

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİMDALI



ELAZIĞ'DA YEREL MEDYA VE SORUNLARININ YEREL
MEDYA ÇALIŞANLARININ GÖRÜŞLERİNE GÖRE
İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr Derya ÇETİN

HAZIRLAYAN

Kayahan TOPAL

Elazığ, 2015

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİMDALI

ELAZIĞ'DA YEREL MEDYA VE SORUNLARININ YEREL MEDYA
ÇALIŞANLARININ GÖRÜŞLERİNE GÖRE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr. Derya ÇETİN

HAZIRLAYAN

Kayahan TOPAL

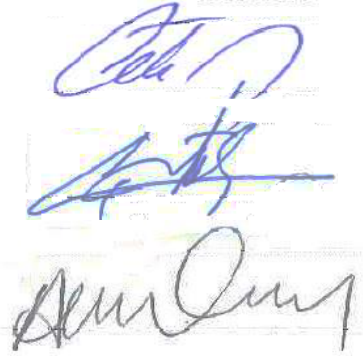
Jürimiz, tarihinde yapılan Tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. **Derya ÇETİN**

2. Yrd. Doç. Dr. Hakan Çakır Kocak

3. **Yrd. Doç. Dr. Adem DOĞAN**



F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Zahir KIZMAZ
Enstitü Müdürü

ÖZET**Yüksek lisans Tezi****Elazığ'da Yerel Medya ve Sorunlarının Yerel Medya Çalışanlarının Görüşlerine
Göre İncelenmesi****Kayahan TOPAL****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****ELAZIĞ – 2014, Sayfa: XII+78**

Yasama, yürütme ve yargıdan sonra gelen ve dördüncü büyük kuvvet olduğu ifade edilen medya başlığında, yerel medya alt başlığı da son derece önem arz etmektedir. İnsanların özellikle yaşadıkları bölge ve kendilerinden haberdar olmak için ilgi gösterdikleri medya kurumu, uzun yıllardan bu yana yerel medya olmuş ve olmaya da devam etmiştir.

Mamuratül-Aziz Gazetesi ile başlayan Elazığ yerel medyasına, odaklanan bu yüksek lisans tezinde çalışanların bakış açısından genel bir bakış ve yerel medya çalışanları, meslekleriyle ilgili düşünceleri ve sorunları ele alınmıştır. Araştırma kapsamında Elazığ da yayın hayatını sürdüren dört yerel televizyon, yedi yerel gazete bir yerel dergi ve bir yerel radyo çalışanlarına yönelik bir anket yapılmış bu anketin verilerinden hareketle, yerel medyanın sorunları araştırılmıştır. Soru formlarının cevaplanmasının ardından elde edilen veriler SPSS istatistik analiz programına bire bir aktarılmış ve frekans analizleri yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen veriler tablo olarak word programına aktarılmıştır.

Bu araştırmada yerel medya çalışanlarının bakış açılarından Elazığ'da ki yerel medyanın son durumu ele alınmış ve sorunları tespit edilmiştir.

III

Araştırmaya katılanların %74'ü erkek, % 43,3'ü 26-35 yaşları arasında, % 60'ı bekâr ve % 39,5'i lise mezunudur. Yine araştırmaya katılanların aylık gelir durumlarına bakıldığında % 28,1'inin 501-1000 TL arasında aylık geliri olduğu görülmektedir. Yerel medya çalışanlarının aldıkları maaştan memnuniyet durumuna bakıldığında %80'inin aldıkları maaş miktarından memnun olmadıkları belirlenmiştir.

Yerel medya çalışanlarının günlük ortalama çalışma saatlerine bakıldığında % 50,6'sının 9-12 saat çalıştıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların izlediği ulusal kanal durumlarına bakıldığında % 19,1'inin Kanal D'yi izlediği görülmektedir. Yine araştırmaya katılanların izledikleri yerel kanallara bakıldığında %30,6'sının Kanal 23'ü izlediği görülmektedir.

Yerel medya çalışanlarına göre yerel medyanın en büyük sorunu % 22,8'lik oranla kalifiye eleman eksikliği olduğu belirlenmiştir. Yine yerel medya çalışanlarının sorunlarına ilişkin görüşlere bakıldığında % 35,5'lik oranla düşük maaşlar olduğu belirlenmiştir. Yine halk yerel medya çalışanlarına olumlu bir bakış açısı sergilemektedir (% 38,2). Araştırmaya katılanların % 43,1'i 0-5 yıl arası yerel medyada çalıştıkları ve % 71,9'unun işlerini sevdikleri belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yerel Medya, Televizyon, Gazete, Radyo ve Elazığ

ABSTRACT

Master's Thesis

**Problems in the local media and the opinions of Elazığ Investigation of Local
Media Professionals**

Kayahan TOPAL

The University of Fırat

The Institute Of Social Science

The Department Of Communication Sciences

The sub-title local media included by the title media regarded as the fourt the biggest force following legislative, exucutive and jugging forces is also very significant. The media institution that people pay attention to be aware of themselves and specially their region have been local media and will be local media in the future.

Within the seminar, Local media of Elazığ which started with newspaper “Mamuratü'l Aziz” overviewed generally from the point of views its employees and Employee’s thought about their professions and their problems were dealt with too.

With the scope of the research, a questionnaire has been applied to the employees of for local TVs, 7 local newspapers, 1 local magazine and 1 local radio all of which continue their broadcasting. The problems of local media have been searched according to the results of this questionnaire. After getting answers to the questionnaires, the data was transfered to the SBSS

Statistics Analysis Programme and their frequency analysis were calculated. The data gotten from analysis regulated and transfered word programme as tables.

Within this research final status and problems of local media in Elazığ have been dealt with from the pespctives of employees of local media.

74% of those surveyed were male, 43.3% between 26-35 years of age , unmarried and 60% high school graduates is 39.5 %. Still referring to the monthly income of those surveyed shows that 28.1 % of the monthly income of between £ 501-

1000. Given the state of the salaries that they receive satisfaction of local media workers it was determined to be satisfied with the amount they receive 80% of salary.

When the working hours per day of local media workers were determined to work 50.6 % of 9-12 hours. When the national channel status is seen that of those surveyed , followed by 19.1% of the D channel monitor. However, when we look at the local channels they watch the participants in the survey shows that 30.6 % of watch Channel 23.

The biggest problem , according to local media, the local media was determined to be a lack of qualified workers than 22,8'lik %. Still referring to the opinion on the issue of local media workers were determined to be 35.5 % lower than salaries. Again, people exhibit a positive outlook on the local media workers (38.2 %). 43.1 % of those surveyed in the local media they work 0-5 years and 71.9 % were determined that they love their jobs.

Key Words: Local Media, Television, Newspaper, Radio ve Elazığ

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖZET	II
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	X
ÖNSÖZ	XII
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE YEREL MEDYANIN GELİŞİMİ	3
1.1. Yerel Medyanın Görevi	5
1.2. Yerel Medyanın Gelir Kaynakları	7
1.2.1. İlan Gelirleri.....	7
1.2.2. Reklam Gelirleri	7
1.2.3. Abone Gelirleri	8
1.3. Türkiye’de Yerel Medyanın Gelişimi.....	8
1.3.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem	8
1.3.2. Cumhuriyetten Çok Partili Hayata.....	14
1.3.2.1. Basın	14
1.3.2.2. Radyo	16
1.3.3. Çok Partili Hayattan Tekelciliğin Sona Erdiği Yıllara	17
1.3.3.1. Basın	17
1.3.3.2. Radyo	20
1.3.3.3. Televizyon	21
1.3.4. Tekelin Kalktığı Yıllardan Günümüze	22
1.3.4.1. Basın	22
1.3.4.2. Radyolar.....	23
1.3.4.3. Yerel Televizyonlar	26

II. BÖLÜM

ELAZIĞ'DA YEREL MEDYANIN GELİŞİMİ	28
2.1. Basın Yayın İlan Kurumunun Elazığ'da Açılması	29
2.2. Elazığ'da Yerel Gazeteler	31
2.2.1. Turan Gazetesi	32
2.2.2. Uluova Gazetesi	32
2.2.3. Nurhak Gazetesi	32
2.2.4. Fırat Gazetesi	32
2.2.5. Yeni Çağ Gazetesi	33
2.2.6. Birlik Haber Gazetesi	33
2.2.7. Günışığı Gazetesi	33
2.2.8. Ayışığı Gazetesi	33
2.2.9. Yeni Ufuk Gazetesi	34
2.2.10. Güne Bakış Gazetesi	34
2.2.11. Hâkimiyet Gazetesi	34
2.2.12. Haberkent Gazetesi	34
2.3. Yerel Gazetelerin Dağıtımı	34
2.4. Yerel Gazetelerin Tirajları	35
2.5. Elazığ Yerel Televizyonları	35
2.5.1. Kanal 23	36
2.5.2. Kanal e	36
2.5.3. Fırat TV	36
2.5.4. Kanal 9-Kanal Fırat	37
2.5.5. Süper Show TV	37
2.5.6. EL-TV	37
2.6. Elazığ'da Yerel Radyolar	37
2.6.1. Fm 23	38
2.6.2. Radyo Kulüp	38
2.6.3. Radyo Hazar	39
2.6.4. Ezgi Radyo	39
2.6.5. Radyo 2000	39
2.6.6. Hit Fm	39

2.6.7. Yağmur Fm	39
2.6.8. Radyo E.....	40
2.6.9. Ert Fm	40
2.6.10. Radyo Fırat	40
2.6.11. Mavi Radyo.....	40
2.6.12. Radyo Elazığ.....	40
2.6.13. Kent FM	41
2.6.14. Elazığ Sanat Okulu Radyosu	41

III. BÖLÜM

ELAZIĞ'DA YAYIN YAPAN YEREL MEDYA ÇALIŞANLARINA YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI.....42

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	42
3.2. Yöntem.....	42
3.3. Evren ve Örneklem	42
3.4. Verilerin Toplanması ve Analizi.....	43
3.5. Araştırmanın Problemi.....	43
3.6. Araştırmanın Varsayımları	43
3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	43

4. BULGULAR.....44

4.1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular ..	44
4.2. Araştırmaya Katılanların Yerel Medyayla İlgili Görüşlerine İlişkin Bulgular	48
4.3. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyanın En Büyük Sorununa İlişkin Bulgular	60
4.4. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntılarına İlişkin Bulgular	61
4.5. Aylık Gelir Değişkenine Göre Başka Bir Sektörde Çalışma Düşüncesine İlişkin Bulgular	62
4.6. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyada Çalışma Nedenlerine İlişkin Bulgular	63
4.7. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Editoryal Bağımsızlık Oranlarına İlişkin Bulgular	64

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	66
5.1. Sonuç	66
5.2. Öneriler	71
KAYNAKLAR	72
ÖZGEÇMİŞ	76
EKLER	77
Ek-1: Tez Orijinallik Raporu	77
Ek-2: Yerel Medya Çalışanları Anketi	78



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Araştırmaya Katılanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı.....	44
Tablo 2.	Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Durumuna Göre Dağılımı.....	44
Tablo 3.	Araştırmaya Katılanların Medeni Durumuna Göre Dağılımları.....	45
Tablo 4.	Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları.....	45
Tablo 5.	Araştırmaya Katılanların Aylık Hane Gelir Durumlarına Göre Dağılımları.....	46
Tablo 6.	Araştırmaya Katılanların Maaş Miktarlarından Memnuniyetine Göre Dağılımı.....	47
Tablo 7.	Araştırmaya Katılanların Çalışma Sürelerine Göre Dağılımları	47
Tablo 8.	Araştırmaya Katılanların İzlediği Ulusal Kanal Durumlarına Göre Dağılımları.....	48
Tablo 9.	Araştırmaya Katılanların Televizyon Program Türlerini İzleme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	49
Tablo 10.	Katılımcıların İzledikleri Yerel Kanallara Göre Dağılımı.....	51
Tablo 11.	Araştırmaya Katılanlara Göre Yerel Medyanın Sorunlarının Dağılımı	51
Tablo 12.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Sorunlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	52
Tablo 13.	Vatandaşın Yerel Medya Çalışanlarına Bakış Açısına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	53
Tablo 14.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya’da Çalışma Sürelerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	54
Tablo 15.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya da Çalışma Memnuniyetlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	55
Tablo 16.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya da Çalışma Nedenlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	55

Tablo 17.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Eğitimlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	56
Tablo 18.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Yeni Bir Mesleki Eğitim Alma İhtiyaçlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	56
Tablo 19.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Yeni Bir Mesleki Eğitim Alma İhtiyaçlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	57
Tablo 20.	Araştırmaya Katılanların Yerel Medyanın Görevini Yerine Getirip Getirmediğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	57
Tablo 21.	Araştırmaya Katılanların Haber Yaparken Bağımsız Olup Olmadıklarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	58
Tablo 22.	Araştırmaya Katılanların Haber Yaparken Kimler Tarafından Engellendiğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı.....	58
Tablo 23.	Araştırmaya Katılanların Başka Bir Sektörde Çalışma Cevaplarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	59
Tablo 24.	Araştırmaya Katılanların Göre Okuyucu ve İzleyicinin Yerel Medya'ya Güvenip Güvenmediğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı	59
Tablo 25.	Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyanın En Büyük Sorununa İlişkin Görüşler	60
Tablo 26.	Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntılarına İlişkin Görüşler.....	61
Tablo 27.	Araştırmaya Katılanların Aylık Gelir Değişkenine Göre Başka Bir Sektörde Çalışma Düşüncesine İlişkin Görüşler	62
Tablo 28.	Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyada Çalışma Nedenlerine İlişkin Görüşler	63
Tablo 29.	Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumları Değişkenine Göre Editoryal Bağımsızlık Oranlarına İlişkin Görüşler.....	64

ÖNSÖZ

Türkiye'nin birçok şehrinde olduğu gibi Elazığ'da da büyük zorluklar içerisinde fedakârca görev yapan yerel medya çalışanları önemli bir misyonu üstlenmiş durumdadırlar. Bu önemli görevi üstlenenlerden birisi de şahsımdır. Uzun zamandan beri yerel medyanın içerisinde olduğum için meslektaşlarımın sıkıntılarını yakından bilen biri olarak, hazırlamış olduğum bu yüksek lisans tezimde de onların bakış açılarından yaşadıkları sıkıntıları bir kez daha dile getirip, bu sorunları bir kez daha gündeme taşıma gereği duydum.

Umuyorum ki geçmişİ çok uzun yıllara dayanan Elazığ yerel medyasının, özveriyle görev yapan basın mensuplarının bu sorunları en kısa zamanda asgari düzeye iner ve yerel medya çalışanları daha rahat ve sorunların az olduğu bir ortamda çok daha verimli bir çalışma ortamına kavuşurlar.

Ayrıca bu yüksek lisans tezimin hazırlanmasın da derin hoş görü ve sabrını hiçbir zaman benden esirgemeyen ve seminerimin her aşamasında destekçim olan danışman hocam Yar. Doç. Dr. Sayın Derya Çetin'e, yine bana yol gösterici olan değerli hocam Doç. Dr Sayın Vedat Çakır'a ve kıymetli hocam Yar. Doç. Dr Âdem Doğan'a, eşim Çilem Eda Topal ile oğlum Uras Talha Topal'a şükranlarımı sunar ve kendilerine teşekkürü bir borç bilirim.

