

Haber Toplama ve Yazma Tekniği Konusunda Alınan Eğitimin Haberlere Yansıması: Aydın Yerel Basını Özelinde Yapılan Çalışma*



2016, Vol. 2016(2) 45–59
DOI: 25.1234/0123456789
www.ejoir.org

The Effect of Training on the Technics of Gathering and Writing News upon News: Study Being Conducted Specific to the Local Press of Aydın

Hicabi ARSLAN

Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Yrd. Doç. Dr.

Ali Emre DİNGİL

Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Arş. Gör.

Onur TATAR

Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Rd-Tv ve Sinema Bölümü, Uzman

Mustafa ASLAN

Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Rd-Tv ve Sinema Bölümü, Yrd. Doç. Dr.

Özet

Kamu adına hareket eden ve yaşananlardan haberdar olabilmek için ihtiyaçtan ortaya çıkmış olan basın, yüzyıllardır insan yaşamında kritik bir yer edinmiştir. Ekonomik alanda, politik alanda ve toplumların sosyo-psikolojileri üzerinde tesir yaratabilecek özelliğe sahip olan kitle haberleşme araçları kimi zaman kamuyu doğru yönlendirmiş kimi zaman ise muhtelif politik grupların ve sermaye gruplarının denetiminde, kabul görülmeyecek bir biçimde hatalı bir yöne sürüklemeye çalışmıştır.

Bu biçimde kullanılmaya açık olan kitle haberleşme araçları insanların, toplumların ve ülkelerin kaderinde kritik rol oynamıştır. Toplumsal kaygı sebebiyle, insanlar için kimi zamanlardaki yokluğu veya eksikliği hissedilen kitle haberleşme araçları zaman zaman aranılan bir görünüm arz etmiştir. Bu kitle haberleşme araçlarından biri olan gazetelerimizin Anadolu'daki yöresel yayınları, yerel basının Türk basın tarihi kitaplarına alınmasını sağlamıştır.

Yerel yönetimler ve yerinden yönetim birimlerinin denetlenmesi, bölgesel sorunların ve yerel taleplerin kamuoyunda tartışılmasını sağlaması açısından yerel gazetelerin bilgilendirme ve yerel alternatif gündemler oluşturma işlevleri önemsenmektedir.

Gazete içeriklerinin yaygın basında haber ajansları ve ulusal önem sırasına göre belirlenmesi yerel talep ve sorunların kendilerine gazete içeriklerinde yer bulamamalarına neden olmaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi yerel veya bölgesel sorun, talep ve gündemlerin okuyucu kitlesine taşınması yerel basın kuruluşları kanalıyla

* Bu Çalışma Adnan Menderes Üniversitesi BAP – Aydın Basını Gazeteci Eğitim Çalıştayı- Kapsamında Yapılmış ve Desteklenmiştir

gerçekleşebilir. Bu yönüyle yaygın veya ulusal basının bir alternatifi değil tamamlayıcısıdır. Yaygın basın kuruluşlarının bölge sayfaları bu ihtiyaçtan doğmuştur.

Yerel basını ulusal basından ayıran en belirgin özellik, belirli bir yöredeki insanlara yönelik olması ve o yere ilişkin bilgi ihtiyacını karşılayan bir iletişim aracı olmasıdır. Yerel basın, ulusal basına göre daha dar bir hedef kitesine sahiptir. Yayınlandığı yörenin haberlerine ağırlık verirken, günlük, haftalık ve aylık periyotlarla yayınlanırlar. Bu nedenle de bölgesel sorunların çözümü üzerinde oldukça etkilidirler.

Her alanda olduğu medyada da eğitilmiş işgücüne duyulan ihtiyaç her geçen gün daha da artmaktadır. Bu nedenle de melek grupları için kaçınılmaz olan eğitim ihtiyacı, mesleğin uygulanması sırasında uyulması gereken kuralların öğrenilmesinin yanı sıra beceri kazanma ve pratik yapma imkânı da sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Aydın, Eğitim, İhtiyaç, Gazeteci, Çalıştay

Abstract

Acting for the public weal and being caused by the need for staying informed about experiences; press has occupied an important place in human life for centuries. Mass media that might have an effect upon economics, politics and socio-psychology of communities has either governed the public accurately or tried to lead them astray under the control of various political groups and capital groups in an unacceptable way.

Being obviously open to use; mass media has always played an important role in the destiny of individuals, communities and nations. As individuals are occasionally conspicuous by the absence of mass media due to social anxiety; they seek it from time to time. Being among the mass media; our newspapers have local publishings in Anatolia which have enabled the local press to be involved in the Turkish books on press history.

Inspection of local governments and decentralization units is important for local newspapers to provide informing and create local alternative agenda in order to discuss regional problems and local demands in public.

Assignment of newspaper contents in the mainstream press according to news agencies and national order of importance excludes local demands and problems from newspaper contents. This gap can only be filled by local media institutions that would convey local or regional problems, demands and agenda to their readers. From this aspect, it is a subsidiary to the mainstream or national press rather than an alternative. This need has caused the development of region pages of mainstream media institutions.

The most distinct feature that separates local press from national press is that it addresses to people in a certain region and meets the need for information concerning that place. Local press has a narrower target audience than national press. They concentrate on news about region where they are published and they are published in daily, weekly and monthly periods. Therefore, they are very efficient upon the solution of regional problems.

There is a gradually increasing need for well-educated labour in media, just like in every area. Thus, the need for education which is an inevitable need among occupational groups will enable individuals to learn the rules to be obeyed while applying the profession, acquire skills and practice.

Keywords: Local Press, Aydın, Education, Need, Journalist, Workshop

Giriş

İletişim ve bilgilendirme, insanlığın en eski ve en temel ihtiyaçları arasında yer almaktadır. Gazeteler, bu ihtiyacı karşılamanın en somut bir aracı olarak kabul edilegelmiştir. Zamanla çoğalan ve çeşitlenen iletişim araçlarının en temel ürünü ise “haber” olmuştur. Kamu adına hizmet etmesi gibi görünür bir faydanın yanı sıra hak ve değerlerin korunması gibi ikincil bir sosyal sorumluluk da hem habere ve hem de haberciye yüklenmiştir.

Dolayısıyla bu bilinçlenme eylem ve söylem olarak üretilen ürüne yani habere yansımıştır. Haber, siyasal, ekonomik, kültürel yaşamın şekillenmesinde etken olduğundan gerek haber yapanlar ve gerekse güç sahipleri ile muhataplar tarafından sahiplenilmiştir. Meslek etiğine uygun olarak kaliteli içerik üretilmesi beklentisi beraberinde bu alanda iş görenleri yani medya çalışanlarını ve sahiplerini eğitilmiş kadrolar ile teknik donanımı günün şartlarına uygun hale getirilmiş yeni yapılanmalara sevk etmiştir.

