırlar.

Çapraz Tablolar

TABLO 21: Katılımcıların Çalıştıkları Medya Organındaki Görevlerine Göre Dağılımları		Hangi Tür KİA'da Çalışmaktasınız				
		TV	Radyo	Gazete	Ajans/ diğer	TOPLAM
		f- %	f- %	f- %	f- %	f- %
Hangi Birimde Hangi Görevi Yapmaktasınız	Yazı işleri - haber müdür veya Yrd.	6	1	6	0	13
		46.2%	7.7%	46.2%	0.0%	100.0%
		21.4%	25.0%	35.3%	0.0%	24.5%
	Muhabir	6	0	7	4	17
		35.3%	0.0%	41.2%	23.5%	100.0%
		21.4%	0.0%	41.2%	100.0 %	32.1%
	Yapımcı/Y önetmen	7	0	1	0	8
		87.5%	0.0%	12.5%	0.0%	100.0%
		25.5%	0.0%	5.9%	0.0%	15.1%
	Kameraman	4	0	0	0	4
		100.0 %	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
		14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	7.5%
	Editör / Köşe yazarı	3	0	3	0	6
		50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
10.7%		0.0%	17.6%	0.0%	11.3%	
Sunucu / Spiker	2	3	0	0	5	
	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	7.1%	75. %	0.0%	0.0%	9.4%	
TOPLAM	28	4	17	4	53	
	52,80 %	7,50%	32,10%	7,50%	100,00%	
	100%	100%	100%	100%	100%	

Katılımcılardan yönetici statüsünde bulunan yazı işleri-haber müdürleri ve yardımcılarının dağılımına göre, televizyonda 6 kişi, radyoda 1 kişi, gazetede 6 kişi iken Ajanslardan katılımcı yoktur. Muhabir olarak televizyonda 6 kişi, gazetelerde 7 kişi, Ajans ve/veya diğer kitle iletişim araçlarında 4 kişi olup, radyodan muhabir olarak çalışan katılımcı yoktur. Yapımcı-yönetmen olarak televizyonda 7 kişi, gazetede 1 kişi olup diğer kitle iletişim araçlarından katılımcı yoktur. Katılımcılar arasında televizyonda çalışan 4 kameraman vardır. Editör/köşe yazarı olarak çalışanların 3'ü televizyonda, 3'ü gazetelerdendir. Sunucu ve/veya spikerlerin dağılımı ise televizyonda 2 kişi, radyoda 3 kişi olup diğer kitle iletişim araçlarında bu görevde çalışan katılımcı yoktur. Buna göre katılımcıların çoğunluğu muhabirlerden oluşmaktadır.

TABLO 22: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Buldukları Kurumlarda Çalıştıkları Birimlere Göre Dağılımı		Cinsiyet		Toplam
		Kadın f- %	Erkek f- %	f- %
		Katılımcıların çalıştıkları birim	Yazı İşleri ve Haber Müdürü ve Yardımcıları	3
	23.1%		76.9%	100.0%
	27.3%		23.8%	24.5%
Muhabir	4		13	17
	23.5%		76.5%	100.0%
	36.4%		31.5%	32.1%
Yapımcı- Yönetmen	1		7	8
	12.5%		87.5%	100.0%
	9.1%		16.7%	15.1%
Kameraman	0		4	4
	0.0%		100.0%	100.0%
	0.0%		9.5%	7.5%
Editör - Köşe Yazarı	0		6	6
	0.0%		100.0%	100.0%
	0.0%	14.3%	11.3%	
Sunucu - Spiker	3	2	5	
	60.0%	40.0%	100.0%	
	27.3%	4.8%	9.4%	
Toplam	11	42	53	
	20,80%	79,20%	100,00%	
	100%	100%	100%	

Katılımcıları oluşturan 17 muhabirden 13'ü erkek, 4'ü kadın, 13 kişiden oluşan yazı işleri, haber müdürleri ve yardımcılarında 10'u erkek, 3'ü kadındır. Yapımcı-yönetmenlerin 7'si erkek, 1'i kadındır. Kameraman olarak çalışan 4 kişinin ve editör-köşe yazarı olarak çalışan 6 kişinin tamamı erkektir. Sunucu-spiker olarak çalışanlarına 3'ü erkek, 2'si kadındır. Yerel medyada erkek egemen bir yapı söz konusudur.