GİRİŞ

Türkiye’de yıllardır birçok olumsuzluklarla mücadele ederek yayın hayatını sürdürmeye çalışan yerel medya, işlevleriyle demokrasinin gelişmesine katkı sağlayan önemli kuruluşlardır. Yerel medya, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmeleri yöre halkına aktaran, yöre toplumunun ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir. Doğal olarak yerel medya demokrasinin temeli, halkın sesi ve bilgi kaynağıdır (Gezgin, 2007:177). Ülkemizde, kültürün yerleşmesinde ve yaygınlaştırılmasında, sağlıklı işleyişinde medya önemli bir görev üstlenmiştir. Farklı fikir ve düşüncelerin, “öteki” kültürlerin birer ifadesi olan yerel medya, toplumsal barışın, huzurun ve kalkınmanın yerleşip kökleşmesinde, çok partili parlamenter rejimin ve katılımcı demokrasinin tabana yayılmasında, önemli ve vazgeçilemez bir yapı taşıdır (Girgin, 2001:173).

Yerel medyanın; demokrasi ve çokseslilik adına yönetimleri denetleme şansı vardır. Bu özelliği; var olduğu yerde yaşanan sorunların içerisinde olması ve birebir denetleme şansı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda; devlet ve millet arasına köprü kurarak, yörenin sesi olma özelliğini taşımaktadır. Demokrasinin daha sağlıklı işlemesi için farklı seslerin bulunması gerekir. Bu yönüyle yerel medya, farklı görüş ve düşüncelerin ifade edilmesi suretiyle demokrasinin olmazsa olmaz şartlarından biri haline gelmiştir. Ancak; geçmişten günümüze birçok işlevi yerine getiren yerel medyanın; mesleki, ekonomik ve hukuksal olmak üzere çok önemli sorunları mevcuttur. Bu yüzden, yaygın medya karşısında geride kalarak, işlevlerini yerine getirirken sıkıntılarla karşı karşıya kalmaktadır.

Bu araştırmada Elazığ yerel medyasında görev yapan kişilerin sorunlarının, kendi bakış açılarından tespiti ve bunların çözümlenmesine katkı sunulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda yerel medya çalışanlarına bir dizi anketler uygulanmıştır. Geçmiş çok uzun yıllara dayanan Elazığ yerel medyasında görev yapan kişilerin sorunlarının hiç de az olmadığını tespitinin yapıldığı çalışmada, yerel medya çalışanlarının özellikle düşük maaşlar ve uzun çalışma süreleri ile editoryal anlamda bağımsız olmamalarını belirtmeleri, üzerinde önemle durulması gereken konu başlıkları arasında yerini almıştır.

Birkaç yıl öncesine kadar sektörde iletişim mezunu yok denecek kadar az sayıda olmasına rağmen, bu sayının şuan da önemli oranda arttığı görülmektedir. Bu sevindirici bir gelişme olarak görünse de, şuan da sektörde çalışan iletişim fakültesi mezunu ve iletişim ön lisans ile iletişim lisesi mezunlarının bulunmasına karşın, yerel medya çalışanlarına göre Elazığ yerel medyasının öncelikli sorunu kalifiye elaman yetişmemesi olarak gösterilmiştir. Bu konuda eğitim verilen kurumlar ve medya sahiplerinin bir araya gelip sorunu teşhis ve tedavi etmeleri gelecek adına faydalı olacaktır.

Yine genel açıdan bakıldığı zaman Elazığ'da faaliyetlerini sürdüren televizyon, radyo ve gazetelerin birçok eksiği olduğu görülmüştür. Örneğin yerel gazetelerin çoğunluğunun daha birkaç yıl öncesine kadar bir internet sitesinin bulunmaması ve bunun bir masraf olarak düşünülmesi son derece yanlış bir düşüncedir. Renkli gazeteler 2015 yılının ilk aylarından itibaren okurlarıyla buluşmaya başlarken, 85 yıldan bu yana okurlarıyla buluşan Turan Gazetesi ile 62 yıldır yayın hayatını aralıksız sürdüren Uluova Gazeteleri başta olmak üzere diğer gazetelerin de hala renkli olarak çıkmaması, bunun yanı sıra gazetelerimizin sadece Elazığ merkezde olmaları Elazığ'ın ilçelerine ve bölgeye açılmamaları da bir eksiklik olarak tespit edilmiştir. Yine sayıları her geçen gün artan internet haber sitelerinin de güncel olmaması ve haberlerin birçoğunun bülten ya da ajans haberi olması ayrı bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır.

Yine Elazığ'da yayınlarını devam ettiren yerel radyoların yanı sıra Elazığlı dinleyicilere çeşitli popüler ulusal radyo kanalları dinleme imkânının sunulmamış olması da Elazığ'da bulunan Gazeteciler Cemiyetlerinin bir eksikliği olarak karşımıza çıkmıştır.

I. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YEREL MEDYANIN GELİŞİMİ

Yerel Basının tanımına bakacak olursak, “Dağıtımı bütün ülke genelinde yapılmayan, ancak basıldığı yerde dağıtılan ve bu nedenden dolayı yayınlandığı bölgeyle ilgili haberlere geniş yer veren basın” şeklinde ifade edilmektedir (Basın Sözlüğü, 1998:129).

Yerel ve basın kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan yerel basın tanımını Yüksel ve Gürçan (2001:5), “Ülke geneli yerine daha dar dağıtımla bir ya da birkaç il/ilçedeki okura ulasan, belirli il ya da bölgeye ilişkin haberlerin yoğunlukta bulunduğu basılı periyodik yayınların bütünü” şeklinde açıklamıştır.

Yukarıdaki tanımdan da anlaşılacağı üzere yerel basın ülke sınırları içerisinde belirli bir alanda ya da belirli bir ilde yayın hayatını sürdüren medya kuruluşu konumunda bulunmaktadır. Yani esas olan dağıtımın ya da yayının yapıldığı yerdir. Örnekle açıklamak gerekirse Elazığ'daki bir yerel televizyon kanalı ya da yerel bir gazete haber bölümleri içerisinde çok önemli olmaması durumu haricinde Hatay'ın Erzin ilçesinde belediye tarafından suların iki gün kesileceği yönündeki bir uyarıyı okurlarına ya da izleyicilerine aktarma gereği duymamaktadır. Zaten bu tür bir habere okuyucu ya da izleyici de pek fazla ilgi göstermemektedir. Bundan dolayı yerel basında yer alan haberlerin dağıtım yapıları ya da izleyiciye ulaşılan bir alanla sınırlı olması, hem okuyucu ve izleyici hem de yayın yapan kuruluş tarafından daha faydalı olmaktadır. Yine yerel basın tarafından sadece bu bölgeyle ilgili gelişmelerin ve haberlerinde verilmesi doğru değildir. Yerel gündemden haberdar olmak isteyen okuyucu ya da izleyicinin bu vesileyle ülke ve dünya gündemindeki önemli gelişmelerden bilgi sahibi olması da son derece yararlıdır. Yine örnekle açıklamak gerekirse Elazığ'daki bir kişinin siyasi ve ekonomik gelişmelerle afet ve benzeri durumlardan yerel basın sayesinde haberdar olması anlamlı olacaktır.

Peki, bu kadar çok sık duyduğumuz ve yaşadığımız bölgede bizlerin sesi olan, yıllardan bu yana var olan ve var olma savaşını uzun yıllardır başarıyla sürdüren yerel basın, nasıl ortaya çıkmıştır. Bu konuda görüş belirten Caner Arabacı ise:

“Vilayet matbaaları, yerel basının dogmasında en önemli etkenlerdendir. Bu matbaalar öncelikle valilik yönetiminin ihtiyaç duyduğu basılı evrakı çoğaltacaklardı. Kuruluşu, işleyişi genellikle resmi olan bu matbaalar, hükümetin vilayet merkezlerine birer tas baskı veya tipo makineleri kurdurmasıyla faaliyete geçmişlerdi. Vilayet matbaaları vilayet yıllıkları, takvimler gibi yörenin kültür hayatını canlandıran birçok ürünü bastılar. Bunlardan biri de, devlet merkezindeki Takvim-i Vekayi tipinde resmi vilayet gazeteleridir. Bu gazeteler, özel gazeteler çıkıncaya kadar Takvim-i Vekayi’nin oynadığı rolü oynamışlardır. Yerel-özel gazeteler çıkıp çoğalınca, resmi gazeteler önce yazıdan ve şiirden uzaklaşır, sonra da birer birer basın hayatından çekilirler. Çünkü yöneticiler, işlevlerinin bittiğine inanmışlardır. Vilayet matbaaları Yerel gazete ve basımcılığın gelişmesinde; görerek etkilenen bir topluma örnek teşkil etmişlerdir. Kısa süre sonra yerel özel gazeteler birer ikişer çoğalacak, ikinci Meşrutiyetin ardından resmi vilayet gazetelerini çok geride bırakacaktır” (Arabacı, 2002:2)

Peki, son derece önemli bir görev üstlenen yerel basının ülkemizdeki geçmişi nasıldır? Bu konuda bir araştırma yapan Akçakoca çalışmasında Türkiye de yerel basının tarihçesini şu şekilde aktarmıştır; Türkiye’de bulunan 81 il ve bağlı ilçelerinin tamamına yakınında yerel gazete bulunmaktadır. Yerel gazetelerin tarihine kısaca göz atılırsa, yerel gazetelerin kökeninin Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar gittiği görülmektedir. Konrad Adenauer Vakfı’nın Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile birlikte 1999 yılında gerçekleştirmiş olduğu 2. Yerel Gazetecilik Semineri’nde sunduğu bildiride Mehmet Faraç, Osmanlı döneminde eyalet sisteminden vilayet sitemine geçilmesiyle birlikte yayımlanmaya başlayan ‘vilayet’ gazetelerinin, günümüz yerel basının ataları olduğunu söylemektedir. Faraç, “1894’te bir nizamnameyle vilayetler oluşturulurken kentlerde birer matbaa da kurulmuştur. Genellikle devletin kırtasiye gereksinimlerinin karşılandığı bu matbaalarda, daha sonra resmi nitelikli vilayet gazeteleri çıkarılmaya başlanmıştır. Bunun ilk örneği Tuna vilayetinde 1865’te Türkçe-Bulgarca olarak yayımlanmaya başlayan “Tuna gazetesidir. Uygulama giderek yayılmış ve 1897’den itibaren İstanbul dışındaki Osmanlı vilayetlerinde 29 gazete yayımlanmaya başlanmıştır. Bunlardan 22’si vilayet gazetesidir (Akçakoca, 2006:10).

Yerel basını inceleyen Edibe Sözen, yerel basının yerelin sorunlarını yansıtıp yansıtmadığı tartışması ile yerel basının “yerelliğini” irdelemiştir:

“Genel yapıya baktığınızda, tek bir yerel haber yok benim gördüğüm kadarıyla. Simdi çok rahat söyleyebiliriz, yerel medya yerel değil. Bunun iki sebebi var. Ulusal medya ne kadar ulusal? Ulusal medya da, zaten ulusal değil, o da ayrı bir konu. Ulusal, ulusal olmayınca, yerel medyanın da, yerel olmaması çok olağandışı bir hal değil. Ama bunun iki sebebini tartışabiliriz. Birincisi, yerel olmak horlanmıştır. Türk düşünce tarihinde, özellikle modernleşme tarihimizde. O yüzden, yerel unsurlar çok fazla ön plana çıkartılmak istenmemiştir yazılı kültür aracılığıyla. İkincisi, bu meslek, Türkiye’de maalesef yanlış yorumlanmakta, yanlış algılanmaktadır. Yerel medya demek, yerel

unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkartmak ve bu sorunlara ilişkin halkı bilgilendirmektir. Yani, bir kamuoyu oluşturmak ya da bilinçlendirmek.” (Sözen, 2004:15)

1.1. Yerel Medyanın Görevi

Medyanın görevleri genelde şöyle sıralanmaktadır: Anlamlı bir çerçevede içinde günün olaylarını doğru, tam ve mantıklı bir biçimde sunabilme; kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edildiği bir forum olabilme; toplum içindeki toplulukların kanaatlerini ve tavırlarını birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olma; siyasi, ekonomik, entelektüel güçlerden bağımsız olmak, toplumun amaçlarını ve değerlerini sunma ve açıklama yöntemi olma; yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımlarıyla toplumun bütün üyelerine erişebilmedir (Girgin, 2001:142). Bu bağlamda toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişimleri yöre halkına eksiksiz bir biçimde aktaran yerel medya, yöre toplumunun özelliklerini yansıtan bir ayna görevindedir. Çünkü yerel medya o yörede yaşayan insanların gerçek sesidir. Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde kamu hizmetlerinin sağlıklı ve doğru bir biçimde halka duyurulması; yöneteni halk adına denetlemesi, kamuoyu oluşturması yerel medyanın en birincil görevidir. Demokrasi kültürünün tam olarak yerleştirilmesi, genel haberlerin yanı sıra yaşanan dar bölgeye ilişkin haberlerin yayımlanması o bölgenin gelişimine katkıda bulunacak niteliktedir. Nitekim yaşadığı yerdeki olaylar ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi olan birey bu sorunlara karşı duyarlılık kazanır. Dolayısıyla bu duyarlılık sorunların çözümünde birlik, ortak amaç ve dayanışmayı doğurur (Gezgin, 2007:177-178).

Kitle iletişim araçlarının demokratik toplumlarda üstlenmesi gereken işlevler Unesco’nun Mc Bride Raporu’nda sekiz ana başlık altında sıralanmıştır.

İlki haber sağlama ve bilgi sağlama işlevleridir. Bunlardan habercilik işlevi, kitle iletişim araçlarının temel ve en bilinen işlevidir. Bu işlev bilgi aktarma işlevi olarak da değerlendirilebilir. Gazetelerin sayfalarında, radyoların ve televizyonların haber saatlerinde verdikleri bilgiler bu işlevin bir göstergesidir. Toplumsallaştırma işlevi ise, günümüzün heterojen yapıları toplumlarında bireylerin bir arada yaşamalarının sağlanabilmesi için toplumsal değerlerin yani kültürün, yayınlar aracılığı ile alıcılara iletilmesidir. Toplumsallaştırma işlevine bağlı olarak kitle iletişim araçları toplumun amaçlarını belirterek çeşitli değerleri canlı tutar, yüceltir ve isteklendirme işlevini gerçekleştirir. Bağımsızlık, özgürlük, insan hakları gibi değerler buna örnek verilebilir.