Günümüzde merkezi ekonomik, siyasi, kültürel, sanatsal ve iletişimsel anlayış terk edilerek, merkezde toplanmış yetkilerin ülkenin ve çağın koşullarına uygun olarak, yerel yönetimlere kaydırılması

gerektiği düşüncesi ağırlık kazanmaktadır. Üretim araçlarına, dolayısıyla kitle iletişim araçlarına da sahip olan egemen ideoloji medyanın ana işlevi olan haber üretme ve dağıtım sürecinde kendi dünya görüşüne uygun bir işlevi mümkün kılarken, haber de bilinen işlevinden uzaklaştırılarak bu ideolojinin benimsetilme ve korunmasında araçsal niteliğe bürünmektedir. (Dedeoğlu, 2014:87)

Yerel basın, bölge halkının kültürel kimliğini korumak, haklarına sahip çıkmak, yöreye saygın bir konum kazandırmak görev ve yükümlülüğünü de üstlenmektedir. Bireyin yöresel yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı olmaktadır. Yerel basın, doğrudan bölge halkıyla iç içe yaşadığı için, bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır.

Halk, kendi gazetesinde kendi sorunlarını, gelişmelerini, sesini, yüzünü görür, kendisiyle ilgili her şeyi daha yakından izler; olaylara daha yakından sahip çıkar. Yöre halkının asıl kaynağı olan yerel basın; bireylerin, çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamalarını sağlamakla yükümlüdür.

Bugün Türkiye’de yazılı medya alanında, günlük ulusal yayımlarla birlikte, haftalık ya da aylık çıkan sektörel dergi ve gazeteler ile sayıları göz ardı edilemeyecek kadar da yerel yayın çıkmaktadır. Yani yazılı basının bir toplumdaki yeri ve işlevi, o toplumdaki sınıf ilişkilerinin maddi temeli üzerinden doğru bir şekilde anlaşılabilir. Bununla birlikte bilimsel sosyalizm, üretim araçlarına sahip olan sınıfların düşünsel ve kültürel araçlara da sahip olduklarını söyler. Zira toplumun maddi zenginliklerini elinde tutan sınıf, bu güce dayanarak düşünsel araçlarına da sahip olmaktadır. (Yazıcı, 2015:126)

Değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte medya zaman zaman kalıplarının dışına çıkmaktadır. Ulusal medya tüm ülkede olup bitenleri, önemli olayları, ekonomi, politika, spor, sanatsal ve kültürel etkinlikleri kapsar. Daha geniş boyutlu olarak düşünüldüğünde ise küresel medya akla gelir. Bulunduğu ülke dışında başka ülkeleri de yayımları ile kapsama alanına sokar. Yerel medya ise yerel unsurları, yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında bölge halkını bilgilendiren, bilinçlendiren ve kamuoyu oluşturan bir misyona sahiptir.

Bölgesel medya, ulusal medyaya haber kaynağı oluşturmaktadır. Ancak gelişen teknoloji ve globalleşmenin sonucu yerel medya ekipman, insan kaynağı vb. konularda zorlanmaya başlamıştır. Ancak ulusal medyada yayın sayısı her geçen gün globalleşmenin etkisiyle azaldıkça yerel medyada bu avantaja dönüşmeye başlamıştır. Yerel medya her an okuyucunun yanında olan ve doğru bir çizgide kalabildiği sürece de yok olmak yerine lokal olup erişilebilir bir cazibeye sahip olacaktır.

Genelde, ulusal ya da uluslararası kitle iletişim araçları, bireylere düşünemedikleri, ulaşamadıkları dünyayı sunarken, onların içinde yaşadıkları sorunları çözememekte ve toplum üyeleri kendi sorunlarıyla baş başa kalmaktadır. 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. (Girgin, 2009: 116)

Yerel basının genelde ortak sorunları olduğu gibi bölgesel olarak değişen sorunları da mevcuttur. Bunun yanında yerel basın kuruluşlarının heterojen yapısı, aynı şehirde iki gazetenin bile farklı yapılara

sahip olması ve bu yapılardan kaynaklanana farklı sorunları olmasına neden olabilmektedir. Yerel basının araştırılması gereken diğer bir özelliği ise kurumsallaşma düzeyinin düşüklüğü nedeniyle zaman içinde değişimler ve istikrarlı olma durumu nedeniyle sürekli yeniden yapılanmadır.

1. Yerel Medyanın Yapısı, Lojistik Destekler, Eğitim Çalışmaları ve İstihdam

1.1. Yerel Medyada Yapı

Yerel basın kuruluşlarının yerel sorunları gündeme taşırken bölgesel yatırımı yapan siyasi yapı, sermaye grubu ve diğer çıkar grupları ile menfaat ilişkisinin olmaması gerekmektedir. Çıkar ilişkisi olmasa bile gelecek baskılara dayanabilecek örgütlenme ve mali yapısının olması gerekmektedir. Eğer bir yerel basın kuruluşunun haber yaptığı bölge ileri geleni gazetenin matbaa ilişkisini bozabiliyorsa, dağıtımını engelleyebiliyorsa, bir belediye başkanı aleyhinde haber yaptığı için ticari reklamları engelliyorsa yerel basın kuruluşunun denetim ve halkın bilgilendirilmesi işlevlerini yerine getirmesi imkansızdır. (Yaşın, 2009:116)

Küçük ölçekli şehirlerdeki nüfus yapısı ve ilişkiler, büyük ölçekli şehirlere nazaran daha samimi ve birbiriyle daha ilgili olduğundan, yapılan haberler de bir o kadar süzülmüş ve kontrollü olabilmektedir. Aşağıdaki özellikleri yerel medya yapısal olarak bünyesinde barındırır:

- Yerel medya, bu görevi bulunduğu yöre ve halkına yönelik olarak yaparken aslında tüm ulusu ve ülkeyi de ana amaç olarak hedeflediğinden zaman zaman “ulusal” olma misyonu da vardır.
- Yerel medya, nesilden nesile devredilebilen “aile mülkü” olarak düşünüldüğünde, kültürel miras ve hatta maddi değerli bir mirsa şeklinde görülebilmektedir.
- Yerel gazeteler, siyasal örgütlenmelerde çoğu zaman siyasal partilerin temel alt yapılarını oluşturmaktadırlar. Bu yörelerdeki siyasiler ve yerel yöneticiler sahip oldukları gücü ve çevreyi bazen haberleri kendi istekleri doğrultusunda kurgulayarak gösterebilirler. Bu doğrultuda ağırlıklı olarak kendi yöresini dikkate almakta ve yöresinde gelişen olayları, sorunları hiçbir çıkar ve taraf gözetmeden, doğruluk ve geçerlilik ilkeleri çerçevesinde yöre halkına duyurmaktadır. İkinci olarak denetleme görevini gerçekleştiren yerel basın bu görevi yerine getirirken; yerel yönetimlerin uygulamaları ve bunlarla bağlantılı çeşitli konular hakkında yöre halkına haber ve bilgi vermekte, sorunlara çözümler üretilip üretilmediğini takip etmekte, uygulama - larda yanlışlıklar ya da eksiklikler varsa bunları halka duyurmakta aynı zamanda bunların düzeltilmesi için çaba göstermekte, yapılan icraatlarda halkın istek ve beklentile - rinin dikkate alınıp alınmadığını da denetlemektedir. (Yılmaz, 2009:137)
- Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru biçimde halka duyurulması yerel basının işlevlerinden biridir. Ayrıca, denetim, yönetenin halk adına denetlenmesi, kamuoyu yaratılması yerel basının üzerindeki sorumluluklardan biridir. Beldelerde yerel yönetimlerin hizmetlerinin duyurulmasıyla birlikte yerel yönetim-yurttaş ilişkisinin

sağlanması yerel basının önemli işlevlerinden birisidir.

(<http://www.yerelbasinbirligi.com/adom/?p=40>, Erişim Tarihi: 20.06.2016)

- Yerel basın, küçük ve orta ölçekli işletmelerin, kurumların gölgesinde bulunmaktadır. Gelişimi, teknolojik gelişimi izlemesi bu bağlamda oldukça güçtür. Kimilerinin de asıl işi matbaacılıktır. Bunun yanı sıra gazeteciliğe de el atmışlardır. Bu tür işletmelerin önemli bir bölümü babadan oğula kalan küçük işletmelerdir. Yine ekonomik sorunların doğurduğu bir başka sorun da; haber sağlanması ve kağıt sorunudur. Kuşkusuz bu sorunların aşılması yine ekonomik sorunların aşılmasıyla olasıdır.

1.2. Yerel Medyayı Destekleyen Faktörler

Yerel medya kuruluşlarının çoğu işletme açısından güçlü bir yapıya sahip değildir. Ana finansman kaynakları olan reklam gelirlerinden aldıkları payın çok düşük kalması, özellikle onları kaliteli insan kaynağı istihdamı, makine parkı yenileme ve teknolojik uyum gibi konularda istenilen düzeyde değildir.

1.2.1. Teknolojik Yenilikler

Özellikle bilişim sektöründeki teknolojik gelişmeler kitle haberleşme araçları başta olmak üzere bu alanda büyük değişikliklere yol açmıştır. Gerek ulusal basın ve gerekse yerel basına olumlu katkısı olmuştur.

1.2.2. Coğrafik Koşullar

Medya kuruluşlarının bulunduğu ülke, şehir, bölge doğal olarak yayın politikasına, sıklığına, yayın kalitesine hatta içeriğine dahi olumlu veya olumsuz katkı sağlayabilir. Bu nedenle bir değerlendirme yaparken bunu göz ardı etmemek gerekir.

1.2.3. Kültürel ve Etnik Yapılar

Özellikle gelenekçi yapılarda ve uçlarda olan etnik topluluklarda öncelikle ulusal ardından da yerel basının gelişmesi çok zor ve zahmetli olmuştur. Devletin vatandaşa olan hizmeti, vatandaşın ise devlete borcu bir şekilde basın aracılığı ile dengelenebilmiştir. Ülkemizdeki çok çeşitli kültürel yapı ve etnik kimlikler aslında medyaya olumlu olarak yansıtılabilirse değerlerle, farklılıklarla çatışmak yerine barış içinde birlikte yaşamak asıl amaç olacaktır.

1.2.4. Siyasi ve Ekonomik Beklentiler

Ülkemizin içinde bulunduğu jeopolitik ve jeostratejik konum da göz önünde bulundurularak genel siyasi ve ekonomik değişim ve oluşumların öncelikle değerlendirilmesi gerekmektedir. Özellikle ulusal medya buna karşı daha hassastır. Yerel medya ise etkiyi kademeli olarak hisseder ve haliyle tepki de buna uygun olarak kademeli ve yavaş gelişebilir.

1.3. Yerel Medyayı Etkileyen Faktörler

Günümüzde medya, ekonomik ve politik bir elit iktidar grubu haline gelmiştir. Sektöre hakim grupların sahipleri çoğunlukla iş dünyası kökenli ekonomik elit mensuplarıdır ve medya artık iş dünyasına hakim iktidar grupları ile bütünleşmiş durumdadır. İş adamı medya sahibi, politik elitin yönetimindeki ekonomik kaynakları kullanmak, medya ve diğer sektörlerdeki yatırımlarını etkileyecek karar

mekanizmalarını yönlendirmek için hükümetler üzerinde pek çok yoldan, gerektiğinde medya kanalıyla (destekleme, muhalefet etme vb. yollarla) etkide bulunurken, aynı şekilde hükümetler de bu ekonomik, politik mekanizmaları kullanarak medya grupları üzerinde etkide bulunmaktadır. (Seçkin, 1997:359)

Yerel medya kuruluşlarının çoğu işletme gücü açısından zayıftır. Ana finansman kaynağı olarak reklam gelirlerinin kısıtlı olması nedeniyle, yerel medya kuruluşları üretim teknolojisi ve girdiler bakımından da arzu edilen düzeyde değildir. Yerel medya kuruluşlarının önemli bir kısmı az sayıda çalışanla faaliyet göstermektedir

Yaygın görüş, yerel medyanın demokrasinin yerleşmesi ve kurumlaşması açısından vazgeçilmez unsur olduğunu kabul eder. Bununla birlikte genel olarak, bir bütün olarak medyanın da böyle bir işlevi olduğu varsayılır, kabul edilir ve hemen ardından, özellikle medyanın halka yönelik olarak bilgi taşıma, haberi oluşturma, görünmeyenleri gösterme gibi noktalardaki işlevi nedeniyle de demokrasinin eksiksiz işleminin vazgeçilmez parçası olduğu düşünülür. Benzer şekilde, özellikle sermaye yapıları ile yaygın medyanın ilişkisi tartışılmaya başlandıktan sonra, bu görev ağırlıklı yerel medyaya yüklenmeye başlanmıştır. Burada özellikle demokrasinin yerelleşmesi, yaygınlaşması, tabana yayılmasına yönelik olarak yapılan tartışmalar ve kavramlaştırma çabalarının içerisine yerel medya da oturtulmuştur. Genel olarak yerel medya hakkında şu söylenebilir:

- Demokrasinin kurumsallaşıp kökleşmesine yardımcı olur.
- Yurttaşlık bilincinin artmasına benzer şekilde yardımcı olur. (Bozkurt, 2006:43)

Yerel basın gelişmiş olması ve güçlenmesi, yerel iletişimi artırmakta, bu iletişim yerel yönetimi etkilemekte, bu da yerel demokrasinin, yerel demokratik yönetimin güçlenmesine ve halk tarafından benimsenmesine yardımcı olmaktadır. Kitle iletişiminin en son etkinliğini ve yararını, yerel basın yoluyla görmek mümkündür

Yerel basın kuruluşlarının ayakta durabilmesi için mali yapılarının ve gelir kaynaklarının düzenli olabilmesi gerekmektedir. Mali yapısı güçlü bir yerel basın hem ifade özgürlüğünün hem de demokrasinin teminatı olacaktır. Yerel talep ve istemlerin yaygın basın kuruluşlarında kendilerine yer bulabilmesi zordur. Buna karşın yerel basının farklı taleplere yer ayırtmaları ve kendilerine yaygın basın kuruluşları içinde talepleri için yer bulamayan toplumsal yapılara kendilerini ifade etme imkanı sunmaktadır. Bunu yerel basın kuruluşlarının yapabilmeleri mali yönden bağımsız olmaları ile ilişkilidir. Yerel basının bağımsız olması hem hizmet verdiği bölgenin sermayesinden bağımsız hem de yönetim birimlerinden özerk olabilmesine bağlıdır. Ticari reklamlar yerel sermaye gruplarını, resmi ilanlar ise resmi kurumlar ile zorunlu ilişkiyi gerektirmektedir. Yerel basının özerkliğini sağlayabilmesi için ticari ve resmi reklamlar dışında gazete satışından ve küçük ilanların oranının yüksek olabilmesi gerekmektedir. (Yaşın, 2009:137)

Ülkemizde yerel basına devletin kurum ve kuruluşları başta olmak üzere hemen hemen tüm kesimlerinden bir ilgi eksikliği söz konusudur. Aslında yerel basın yöre halkının birinci elden gözü, kulağı ve ifade aracı olmuştur her zaman.

Ulaşım olanaklarının artması, modern teknolojinin kullanılması, gazete hazırlama ve basma sürelerinin kısılması, kültürel gelişme nedeniyle gazetelerin içeriklerinin çeşitlenmesi, yeni dağıtım sistemlerinin kullanılması gibi nedenlerle, ulusal gazetelerin bölge sayfaları hatta ekleri yapmaya başlamaları, Anadolu Basını olumsuz yönde etkilemiştir.

Bu gelişmeler yerel basını daha değişik biçimlerde yayımlanmaya zorlamış; buna ayak uyduramayanlar kapanmış; bir bölümü de resmi ilan desteğiyle ayakta durmayı başarabilmişlerdir.

Bir süre sonra, sayfa sayıları sınırlı kalan Babıali gazeteleri, taşra haberlerine yer vermemeye başlayınca, yerel basın, Anadolu'da kitle iletişiminin sağlanması ve kamuoyu oluşturulması açılarından yeniden önem kazanmaya başlamıştır.

Bu oluşum ayrıca, bazı yörelerde, ileri teknik kullanan yeni yerel ya da bölgesel gazetelerin yayımlanmasına da ortam hazırlamıştır. (Girgin, 2009:120)

Ulusal basına göre topluma daha yakın bir konumda bulunan hatta bölge sorunlarından, halkın demokratik sisteme katılımına kadar bir çok alanda yöre insanı ile iç içe olan yerel basının en önemli engeli konumu nedeniyle etik ilkeleri koruyabilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda yaşanan ve yaşanabilecek tüm etik sorunlar titizlikle incelenerek çözüme kavuşturulmalıdır. Aksi olur ise yapılan tüm haber ve programlar yerel yönetici ve siyasetçilerin reklamından öteye gidemez. Ancak bu denetim sağlanırken de bir dayatma olmamalı çünkü yerel medya nihayetinde lokal bir alanda sınırlı ilişki kurmak ve bunu korumak zorundadır.

1.4. Yerel Medyada İstihdam, Eğitim ve Lojistik Destekler

Ülkemizde medya artık dünyanın diğer ülkelerindeki yayın organları ile yarışabilen bir sektör olma yolunda hızla ilerlemektedir. Sektörün, alanında yetişmiş nitelikli eleman ihtiyacı her geçen gün artmaktadır. Yazılı, görsel ve işitsel basın-yayın kuruluşları ülke ekonomisine sağladıkları katkının yanı sıra kamuoyu oluşturma işlevi ile toplumsal ve sosyal gelişmelerde de etkin rol oynamaktadır. Bu durum, medya sektöründe istihdam edilecek kişilerin eğitimlerini daha da önemli bir noktaya taşımaktadır.

Yerel basındaki en önemli etik problemlerin başında fiilen gazetecilik yapmayan insanların gazetenin kadrosunda gösterilerek sarı basın kartı almalarının sağlanması ya da gazetede yazı yazmış gibi gösterilerek telif ücreti ödendiğinin beyan edilmesi ve bunun gider hesabına işlenmesi (Girgin, 2009: 177) gelmektedir. Yerel medya organlarında çalışıyor gibi gösterilen bu kişiler hem gazeteci kimliğine büyük zarar vermekte hem de sarı basın kartının sağladığı imkanlardan yararlanarak haksız kazanç elde edebilmektedir.

Medyanın tekelleşmesi ile birlikte gazeteleri, televizyonları, internet siteleri, dağıtım ve reklam ağları ile dev medya holdinglerine dönüştürmüş, kendisi de gazeteci olan eski basın işverenlerinin yerini ise bankacılıktan enerjiye, otomotivden beyaz eşyaya çok çeşitli alanlarda faaliyet yürüten medya sahipleri almıştır. Büyük ölçüde endüstri devriminin etkisiyle dönüşen toplumun refah seviyesindeki artış ve okuryazar sayısının yayılması gazete tirajlarını artırmıştır.

Geliri artan bireyler, boş zaman uğraşı ve lüks tüketim malı olarak gazete ürünlerine daha fazla zaman ve para ayırma olanağına kavuşmuştur. Gazete ve dergiler, seçkin bir kitle iletişim aracı olmaktan çıkarken, aynı zamanda medyayı da ekonomik bir etkinlik faaliyeti olarak ortaya çıkarmıştır.