TABLO 23: Katılımcıların Cinsiyetleri İle Medya Sektörünü Seçme Nedenleri Arasındaki İlişki		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
		f - %	f - %	f - %
Katılımcıların Gazetecilik Mesleğini Seçme Nedenleri	Tesadüfen seçtim	3	15	18
		16.7%	83.3%	100.0%
		27,30%	35,70%	34,00%
	Aile geleneği ve çevre yönlendirmeleri	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%
		0,00%	0,00%	0,00%
	Mesleğin saygınlığı	1	2	3
		33.3%	66.7%	100.0%
		9,10%	4,80%	5,70%
	Heyecan ve hareket	4	12	16
		25.0%	75.0%	100.0%
		36,40%	28,60%	30,20%
İdealize edilmiş amaçlarla	3	13	16	
	18.8%	81.3%	100.0%	
	27,30%	31,00%	30,20%	
Toplam		11	42	53
		20.8%	79,20%	100,00%
		100.0%	100,00%	100.0%

Katılımcıların gazetecilik mesleğine yönelme nedenlerinin büyük bölümünü oluşturan tesadüfen seçtim diyenlerin 15'i erkek, 3'ü kadındır. Mesleğin saygınlığından ötürü yönelenlerin 2'si erkek, 1'i kadın; heyecan ve hareket için seçenlerin 12'si erkek, 4'ü kadın; idealize edilmiş amaçlarla seçenlerin 13'ü erkek, 3'ü kadındır.

TABLO 24: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre En Çok Karşılaştıkları Mesleki Zorluklar		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
		f - %	f - %	f - %
Çalışanların Mesleklerini Gerçekleştiren En Çok Karşılaştıkları Zorluklar	Kurum içi engellemeleri ve mücadeleleri	1	6	7
		14.3%	85.7%	100.0%
		9,10%	14,30%	13,20%
	Maddi imkânsızlıklar	0	16	16
		0.0%	100.0%	100.0%
		0,00%	38,10%	30,20%
	İş güvencesi yokluğuna bağlı motivasyon eksikliği	4	7	11
		36.4%	63.6%	100.0%
		36,40%	16,70%	20,80%
	Mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı karşılaşılan zorluklar	3	9	12
		25.0%	75.0%	100.0%
		27,30%	21,40%	22,30%
Herhangi bir zorluk yaşamamaktayım	3	4	7	
	42.9%	57.1%	100.0%	
	27,30%	9,40%	13,10%	
Toplam		11	42	53
		20,80%	79,20%	100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%

Kurum içi engelleme ve mücadeleleri meslekte karşılaştıkları en önemli güçlük görenlerin 6'sı erkek iken 1'i kadındır. Maddi imkânsızlıkları en önemli sıkıntı görenlerin tamamının (16 kişi) erkek olması ve bunu en önemli sıkıntı olarak görenlerin arasında kadınların olmaması dikkat çekicidir. Bunun yanında iş güvencesi yokluğuna bağlı motivasyon eksikliğini en önemli sorun görenlerin 7'si erkek, 4'ü kadın; mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı karşılaşılan zorlukları sorunların önceliği görenlerin 9'u erkek, 3'ü kadındır. Herhangi bir zorluk yaşamadığını beyan edenlerin ise: 4'ü erkek, 3'ü kadındır. Alınan cevaplar içerisinde özellikle çalışanlar arasında kurum içi engellemeleri ve mücadeleleri daha çok (%85,7) erkeklerin yaşaması ve maddi imkânsızlığı kadınlar arasında sorun olarak görenlerin olmaması dikkat çekicidir.

TABLO 25: Aylık Gelir ile Yaptıkları Meslekten Memnun Olma Durumu Arasındaki İlişki		Yeniden Meslek Seçme Durumunda Meslek Tercih		TOPLAM
		Bu meslek	Başka meslek	
		f - %	f - %	f - %
Katılımcıların Aylık Gelirleri	500 YTL ve altı	13	12	25
		52.0%	48.0%	100.0%
		43,30%	52,20%	47,20%
	500-750 YTL	8	3	11
		72.7%	27.3%	100.0%
		26,70%	13,00%	20,80%
	751-1000 YTL	4	5	9
		44.4%	55.6%	100.0%
		13,30%	21,70%	17,00%
	1001-1500 YTL	2	2	4
		50.0%	50.0%	100.0%
		6,70%	8,70%	7,50%
1500 YTL ve üstü	3	1	4	
	75.0%	25.0%	100.0%	
	10,00%	4,30%	7,50%	
Toplam		30	23	53
		56,60%	43,30%	100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%