Tartışma-diyalog işlevi, kitle iletişim araçlarının gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde toplumun çıkarlarını, bu çıkarlar doğrultusunda hareket edilip edilmediğini gösterir. Diğer bir deyişle, kamuoyu oluşturma işlevi görür. Bu işlevi ile toplumda güçlü kişilere karşı eleştiri rolünü oynar. Eğitim işlevi, toplumsallaştırma işlevi ile bağlantılıdır. Topluma yeni üyeler kazandırma, bunları toplumun kültürel değerleri ile eğitme bu işlevi içerisindedir. Böylelikle okulların tek bilgi kaynağı olma özelliği de azalır. Bir toplum sanatsal ve kültürel yapıtlarını kitle iletişim araçları ile yaymak suretiyle bunları korur. Böylelikle de kültürel geliştirme işlevi yerine getirilir. Kitle iletişim araçlarının bir diğer işlevi ise eğlendirmedir. İnsanları, evlerine yorgun geldiklerinde rahatlatmak, dinlendirmek için çeşitli yayınlar sunarlar. Bunların içeriği televizyonda spor, eğlence, magazin programları olabileceği gibi radyolarda da şiir, yarışma vb. yayınlar olabilir. Kitle iletişim araçlarının bütünleştirme işlevi, toplumsallaştırma, eğitim, kültürel geliştirme işlevleriyle paralellik gösterir. Bu işlevi ile birey ve grupların birbirlerini tanımalarına, farklı kültürler arasındaki çatışmaları hafifletmeye yardımcı olur. Çağdaş ve demokratik toplumlarda, toplumsal dengelerin oluşması açısından medyanın yasama, yürütme ve yargı güçlerinden sonra tanımlanması bahsedilen işlevlerin en büyük ifadesidir (akt., Yüksel ve Gürçan, 2005:22-26).

Bir enformasyon kaynağı olarak medyanın modern toplumlardaki işlevi sadece haber vermekle sınırlı değildir. Haber verme, bilgilendirme, eğitme, kamuoyu oluşturma ve yönlendirme gibi görevleri bulunan basın, gerek siyasi gerekse kültürel açıdan çok önemli bir etki aracı konumundadır. Sadece bizim neleri tartışmamız gerektiğini değil; neleri nasıl tartışmamız, olaylara ve sorunlara hangi açılardan bakmamız gerektiğine de karar vermektedir. Medya birey veya kitlelerin siyasi tercihlerini etkilediği gibi belli konuda kanaat ve tutumların değişmesine de etki edebilmektedir.

Yerel medya, gerek içerik gerekse seslendikleri coğrafya ile sınırlanmış olma yönünden daha dar bir kitleye hitap etmekte ve kitlesi ulusal medyaya göre daha türdeş bir yapı göstermektedir. Bu bağlamda, toplum yaşamında, yerel medyanın çok önemli işlevleri vardır. Sözü edilen kitle iletişim araçları var oldukları kentlerin, ilçelerin insanlarıyla iç içedir, hatta onlardan bir parçadır. Yayın alanları ve stratejileriyle okur/izler/dinler kitleye sıcak, samimi, ilgi çekici gelmektedir (Kurşun, 2007:378).

Yerel medyanın bir başka özelliği demokrasi ve çokseslilik adına yönetimleri denetleme şansıdır. Söz konusu kitle iletişim araçlarının bu özelliği; konu, yaşanan bölge, şehrin, beldenin ilçenin orada yaşanan sorunların içerisinde olması ve birebir denetleme şansını olmasından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda bölgedeki sivil toplum örgütlerinin çalışmalarını, isteklerini, programlarını, karşı duruşlarını, yandaş oluşlarını dile getirebilmekte ve bulundukları coğrafya içerisinde kamuoyu yaratılmasının doğrudan aracısı olma özelliğindedir (Çakır, 2006:11). Demokrasinin kurumsallaşp kökleşmesi, yurttaşlık bilincinin artmasını, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesine çok önemli katkıları bulunan yerel medyanın beklide en önemli fonksiyonlarından birisi de medyada tekelleşmeyi engelleyebilmesidir. Yerel medyanın bir başka özelliği de; kültürel, yerel mirasın ve farklılıkların korunmasını sağlayabilecek bir işleve sahip olmasıdır (Çakır, 2006:14).

1.2. Yerel Medyanın Gelir Kaynakları

Yerel medyanın en önemli gelir kaynakları reklam, ilan ve gazeteler içinde ayrıca abone gelirlerinden oluşmaktadır. Bu yüzden yerel medya için ilan gelirleri ve reklamlar hayati önem taşımaktadır.

1.2.1. İlan Gelirleri

Devlet, Basın İlan Kurumu ve valilikler aracılığıyla, hem yerel hem de yaygın basının ayakta kalmasını sağlamak için, bazı resmi ilanları yayınlatarak gazetelere gelir sağlamaktadır. Çoğu gazetenin yaşamı resmi ilanlara bağlıdır. Günde 1000 gazete satma şartı ile günlük gazetelere verilen resmi ilanlar aynı zamanda gazete sayısını da arttırmasına neden olmaktadır. Ancak bu durumda ilan geliri pastasının alınan payın küçülmesi sağlanmış ve böylelikle yerel gazeteler ekonomik sıkıntılar içine girmiştir. Her ne kadar 1000 gazete satma şartı olsa da yerel gazetelerin çoğunun bu sayıya ulaşmadığı söylenebilir. Televizyonlar ise sponsor, tanıtım ve reklam gelirleriyle mücadelelerine devam etmektedirler.

1.2.2. Reklam Gelirleri

Yerel medyanın gelir kaynaklarından birisi de reklam gelirleridir. Resmi ilan alamayan medya kuruluşları için özel reklam gelirleri hayati önem taşımaktadır. Elazığ medyası yeterli olmasa da özel reklam ve ilan alabilmektedir. Bunda Elazığ sanayisinin

ve ticaretinin çok fazla olmasa da son yıllarda bir gelişim göstermesi önemli bir etkidir.

1.2.3. Abone Gelirleri

Yerel medya içerisinde yer alan gazete ve dergilerin gelirlerinde biride abone gelirleridir. Özellikle resmi kurum ve kuruluşların aboneliklerinin yanı sıra esnaf kesimi diye tabir edilen kitlede, yerel gazetelere destek olmak amacıyla abone olmaktadır. Örneğin Elazığ yerel medyası içerisinde yer alan Gün Işığı gazetesi günlük olarak 1200 dolayında basılmaktadır ve gazetenin 900'ün üzerinde abonesi bulunmaktadır. Bu sayı Elazığ ili için iyi bir rakam olmakla birlikte, okuyucunun da yerel medyaya ilgi gösterdiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilmektedir.

1.3. Türkiye’de Yerel Medyanın Gelişimi

1.3.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem

Osmanlı’da ilk gazete çıkaran kesim, yabancı devlet sefaretleri ve azınlıklar olmuştur. Amaçları, yabancı ülkelerin Osmanlı ile ticari ilişkilerini geliştirme gayreti ve her geçen gün zayıflamakta olan Osmanlı hükümeti üzerinde egemenlik kurma çalışmalarıydı. Bu sebeplerden dolayı Türkiye’de ilk gazeteyi 1795 yılında Fransızlar çıkarmışlardır. Gazetenin adı Bulletin de Nouvelles “haber bülteni”dir. Fransızca çıkarılan bu gazetenin amacı henüz yeni gerçekleşmiş olan Fransız devrimini ve yeniliklerini Osmanlı’da yaşayan Fransızlara anlatmak, bunun yanında Türklere de Avrupa’yı ilgilendiren çıkar konularını tanıtmaktır. Daha sonraki yıllarda Fransız büyükelçisi Bulletin de Nouvelles yerine, 1796’da iki yıl kadar yasayabilen La Gazette Française de Constantinople’yı çıkarttı. Ocak 1824’de ise İzmir’de Smyrneen adlı gazete yayımlanmaya başladı. Hem sayı hem de etkinlik açısından Osmanlı topraklarında Türkçe dışı basının en önemli kesimini oluşturan ve 1864 tarihine kadar yayımlanan bu Fransızca gazeteler dışında, yine bu tarihe kadar Rumca basın olarak 1831’de Filos Ton Neon, 1832’de Takvim-i Vekayi’nin Rumcası olan Otomanikos Minitor, 1838’de Amalthia, 1850’de Bizantis, Ermenice basın olarak 1831’de Lirokir, 1839’da İstemeran Bidani Kidelyalts, 1852’de Masis, 1863’de Jamanak, Bulgarca basın olarak 1842’de Ljuboslowije, 1848’de Çarigradski Vestnik, Arapça basın olarak 1798’de Arapça, Türkçe, Fransızca olarak üç dilde yayımlanan Le Courier d’Eqpte, 1828’de Arapça-Türkçe Vekay-i Mısriye ve Yahudi basını olarak 1846’da Sha Area

Mızrah, 1862’de Torak Zion çıkmıştır. Bunlar dışında Osmanlı devleti hudutları içinde Almanca, Arnavutça, Çerkezce, Farsça, Gürcüce, Hırvatça, Hintçe, İngilizce, İtalyanca, Kürtçe, Rumence, Rusça, Sırpça ve Urduca dillerinin içinde yer aldığı yirmiye aşkın dilde yayın yapan gazete yayımlanmıştır ki; Osmanlı gazeteciliği bir yerel gazetecilik tarihidir denildiğinde söz konusu gazetecilik olgusunu açıklamaya yetecek bir rakamdır (Çakır 1997, 35-38). Türk basın tarihi, matbaanın Türkiye’ye girişinden yaklaşık bir asır sonra yayımlanmaya başlayan Vekayi-i Mısriye (1828) ile başlatılır. Yarısi Türkçe yarısi Arapça olarak yayımlanan bu gazeteyi, 1830 yılının sonunda yarısi Türkçe yarısi Rumca Vekayi-i Giridiye isimli gazete takip eder. Bu iki gazete dışında, Osmanlı ülkesinde yayımlanan ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekayi’dir. 1 Kasım 1831 yılında Osmanlı Devleti’nin resmi yayın organı olarak yayın hayatına başlayan gazeteyi 1840 yılında Türkçe olarak yayımlanmaya başlayan yarı özel gazete Ceride-i Havadis takip eder (Çakır 1997:39). Özel girişim gazetelerinin ortaya çıkmasıyla devletin özel gazeteler üzerinde denetim kurma ihtiyacı ortaya çıkar. Osmanlı İmparatorluğu yerli ve yabancı hasmı kontrol etmek için genellikle padişah iradeleri yayımlamıştır. 1857 yıllarında izinsiz litograf matbaaları arttığı için bu alanda yasal düzenleme yapılarak 1908’e kadar yürürlükte kalacak olan Matbaalar Nizamnamesi yayımlanır. Takvim-i Vekayi, Ceride-i Havadis, Tercüman-ı Ahval ve Tasvir-i Efkâr varken 1852’de Fransa kralının çıkardığı kararname örnek alınarak 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi yürürlüğe girer. Bu yasa, ön sansürü kaldırır ayrıca basın mahkemeleri açar. Bu ilerici bir adım olarak nitelense de, Osmanlı yöneticileri, yabancı hükümdar ve elçiler halen dokunulmazdır ve gazete çıkarmak izne tabidir. 1862’den beri yayımlanmakta olan Tasvir-i Efkâr’ın muhalif tutumuna 1866’da Muhbir, Ayine-i Vatan ve Utarit gibi gazetelerin katılmasıyla 1867’de hükümete gazeteleri kovuşturma hakkı veren ve 1909’a kadar yürürlükte kalacak olan Ali Kararnamesi çıkar. Basın özgürlüğü tamamen kaybolur. Ancak bu kararname basının dinamizmini frenleyemez (Çığ, 2007:62-63).

Türkler tarafından çıkarılan ilk özel gazete; 21 Ekim 1860 tarihinde Agâh Efendi tarafından çıkarılmaya başlanan Tercüman-ı Ahval yayımlanmaya baslar. Resmi görüşün dışındaki konulara el atabilmesi, toplumun dertlerini dile getirmesi, zamanla okuyucu mektuplarına yer vermesi, ansiklopedik bilgiler dağıtmasıyla yoğun ilgi gören gazeteyi, 27 Haziran 1862’de Şinasi’nin çıkardığı bir fikir gazetesi olarak

değerlendirilen Tasvir-i Efkâr takip eder. Osmanlı yapısı içerisinde Türk unsurunun haklarını savunan gazete ilk kez kamuoyunun önemini vurgulamıştır (Çakır, 1997:39).

1868’de Türkçe-Rumca dilinde Edirne’de Edirne gazetesi, 1869’da Türkçe-Rumca dilinde Trabzon’da Trabzon gazetesi, Bursa’da 1869’da Türkçe-Ermenice yayımlanan Hüdavendigâr Gazetesi, 1869’da Konya’da Türkçe-Rumca Konya Gazetesi, 1872’de Türkçe dilinde Kastamonu’da Kastamonu Gazetesi, 1872’de Türkçe-Rumca dilinde Adana’da Seyhan Gazetesi, 1874’de Ankara’da Türkçe yayımlanan Ankara Gazetesi, 1874’de İzmir’de Türkçe yayımlanan Aydın Gazetesi, 1878’de Sivas’ta Türkçe yayımlanan Sivas vilayet gazeteleri günümüz anlamında bir yerel gazetecilikten öte devletin yeni yapılanmasının bir parçasıdır. Amaç, üst düzey yöneticilerin yeni düzenlemeleri öğrenmelerini sağlamaktır. Bu nedenle, Osmanlı’da yayımlanan vilayet gazeteleri bireyleri devlet karşısında desteklemekten çok; devleti güçlendirmeye yönelik otoriter anlayışın hakim olan bu nedenle de liberal paradigmanın sonuncusu olan dördüncü güç olma özelliğinden bile uzaktır. Gazetelerde padişahla ilgili haberlere öncelik verilirdi. Bunun yanı sıra kamu görevlilerinin atama yükselme ödüllendirilmeleri, yeni yasa yönetmelik düzenlemeleri, hükümet vilayet ve kamu kuruluşlarının çalışmaları, sağlık konuları, yerel okul sınavları ve ödül dağıtma törenleri, hacıların gidisi, ekmek fiyatları, şiddetli yağmur ve kar yağışları, doğal afetler, kolluk kuvvetlerinin başarıları, valilerin konuşmaları ve yazıları, savaşlar, yeni silahlar ve buluşlar, yabancı konsolosların gezileri vilayet gazetelerinde yer alan haberler arasındadır (Aydeniz, 2007:10-16).

1863’de Cerideyi Askeriye, 1864’de taşrada çıkan ilk resmi gazete olma özelliğine sahip Tuna gazetesi, 1865’de Takvim-i Ticaret gazeteleri yayımlanır. 1867’de Trabzon ve Erzurum’a birer resmi basımevi kurulur. Erzurum’da yayımlanan Envar-ı Şarkîye Anadolu’da yayımlanan ilk Türkçe gazete olma özelliğini taşır. Basının resmi kanalla da olsa geliştiği bu dönem ortalarında, muhalif bir aydın hareketi önem kazanır.