Özellikle medya ekonomisinin doğmasında reklam gibi sihirli bir kaynağın yazılı basında kullanılması ve bunun gazete ve dergi fiyatlarını düşürerek farklı kesimlere ulaşmasını sağlaması önemli faktör olmuştur. Öte yandan gelişen teknoloji, yazılı basın ürünlerini baskı, kalite ve dağıtım açısından daha etkin hale getirirken, daha çok sayfa, daha hızlı dağıtım ve daha kaliteli yayını olanaklı hale gelmiştir. Medyada yaşanan ciddi ekonomik krizler, basın çalışanlarının işsizlik, iş güvencesinden yoksunluk, sosyal hak kayıpları gibi birçok sorunla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Günümüzde de, basın çalışanları yasal haklarını yeterince kullanamamakta ve istihdam sorunu yaşamaktadırlar.

Gazetecilik bir iş modeli, bir meslek, bir işletme, bir endüstri, bir medya formu, bir dağıtım platformu değildir. Gazetecilik, bir faaliyettir: Gazetecilik, enformasyon ve eğlenceyi toplayan, işleyen ve onu aktaran pratikler dizisidir. Bu pratikler, elbette gazeteciliği destekleyen finansal düzenlemeler kadar medya formu ve dağıtım platformu tarafından etkilenmektedir. Profesyonel kadro ve eğitim eksikliği de içerik ve baskı kalitesi olarak kendini hissettirmektedir. Gazeteleri basan teknisyenlerin büyük bölümü alaylıdır. Düzenli bir eğitime ya da kursa katılmadıkları için, “babadan gördüklerini” uygulamaktadırlar. (Girgin, 2009:122)

Medya işletmeleri, uzmanlaşmayla beraber yayın sahibinin aynı zamanda genel yayın yönetmeni olduğu bir dönemden profesyonel yönetimlerin giderek önem kazandığı daha karmaşık işletmelere bürünmektedir. Genellikle yazı işleri, idare ve teknik servislerden oluşan yazılı medya işletmelerinde genel yayın yönetmeninin yayın sahibinden sonra başta yazı işleri olmak üzere üç bölümün yönetimi üzerinde egemen olduğu söylenebilir. Gazete sahiplerinin Genel Yayın Yönetmenlerine tanıdığı bu yetkinin temelinde yayının başarısızlığı durumlarında sorumluluk sahibini görmek istemeleridir. Bu nedenle başarı/başarısızlık, Genel Yayın Yönetmenlerine karşı yayın sahibinin yaklaşımını belirleyen temel önceliklerden biri haline gelmiştir. (file:///Users/imac3/Downloads/10.-makale.pdf, Erişim Tarihi: 02.08.2016)

1970’li yıllardan itibaren gerek ulusal ve gerekse yerel medya çalışanlarına yönelik olarak Türkiye’nin farklı yerlerinde meslek çeşitli hizmet içi eğitim faaliyetleri düzenlenmiştir. 1996 yılında kurulan ve “çalışmalarını toplumun haber alma hakkını ve ilkeli haberciliği teşvik etme” olarak özetleyen BİA (Bağımsız İletişim Ağı) IPS İletişim Vakfı, Türkiye Mimar ve Mühendis Odaları Birliği ve Türk Tabipler Birliği’nin girişimi sonucu, özellikle yerel medya kuruluşları arasında haber değişimi ve dayanışmayı sağlamak amacıyla başlatılan oluşum 1997 yılında Ankara’da toplanarak “ Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm için Bir Araya Gelme Olanakları” konusunu ele almıştır.

BİA’nın Yerel Medya Eğitim Programları, "Türkiye'deki yerel medyanın etik ve siyasal olarak sorumlu ve mevcut/yaygın olana alternatif bir anlayışla dokunmuş, habercilik yapabilecek teorik ile teknik bilgi donanımına sahip olmalarını sağlayacak bir anlayışla" oluşturulmuştur. Programlarda iki ilke göz

önünde bulundurulmuştur; birincisi mevcut gazetecilik anlayışıyla pratiğinin dönüştürülmesi, diğeri de gazetecilikle ilgili teori ve pratiklerin birbirinden ayrılmazlığı.

Türkiye’de yerel basın aynı nitelikleri taşımamaktadır. Yerel gazetelerin büyük bir çoğunluğunun kuruluş amacı; resmi ilanların iller bazındaki dağılımlarından pay kapabilmektir. Yerel gazetelerin en büyük gelir kaynağı olan resmi ilanların dışında abonelik ücretleri ve reklamlardan elde ettiği gelirler oldukça düşük boyutlardadır. Ekonomik sorunlar yaşayan ve niteliksiz muhabirlerle çalışmak durumunda kalan yerel gazetelerine büyük çoğunluğu yerel yayıncılık misyonunu yerine getirme kaygısından uzak ürünlerle okuyucuya ulaşmaktadır. (Bozkurt, 2006:58)

Bir bölgede birden fazla yerel basın kuruluşunun olması ve onların o bölgenin sorunları sıklıkla dile getirmesi, yerel yönetici, siyasetçi ve kamu kurumu yöneticileri üzerinde bir baskı unsuru oluşturacaktır. Bu durum o yörenin hızla gelişip, kalkınmasında ve sorunların çözümünde yardımcı olacaktır. Bu nedenle yerel basının desteklenmesi, çalışanlarının özlük hakları korunarak, eğitim seviyelerinin, mesleki görgü ve becerilerinin geliştirilmesi bu nedenle çok önemlidir. Gerek yöre halkı, gerekse sivil toplum kuruluşlarının da katkısı kaçınılmazdır.