Katılımcıların aylık gelirlerine göre yeniden gazetecilik mesleğini seçip seçmeyeceğini ortaya koymak üzere yapılan ilişkilendirmeye göre, yeniden meslek seçme durumunda kalınması halinde başka mesleği seçeceklerin büyük çoğunluğu olan 12 kişi, 500 YTL ve altındaki aylık gelirine sahip

kişilerden oluşmaktadır. Bunun yanında 500 YTL ve altı aylık gelire sahip 13 kişinin yeniden bir meslek seçme durumunda kalsalar aynı mesleği seçme yoluna gidecekleri basın sektöründe başka motive edici unsurlara sahip olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte 500-750 YTL arasında aylık gelire sahip katılımcılardan 8 kişi yine bu mesleği seçeceğini, 3 kişi başka mesleğe yöneleceğini belirtmişlerdir. 751-1000 YTL gelir grubuna sahip 4 kişi bu mesleği, 5 kişi başka mesleği; 1001-1500 YTL arasında geliri olanlardan 2 kişi bu mesleği, 2 kişi başka mesleği seçeceğini söylerken, 1500 YTL ve üstü gelire sahip 4 kişiden 3'ü bu mesleği, 1 kişi de başka mesleğe yöneleceğini bildirmiştir. Bu durum, katılımcılar için aylık gelirin şu andaki meslek seçimlerine yönelik memnuniyetlerinde önemli bir unsur olduğunu göstermekle birlikte tek başına bir etken olmadığını ortaya koymuştur.

TABLO 26: Katılımcıların Aylık Geliri İle Diğer Mesleki Zorlukları Arasındaki İlişkisi		Çalışanların Mesleklerini İcra Ederken En Çok Karşılaştıkları Zorlukları					
		<i>Kurum içi engellemeleri mücadeleleri</i>	<i>Maddi imkânsızlıklar</i>	<i>İş güvencesi yokluğuna bağlı motivasyon eksikliği</i>	<i>Mesleğin saygınlığının düşmesine bağlı karşılaşılan zorluklar</i>	<i>Herhangi bir zorluk yaşamamaktayım</i>	TOPLAM
		<i>f - %</i>	<i>f - %</i>	<i>f - %</i>	<i>f - %</i>	<i>f - %</i>	<i>f - %</i>
Katılımcıların Aylık Gelirleri	500 YTL ve altı	3 12,00%	9 36,00%	5 20,00%	5 20,00%	3 12,00%	25 100,00%
		42,9%	56,30%	45,50%	41,70%	42,90%	47,20%
	500-750 YTL	2 18,20%	3 27,30%	3 27,30%	2 18,20%	1 9,10%	11 100,00%
		28,60%	18,80%	27,30%	16,70%	14,30%	20,80%
	751-1000 YTL	1 11,10%	1 11,30%	1 11,10%	3 33,30%	3 33,30%	9 100,00%
		14,30%	6,30%	9,10%	25,00%	42,90%	17,00%
	1001-1500 YTL	0 0,00%	3 75,00%	1 25,00%	0 0,00%	0 0,00%	4 100,00%
		0,00%	18,80%	9,10%	0,00%	0,00%	7,50%
	1500 YTL ve üstü	1 25,00%	0 0,00%	1 25,00%	2 50,00%	0 0,00%	4 100,00%
		14,30%	0,00%	9,10%	16,70%	0,00%	7,50%
	Toplam	7 13,20%	16 30,20%	11 20,80%	12 22,60%	7 13,20%	53 100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Çalışanların mesleklerini icra etmelerinde karşılaştıkları zorluklarda aylık gelirlerinin etmen olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan çaprazlamada, maddi imkansızlıkları en önemli ve zorluk olarak belirtenlerin oranı katılımcıların büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Buna göre; 500 YTL ve altı gelir seviyesine sahip 9 kişi maddi imkansızları en önemli zorluk olarak vurgularken, aynı gelir seviyesine sahip 3 kişi mesleklerini icra ederken maddi imkansızlıklar dahil herhangi bir zorluk yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