Çok varlıklı biri olan Mustafa Fazıl Pasa; Namık Kemal, Ziya Pasa, Ali Suavi gibi yönetim muhaliflerini maddi açıdan destekleyerek yurtdışına kaçmalarına yardım eder. Burada onlara gazeteler çıkartarak, Osmanlı yönetimi aleyhinde yayın yapmalarını sağlar. 1868’de Namık Kemal yönetiminde, Hürriyet yayın hayatına baslar. Böylelikle Osmanlı ülkesi dışında “Yeni Osmanlı Basını “ diye adlandırılan bir basın hayatı ortaya

çıkar. 1866-1876 dönemlerinde 1865’de Mümeyyiz, 1868’de Terakki, 1870’de Basiret, İbret, Asır, Memaliki Mahsura, Hayayikul Vekayi, Diyojen, 1873’de Hayal ve Hulasütül Efkâr, 1874’de Medeniyet, 1875’de İstikbal, Sadakat, Vakit gazeteleri yayımlanmıştır. 1876 yılına kadar İstanbul’da 13’ü Türkçe, 35’i diğer dillerde toplam 48 gazete yayımlanmıştır (Çığ, 2007:70-73).

Tanzimat yıllarında başlayan ve I. Meşrutiyetin etkisiyle gelişen basın, II. Abdülhamit’in saltanat yıllarında daha durağan bir döneme girer. Uygulamadaki yayın öncesi ve yayın sonrası sansürle karşı karşıya kalan basın da sayıca bir azalma görülür. 24 Temmuz 1908’de ordu Osmanlı yönetimine açık bir başkaldırı gerçekleştirdiğinde II. Meşrutiyet ilan edilir. Bu ortamda sansür memurları basını denetleyemez. Bu, basın tarihi açısından o kadar önemlidir ki cumhuriyetin ilanından sonra Gazeteciler Bayramı olarak kabul edilmiştir. II. Meşrutiyet’ten sonraki geçen altı yıllık zamanda Osmanlı topraklarında 1600 yayın başvurusu yapılmıştır. Aynı dönemde İstanbul’dan Anadolu’ya matbaalar taşınmış, hemen her kentte özel girişimcilere ait Türk basımevleri kurulmuştur (Duman, 2007:82-83). Ama ne yazık ki, hürriyet ortamı çok fazla devam etmez. Önce İstanbul’da yaşanan 31 Mart Hadise’si ve birbiri ardına çıkan savaşlar basını olumsuz etkiler. İstanbul basını ve yerel basında bu dönem boyunca oluşan kamplaşmaya ve azınlık gazetelerine gösterilen hoşgörü, savaşla birlikte yerini kontrol altındaki basına bırakmıştır. Sıkı denetim ve mürekkep, kâğıt gibi temel baskı malzemelerin fiyatlarının hızla yükselmesiyle küçük tirajlı çoğu gazete kapanmış, yayınıni sürdürebilenler ise sadece İttihat ve Terakki iktidarının açıklamalarına yer veren bir çizgide yayın hayatlarına devam etmişlerdir (Koloğlu, 1994:60).

Mondros Mütarekesi’nin ardından 1918’de İstanbul’un işgal edilmesiyle birlikte Mütareke ve Milli Mücadele Basın Dönemi başlamış olur. 1918-1923 yıllarını kapsayan bu dönemde, merkezi İstanbul’da bir Osmanlı hükümeti, bir de merkezi Ankara’da Türkiye Büyük Millet Meclisi hükümeti vardır. Osmanlı hükümeti işgal kuvvetleriyle işbirliği yapmakta, Ankara hükümeti ise ülkenin bağımsızlığı için Kurtuluş Savaşını yürütmekteydi. 1919-1923 yılları Anadolu Basını kendi içinde iki gruba ayırıyordu. İlk grup Mustafa Kemal’i izleyen Kemalist Basın, diğeri ise Mondros Mütarekesi’nin imzalanmasının ardından geleceği sorgulamaya çalışan ve özellikle İzmir’in işgali ile birlikte yöresel savunmaya yönelik yayınlarda bulunan yerel basındır. Milli Mücadele Basını gazetecileri sadece yazıları ile değil yazdıklarının, düşündüklerinin paralelinde

eyleme geçmişlerdir. İzmir’de yayınlanan sol içerikli Hukuk-u Beşer Gazetesi’nin başyazarı olan; Fransa’da Sorbonne Üniversitesi’nde okumuş olan Osman Nevres’in (Hasan Tahsin) düşmana İzmir’de ilk kursunu atan bir gazeteci olması, Milli Mücadele Basınının Kurtuluş Savaşı’nın fiilen başlamasından önceki dönemde; yayınlarını sürdüren ve “İzmir’in Türk olduğunu ve Türk kalacağını” söyleyen Anadolu ve Duygu gazetelerini çıkaran Haydar Rüştü gibi bazı gazeteciler de İzmir’in işgali ile Yunan kuvvetleri tarafından gazetelerini kapatmaya zorlandılar. Ancak; Ahenk, Köylü, Musavat Gazeteleri gibi bazı gazetelerde işgalin hemen ardından işgal kuvvetleri ile işbirliğine girmişlerdir. Anadolu’da Milli Mücadele’nin ilk gazetesi “İrade-i Milliye Gazetesi”dir. Erzurum Kongresi’nden sonra Sivas’a gelen Mustafa Kemal’in 4 Eylül 1919’da Sivas Kongresi’ni topladığı sırada, Kuvay-i Milliye sözcülüğünü yapmak ve kurtuluş hareketiyle ilgili düşüncelerini yaymak amacıyla 14 Eylül 1919’da yayınlanmaya başlamıştır. Mustafa Kemal’in Erzurum ve Sivas kongrelerinin yapıldığı sıralarda ülke içindeki olayları, ulusal bağımsızlık hareketini başlatanlara halkın duyduğu destek ve güveni, yurtiçinde ve yurtdışında kamuoyuna süratle iletmek amacıyla Sivas’ta İrade-i Milliye ve ardından da Hakimiyet-i Milliye gazetelerinin yayımlanmasını sağlamıştır. Vilayet matbaasındaki elle işletilen eski bir makinede basılan Hakimiyet-i Milliye gazetesi önce haftada iki gün sonraları ise günlük olarak yayımlanmıştır. Hakimiyet-i Milliye Gazetesi, Mustafa Kemal’in az bir sermaye ile kurduğu ilk başyazıyı kendisi yazıp, tüm yazıları gözden geçirmiştir. Ankara Hükümeti’nin ve Milli Mücadele ruhunun sözcüsü olarak görülebilecek gazetenin bu özelliğini, 14 Haziran 1920 tarihli sayısındaki “Yasamak İçin” başlıklı makalede de görebiliriz: “...ölüm kararı verilmiş, idam hükmü bize tebliğ edilmiştir.” O halde düşmanların bu kararlarına karşı bizim de bir şeye karar vermemiz lazım geliyor: Yasamak! Yasamak... Evet, ölmek için uğraşıyoruz ve onun için mücadele edeceğiz” Erzurum’da yayımlanmaya başlayan Albayrak, Envar-i Şarkiye Gazetesi, Antalya’da Anadolu Gazetesi, Kayseri’de Adana’ya Doğru Gazetesi, Edirne’de Ahali, Samsun’da Güneş, Ankara’da Mefkure, Balıkesir’de İzmir’e Doğru, Bolu’da Dertli Gazetesi, Trabzon’da İstiklal Gazetesi, Konya’da Öğüt Gazetesi, Kastamonu’da Açıkgöz Gazetesi, Adana’da Yeni Adana Gazetesi gibi Anadolu’nun dört bir yayınında çıkan gazeteler milli mücadeleyi destekleyici övgü dolu ifadelerle yer verir. Örneğin, Erzurum’da çıkarılan Albayrak Gazetesi logosunda Vilayet-i Şarkiye Ermenistan

olamaz sözüyle ulusal bütünlüğü destekleyici yazılar içerir. Bolu’da çıkarılan Dertli Gazetesinde yayımlanan yazı ve şiirlerde Kurtuluş Savaşı’nın başarıları övülür. Milli Mücadele’ye öncülük eden gazeteler içinde Ankara Hükümeti ile organik bağları olmayan bir gazete de “Öğüt Gazetesi” idi. 2 Ocak 1918’de Abdülgani Ahmet Bey tarafından Afyon’da kuruldu. Başlığının altında Amali Milliye’ye Hizmetkar, Menafii Vataniye’ye Hürmetkar ve Müstakil-ül Efkar Yevmi Türk Gazetesidir” cümlesi yer alıyordu. Buradan da anlaşılacağı üzere Ulusal Kurtuluş Hareketi’nden yana idi. İtilaf Devletleri, özellikle İngiltere aleyhine son derece etkili olabilecek yazılar yayımladı. Konya Öğüt gazetesinde su satırlar yer alır: *“düşman can evinize girerken dükkanında çalışan, bir daireye yerleşen, evlerine gizlenen ey vefasız çocuklar! Size hitap ediyoruz ve diyoruz ki; girdiğiniz deliklerden çıkın Azıklarınızı alın, erlik alanına ihak yoluna gidin. Yoksa daha fazla sabredemeyip gazetemizde sizleri teshir edeceğiz.”* Mustafa Kemal meclisteki bir konuşmasında “bütün gazetelere ne yolda idare-i kalem edeceklerine dair tarafımızdan talimat verilmiştir. Ve bütün matbuatımız bu dairede ifayı vazife etmektedir” diyerek Kurtuluş Savaşı’nı destekleyen basını yaratılarak güçlendirmeye çalışmıştır (Gündüz, 2007:91-95). Zira gazeteler, milli kuvvetlerin propaganda silahı halindedir, Bursa’da yayımlana Gündüz gazetesi de su ifadeler yer verir: *“Bursalılar silah basına! Kabadayılar, delikanlılar, söz yüzünden katil olanlar, bir kahve yüzünden kardeş kanına giren, mertlik davasından gezen yiğitler...! Ne duruyorsunuz İzmir’e.”* (Arabacı, 2003:14-15).

Milli mücadeleyi destekleyen gazeteler yanında yerel basın arasında muhalif yayınlar da bulunmaktaydı. Adana’da Ferda, Balıkesir’de İrşad, Kastamonu’da Ferda, İzmir’de Köylü, Sark, Musavat ve Islahat, Edirne’de Teemmin, Bandırma’da Adalet, Bursa’da Mücadele ve Bursa adlı milli mücadele karşıtı gazeteler yayımlanmıştır. Bu dönemin basın üzerindeki önemli etkilerinden biri de farklı dillerdeki gazetelerin 1922’den itibaren büyük oranda ortadan kalkmasıdır. Eylül 1922’de büyük taarruzun ardından zaferin kazanılmasıyla Kuvay-i Milliye karşıtı basın ile azınlık basını yayınlarına son vermiştir (Şeker, 2007:40-41).

Basın Türk ulusu için vatanın kutsal olduğu düşmana asla verilemeyeceği konusunda halkı bilinçlendirmek ve mücadeleye sürüklemek bakımından milli mücadeleyi destekler. Kitlemel mücadeledeki rolü, kamuoyu oluşturmadaki gücünün idrakine varan milli mücadele planlayıcıları para ve diğer bazı imkânlarla basına destek

verirler. Haber temininde ve malzemede gazetelere kolaylık sağlanır, ajanslar kurulur hatta gazeteciler bir süre askere alınmazlar. Bu destek Anadolu içlerinde basın gelişimi için son derece faydalı olur (Duman, 2007:85).

1.3.2. Cumhuriyetten Çok Partili Hayata

1.3.2.1. Basın

Cumhuriyetin ilanından DP'nin iktidara geldiği 1950 yılına kadar, ülkede sivil bürokratik sistem hakim olmuştur. Atatürk sonrası dönem olarak adlandırılabilen bölümde; Türkiye Cumhuriyeti'nde 11 Kasım 1938'de cumhurbaşkanı seçilip, 14 Kasım 1950'ye kadar süren on iki yıllık İsmet İnönü siyaseti egemen olmuştur. Bu dönemi ikiye böldüğümüzde; 1945'e dek süren İkinci Dünya Savaşı yılları birinci dönem, çok partili siyasal yasama geçişi sağlayan 1945-1950 yılları arası ikinci dönemdir.

Milli Mücadele döneminde işgal kuvvetlerine karşı direnen ve büyük oranda birlik içinde bulunan İstanbul basını ve yerel basın, cumhuriyetin ilanından sonra farklı yönelimlere girmiştir. Yeni rejimin yerleştirilmesi çabaları önce hilafeti destekleyen gazetelere ardından tek partili yönetime muhalif gazetelere sert tedbirlerin uygulanmasını sonucunu doğurmuştur. Bu tedbirlerin ilki hilafet yanlısı yayın yaptıkları gerekçesiyle Tanin, İkdâm ve Tevhid-i Efkâr gibi dönemin önemli gazetelerinin yazar ve sorumluları istiklal mahkemesinde yargılanmışlardır. Ankara Hükümeti siyasal sistemin adını koyarken karşılaştığı hilafet konusu üzerine kurulan mahkeme aynı zamanda gazetecilere bir gözdağı olmuştur (Ayhan ve Demirsoy, 2009:131). Basınla yönetimin ilişkilerini yoluna koymak için bizzat Mustafa Kemal ile gazete başyazarları arasında 1924'de İzmir'de bir toplantı düzenlenmiştir. Ancak, ertesi yıl çıkan Şeyh Said isyanı sırasında basının tutumu, Muhalif Teraki Perver Cemiyeti'nin bazı gazetelerce desteklenmesi gibi nedenler ve basını kontrol altında tutmak amacıyla Takrir-i Sükûn Kanun'un çıkarılmasına neden olmuştur. Bu dönemde basın; İstiklal mahkemesi, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve doğuda Şeyh Said İsyanları ile ciddi yaralar alır. Nitekim kanunun çıkışını takip eden günlerde İstanbul'da yayımlanan muhalif, İslamcı ya da sosyalist eğilimli gazete ve dergiler kapatılmıştır. Kapatılan gazetelerin yazar ve sorumluları Elâzığ istiklal mahkemesinde yargılanmıştır. Kimisi beraat ederken, hapis ve sürgün cezası hükmüyle yargılananlar da olmuştur (Şeker, 2007:41-42).

Anadolu Basınını etkileyen bir başka gelişme ise 1928 Harf Devrimidir. Özellikle bu durum, yerel basını ulusal basına göre daha fazla etkilemiştir. Arap Alfabetesi yerine Latin Alfabesinin kabulü basında sıkıntılar yaratmıştır. Okuyucu ve diğer desteklerle yaşam savaşı veren basın, teknik ve okuyucunun hazır olmaması gibi nedenlerle yok olma sürecine girmiştir. Sadece devletin desteğinden çıkan ve yeterli sermaye birikimine sahip kişilerin gazeteleri ayakta kalabilmiştir. 1930'lu yılların basında Serbest Fırkanın kurulması etkin bir muhalefet aracı olarak Anadolu'da basının tekrar yaygınlık kazanmasına neden olmuş, ancak bu durumda çok uzun sürmemiştir. 1930'lu yılların ortalarında, Avrupa'da yayılmakta olan faşizmden etkilenen tek parti yöneticileri, basın üzerindeki baskılarını ve basını kontrol altına alma çabalarını yoğunlaştırmışlardır. Basın organları arasında iktidar ile muhalifler arasında hakarete varan tartışmaların çıkması, partinin kapatılması ve Menemen olayı basının üzerine tekrar gidilmesine neden olmuştur. Bu ortamda hazırlanan 70 maddelik Matbuat Kanun'u tasarısı 1931 yılında kabul edilmiştir. Matbuat Kanunu, basının çalışmalarıyla ilgili sınırlamaları içermektedir (Girgin, 2001:122-124).