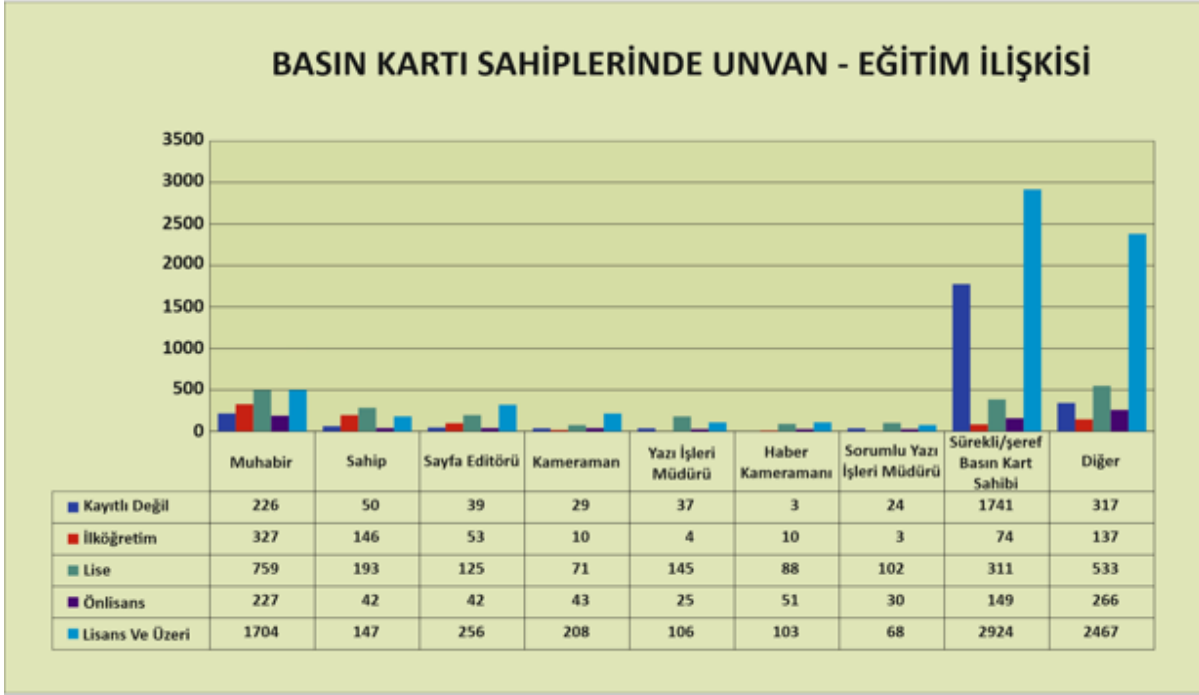
Herhangi bir meslek grubu için kaçınılmaz bir ihtiyaç olan eğitim, mesleğin uygulanması sırasında uyulması gereken kuralların öğrenilmesi, becerilerin geliştirilmesi, pratik yapılması, mesleki ilkelerin ortaklaştırılması açısından yaşamsal önem taşımaktadır.

Gazeteciliğin "herkese açık bir meslek" olması nedeniyle bu meslek grubunun eğitim açısından ortak standartlara sahip olmaması maalesef giderilemeyen bir sorundur. Kaldı ki, genel olarak radyo, televizyon, gazete ve dergileri işleten/üreten organizasyonların büyüklük açısından çok geniş bir farklılık göstermesi, buralarda üretime aynı mesleki unvanla katkıda bulunan meslek erbabının nitelikleri arasında çok belirgin farklılıklar ortaya çıkarmaktadır.

Gerek ulusal ve gerekse yerel medyada görev yapan meslek çalışanlarının eğitim durumları özlük haklarını direkt olarak etkileyebilmektedir. Özellikle mesleki eğitimi lisans ve lisans üstü seviyelerde alanların istihdamı ve özlük hakları diğer çalışanlara göre daha kabul edilebilir seviyelerdedir.

Örnek olarak gösterebileceğimiz haklardan birisi de “basın kartı”dır. T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nce hazırlanan 2013 yılına ait istatistiki verilerin bulunduğu kitapta eğitim-istihdam-lojistik hizmetlerinin sonuç ürünlerinden biri olan basın kartı için “ basın mensuplarının mesleki nitelikteki çalışmalarını yerine getirirken karşılaşılabilecekleri menfi durumları ve olası riskleri asgari düzeye indirmeyi amaçlayan, hamiline bir takım yetki ve ayrıcalıklar tanıyan, tanıtıcı nitelikte bir kimlik belgesidir. Basın kartlarının, basın mensuplarının çalışmalarını geliştirmeye yönelik olması itibariyle başta basın mensuplarına ve kuruluşlarına müspet katkılar sağladığı aşıkardır” (T.C. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı İstatistikleri 2013- Sunuş)

Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere meslek çalışanlarına buldukları unvan ve eğitim ile elde ettikleri haklar arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Tablo 1. Basın Kartı Sahiplerinde Unvan-Eğitim İlişkisi

Yukarıda örnek olarak verilen Tablo 1, basın çalışanlarından basın kartı sahibi olanların unvan-eğitim ilişkisinin arasındaki doğrudan ilişki ve eğitimin ne derecede katkı sağladığının bir göstergesi olarak karşımızda durmaktadır.

Tablo 2 bu işin asıl çoğunluğunu oluşturan grubun eğitim seviyesinin de bu oranda yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Basın Kartı Sahiplerinin Unvanlarına Göre Eğitim Durumu

| UNVAN | KAYITLI DEĞİL | İLKÖĞRETİM | LİSE | ÖNLİSANS | LİSANS ve ÜZERİ |
|---------------------------------|---------------|------------|-------------|------------|-----------------|
| Muhabir | 226 | 327 | 759 | 227 | 1704 |
| Sahip | 50 | 146 | 193 | 42 | 147 |
| Sayfa Editörü | 39 | 53 | 125 | 42 | 256 |
| Kameraman | 29 | 10 | 71 | 43 | 208 |
| Yazı İşleri Müdürü | 37 | 4 | 145 | 25 | 106 |
| Haber Kameramanı | 3 | 10 | 88 | 51 | 103 |
| Sorumlu Yazı İşleri Müdürü | 24 | 3 | 102 | 30 | 68 |
| Sürekli/şeref Basın Kart Sahibi | 1741 | 74 | 311 | 149 | 2924 |
| Diğer | 317 | 137 | 533 | 266 | 2467 |
| Toplam | 2466 | 764 | 2327 | 875 | 7983 |

Tablo 3’de sektörde lisans ve üzeri eğitime sahip çalışanların söz sahibi olduğu rahatça anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Öğrenim Durumuna Göre Dağılım

| ÖĞRENİM DURUMU | BASIN KARTI SAYISI |
|-----------------|--------------------|
| İlköğretim | 764 |
| Lise | 2327 |
| Önlisans | 875 |
| Lisans ve üzeri | 7983 |
| Kayıtlı değil | 2466 |
| Toplam | 14415 |

(T.C. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı İstatistikleri 2013, s.10)

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada Anket ve İçerik analizi yöntemi ile veri toplanmıştır. Anket yönteminin kullanılmasında amaç soru sorarak çok sayıda bilgi edinmenin mümkün olacağıdır. içerik analizi sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarım yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem olarak tanımlanmaktadır.

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmada Aydın Basını Gazeteci Eğitimi Çalıştayı kapsamında Aydında görev yapan gazetecilere “Haber Yazma ve Toplama Teknikleri” ile ilgili 9 saatten oluşan bir eğitim verilmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Eğitimden önce gazetecilerin eğitim durumları, sektördeki çalışma süreleri ve daha önce bu başlık altında eğitim alıp almadıkları anket yöntemi ile sorgulanmıştır. Ayrıca Basın İlan Kurumu’ndan destek alarak Aydın ilinde yayın yapan 8 günlük gazete (Flaş, Güzelhisar, Denge, Hedef, Mücadele, Yeni Kıroba, Ses, Bakış) içerik analizi, haber toplama ve yazma ana ve aşağıda ifade edilecek ara başlıklar altında tasniflenerek eğitimden önce ve sonra taranmıştır.