TABLO 26: Katılımcıların Aylık Geliri İle Diğer Mesleki Zorlukları Arasında ki İlişkisi		Çalışanların Mesleklerini İcra Ederken En Çok Karşılaştıkları Zorlukları					
		Kurum içi engellemeleri mücad eleleri	Maddi imkân sızlıklar	İş güven cesi yoklu ğuna ba ğlı motiv asyon eksikli ği	Mesle ğin saygın lı ğının düşm esine ba ğlı karşı l aşı lan zorluk lar	Herha ngi bir zorluk yaşam amakt ayım	T O P L A M
		f - %	f - %	f - %	f - %	f - %	f - %
Katılımcıların Aylık Gelirleri	500 YTL ve altı	3	9	5	5	3	25
		12,00%	36,00%	20,00%	20,00%	12,00%	100,00%
		42,9%	56,30%	45,50%	41,70%	42,90%	47,20%
	500 - 750 YTL	2	3	3	2	1	11
		18,20%	27,30%	27,30%	18,20%	9,10%	100,00%
		28,60%	18,80%	27,30%	16,70%	14,30%	20,80%
	751 - 1000 YTL	1	1	1	3	3	9
		11,10%	11,30%	11,10%	33,30%	33,30%	100,00%
		14,30%	6,30%	9,10%	25,00%	42,90%	17,00%
	1001 - 1500 YTL	0	3	1	0	0	4
	0,00%	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
	0,00%	18,80%	9,10%	0,00%	0,00%	7,50%	
1500 YTL ve üst ü	1	0	1	2	0	4	
	25,00%	0,00%	25,00%	50,00%	0,00%	100,00%	
	14,30%	0,00%	9,10%	16,70%	0,00%	7,50%	
Toplam		7	16	11	12	7	53
		13,20%	30,20%	20,80%	22,60%	13,20%	100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Haber seçiminde kullanılan siyasal ya da ideolojik yaklaşımlar bile artık temelde medya kuruluşlarının ekonomik kaygılarının sonucu (Şeker, 1999, 36) olmuştur. Katılımcıların çalıştıkları kurumlara göre medya-siyaset-sermaye ilişkisine bakış açısını ölçmeye yönelik yapılan değerlendirmeye göre, rahatsız edici ve var olan ilişkinin mesleği temelden sarstığını ve zarar verdiğini düşünenlerin sayısı 18 kişidir. Bunun yanında ilişkinin iç içe geçmediğini ve ilişkiyi ne seviyede olursa olsun gerekli görenlerin sayısı 10'dur.

Radyoda çalışanlardan 1 kişi rahatsız edici olduğunu düşünürken, 3 kişi ilişkinin iç içe geçmediğini ve ilişkinin hiç olmamasındansa, olmasının daha iyi olduğunu düşünmektedir. Gazete çalışanlarının 13'ü bu ilişkilerin içeriğini olumsuz bir düzlemde ve mesleğe zarar verici durumda görürken, 4 kişi daha ılımlı bir yaklaşım açısı getirmiştir. Bunun yanında ajans ve diğer kitle iletişim araçlarında çalışanlardan 2 kişi ilişkileri olumsuz bir yapıda gördüğünü söylerken, 2 kişi ilişkileri olumsuz nitelendirilebilecek bir yapıda görmemiştir. Bu sonuçlara göre, Elazığ ilinde özellikle televizyon ve gazetede çalışan basın mensupları bu ilişkilerin olumsuz düzlemde olduğunu düşünmektedir.

TABLO 28: Katılımcıların Çalıştıkları Kitle İletişim Aracı Türüne Göre Yaptıkları Haberlerin Karar Verici Organları Etkileyip Etkilemediğine Dair Kanaatleri		Yaptığınız Habercilik Karar Verici Organları Etkilemekte midir?		
		Kesinlikle etkili olmaktadır	Hiçbir etkisi yoktur	TOPLAM
Katılımcıların Çalıştığı KİA Türü	Televizyon	17	11	28
		60,70%	39,30%	100,00%
		42,50%	84,60%	52,80%
	Radyo	3	1	4
		75,00%	25,00%	100,00%
		7,50%	7,70%	7,50%
	Gazete	16	1	17
		94,10%	5,90%	100,00%
		40,00%	7,70%	32,10%
	Ajans/diğer	4	0	4
100,00%		0,00%	100,00%	
10,00%		0,00%	7,50%	
Toplam	40	13	53	
	75,50%	24,50%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	

Elazığ'da çalışan basın mensuplarının yaptıkları haberlerle karar verici organları etkileyip etkileyemediklerine yönelik düşüncelerini öğrenmek amacıyla sorulan soruya farklı medyalarda çalışanlar arasında bir görüş farklılığı olup olmadığını belirlemek üzere çaprazlama yapılmıştır. Buna göre, televizyon çalışanlarından 17 kişi etkili olduğunu, 11 kişi etkisinin olmadığını; radyo çalışanlarından 3 kişi etkili olduğunu, 1 kişi etkisi olmadığını, gazete çalışanlarından 16 kişi etkili olduğunu, 1 kişi etkili olmadığını ve ajans çalışanlarının tamamını oluşturan 4 kişi etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre, özellikle gazete, radyo ve ajans çalışanları yaptıkları haberciliğin karar verici organları etkilediğine inanmaktadır. Televizyon çalışanlarının büyük bir çoğunluğu olan 17 kişi yaptıkları haberciliğin karar verici organları yönlendirdiğine inanırken, 11 kişi aksi görüş dile getirmiştir.