Bulundukları yörede gazete çıkarmak isteyenlere en yüksek mülki amire beyanname verme zorunluluğu getiren 1931'de çıkarılan Matbuat Kanunu ile bütün muhalefet susturulmuştur. Birliğin kurulmasındaki temel amaç, basını devlet tarafından denetim altına almaktır. Matbuat kanunundan sonra 1935'lere geldiğimizde Ankara'da ilk kez bir basın kongresi düzenlenmiş, bu kongrede basının amaçları anlatılmaya çalışılmış ve bir basın birliği kurmak amaçlanmıştır. Birinci Basın Kongresi (1935) olarak adlandırılan bu kongre, bir yıl sonra tekrar toplanmayı kararlaştırmıştır; fakat 1975 yılına kadar toplanamamıştır. Tek partili dönemde, daha sonraları Ceza Kanunu'nda değişiklik (1938) yapılmış ve 1940-1947 yılları arasında da sıkıyönetim dönemi yaşanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ı başlayınca, 22 Kasım 1940'ta bazı illerde geçerli olmak üzere, bir ay süreli sıkıyönetim ilan edilmiştir. Üçer aylık dönemler için uzatılarak, 1947 Kasım ayına kadar süren sıkıyönetim de basına yeni sınırlamalar getirmiştir. Bu dönemde gazeteler hem hükümet, hem de sıkıyönetim kararlarıyla kapatılmıştır. 1941'de Türkiye'de toplam tiraj 20 binin üstündedir. Ayrıca 227 dergi yayım hayatındadır. 1946'da ise günlük tirajları 100 bine yaklaşan 202 gazete ile 302 dergi yayınlanmaktadır. Bu arada o yıllarda, yerel gazetecilik açısından önemli bir gelişme de, Ulus Gazetesi'nin, "Karagöz" ekiyle köylü vatandaşlara ulaşma girişimidir.

Karagöz’de haberler basite indirgenmiş, Türkiye ve dünyadaki önemli gelişmeler, ünlü gölge oyunu tiplerleri Karagöz ve Hacivat’ın ağzıyla “Hedef Kitle”, “Çarıklı Erkâna” aktarılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla daha sonra “Muhtar Dayı” ve “Saban” adlı gazetelerde çıkarılmıştır. Bu tür yayınlardaki amacın, Köy Enstitüleri fikrinin yaygınlaştırılması olduğu açıklanmıştır. Ancak, bu girişimlerden beklenen sonuç alınamamıştır (Girgin, 2001:127).

Kurtuluş Savaşından sonra, susan İstanbul basını yine ön plana geçmiş, yerel basın ise bir duraklama dönemine girmiştir. Bu duraklama 1946 yılına, çok partili döneme geçişe dek sürmüştür.

1.3.2.2. Radyo

Türkiye’de radyo yayınlarının başlaması dünya ülkelerinin pek gerisinde kalmamıştır. Teknik olarak ilk düzenli radyo yayınları Amerika Birleşik Devletleri’nde 1920’de, Türkiye’de ise 7 yıl gecikmeli olarak 1927 yılında başlamıştır. Devlet girişimlerinden önce Türkiye’de sesin nakledilmesi konusunda 1923’de denemeler yapılmaya başlanmıştır. 19 Mart 1923 tarihinde öğretmen okulunun kimya öğretmeni Rüştü Uzel nezaretinde birkaç öğrenci bu konuda denemeler yapmış, öğretmen okulundan yapılan konuşmalar İstanbul Üniversitesi’nden dinlenmiş ve o gün Tevhid-i Efkâr gazetesinden duyurulmuştur. 8 Eylül 1926’da Türkiye’de ilk radyo istasyonlarının kurulmasına karar veren hükümet, radyoların işletilmesini ve yayın hakkını Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi (TAŞ) adı altında Fransızlarla ortak olarak kurulan şirkete, o dönemlerde BBC’inin çalışma yöntemine benzer bir yöntemle on yıllığına vermiştir. Yayın yapma imtiyazını alan TAŞ; PTT’den 5-7 KW gücünde iki verici kiralamış ve bunları yayın yapacak hale getirmek için donanım eklemiştir. TAŞ, ayrıca biri Ankara’da diğeri İstanbul’da olmak üzere iki radyo stüdyosu kurmuştur. Böylelikle 1927 yılında İstanbul, Ankara’da 5 KW’lık vericilerle ilk radyolar yayın hayatına başlamıştır. TAŞ ve hükümet arasındaki anlaşmaya göre hükümet her türlü yönetim ve yayın işlerinde genel bir denetim hakkına sahipti. Durum böyle olunca gerek teknik, gerekse içerik ve mali yönden sıkıntılarla geçen bu on yıllık dönemin ardından TAŞ sözleşmesini yenilememiş ve 1936 yılında PTT kendisi yüklenmiştir. Radyo yayıncılığında 1927-1936 arası dönemi Türkiye’de özel teşebbüsün elinde bir radyo

yayıncılığı olmuştur. Bu dönemden sonra özel teşebbüs dönemi son bulmuş ve devlet tekelinde yayıncılık dönemi başlamıştır (Altunbaş, 2003:25-28).

Bu sistem için gerekli tekeli ise 9 Haziran 1937 tarih ve 3222 sayılı Telsiz Kanun'u getirmekteydi. PTT, İçişleri Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı gibi otoritelerin elinde içeriksel olarak gelişemeyen radyo, özellikle II. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla daha sıkı bir denetim altına alındı. Ankara'da 1938 yılı sonunda uzun dalga vericisinin hizmete girmesiyle önemli bir atılım yapılır. Ne yazık ki, doğu ve batı Anadolu ile ülkenin kuzey ve güneyinin uç kesimlerine yayın ulaşmıyordu. Ankara vericisinin dinleme alanı daralmış oluyordu. İstanbul Radyo'su, 1938 sonlarında devre dışı kaldığından artık İstanbul ve çevresi de yayınları alamamaya başladı. 1939 yılında farklı bir yapılanmaya gidilerek Başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü kurularak radyonun yönetimi bu kuruma devredilmiştir. 1940'da yürürlüğe giren 3837 sayılı Matbuat Umum Müdürlüğü yasasıyla kurum, tüm basın yayın ve turizm faaliyetlerinden sorumlu olmakla birlikte radyonun örgütsel yapılanmasından program düzenlemesine kadar sorumlu oluyordu. Bu dönemler II. Dünya Savaşı'nın iyiden iyiye kızıştığı dönemlerdi. Bütün dünya radyoları savaşa ilgili haberleri yayımlayıp dinleyicilere gerek kendi tutumlarıyla ilgili gerekse diğer ülkelerin tutumlarıyla ilgili bilgileri duyuruyor, çeşitli konularda bilgiler veriyordu. 1943 tarihinde 4475 sayılı kanunla Matbuat Umum Müdürlüğü üç yıl aradan sonra Basın Yayın Umum Müdürlüğü adıyla yeniden yapılandı. Radyo yönetimi bu yeni örgüt bünyesi içerisinde kurulan radyo dairesiyle, radyo heyetine verildi. 1946 yılında çok partili siyasal yaşamın başlatılması, genel olarak basın-yayın alanında özel olarak da radyo alanında birtakım değişikliklere zorunlu kılmıştır (Çakır, 2005:27-33).

1.3.3. Çok Partili Hayattan Tekelciliğin Sona Erdiği Yıllara

1.3.3.1. Basın

1945 Aralık ayında Cumhuriyet halk partisinden istifa eden Celal Bayar'ın 1946 Ocak ayında Demokrat Parti'yi (DP) kurmasıyla çok partili hayata geçilmiştir. Yapılan ilk seçimi Cumhuriyet Halk Parti'si (CHP) kazansa da seçimlere hile katıldığı hakkındaki bilgilerin Demokrat Parti'ye ilginin artmasını ve basın üzerindeki baskıların yumuşatılmasını gündeme getirmiş; hükümete gazete kapama yetkisini veren kanun maddesi 1946 yılında kaldırılmıştır. Çok partili siyasal hayata geçilmesi ve siyasal

partilerin Anadolu’da örgütlenmesi basında kamplaşmalar ve gelişmeleri beraberinde getirir. İstanbul ve Ankara’da yeni gazeteler çıkmış ve var olanlarda basına büyük özgürlükler vaat eden DP’yi desteklemişlerdir. Yeni gazetelerin en önemlileri Hürriyet, Milliyet, Vatan, Aksam, Yeni Sabah, Tanin, Tasvir, Zafer’dir. Cumhuriyet gazetesi bile DP’yi desteklerken CHP’nin yayın organı konumundaki Ulus tirajını kaybetmiştir. Diyebiliriz ki; DP ile birlikte Anadolu’da yerel gazetecilik furası başlamıştır. 1946 yılında 202 gazete ve 302 dergi yayınlanıp ve günlük tirajları yüz bine yaklaşmıştır. Aynen II. Meşrutiyet’in basında olduğu gibi birçok gazete yayımlanmıştır. Çok partili dönemin başladığı DP’li gazetelerin yoğunlukta olduğu yerel basın iktidar tarafından da desteklenmiştir (Şeker, 2007:46).

Ancak, bu süreç iktidarın bazı gazetelerce eleştirilmesiyle başlayan gerginliğin tırmanması sonucu 1954’de sona ermiştir. DP döneminde bir taraftan gazetelere destek verilirken, bir taraftan da gazetecilere çeşitli cezalar verilmiştir. Hükümet 1960’a kadar yürürlükte kalacak olan yeni bir kanun çıkararak namus, şeref ve haysiyete tecavüz edilmesi veya hakarete bulunulması veya itibar kırarak veya şöhret veya servete zarar verebilecek bir hususun isnat edilmesi durumunda ağır para cezaları getiren ve bu suçları şikâyet olmadan savcılarının soruşturmasını emreden düzenlemeler getirerek, basın özgürlüğünü son derece kısıtlamıştır. 1955’te çıkan 6-7 Eylül olaylarının ardından sıkıyönetim ilan edilmiş olması da beraberinde basının haber verme özgürlüğünü kısıtlayıcı çok önemli yasaklar getirmiştir. 1957 yılında kâğıt ithalatının sadece devlet eliyle yapılacağına ilişkin kararı ve 1958’de resmi ilan ve reklamların devlet eliyle dağıtılacağı hususundaki uygulama basına yasal baskıların yanında ekonomik baskıların da getirildiğini göstermektedir. Bu gelişmelerin ardından 1960 yılına yaklaştıkça iktidarla basın arasındaki gerginlik artmış ve DP döneminde 2 bin 324 basın mensubu hakkında tahkikat yapıldığı gibi 8 yüz on sekiz gazetecide çeşitli cezalar almıştır. Basın-iktidar ilişkilerinin son derece gerginleştiği bu dönemde, 1960 askeri müdahalesi yapılmıştır. Milli Birlik Komitesi, Basın Kanunu ve diğer yasal düzenlemelerle uygulamaya sokulan basın özgürlüğünü kısıtlayıcı maddeleri yürürlükten kaldırarak Basın Ahlak Yasası’nı çıkartmış, yasayı yürütmekle görevli Basın Şeref Divanı’nı kurmuştur.

Milli Birlik Komitesi, 1961 yılında resmi ilan ve reklam dağıtımını yapmak üzere Basın İlan Kurumu’nu faaliyete sokarak besleme basının önüne geçmiş, yerel

basını canlandırmıştır. Gazetecilere çeşitli haklar sağlayan 212 Sayılı Yasa'nın çıkarılmasıyla da gazeteciliğin profesyonel bir meslek oluşu yolunda önemli bir adım atılmıştır. Anayasaya gazetelerin sansür edilemeyeceği, toplatılamayacağı, kapatılamayacağı, gazete çıkarmak için izin alınamayacağı, matbaalara ve basın araçlarına el konulamayacağı gibi önemli hükümler konulmuştur. 1960'lerden sonraki yıllarda yerel basını çok derinden etkileyecek olan gelişme, ulusal gazetelerin diğer illere taze gazete dağıtmak amacıyla yeni dağıtım organizasyonları oluşturması olmuştur. Ankara, Adana, İzmir gibi kentlerde baskı tesisleri kuran ulusal basında, bu yöntemi ilk uygulayan gazete Aksam Gazetesidir. Bunu Hürriyet, Milliyet ve Tercüman gazeteleri takip etmiştir. 1960-1970 yılları arasında ulusal basın çok büyük ilerlemeler kaydetmiş ve haber ağırlıklı gazeteler yüksek tirajlara ulaşmıştır. 1970 yılında ordu, artan öğrenci olaylarını, artan sosyal ve ekonomik bunalımları, grevleri, işyeri işgalleri gibi sorunları öne sürerek Cumhurbaşkanı'na bir muhtıra sunmuş ve hükümet istifa ederek yerine asker güdümündeki yeni yönetime bırakmıştır. Ardından 11 ilde sıkıyönetim ilan edilerek 1961 anayasası ile güvence altına alınan gazetelerin toplatılamayacağına ilişkin madde değiştirilmiştir (Şeker, 2007:50-52).

1977 seçimlerinin ardından Türkiye'de istikrar sağlayıcı bir hükümetin kurulamaması ülkemizi siyasi-ekonomik-toplumsal açıdan çöküş noktasına getirmiş ve ekonomik kriz siyasal iktidarsızlıkla eklemlenince gruplaşmalara, çatışmalara yol açmıştır. Terör de baş gösterince zaten bozuk olan ekonomi sürekli para basımı nedeniyle enflasyona ve mala kaçışa neden olmuştur. 1979 yılındaki ara ve senato seçimlerini Adalet Partisi'nin büyük bir farkla kazanması üzerine meclisteki en büyük parti olmasına rağmen Bülent Ecevit başkanlığındaki CHP istifa etmiştir. Bunun üzerine meclisteki diğer sağ partilerin desteğini alan AP azınlık hükümeti kurmuş ve Süleyman Demirel başkanlığındaki bu hükümete Turgut Özal devlet Planlama Teşkilatı Başkanı olmuştur. Yaşanan siyasal gelişmeler üzerine karar alan Demirel-Özal ikilisi 24 Ocak Kararları olarak geçen bir istikrar programını uygulamaya sokmuştur. 24 Ocak Kararlarının ardından Türkiye'de, liberal politikaların bir sonucu olarak büyük sermayenin egemenliğinde mülkiyet yoğunlaşmalarının yaşandığı bir süreç başlamıştır (Işık, 2002:143-148).

Tüm yurttaki sıkıyönetim ilan edildikten sonra Demokrat, Aydınlık, Her gün gibi ideolojik gazeteler ile Gazeteciler Sendikası Ankara şubesi kapatıldı. Diğer gazetelerden

Milli Gazete ve Cumhuriyet dört kez, Tercüman, Hürriyet ve Günaydın iki kez, Güneş, Milliyet ve Tan bir kez kapatılır (Şeker, 2007:56).