İçerik analizi ile gazetelerin günlük haber akışları, doğruluk, etik ilkeler, vurgu, bütünlük hatalarının ne sıklıkla olduğu ve haber karmaşası olup olmadığı, sürekliliğin sağlanıp sağlanmadığı 7-12 Mart 2016 tarihinde (Eğitimlerden önce) ve 25 – 30 Nisan 2016 (Eğitimlerden sonra) üç öğretim elemanı taramıştır. Güvenilirlik testi için üç öğretim elemanı 7 Mart 2016 tarihinde Denge gazetesini ayrı ayrı taramışlardır. Güvenilirlik oranı %95’e yakın çıkmıştır.

Eğitimlerde, genel olarak temel gazetecilik, haber-olay ilişkisi, haberde gerçeklik, haber değeri, zaman, yakınlık, sonuç, kaynak, haber ve mülakat türleri ile ülkemizde ve dünyada habercilik başlıklarında sunum yapılmıştır. Eğitimlere Aydın basınında görev yapan gazete yayın yönetmenleri, editörler, muhabirler ve yöneticiler olmak üzere 71 kişi katılmıştır. Katılımcılardan 65 kişi gazetelerde aktif çalışan sayfa yöneticisi, muhabir ve diğer olarak sınıflandırılmıştır.

3. Bulgular

Aydın Basını Gazeteci Eğitim Çalıştayı kapsamında “Haber Yazma ve Toplama Teknikleri” eğitimine katılan ve aktif olarak çalışan 65 katılımcıya eğitim öncesi ve sonrası toplam 10’ar sorudan oluşan bir anket çalışması yapılmıştır.

3.1. Eğitim Öncesi Sunulan Anketin Değerlendirmesi

Eğitime katılan 65 kişiden, 25 kişi lisans ve önlisans, 21 kişi ise lise ve dengi okul mezunu olarak yer almıştır. Bu da bize meslekte eğitim seviyesinin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir.

Meslekte çalışma süresine ilişkin olarak sorulan soruya 10-20 yıl arası olarak cevap verenlerin sayısı 21, 5-10 yıl arası verenlerin sayısı ise 9. Bu sonuca göre eğitime katılanların yaklaşık yarısı deneyimli grubunda yer almaktadır.

Eğitime katılanların mesleki konumuna ilişkin olarak 32 kişi muhabir, 16 kişi ise yönetici cevabını vermiştir. Bu durumda eğitime katılım hedef kitle olarak isabetli olmuştur. Daha önce alınan mesleki eğitimlerin katılımcılara katkısına ise 63 kişi olumlu puan vermiştir. Öncelikle alınması istenen eğitim başlığını 37 kişi haber toplama ve yazma, 11 kişi ise haber fotoğrafçılığı, 11 kişi ise sayfa tasarımı olarak işaretlemiştir. Haberi kalıcı kılan en önemli unsur: İçerik 24, tarafsızlık 21, görsellik seçeneği ise 13 kişi tarafından tercih edilmiştir.

Görev yapılan pozisyon ile ilgili olarak katılımcıların yaklaşık yarısını oluşturan 30 kişi tarafından kısa süreli hizmet içi eğitimin şart olduğunu öngörülmüştür. Çalıştığı kurumu mesleki geleceği için yeterli görenlerin sayısı ise 31 olup bu da %50’ye yakın bir oran olup, diğer %50 kurum değişikliğini öngörmektedir. Paydaşlarca şimdi düzenlenen ve gelecekte de düzenlenmesi arzulanan bu ve benzeri eğitimler için katılımcıların tamamına yakını olumlu görüş bildirmiştir.

3.2. Eğitim Sonrası Sunulan Anketin Değerlendirmesi

Eğitime katılan 65 kişiden, 42’si “Haber Yazma Kuralları” konulu bölüm için katkının en üst seviyede olduğunu ifade etmiştir. Yine bu katılımcıların 41’i “Haber Dili ve Kavram” konulu bölümü için olumlu bildirimde bulunmuştur. Eğitimin “Konu Bulma ve Kaynak Sorgulama” başlığındaki katkısına ise 39 katılımcı olumlu görüş bildirmiştir.

“Haber Yazım Dili Sözcük ve Heceler” konulu bölüme toplam 65 katılımcıdan 40’ı olumlu görüş bildiriminde bulunmuştur. “Haber Başlığı” bölümüne ise toplam 41 kişi olumlu not vermiştir. “Haberde Somut Kavramların Soyut Kavramlara Üstünlüğü” başlığına ise toplam 35 katılımcı olumlu görüş bildirmiştir. “Haberde 5N-1K Kuralı” başlığına 45 katılımcı olumlu görüş ile destek vermiştir. “Haber ve Rakam” ilişkisi başlığındaki sunuma ise 39 katılımcı olumlu not vermiştir. “Habere Omurga Oluşturma” konulu başlıkta toplam 39 katılımcı geri dönüşlerde olumlu bildirimde bulunmuştur. “Haberin Düzeltmesi ve Yeniden Düzenlenmesi” konulu sunuma toplam 65 katılımcının 41’i olumlu bildirimde bulunmuştur.

Gerek eğitim öncesi ve gerekse eğitim sonrası düzenlenen anketlerde tespit edilen ortak görüş; katılımcıların %50'ye yakın bir kısmı verilen eğitim programlarından ve içeriklerinden memnuniyetini ifade etmektedir.

İçerik analizi yöntemi ile Aydın'da yayın yapan 8 adet günlük gazete (Flaş, Güzelhisar, Denge, Hedef, Mücadele, Yeni Kıroba, Ses, Bakış) eğitimlerden önce 7 - 12 Mart 2016 ve eğitimlerden sonra 25 - 30 Nisan 2016 tarihinde taranmıştır. Taramada haberlerde açıklık, doğruluk, etik ilkelere uyum, üslup, uyum, unvan ve adların doğru yazımı, noktalama işaretleri yazım kurallarına uyum olup olmadığı, sürekliliğin sağlanıp sağlanmadığı sorgulanmıştır.

Eğitime dahil olan katılımcıların çalışmakta olduğu 8 adet günlük yerel gazete (Flaş, Güzelhisar, Denge, Hedef, Mücadele, Yeni Kıroba, Ses, Bakış) 7-12 Mart 2016 tarihleri arasında her gazeteden her gün 3 haber olmak üzere 6 gün boyunca toplam 144 haber verilecek eğitim programı içeriğinde taranmıştır. Bu işlem 25-30 Nisan 2016 tarihleri arasında eğitim sonrasında yine her gazeteden her gün 3 haber olmak üzere 6 gün boyunca toplam 144 haber verilen eğitim programı içeriğinde 6 gün arayla eğitim programlarının içeriğinin çıktılarını gözetilerek tekrarlanmıştır.