Gazete yayıncıları, genel yayın yönetmenleri, gazeteciler, hepsi de iletişim kanallarını kendi amaçlarına göre denetlemek ve ellerinde tutmak istemektedirler (Tokgöz, 2003, 63). Bu ilişkilerin içeriği ve boyutu kitle iletişim araçlarının çeşidine göre değişebildiği gibi, hem içerik hem de ilişki açısından bu kurumların değişik birimlerinde çalışanlara göre de değişiklik gösterebilmektedir. Bu çerçevede sorulan soruya katılımcılardan yazı işleri-haber müdürleri ve yardımcılarında oluşan 10 kişinin 6'sı Elazığ'daki medya-siyaset-sermaye ilişkisini rahatsız edici, 4'ü bu sistemler arasındaki ilişkinin meleğe zarar verici boyutta olduğunu söylerken 3 kişi de ilişkinin rahatsızlık verecek derecede iç içe geçmediğini ancak ilişkinin bir şekilde varlığına inanmaktadır.

En dikkat çekici sonuçlar haberin toplanması, yazılması sürecinde en etkin kesimi oluşturan muhabirlere aittir.

Muhabirlerin 13 kişisi bu ilişkilerin içeriğini rahatsız edici ve mesleğe zarar verici olarak nitelerken, 4 kişi rahatsız edici seviyede olmadığını ve ilişkinin varlığının gerekliliğine inandığını belirtmiştir. Yapımcı-yönetmenlerden ilişkiyi rahatsız edici olarak nitelendiren yoktur. Bunun yanında ilişkinin içeriğini rahatsız edici olarak nitelendiren 3 kişidir. Yapımcı-yönetmenlerden 5 kişiye bu ilişkileri ilkesiz bir şekilde iç içe geçmediğini ve bu ilişkinin varlığının gereğine inandıklarını belirtmişlerdir. Kameramanlardan 2 kişi medya-siyaset-sermaye ilişkisini rahatsız edici olarak nitelerken, 2 kişi ilişkilerin iç içe geçmediğini belirtmişlerdir. Sunucu spikerlerden 1 kişi rahatsız edici, 1 kişi ilişkilerin mesleğin temellerini bozacak nitelikte olduğunu, 1 kişi ilişkilerin iç içe geçmediğini belirtirken 2 kişi de bu ilişkilerin bir şekilde olması gerektiğini vurgulamıştır.

TABLO 29: Katılımcıların Çalıştıkları Departmana Göre Elazığ'da Medya, Siyaset, Sermaye İlişkisinin Durumuna Dair Kanaatleri		Sizce Elazığ'da Medya-Siyaset-Sermaye İlişkisi Nasıl				
		Rahatsız edici	Var olan ilişkinin mesleği temelden sarstığını ve bitirdiğini	İlişkilerin iç içe geçmediğini ve rahatsız edici seviyede olmadığını	İlişkinin olmamasıdır ve gereğine inanıyorum	Toplam
		f - %	f - %	f - %	f - %	f - %
Hangi Birimde Hangi Görevi Yapmaktasınız	Yazı işleri – haber müdür / Yrd.	6	4	2	1	13
		46,20%	30,80%	15,40%	7,70%	100,00%
		27,30%	33,30%	18,20%	12,50%	24,50%
	Muhabir	11	2	3	1	17
		64,70%	11,80%	17,60%	5,90%	100,00%
		50,00%	16,70%	27,30%	12,50%	32,10%
	Yapımcı/Yönetmen	0	3	2	3	8
		0,00%	37,50%	25,00%	37,50%	100,00%
		0,00%	25,00%	18,20%	37,50%	15,10%
	Kameraman	2	0	2	0	4
50,20%		0,00%	50,00%	0,00%	100,00%	
9,10%		0,00%	18,20%	0,00%	7,50%	
Editör / Köşe yazarı	2	2	1	1	6	
	33,30%	33,30%	16,70%	16,70%	100,00%	
	9,10%	16,70%	9,10%	12,50%	11,30%	
Sunucu / Spiker	1	1	1	2	5	
	20,00%	20,00%	20,00%	40,00%	100,00%	
	4,50%	8,30%	9,10%	25,00%	9,40%	
Toplam	22	12	11	8	53	
	41,50%	22,60%	20,80%	15,10%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