12 Eylül döneminde gazetecilerin neyi yazıp neyi yazmayacakları sıkıyönetim komutanlarınca belirleniyordu. Gazeteciler durum böyle olunca askeri yönetimi rahatsız etmeyecek uyumlu ve düşük profilli çizgi izleme yoluna gitmişlerdir. Bu dönemde gazetecilerin düşünce ve ifade özgürlüğü sınırlanırken; yapılan toplu sözleşme ve grev yasalarındaki değişiklikler ile gazeteciler iyiden iyiye güçsüzleştirilir. 7 Kasım 1982’de kabul edilen 1982 Anayasası’nın 28, 29, 30. maddeleri basın özgürlüğünü düzenlemektedir. 28. madde basının hür olduğunu ve sansür edilemeyeceğini vurguladıktan sonra basımevi kurmak için izin alma ve mali teminat yatırma şartı aranmayacağını hükme bağlayarak, liberal kuramın ana ilkelerinde olan serbestlik şartını güvence altına almıştır. Ayrıca, 82 Anayasası’nın 133. maddesi ile radyo ve televizyon yayıncılığı alanında öngörülen devlet tekeli, 1993 yılında çıkarılan bir kanunla kaldırılarak, 1990 yılında fiilen yayın hayatına başlayan ticari radyo ve televizyonların yasal bir zemine oturtulması sağlanmıştır (Işık, 2002:160).

1.3.3.2. Radyo

1943 tarihli ve 4475 sayılı kanunla Matbuat Genel Müdürlüğü, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü adını almış ve radyo dairesi, radyo fen heyeti bünyesine dahil edilmişti. 1949 yılında çıkartılan 5392 sayılı “Basın yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu” ile siyasi partilere TBMM için yapılacak genel seçimde, programlarını açıklamak üzere, seçimlere on beş gün kala başlayan ve iki gün kala sona eren 15’er dakikalık devlet radyosunda toplam dört konuşma hakkı veriliyordu. 1949’da genel seçimler için muhalefet partilerin radyoyu kullanabilmelerine ilişkin bir yasal değişikliğe gidilmiş, bu olanak 1950’deki seçim kanunuyla genişletilmiş, muhalefetin temsil hakkı iyileştirilmiştir. 1950’lerde Türkiye’deki radyo yayıncılığındaki en önemli olgu, muhalefet partilerinin seçimler için bile radyoyu kullanmasının yasaklandığı 1954’lerden sonra artan ve 1957’lerden itibaren şiddetlenerek süren radyonun partizan tutumudur. 1949 yılına kadar çok dar bir alanda dinlenen İstanbul radyosu 150 kilowattlık gücüyle hizmete girdi. 1950’de 150 kilowattlık bir başka verici Ankara’da hizmete açıldı. 1959’da Ankara radyosunun 120 kilowattlık vericisi iki katına çıkartıldı. 1961’de 2’er kilowattlık gücünde İstanbul, İzmir’de; 1962’de Ankara, Adana, Antalya,

Gaziantep; 1963’de Kars’ta ve 1964’de Van’da il radyo istasyonları kuruldu. İl radyolarının kurulma gerekçesi olarak İstanbul ve Ankara yayınlarının yurdun her tarafında iyi dinlenemediği ve merkezlere uzak yerlerde insanların yabancı radyoların etkisi altında kaldıkları öne sürülmüştür. Ancak, küçük il radyolarının yayına başladığı sıralarda dünyada radyoculuk çok gelişmiş ve komsu ülkelerde güçlü vericiler işletmeye açılmıştı. Dolayısıyla il radyoları seslerini hizmete açıldıkları illerin ancak merkezlerine duyurabilmiş, o illerin dolaylarındaki ilçe ve köylere ulaştıramamıştır. Ulusal radyoculuk politikası açısından bakıldığında 1960’a kadar radyoculuğun verimsiz, çoğu tutarsız işlerin yer aldığı bir dönem olarak anılmaktadır (Çakır, 2005:33-35). 1961 Anayasa’sı sonrası politik özgürleşme iletişim alanına da yansımış, düşünce özgürlüğünün sınırları genişletilerek, politik katılımı artıran gönüllü kuruluşların sayısı da artmıştır. Ancak ne var ki; rekabetçi bir politik tutum oluşturulmaya çalışılırken radyoda devlet tekeli kaldırılmamıştır. 1 Mayıs 1964’de yürürlüğe giren 359 sayılı yasa ile kamu hizmeti yayıncılığı esas çerçevesinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu kurulmuştur. Yasa ile TRT özerk, tarafsız ve tekel olarak nitelendirilmiştir. 12 Mart muhtırasının ardından TRT’nin özerkliği kaldırılmış, bu tarihten itibaren TRT daima iktidar partilerince kendi çıkarları doğrultusunda kullanılmıştır (Işık, 2002:148-149). Hem anayasa hem de 359 sayılı yasa yayın tekelinin TRT’de olduğunu belirmesine karşılık yasanın geçici maddelerinde Polis Radyosu, Meteorolojinin Sesi Radyosu ve Mamak Muharebe Okulu radyolarının yayınına izin verilmiştir. 12 Mart 1971 muhtırasından sonra 29 Şubat 1972 tarih ve 1568 sayılı yasa ile TRT’nin özerkliği kaldırılmış ve kurumun sadece tarafsız bir kurum olduğu ifade edilmiştir. 1980 ihtilalinde sonra da TRT’nin yapısı ve kanunu değiştirilmiştir. 1983 yılında 2954 sayılı yeni TRT yasası çıkarılmıştır ve bu kanun uyarınca TRT’nin üstünde Radyo Televizyon Yüksek Kurulu kurulmuştur (Altunbaş, 2003:32-33).

1.3.3.3. Televizyon

Televizyon 1960’lı yıllarda dünyada altın çağını yaşarken, Türkiye’de görüntüye dayanan elektronik haberleşmenin yapılıp yapılmaması tartışmaları sürdürülmekteydi. Radyo yayınları bile henüz ülkenin tamamına yapılamıyordu ve radyoya göre çok daha masraflı olan televizyon yayınına hükümet sıcak bakmıyordu. Nihayet TRT’nin kurum olarak dış ülkelerle kurduğu ilişkiler sonucu 1966-67 yıllarında Alman Hükümetince yapılan yardımlarla Ankara’da 5 KW’lık bir vericiyle televizyon yayınlarına başlandı.

TRT dışında 1960'dan önceki yıllarda İstanbul Teknik Üniversitesi Televizyon'u Türkiye'de ilk televizyon yayınlarını gerçekleştirmiştir. 1952-1953 akademik yılında İTÜ televizyonu cuma günleri saat 17:00-18:00 saatleri arasında düzenli yayına geçmişti. Ancak; televizyon yayınlarını izleyebilmek için İTÜ'nün Gümüşsuyu'ndaki binasına gelmek gerekiyordu; çünkü o zamanlarda kimsede alıcı yoktu. İTÜ'nün yayınlarını dikkate almaz isek, Türkiye'de ilk televizyon yayınlarının 31 Ocak 1968'de gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Ankara Televizyonu'nun, Mithat Pasa Caddesi'nde bir apartmanın alt katındaki stüdyodan deneme niteliğinde yapılan bu yayınlar, haftada üç gün ve üç saat olarak planlanmıştı. Ankara televizyonu 1970 yılı Ocak ayından itibaren yayınlarını haftada dört güne çıkarttı (Aziz, 1999:17-19). Türk-Alman ekonomik işbirliği anlaşmasıyla 1971 yılında Almanya tarafından İstanbul Televizyonu kurulması çalışmalarına başlandı. 1974 yılına gelindiğinde, yayınlar haftada beş günden yedi güne çıkmıştı. Ülke yüzölçümünün yüzde 28'ine yayınlar ulaştırılıyordu. 1980 yılında TRT'de ikinci kanal denemeleri başladı. 1982 yılında ise, günde yarım saatlik renkli yayın denemelerine yer verildi. 1986 yılında TRT'nin TV-2 kanalı yayınları başladı. 26 Mart 1985'de başlayan ikinci program yayınlarından İstanbul Televizyon'u sorumlu oldu. 1987 yılının başlarında da Hint okyanusu üzerinde faaliyet gösteren İntelsat V uydusundan üç televizyon programı taşımaya elverişli bir aktarıcı satın alındı. Bu sayede TV 1, TV 2 programlarının yurdun en ücra ve dağlık kesimlerine 180 cm. çapında bir çanak antenin yardımı ile ulaştırılması mümkün olmuştur. 2 Ekim 1989 yılında TV 3 ve GAP televizyonu, Türkiye'nin doğu ve güneydoğusundan yayın yapmaya başlamıştır. 28 Şubat 1990'da TV 5 diğer adıyla TRT-INT, Avrupa yayınlarına geçmiştir. 30 Temmuz 1990'da eğitim kanalı TV 4 deneme yayınları yapmaya başlamıştır. 1994 yılına geldiğimizde ise, TRT'nin 5 kanaldan yayınıni sürdürdüğünü görmekteyiz (Arapoğlu, 1994:20-21).

1.3.4. Tekelin Kalktığı Yıllardan Günümüze

1.3.4.1. Basın

1980'lere kadar basın işletmeleri çoğunlukla salt gazetecilik gelirleriyle kendisini çevirirken, 1980'lerden itibaren basın işletmeleri holding çatısı altında çok sayıda sektörde faaliyet gösteren sermaye guruplarının parçası haline geldi. Türkiye'de medyaya sektör dışında ilk sermaye girişi Aydın Doğan'ın 1980 yılında Milliyet'i satın

almasıyla başladı. Aydın Doğan'ın ardından Libya'da inşaatçılık yapan Hisarbank'ın sahiplerinden Kozanoğlu-Çavuşoğlu gurubu 1982 yılında Güneş Gazetesi'ni çıkararak sektöre girdi. 1990'lı yıllarda Asil Nadir, Günaydın'ı satın alarak medyaya el attı ve sonra Güneş Gazetesi ve Gelişim Yayınları'nın sahibi oldu. İzmir bölgesinde daha çok yerel gazetecilik yapan Bilgin ailesi de, 1985 yılında İstanbul'a gelerek Sabah'ı çıkarmaya başladı. 1993 yılında Aydın Doğan'ın, Hürriyet'i de almasıyla tekelleşme yoğunlaşmaya başladı. 1990'lar ve sonrası medyada çapraz tekelleşmenin yaygınlaştığı, Doğan Grubu, Bilgin grubu, Çukurova grubu gibi gurupların gazete, dergi, ajans, radyo, televizyon gibi farklı medya işletmelerinin yanı sıra medya dışı sektörlerde de ticari işletmelere sahip oldukları dönem oldu (Erdoğan, 2007:43). Doksanlı yıllarda basın sektöründe tekelleşme hâkim olmaya başlamış ve gazeteci patronun yerine işadamı patron kimliğine geçmiştir. Ulusal basın; Bab-ı Ali'den İkitelliye, medya plazalara taşınmıştır.

Gazete sayısına ilişkin farklı kaynakların verileri, 1980 sonrası dönemde yıllara göre küçük farklılıklar göstermekte; 600 ile 800 arasında gazete yayımlandığını göstermektedir. 80'li yılların ortalarından itibaren yerel gazetelerin sayısındaki artış liberal ekonominin doğurduğu yerel sermaye gücüne bağlanmaktadır. Özellikle belli gelişmişlik düzeyine sahip illerde Adana, Bursa, İzmit, Eskişehir, Antalya, Gaziantep, Malatya, Tekirdağ'da endüstri-sanayi ve ticaretin yarattığı yerel ilan ve reklam potansiyeli ofset teknoloji kullanan yeni gazetelerin oluşumunu sağlamıştır (Şeker, 2007:62-63). Türkiye'de yerel basın sayısına ilişkin son veri, Basın İlan Kurumu yönetim kurulu 2005 yılı faaliyet raporunda yer almaktadır. Buna göre, kurum şubesi bulunan 8 ilde, 108 il merkezinde, 32'si Büyükşehir sınırları içinde olmak üzere 145 gazete bulunmaktadır. Diğer illerde yayımlanan gazetelerin sayısı ise, 2004 yılı sonu itibarıyla 519'u günlük olmak üzere toplam 875 olarak belirlenmiştir. Bunların 422'si illerde, 453'ü ilçelerde yayınlanmaktadır.

1.3.4.2. Radyolar

Radyo ve televizyon maliyetlerinin, basında olduğu gibi, içeriğe ve yayın yöntemlerine bağlı olarak değişmesinin yanı sıra, bazı özellikleri de vardır. Basının tersine, medyanın alındığı alanda bulunmaları ve bu alma isini sağlayan bir alıcıya sahip

olmaları koşuluyla, sonsuz sayıdaki tüketici tarafından tüketilmeye elverişli birer kamu malıdır (Desmoulins, 1995:54).

1980’li yıllarda yerel yönetimler, yasal düzenlemelerin olanak tanımamasına rağmen İstanbul Radyo-Televizyon Danışma Komitesi kurmuş ve yerel yönetimlerin radyo ve televizyon yayıncılığı yapması gerekliliğine dikkat çekmişlerdir. Bunun içinde, devlet tekelinin kaldırılması savunulmuştur. 1989 yılında yapılan Belediye seçimlerinden sonra, büyük kentlerde radyo kurma hazırlıklarına girişilmiştir. Büyük kentlerden başka; İzmit ve Bodrum belediye radyoları da uzun süre yayın yapan radyolar arasında yerlerini almayı başarmışlardır. Belediyelerin kurduğu yerel radyolar; vatandaşa belediyenin çalışmalarını duyurmak, halkla iletişim kurmak, temizlik-yol-su haberlerini vermek, çevrenin korunması, trafik, gençlik, gürültüyle savaş, işsizlik gibi konularda girişilecek kampanyalarla vatandaşın desteğini sağlamak amacıyla yayın yapmaktaydılar. Genç Radyo, Kent FM, Power Fm, Energy Fm, İstanbul FM, Number One FM, Radyo Tek, Süper FM, Best FM, Metropol FM, Show Radyo ilk radyo yayına başlayan özel radyolardır. Türkiye’de TRT döneminde, TRT’nin radyo istasyon şebekesi tekel konumundayken 13 Nisan 1994’de 3984 sayılı Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un yürürlüğe girmesinden önce ve sonra sayıları artan radyo istasyonları reklam mecrası olarak radyo tercihinde artışa yol açmıştır ve bu dönemden sonra radyo ve radyo reklamcılığı önem kazanmıştır. Bu dönemin bu kadar önemli olmasının sebebi de; 1927 yılında başlayan radyo yayıncılığı Türkiye’de devlet elinde çoğunlukla yasal düzenlemeler yapılarak geçilmiş ve özel radyoculuğun başlamasıyla Amerika’da 1930’larda yaşananlar yaşanmaya başlamıştır. Yeni kanun öncesinde sayıları bilinmeyen ancak 700 civarında tahmin edilen radyolar kanuna aykırı olarak yayın yaparken farklı formatlarda reklâmlarda yayınlamışlardır. TRT’nin reklâm gelirlerinde yüzde 30’luk bir düşüşte bunun açık göstergesidir. 3984 sayılı yasal düzenlemeyle yayıncılık rahatlamış ve kargaşa son bulmuştur. Kanunla kurulan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, radyo yayıncılarına reklâmla ilgili hükümler koyarak düzenleme yapmıştır. Kanuna göre, her yayın kuruluşu RTÜK’e aldığı reklâmlardan pay vermek zorunluluğundadır. Bu pay yayın kuruluşlarının ilk 3 yılı için yüzde 4, sonraki yıllar için yüzde 5’tir. 3984 sayılı Kanunun dördüncü bölümünün 19. Maddesi reklamları, 20. maddesi reklamların biçim ve sunuluşunu, madde 21 reklamların

yerleştirilmesini, 22. madde belirli ürünlerin reklamlarını, 23. madde program desteklenmesini düzenlemektedir (Altunbaş, 2003:48-52).