Tablo 4. Eğitim Çıktıları Veri Değerlendirme Tablosu

| Gazeteler | Haberde Sadelik, Açıklık Hata Oranı | | Haberde Zaman ve Yer Kullanımında Hata Oranı | | Haberde Unvan ve Adların Doğru Yazım Hata Oranı | | Haberde İmla Kurallarına Uyum Hata Oranı | | Haberde Meslek Etik İlkelerine Uyum Hata Oranı | |
|--------------------|--|----------------|---|----------------|--|----------------|---|----------------|---|----------------|
| | Eğitim öncesi | Eğitim sonrası | Eğitim öncesi | Eğitim sonrası | Eğitim öncesi | Eğitim sonrası | Eğitim öncesi | Eğitim sonrası | Eğitim öncesi | Eğitim sonrası |
| Flaş | 63% | 37% | 66% | 44% | 73% | 27% | 88% | 12% | 69% | 31% |
| Güzelhisar | 65% | 35% | 72% | 28% | 82% | 18% | 59% | 41% | 61% | 39% |
| Denge | 63% | 37% | 71% | 29% | 73% | 27% | 66% | 34% | 70% | 30% |
| Hedef | 77% | 23% | 62% | 38% | 65% | 35% | 59% | 41% | 72% | 28% |
| Mücadele | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Yeni Kıroba | 62% | 38% | 70% | 30% | 82% | 18% | 80% | 20% | 79% | 21% |
| Ses | 75% | 25% | 68% | 32% | 73% | 27% | 81% | 19% | 66% | 34% |
| Bakış | 62% | 38% | 79% | 21% | 63% | 37% | 76% | 24% | 74% | 26% |
| Ortalama | 71% | 42% | 74% | 40% | 76% | 36% | 76% | 36% | 74% | 39% |

Not: 1- Mücadele Gazetesi eğitim programına davet edilmiş ve değerlendirmeye alınmıştır ancak bu yayın organından eğitime katılım olmamıştır.

Not: 2- Tüm hesaplamalarda kusuratlara tama ilave edilmiştir.

Tablo 4'de görüleceği üzere gibi "Haberde Sadelik, Açıklık Hata Oranı" eğitimlerden önce taranan tüm gazetelerde ortalama %71 iken, bu oran eğitim sonrasında %59 oranında azalarak %42'ye düşmüştür. Diğer 4 başlıkta da buna yakın oranlarda düşüş gözlenmiş olup, bu sonuç bize eğitimin amacına uygun olarak sonuçlandığını gösterir.

4. Sonuç

Aydın yerel basın çalışanlarına yönelik olarak yapılan “Gazeteci Eğitim Çalıştayı –Haber Toplama/Yazma Teknikleri” başlıklı kısmına, fiilen görev yapan gazetecilerin büyük bir bölümü ve yöneticileri katılmışlardır. Eğitime katılanların büyük bir bölümü lisans eğitime sahip çalışanlardan oluşmuştur.

Eğitim Programı ile Aydın ve İlçelerinde görev yapan yerel basın çalışanlarının kendi alanlarında olması gereken ve ideal mesleki beceri ve etik değerlere sahip olmalarının yanı sıra İlimizde yaşayanların daha kaliteli ve doyurucu haberlere kavuşmaları hedeflenmiştir.

Bu amaçla düzenlenen eğitim programı; sektörel açıdan insan kaynağının en verimli bir şekilde kullanımını sağlarken diğer yandan da yöre insanına habercilik alanında sunulacak kaliteli ve doyurucu hizmet açısından da sosyal fayda sağlayacaktır. Ayrıca İlimizdeki bu eğitim programı sayesinde sektörde kendisini daha iyi yerlerde görmek isteyen meslek çalışanlarına ulusal ve/veya uluslararası basın sektörüne geçebilme şansını da öngörmüştür.

Bu çalıştayda; halen İletişim Fakültesi öğrencilerini mesleğe hazırlamaya yönelik olarak verilen ders programı ve materyallerinin yanı sıra katılımcılara sektörün özüne uygun olarak hazırlanan program ve materyaller ile destekleyici sunumlarda bulunulmuştur.

Ayrıca çalıştay öncesinde yerel basın kuruluşlarını alanlarında temsilen katılan kursiyerlerimize “ihtiyaç tespit ölçme/belirleme formu” düzenlettirilmiş, verilecek ders ve sunumlar bu sonuca göre uyumlu hale getirilmiş, program sonrası kendilerine “fayda ve öneri/talep analiz formu” doldurtularak gelinen seviye ile sağlanan maksimum fayda analizi yapılmıştır.

Bu proje; Aydın İli Yerel Basın Çalışanları ve gazete sahipleri açısından insan kaynağının ve mevcut imkanların en verimli bir şekilde kullanımını sağlarken diğer yandan da yöre insanına habercilik alanında sunulacak kaliteli ve doyurucu hizmet açısından da sosyal fayda sağlaması amaçlanmıştır. Ayrıca sektörde yakalanacak olan bu başarı ivmesi aynı zamanda diğer illerdeki yerel basın kuruluşları ve çalışanları için bir rehber olma niteliği kazanırken aynı zamanda da İletişim Fakültesi mezunlarının yerel sektörde istihdamında ve mesleki alan becerisi kazanmalarında daha kalifiye bir usta-çırak ilişkisi içinde olmalarının önü açılmış olacaktır..

5. Kaynakça

Bozkurt, H. (2006). “2002 Genel Seçimlerinde Edirne Yerel Gazetelerinin Siyasal İletişimdeki Rolü”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006,

Dedeoğlu, G. (2014). *Demokrasi Basın ve Haber Etiği*, Sentez Yayıncılık, İstanbul, S.87

Girgin, A. (2009). *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*, İnkılap Kitabevi, İstanbul, s. 116

Seçkin, G. (1997). Medya: Ekonomik ve Politik Elit İktidar Grubu, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, İstanbul, s.357-394,

T.C. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı İstatistikleri 2013, Ankara, Hizmete Özel Yayını

Yaşın, C. (2009). Türkiye’de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Bahar 2009, sayı 28, Ankara, s. 116

Yazıcı, T., (2015). *1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset*, Türkiye’de Tüketim Kültürü, Kimlik Arayışı ve Basın: Hürriyet Gazetesi Örneği, Doç. Dr. Volkan Ekin, Volga Yayıncılık, Kocaeli.

Yılmaz, N. (2009). Yerel Basının Etik Sorunları, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, İstanbul, sayı 36, s. 137

(<http://www.yerelbasinbirligi.com/adom/?p=40>, Erişim Tarihi: 20.06.2016)