TABLO 30: Katılımcılara Göre Yapılan Haberciliğin Karar Verici Organlar Üzerindeki Etkisi ile Halkın Yerel Gazete ve Gazetecilere Bakış Açısı Arasındaki İlişki.		Yerel Kapsamda Yaptığınız Habercilik Karar Verici Organları Etkilemekte midir?		
		Etkili Olmaktadır	Etkili Olmamaktadır	Toplam
		f - %	f - %	f - %
Çalışanlara Göre, Halkın Yerel Medyaya Bakış Açılarında Dair Görüşleri	Olumlu	34	5	39
		87,20%	12,80%	100,00%
		85,00%	38,50%	73,60%
	Olumsuz	6	8	14
		42,90%	57,10%	100,00%
		15,00%	6,50%	26,40%
Toplam		40	13	53
		75,50%	24,50%	100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%

Özellikle popüler kitle gazetelerinin tercih ettiği sansasyonel çizgi, sokaktaki adamın gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarına olan güvenini yitirmesine neden olmuştur (Tokgöz, 2003, 62). Yerel medyanın kamuoyu ile arasında güven bunalımını sadece bu sansasyonel çizgi düzlemiyle açıklamak eksik bir yaklaşım olacaktır. Ankete katılanlardan yaklaşık her dört kişiden biri (%26.4) halkın yerel medyaya bakışının olumsuz olduğunu düşünmektedir. Bu olumsuz düşünenlerin %42.90'ı yerel medyanın karar verici organlar üzerinde etkili olduğunu söylerken, %57.10'u ise etkili olmadığını belirtmiştir. Buna göre tüm katılımcıların %6.50'si yerel medyanın hem halkın gözünde iyi bir itibarının olmadığını hem de karar verici organlar üzerinde bir etkisinin bulunmadığını düşünmektedir. Tüm katılımcıların %85,0'ı ise medyanın hem halkın gözünde iyi bir itibarının olduğunu hem de yaptıkları haberlerin karar verici organların dikkatini çektiğini, etkili olduğunu belirtmektedirler.

Sonuç ve Öneriler

Elazığ ölçeğinde alan araştırmasına dayalı yapılan bu çalışmada, yerel medya çalışanlarının mesleklerinde gördükleri sorunlardan hareketle sektörün sorunsalları tartışılmıştır. Bu kapsamda çalışanların sosyo-demokratik özellikleri, iletişim

fakültesi mezunlarına yaklaşım açıları, mesleklerini yaparken karşılaştıkları zorluklar, gazetecilik mesleğine ilişkin görüşleri, yerel gazeteciliğin mevcut durumu ve gazetecilerin meslekten beklentileri tespit edilmiştir. Ayrıca çalışanların siyaset, sermaye ilişkisine dair yerel medyanın nesnellik-yanlılık tutumu kendi değerlendirmelerinden tartışılmıştır. Tüm bu sorunlar yapılandırılmış (formel) görüşme tekniğiyle araştırılmıştır sonuçlar frekans analiziyle tartışılmıştır.

Çalışanların çoğunluğu (% 70,9) 35 yaş ve altı yaş aralığında olup genç bir kitleden oluşmaktadır. Ankete katılan sektör çalışanlarının çoğunluğunun erkek olması erkek egemen bir medyanın varlığına işaret etmektedir. Elazığ ilinde çalışanların eğitim durumlarına baktığımızda yerel medyada yaşanan kalifiye eleman sıkıntısı dikkat çekmektedir. Ayrıca, çalışanlardan hiçbirinin İletişim Fakültesi mezunu olmadığı gözlemlenmiş (Tablo 6), ve katılımcılardan çoğunun meslekle ilgili hiçbir eğitici süreçten geçmediği (Tablo 7) tespit edilmiştir. Bu durum, yerel basının kalifiye ve eğitilmiş eleman durumunu gözler önüne sermektedir. Bunun yanında, habercilik yapmak için akademik eğitimi önemsiz görenlerin oranı %52,8' dir (Tablo 15). Bu noktada İletişim fakültelerinin bu algıyı neden ve sonuçlarıyla önemsemesi ve dikkate alması gerekmektedir.