1990'lı yıllara gelindiğinde TRT'nin elinde bulunan radyo istasyonlarından başka; kamu kuruluşlarının yönetimindeki radyo istasyonları da yayınlarını sürdürmekteydi. Kuruluş maliyetinin televizyona göre düşük olması 1992 yılından başlayarak radyo sayısını arttırmıştır. Radyo alanında yaşanan bu durum bir süre sonra devlet tarafından engellenmek istenmiştir. Nisan 1993'de Ulaştırma Bakanlığı'nın yurt içinden yayın yapan radyo ve televizyonları kapatma kararına, ülke genelinde tepkiler gösterilmiştir. İç İşleri Bakanlığı, valiliklere gönderdiği genelgede özel radyo ve televizyonların 2813 Telsiz Yasa'sı, 2954 sayılı Radyo Televizyon Yasa'sı ve 3517 sayılı Radyo ve Televizyon İstasyonları'nın, PTT Genel Müdürlüğü Tarafından Kurulması ve İşletilmesi Hakkındaki Yasa gereğince kapatılmalarını istemiştir. Yurt genelinde 500'den fazla radyo istasyonunun kapatılması kararı toplum tarafından siyah kurdele takılarak protesto edilmiştir (Çakır, 2005:43-44).

Su an Türkiye'de özel radyo yayıncılığının başlamasıyla birlikte RTÜK kayıtlarına göre resmi başvuru yapan ulusal, bölgesel ve yerel radyo sayısı 1196'dır. Bu rakamın büyük bölümünü 873 radyo ile yerel radyolar oluşturmaktadır. HTP Araştırma ve Danışmanlık şirketinin 2001 yılında 12 ilde yaptığı araştırmada, yüzde 62.4 genel radyo dinlenme oranının yüzde 30.6'sı yerel radyoların dinlenme oranına ait olması radyonun yerel gücünü açıkça göstermektedir. Medya planlamacıları da, ulusal satın alma zorluklarından ve yerel satın almanın kolaylığından dolayı yerel radyo istasyonlarını tercih etmektedirler. Hatta yerel radyo istasyon sahipleri, kendi aralarında yerel pazar anlaşmaları (Local Marketing Agreement, LMA) yapmaktadırlar. Ulusal radyolar, hem aldıkları reklam payları ile hem de büyük sermaye gruplarının radyoları olmaları nedeniyle yerel radyolara göre durumları daha iyidir. Mülkiyet ilişkilerinin göz önüne alınması yoğunlaşma derecesinin ölçümünde odak noktası oluşturmaktadır (Söylemez, 1997:157).

Türkiye'de 1994 yılında yasal düzenleme yapılmadan önce yayın yapan ve korsan olarak nitelendirilen radyolar ulusal, bölgesel, yerel tanımlama içerisine alınmışlardır. Türkiye'nin 2001 yılında yaşamış olduğu ekonomik kriz ortamı yerel radyoları da güç durumda bırakmış ve bu konuda RTÜK Başkanı Nuri Kayış şunları

söylemiştir: “*Ekonomik kriz radyo ve televizyonları çok ciddi sarstı. Kriz Anadolu’da yayın yapan radyo ve televizyonları da vurdu. Bir kısım radyo ve televizyonlar lisans hakları ellerinden gitmesin diye bakıma aldık gerekçesiyle yayınlarını durduruyorlar. Üst Kurul payını ödemeyen onlarca kanal var. 50’ye yakın kanalda üst kurul payını ödemediği için halen kapalı.*” (Altunbaş, 2003:72-73).

Ulusal radyo istasyon sahiplerinin pek çok radyo istasyonuna sahip olması, grup radyo tanımının yapılmasını gerekli kılmaktadır. Grup radyo belli bir şirketin elinde bulundurduğu birden fazla radyo anlamına gelmektedir. Televizyon ve gazete sahibi olan bu grupların radyoları olarak Show Radyo, Radyo Viva, Radyo 5 ve Radyo Nostalji bir grup; Radyo D, Hür FM, Radyo Foreks bir başka grubu; Kral Radyo, Süper FM, Metro FM bir başka radyo grubu oluşturmaktadır. Bu gruba ait radyo istasyonlarının reklam departmanları gruba ait tüm radyo istasyonları için reklam alımı yapmaktadır (Altunbaş, 2003:114-115).

1.3.4.3. Yerel Televizyonlar

Yerel basın kelimesi geçtiği her yerde günümüzde akla ilk gelen medya kuruluşları televizyonlar olmaktadır. Anayasanın 133. maddesinde yer alan “Bütün radyo ve televizyon yayınları devlet tarafından düzenlenir” şeklinde olması nedeniyle 1990’lı yıllara kadar kamu yayıncılığının hâkim olduğu ülkemizde, 1990’lı yıllarda dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın girişimleri ile iş adamı Cem Uzan ve daha sonra ortağı olduğu ortaya çıkan Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal’ın ortaklığında Star 1 televizyonu 1Mart 1990 tarihinde test yayınına başlamak suretiyle, fiili olarak TRT’nin ülkemizdeki yayıncılık tekeline son verdi. Bu tarihten sonra yerel televizyon kanalları da kurulmaya başlandı (Çankaya, 1997:85–91).

Türkiye de ilk yerel kanalın ise bir belediye televizyonu olduğunu görmekteyiz. BRT adını taşıyan kanal, İstanbul Büyükşehir Belediyesine aittir. Birçok kez girişimde bulunulmasına rağmen yasal engeller yüzünden kurulması gerçekleştirilemeyen BRT, yayın hayatına 3 Kasım 1992 tarihinde başlamıştır. Heybeliada, Kınalı ada ve Güngören’deki vericileri ile önceleri uydu kanallarını yayınlayan BRT; Taksim, Beykoz ve Alibeyköy’e de verici yerleştirmiştir. Maliyeti 45 milyar lira olan televizyonun program giderleri için de 400 milyon lira harcanmıştır. Önceleri Mimar Sinan Üniversitesi Sinema ve televizyon Bölümü stüdyolarından yayın yapmaya başlayan

BRT, sonrasında Cemal Reşit Rey Konser Salonu’nun alt katını stüdyo haline getirerek yayınlarını yapmaya başlamıştı. Bazı teknik nedenlerden kaynaklanan sorunlar, canlı yayınlarda yeterince seyirci bulamamaktaydı. Genel Müdür Yılmaz Dağdeviren BRT yi belediye hizmetlerinin daha iyi yapılması, vatandaşa daha iyi hizmet götürülmesi ve vatandaşa kent bilincinin aşılması için en önemli iletişim aracı olarak görmektedir. Türkiye’nin ilk yerel televizyonu BRT de toplam 60 kişi çalışmaktaydı (Yengin, 1994:152–171).



II. BÖLÜM

ELAZIĞ'DA YEREL MEDYANIN GELİŞİMİ

Elazığ'ın yerel medya konusunda köklü bir geçmişe sahip olduğu rahatlıkla söylenebilir. Çünkü ilk şehir gazetelerinin çıktığı illerden birisi de Elazığ olmuştur. İlk basımevi Müzlefezade Rıza Efendi tarafından 1866 yılında kurulmuştur. O yıllarda Elazığ'da Vali olarak bulunan Hacı İzzet Paşa'nın da basımevinin kuruluşunda büyük yardımları olmuştur. Hacı Süleyman ve Ali Efendilerin yardımları ile işletilmeye başlatılan bu basımevinde ilk olarak da “Kaside-i Bür e” ile Ömer Naimi Efendi'nin “Manzume-i Naimiye” adlı eserleri basılmıştır.

Kurulan bu ilk basımevinde gazete çıkarma imkânı bulunamamış, Vali Hacı Hasan Refik Bey zamanında 1883 yılında madeni harfler getirtilerek, yeni bir basımevi kurulmuş ve ilk gazete “Mamuratül-Aziz” bu basımevinde bastırılmıştır. Basımevinin ilk müdürü Hacı Ömer Bey'dir (Bkz. www.gunisigigazetesi.net).

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 (Doğan ve Göker, 2009:24).

Mamuratül-Aziz Gazetesi'nden bir süre sonra 1918 yılında Şark Gazetesi yayınlanmaya başlamış ancak bu gazete de 1922 yılında yayınlarına son vermiştir. 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 dönemine bakıldığında zaman Anadolu'da 22 gazete yayınlanmaktadır. Bunlardan biri de Elazığ'da yayınlanmaktaydı. Bu gazete 1922 yılında yayımlanan Satvet-i Milliye gazetesidir. Yayın hayatına 24 Şubat 1922'de başlayan Satvet-i Milliye gazetesi hem milli mücadelenin savunucusu hem de şehir sorunlarını sürekli yansıtan bir yayın olarak okurlarına ulaşmıştır. Türk basın hayatı içerisinde önemli bir yere sahip olan Elazığ'da basın hayatı, Cumhuriyetin ilanının ardından yaşamış oldukları zorluklara rağmen her geçen gün daha da gelişme göstermiştir. Elazığ'da yayın yapan ve ülke genelinde en eski beş gazete içinde yer alan

1 Mayıs 1930 yılında kurulan Turan Gazetesi, yayın hayatında bugün 85.yılıni geride bırakmıştır. Yine Turan gazetesinin ardından Elazığ'ın en uzun soluklu gazetesi Muhsin Parlar'ın kurucusu olup 25 Ocak 1953 yılında kurduğu ve bugün Aydın Meral'ın sahibi olduğu Uluova Gazetesidir. Uluova Gazetesi de Turan gazetesi ile birlikte yayın hayatını Elazığ'da günlük olarak sürdüren en köklü gazetelerden biridir (Meral, 2012:28).

Halen Elazığ'da yayın hayatında devam eden 12 günlük yerel gazete, 12 yerel radyo vardır. Biri eğitim amaçlı olan ve Fırat Üniversitesine ait olan Fırat TV ile biri sadece uydudan yayın yapan Kanal Fırat televizyonu, diğeri hem karasal yayın hem de uydu üzerinden ulusal yayın yapan Kanal 23 televizyonu, diğeri de sadece karasal yayın yapan Kanal e televizyonu olmak üzere toplam dört televizyon kanalı Elazığ'da halen yayınlarını sürdürmektedir.

Ayrıca bir ara Nedim Sun tarafından kurulan radyo Süper Show Radyo ve Süper Show Televizyonu da Elazığ'da izleyicisi ve dinleyicisiyle buluşmuştur. Radyo ve televizyon yayınlarını Elazığ'da sürdürüp, kanuni işlemlerini yürütmediği gerekçesiyle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından yayınlarına izin verilmeyen Süper Show TV ile Radyo Süper Show'un yeniden yayına başlaması içinde hukuki çalışmalar işletmenin bugünkü sahibi Gürkan Öz tarafından yürütölmektedir. Geline son noktaya bakıldığında radyonun Kent FM adı ile yayınlarına başladığı görölmektedir. Yine Elazığ ili içerisinde çeşitli periyotlarla yayınlanan haftalık, 15 günlük ve aylık yerel gazetelerin yanı sıra aynı periyotlar içerisinde okurlarıyla buluşan dergilerde okurlarıyla buluşmaya devam etmektedir. Ayrıca merkezi Gaziantep olan Kanal 5 Televizyon kanalı da Elazığ'da bir stüdyo açmış ve zaman zaman buradan programlar gerçekleştirmektedir.

2.1. Basın Yayın İlan Kurumunun Elazığ'da Açılması

Medya sektöründe köklü bir geçmişı bulunan Elazığ'da bugüne kadar Basın Yayın İlan Kurumunun çeşitli nedenlerden dolayı bir şube müdürlüğü açmamış olmaması her ne kadar bir eksiklik olsa da, bunun 2015 yılı içerisinde gerçekleşmiş olması önemli bir gelişmedir.

Günlük yerel gazetelerin en önemli maddi gelir kaynağı olan resmi ilanların yayınlaması için bundan sonra Elazığ Valiliği Basın Yayın ve Halkla İlişkiler

Müdürlüğü aracılığıyla değil, Basın İlan Kurumu Elazığ Şube Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır.

Basın İlan Kurumu görevini “Kurum, resmî ilânlarla, kamu kurum ve kuruluşlarına ait reklâmların, vasıfları Genel Kurul tarafından tespit edilen mevkutelerde, fikir ve içtihat farkı aranmaksızın resmi ilanlara yayınlanmasına aracı olmaktadır. Şubelerinin bulunmadığı yerlerde ise aynı esaslar dâhilinde valilikler aracılık etmektedir” (Bkz: <http://www.bik.gov.tr/kurumsal/gorevi/>) şeklinde açıklarken, şube müdürlüğünün açılmasıyla Elazığ yerel medyasından önemli değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır.

Elazığ Valiliği Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün resmi ilanlara baktığı süreçte gazetelerin neredeyse tamamına yakınının bir internet sitesi dahi bulunmadığı dikkatlerden kaçmazken, son iki yılda açılan birçok gazete internet sitesinin de yine Elazığ Valiliği tarafından yapılan yaptırımlar sonrası açıldığı da unutulmamalıdır.

Bugüne kadar kâğıt üzerinde baskı sayısı yüksek gösterilen yerel gazetelerin bundan sonraki süreçte 250 abone şartı ve 250 adet de bayilerde satılması şartıyla en az 100 adet baskı yapmaları gerekecektir. Yine Basın İlan Kurumunun isteği ile 2016 yılı itibarıyla Elazığ’da yerel gazeteler en az 7 kişiyi basın sigortası yatırarak istihdam etmek zorunda kalacaklardır. Daha önce yerel gazetelerin bulundukları il dışında basımına izin verilmezken, bundan böyle yerel gazeteler il dışında istedikleri yerde basılabilecek olmaları bir nevi avantaj sağlamaktadır. Yine gazetelerde yer alan haberlerin diğer gazetelerde yayınlanan haberlerle aynı olmaması şartı ve yapılan haberlerin %60-70’inin Elazığ ile ilgili olması zorunluluğu ise sektör çalışanlarını özel haber yapmaya yönlendirmektedir. Gazetelerin sayfa düzeniyle ilgili yapılan uyarılar, haberlerin 10 punto ile yazılma zorunluluğu gibi başlıklarda 2015 yılı itibarıyla Elazığ yerel medyasında ki değişikliklerin öncülerindendir.