Yerel medyanın en önemli sıkıntılarının biri ekonomik gelir ve sosyal haklarıyla ilgilidir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%47,2) 500 YTL ve altı aylık gelire çalıştığı, % 20,8'inin ise 500-750 YTL aralığında aylık gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, katılımcıların aylık gelirlerinin meslekteki memnuniyetlerine etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan ilişkilendirmeye göre, yeniden meslek seçme durumunda kalınması halinde başka mesleği seçeceklerin büyük çoğunluğu olan 12 kişi, 500 YTL ve altındaki aylık gelirine sahip kişilerden oluşmaktadır (Tablo 25). Bu durum, katılımcılar için aylık gelirinin mesleki doyumlarında önemli bir unsur olduğunu

göstermekle birlikte tek başına bir etken olmadığını da ortaya koymuştur. Buna göre, tüm yerel basın sorunsalı olarak karşımıza çıkan çalışanlar ve onlara uygulanan düşük maaş uygulaması Elazığ basınında çalışan personelin de önemli bir sorunudur.

Alınan cevaplar içerisinde özellikle çalışanlar arasında kurum içi engellemeleri ve mücadeleleri daha çok (%85,7) erkekler yaşamaktadır. Ayrıca, katılımcıların bu mesleğe yönelme nedenlerini belirlemek üzere yöneltilen soruya verilen cevapların büyük çoğunluğu katılımcıların, mesleği tesadüfen (%34) seçtiğine işaret etmektedir. Bunu heyecan ve hareket (%30,2) amacıyla seçenler takip etmektedir (Tablo 12). Bu oranlar oldukça dikkat çekicidir. Keza, sorunlar daha mesleği seçme sürecine ve bu süreçteki niyete dayanmaktadır.

Katılımcılardan 31 kişi (%58,5) mesleklerini yaparken sorun çözüyor olmalarını meslekten aldıkları temel haz olarak vurgulamışlardır. Bunun yanında, mesleğin prestiji ve getirilerinden yararlanmak gibi ilkesiz bir tutumdan mutlu olanların oranı (%3,8) oldukça azdır (Tablo 19). Katılımcılardan 40 kişi (%75,5) yerel anlamda yaptıkları gazetecilik ve haberciliğin karar verici organlar üzerinde etkisi olduğunu belirtirken, 13 kişi (%24,5) etkili olmadığını belirtmiştir (Tablo 20). Yerel gazete çalışanlarının karar vericiler üzerinde etkin olduklarına inanmaları mesleğin etkinliğini de beraberinde getirmektedir.

Yerel medya sektöründe çalışanların büyük bir çoğunluğu yaptıkları işten memnun değildirler. Çalışanlara göre sektör, maddi getirisi düşük, sosyal güvencesi olmayan, çalışma açısından kötü şartların çok olduğu, mesleki doyumu az ve itibarı ve imajı kötü bir sektördür. Bu nedenlerle çalışanların mutsuz olduklarını ve yaptıkları işten doyum sağlayamadıklarını, bir daha meslek seçme durumlarında başka mesleği seçmek istediğinde olduklarını söylemişlerdir (Tablo 13 ve Tablo 14).

Çalışanlardan büyük bir çoğunluğu sektörlerinin nesnellik, yanlılık nosyonları açısından yeterince iyi bir yapı ve düzeyde olmadığını belirtmişlerdir. Bu çerçevede medya-siyaset-sermaye ilişkisini ve bu ilişkilerin içeriğini olumsuz bir yapıda gördüklerini belirtmişlerdir (Tablo 16). Ayrıca araştırmaya katılan her dört çalışandan biri halkın yerel medyaya bakış tarzını olumsuz olarak nitelemiş, yerel medyanın imaj sorunu olduğuna işaret etmişlerdir (Tablo 18). Bu bir sorundur ve araştırmanın içeriğinde belirtildiği üzere önemli sorunlardan biridir. Ayrıca bu durum sonuç gibi görülmesine rağmen artık neden olarak karşımızda duran beraberinde farklı sorunları peşi sıra getiren bir yargıdır. Keza bu yargının temelinde, yerel medyanın varlığını, makaslama ya da masa başı haberlerle resmi ilan veya menfaat elde etmeye dayandıran anlayış vardır. Keza, yerel medyanın yayın yaptıkları bölgeye yapmış olduğu katkılar ve hizmetlerinin kimi durumlarda bu yargının gölgesinde kalabilmesi muhtemeldir.

Ayrıca, tüm bu sorunlarla birlikte gazete okuma oranının düşük olması, yerel medyanın teknolojilerden akılcı bir şekilde yararlanmaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem verilmemesi, genel anlamda tüm yerel medyanın sorunları olduğu gibi Elazığ medyasının da sorunudur. Bunun yanında, okuyucunun-dinleyicinin-izleyicinin renkli ve kaliteli baskıya-görüntüye-sese sahip, aynı zamanda haber açısından daha yoğun olan ve son zamanlarda bölge-yöre sayfaları da yapan ulusal medyayı, yerel medyaya tercih etmesi de bir sorundur.

Ayrıca, eleman yetersizliği hatta mevcut çalışanların büyük bir kısmının da düşük ücretle çalıştırılan ve kalifiye olmayan elemanlardan oluşması özellikle dikkat edilmesi gereken bir sorundur. Bu noktada İletişim Fakülteleri'nden mezun olan profesyonel elemanların istihdamı bu basın kuruluşlarına ayrıcalık ve kalite kazandıracaktır. Bu sorunlar detaylara girildiğinde arttırılabilir. Ancak yerel

medyaya ilişkin, ilgili kesimlerce sorunsallar ve çözüm yolları yıllardır tekrarlanmasına rağmen bu sorunların içeriği ve şiddetinde bir değişiklik olmaması da dikkat çekicidir. Bu nedenledir ki çalışmanın başlığı sorunsal'la nitelenmiştir. Çünkü Türk Dil Kurumu sözlüğünde (tdkterim.gov.tr) sorunsal kavramı çözümü belli olmayan, problematik olarak tanımlanmıştır. Sorunsal kapsamında tüm aktarılan sorunlar kadar, tekrarlanan bu sorunların dikkate alınıp köklü değişikliklere gidilmemesi sorunu da yerel medyanın gelişmesinin önünde bir problem olarak durmakta ve sorunsalın bir parçası olmaktadır.

Kaynakça

- Altun, A. (2005). Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1-2), 75-104, Erişim: 18.05.2009, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/2/3/667/8497.pdf>.
- Altuğ, Z. ve Er, A. (t.y.). Haberde Tarafsızlık ve Nesnellik Çerçevesinde Ateş Hattı Programı, Erişim: 05.09.2008, <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=800>.
- Arslan, B. (1999). *Yerel Basın Örgütlerinde Örgütsel İletişimin Rolü ve Önemi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 82-83.
- Demirsoy, A. ve Ayhan, B. (2005). 1960'dan Günümüze Konya'da Yerel Gazetecilik. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 14, 131-156.
- Erdoğan, İ. (2006). Türkiye'de Ulusal ve Yerel Gazetelerin Habercilik Anlayışları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 51-64.
- Faraç, M. (1999). "Türkiye'deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi", *Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Girgin, A. (1997). *Cumhuriyet Döneminde Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Hofsetter C.R., ve Buss T.F.'den aktaran Hackett, R. A. (1998). Bir Paradigmanın Önemi Yitirisi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik. (Ayşe İnal, Çev.). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.
- <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=286864>.Erişim: 01.01.2009.
- http://tr.wikipedia.org/wiki/Off_the_record. Erişim: 01/01/2009
- İlgaz, C. (2003). Türkiye'de Yerel Gazetecilik. *İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 16, İstanbul.
- İnuğur, N. (1999). *Basın Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özgen, M. (2004). *Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul: İletişim Fakültesi Yayınları.
- Schlapp, H. (2002). *Gazeteciliğe Giriş*, İstanbul: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Schneider, W. ve Paul-Josef, R. (2002). *Gazetecinin El Kitabı*. (Işık Aygün, Çev.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Sözen, E. (2004). "Yerel Medya Ne Kadar Yerel". X. Yerel Medya Eğitim Seminerleri. 20-21 Şubat Kayseri, Ankara: Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları. 107-112.
- Şeker, M. (2005). Yerel Gazeteler ve Resmi İlan, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:1, 101-115.

- Terkan, B. (2008). Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi, Erişim: 20.11.2008, www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler%5CBanu%20TERKAN%5CTERKAN,%20BANU.pdf
- Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Topuz, H. (2003). *II Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Ulusoy, B. (2003). Türkiye'de Yerel Basının Sorunları ve Çözüm Önerileri. *İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 18, İstanbul
- Varlık, B. (1999). "Osmanlı Dönemi Türkçe Yerel Basını Üzerine Bazı Gözlemler", Osmanlı Basın Yaşamı Sempozyumu, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- www.tgc.org.tr/bildirge.html, Erişim: 05.12.2008
- Yıldırım, Y. (1997). *Elazığ Basının Öncüsü Mamuratül-Aziz Gazetesi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.
- Yüksel, İ. (1992). *Habercilikte Devlet Tekeli ve Anadolu Basını. Yerel Basın Kurultayı Bildiriler*, Yerel Basın Kurultayı Dizisi: 1, Adana: Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.