Basın ilan kurumunun Elazığ’da Şube Müdürlüğü açarak resmi ilanlar için gazetelere belirli kriterler koyması her ne kadar yerel medya sahipleri açısından bakıldığında olumlu bir gelişmeymiş gibi görünmese de, yerel medyada ki bu değişiklikler okuyucu ve sektörde çalışması gereken ancak bir türlü değerlendirilmeyen İletişim Fakültesi mezunları açısından son derece olumlu gelişmedir.

Bundan böyle aynı haberlerin değişik isimdeki gazetelerde yer almasının önüne geçilmiş olacak ve yapılacak farklı haberler ile okuyucunun yerel medyaya ilgisinin artması sağlanacak, yine İletişim Fakültelerinden mezun olanlarda kendi işlerini yapma fırsatı bulacak olmaları da son derece önemli bir adımdır. Daha önceden resmi kurumların ilanlarının tamamı yerel medya da yayınlanmazken Basın İlan Kurumu Şube Müdürlüğü bu konuda kayıp ilanların önüne geçerek ilanların büyük kısmını Elazığ yerel medyasında yayınlatabilecektir.

Elazığ'da günlük yayın yapan her gazetenin resmi ilanlardan ortalama 15 bin gelir elde ettiği düşünüldüğünde, bu miktarın artması da medya sahipleri açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Yine sarı basın kartı sahibi kişilere faizsiz krediler verilebilmesi ve mevkutelere kredi açmak, basın derneklerine yardıma bulunmak, basın mesleğinde fikren ve bedenen çalışanlara borç vermek, yine bu kişilerden yardıma muhtaç olanlarıyla, ölenlerin yardıma muhtaç ailelerine para yardımı yapmak ve her türlü sosyal girişimde bulunmak da Basın İlan Kurumunun görevleri arasında yer almaktadır. Kurumun giriştiği sosyal faaliyetlerin başında basın mensuplarını yaz aylarında dinlenme imkânı sağlamak üzere işletilen Bayramoğlu'ndaki Tatil Köyü de yer almaktadır. **(Bkz. <http://www.bik.gov.tr/kurumsal/gorevi/>)**

2.2. Elazığ'da Yerel Gazeteler

Elazığ'da şuanda yayınlarını günlük olarak sürdüren ve okurları ile buluşan 12 gazete bulunmaktadır. Bu gazetelerin 5'i Birlik Medya adı altında aynı yerde hazırlanmakta ve yine aynı yerde basılarak aynı ekip tarafından dağıtılmaktadır. Bu gazeteler Turan, Uluova, Nurhak, Yeni Çağ, ve Birlik Haber Gazeteleridir. Kemal Ergun Aslan'ın sahibi olduğu Fırat Gazetesi ise 2014 yılında bu birlikten ayrılan gazete olmuştur. Birlik Haber gazetesi ise 4 gazetenin ortak gazetesi olarak yayınlanmaktadır. Medya ve kartel kelimeleri yan yana değerlendirilecek olursa ve her ne kadar 4 gazete 4 ayrı kişiye ait bir durumda bulunsada, bu durumun meslek etiği açısından olumsuz bir durum olduğu söylenebilir. Ancak Anadolu basının yaşamış olduğu maddi yetersizlikler göz önünde bulundurulduğunda bu durum makul olarak değerlendirilebilir. Yine 16 Aralık 2013 yılında ilk kez okurlarıyla buluşan Elazığ Haber Kent Gazetesi de Elazığ'ın en son yayınlanan günlük yerel gazetesidir. Günlük gazetelerin yanı sıra haftalık ve aylık olarak yayınlanan gazetelerin sayısı ise değişim göstermektedir. Bu sayının

özellikle yerel ve genel seçimlerin öncesinde artması ise bu gazetelerin çıkış nedenlerini ortaya koymaktadır. Kurum dergileri haricinde Elazığ'ın en uzun soluklu dergilerinden birisi de aylık enformasyon ve tanıtım dergisi olan Başkan Dergisi'dir. Dergi 4 yıl boyunca sadece reklam gelirleriyle ayakta durmuş ve okurlarına ücretsiz dağıtılmış olmasına karşın yaşanan maddi sıkıntılar nedeniyle yayının periyodu 3 ayda bir olarak değişmek zorunda kalmıştır.

2.2.1. Turan Gazetesi

Gazete 1930 yılında kurulmuş ve sadece Elazığ'da değil Türkiye de en uzun süreli olarak yayınına devam eden günlük gazetelerinden biri olmayı başarmıştır. Ancak böylesine uzun bir süre yayın hayatına devam eden günlük bir gazetenin hem Elazığ'ın ilçelerine hem de bölgesine açılmamış olması da bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Gazetenin imtiyaz sahipliğini Murat ve Eşref Turan kardeşler yapmaktadırlar. Gazetenin dağıtımını Birlik Medya bünyesinde görev yapan personeller yapmaktadır. (Turan, 2015).

2.2.2. Uluova Gazetesi

1953 yılında kurulan gazete Turan Gazetesinden sonra Elazığ'ın en uzun süreli yayınlarına devam eden ikinci gazetesidir. Gazetenin imtiyaz sahipliğini Aydın Meral yapmaktadır. Gazetenin il dışına açılmaması bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Gazetenin dağıtımını Birlik Medya bünyesinde görev yapan personeller yapmaktadır. (Meral, 2015).

2.2.3. Nurhak Gazetesi

1972 yılında kurulan gazetenin imtiyaz sahipliğini Rıdvan Kaya yapmaktadır. Gazete yayın hayatına Birlik Medya bünyesinde devam etmektedir. Nurhak Gazetesi de Elazığ'ın ilçelerine ve bölgesine açılmamıştır. Gazetenin dağıtımını Birlik Medya bünyesinde görev yapan personeller yapmaktadır. (Kaya, 2015).

2.2.4. Fırat Gazetesi

1986 Yılında kurulan Fırat Gazetesi günlük olarak yayınlanan bir diğer gazete olup Birlik Medya bünyesinden 2014 yılında ayrılmıştır. Gazetenin yerel gazeteler içerisinde internet sitesini ilk açanlardan olması olumlu olsa da sitenin yakından tanıtımı

yapılmamıştır. İmtiyaz sahibi Kemal Ergun Aslan'dır. Gazete dağıtımını kendi elamanlarıyla yapmaktadır. (Kaya, 2015).

2.2.5. Yeni Çağ Gazetesi

1995 yılında kurulan gazetenin imtiyaz sahibi Yunus Çelik'tir. Günlük olarak yayınlanan diğer 5 gazete gibi Birlik Medya bünyesinde yer almaktadır. Gazetenin internet sitesi vardır. Gazetenin dağıtımını Birlik Medya bünyesinde görev yapan personeller yapmaktadır. (Çelik, 2015).

2.2.6. Birlik Haber Gazetesi

2002 yılında Birlik Medya bünyesinde yer alan diğer 5 gazetenin kardeş kuruluşu olarak kurulan gazete günlük olarak yayınlarına devam etmektedir. Gazetenin imtiyaz sahibi Birlik Medya Yönetim Kurulu adına kurucu Murat Turan'dır. Gazetenin internet sitesi vardır. Gazetenin dağıtımını Birlik Medya bünyesinde görev yapan personeller yapmaktadır. (Arslan, 2015).

2.2.7. Günışığı Gazetesi

1997 yılında kurulan Günışığı Gazetesinin imtiyaz sahibi İşadamı ve Eğitimci İbrahim Taşel'dir. 1300 dolayında basılan gazetenin bugün 900'den fazla abonesi bulunmaktadır ve Elazığ'ın haricinde internet sitesinden de güncel haberleri anında yayınlanması nedeniyle çok sık takip edilmektedir. Özellikle Elazığ dışındaki vatandaşların şehir hakkında haberdar olabildikleri iyi bir internet sitesine sahiptir. Belirli Elazığ gazete bayilerinde sıkça bulunan bir gazete olması da kendisine bir avantaj sağlamakta olup, gazetenin dağıtımını kendi çalışanları tarafından yapılmaktadır. Gazete tüm ilçelere olmazsa da Keban ilçesinde okurlarıyla buluşmaktadır. (Yetik, 2015).

2.2.8. Ayışığı Gazetesi

M. Feyzi Özer tarafından 2003 yılında kurulan Ayışığı Gazetesi Elazığ basın hayatına renk katan gazetelerden biri olmuştur. Günlük olarak okurlarıyla buluşan gazetenin kendine ait birde internet sitesi bulunmaktadır. Gazetenin yönetiminde bir bayanın olması nedeniyle, Elazığlı kadınların sesi buradan Mehtap Özer vasıtasıyla daha fazla okurlarına ulaştırılmıştır. Gazete dağıtımını dağıtım şirketine yaptırmaktadır. Gazete renkli olarak yayın hayatına devam eden Elazığ'daki ikinci gazete olmuştur.

Adana’da Türkiye Gazetesi tesislerinde hazırlanan ve basılan Elazığ Ay Işığı Gazetesi tasarımıyla beğeni toplamaktadır. (Özer, 2015).

2.2.9. Yeni Ufuk Gazetesi

Nafiz Koca tarafından 2003 yılında kurulan Yeni Ufuk Gazetesi, yayınlarına bir süre ara vermiş olmasına karşın, şuanda Elazığ’da günlük olarak okurlarıyla buluşan gazetelerinden bir diğeridir. Gazetenin internet sitesi bulunmakta olup dağıtımı kendi elamanları tarafından yapılmaktadır (Koca, 2012).

2.2.10. Güne Bakış Gazetesi

2006 Yılında kurulan gazetenin imtiyaz sahibi Yeşim Kübranur Doğan’dır. Günde 700 adet, basılmakta olan gazeteye ait bir internet sitesi bulunmamakta ve dağıtımı kendi elamanları tarafından yapılmaktadır (Kara, 2015).

2.2.11. Hâkimiyet Gazetesi

Elazığlı okurların tanıştığı günlük gazetelerden bir diğeri de Ahmet Toprak’ın imtiyaz sahibi olduğu Hâkimiyet Gazetesidir. 2009 yılında okurlarıyla buluşan gazete günde 700 adet basılmaktadır ve dağıtımı gazetenin kendi bünyesindeki elamanları tarafından yapılmaktadır. Hâkimiyet Gazetesinin internet sitesi vardır. (Kara, 2012).

2.2.12. Haberkent Gazetesi

Elazığ’da okurlarıyla buluşan son günlük gazete ise Efraim Gündem’im imtiyaz sahibi olduğu Haber Kent Gazetesidir. Haberkent Gazetesinin ilk çıktığı tarih ise 16 Aralık 2013 olup, gazete kendi tesislerinde basılmaktadır. Haberkent Gazetesi siyah başladığı yayın hayatına halen siyah beyaz olarak devam etmekte olup internet sitesi mevcuttur.

2.3. Yerel Gazetelerin Dağıtımı

Elazığ’da çıkan gazeteler iki şekilde okuyucuyla buluşmaktadır bunlar bayilikler ve abonelik sistemidir. Bayilerin çoğunluğunda yerel gazetelerin satılmaması bir eksiklik olsa da ana cadde ve belirli gazete bayilerinde belli yerel gazeteler temin edilebilmektedir. Bu gazeteler bayilere gazetelerin kendi dağıtım elemanları sayesinde ulaştırılmaktadır. Elazığ’da yayınlanan yerel gazetelerin geneli abonelik yoluyla da

dağıtımlarını gerçekleştirmektedirler ve bu dağıtımlar gazetelerin kendi elamanları tarafından yapılmaktadır.

2.4. Yerel Gazetelerin Tirajları

Türkiye’de yerel gazetelerin tirajlarını net olarak söylemek çok güçtür. Fakat yapılan araştırmalar neticesinde Anadolu gazetelerinin tirajlarının bölgedeki İstanbul kaynaklı gazetelerin satışlarının çok altında olduğu söylenebilir. Basın İlan Kurumu’ndan alınan rakamlara göre, Elazığ gazetelerinin ortalama tirajları resmi rakamlara göre 700–1300 arasındadır. Bu rakamlar çoğu kez basın ilan kurumundan ilan alabilmek için kâğıt üzerinde abartılmış rakamlardır demek ise yanlış olmaz.

2.5. Elazığ Yerel Televizyonları

Elazığ’da ise yayına ilk başlayan yerel televizyon kanalı Yadigâr Çortay ve 5 arkadaşının 1991 yılında kurduğu ve Genel Yayın Koordinatörlüğünü Mehmet Topal’ın yaptığı Elazığ’ın kısaltmasından oluşan EL-TV olmuştur. Türkiye’nin de ilk yerel televizyon kanallarından biri olma özelliğini de taşıyan EL-TV ilk olarak 10 kilometrelik bir alanda sadece şehir merkezinde yayın yapmıştır. Günde 5 saat akşam 19.00 ila 24.00 saatleri arasında yayın yapan EL-TV o dönemde Elazığ’da büyük bir heyecan’a neden olmuş ve kentin ilgisini çekmeyi başarmıştır. Eleman seçiminde Türkçenin doğru ve güzel kullanılmasına büyük önem veren televizyon yönetimi bu doğrultuda bir sınav gerçekleştirmiş ve bu sınava 100’ün üzerinde katılım olmuştur. Teknik bakımdan son derece yetersiz bir durumda olmasına karşın yayınlarını sürdüren EL-TV’nin Genel Yayın Koordinatörlüğünü de o dönemde Gazeteci Mehmet Topal yapmıştır. Mahalli oyunlar ve mahalli müziklerin sıkça izleyiciye sunulduğu EL-TV’de o dönem 10 kişi çalışmış ve kanal maddi yetersizlik nedeniyle 1992 yılında yayınlarına ara verip kapanmıştır (Topal, 2015).

Nedim Sun tarafından kurulan Süper Show TV ile Radyo Süper Show’da izleyicisi ve dinleyicisiyle buluşup daha sonra yayınlarına ara veren televizyon ve radyolardan bir diğeri olmuştur. Her ne kadar kurumun şimdiki sahibi olan Gürkan Öz, 2011 yılında Radyo Süper Show’u kısa bir süreliğine de olsa dinleyicisiyle buluşturmayı başarmışsa da, RTÜK ile devam eden kanuni işlemler ve kanuni açıdan zor durumda kalmamak nedeniyle bu yayını noktalandırmak durumunda kalmıştır. Son olarak radyo yayınlarına 2014 yılında Kent FM adıyla yeniden başlamıştır. Bu kurumun

televizyon yayınlarına yeniden başlaması için de yasal süreçte resmi işlemler ise halen devam etmektedir (Öz, 2015).

1992 Yılında Fırat Üniversitesine bağlı olarak Fırat TV eğitim amaçlı yayınlarına başlarken, yine 1994 yılında Kanal 23 ve Kanal e Televizyonları izleyicisiyle buluşan diğer kurumlar olmuşlardır. Kanal 23 televizyonu 2014 yılı Aralık ayıyla birlikte karasal yayınların yanı sıra, uydudan da yayınlarına başlamıştır. 2008 yılında ise yerel Yeni Çağ Gazetesinin sahibi Yunus Çelik ve Dursun Alkoç'un girişimleriyle Kanal 9 adı altında yayınlarına başlayan televizyon daha sonradan el değişmiş ve Kanal Fırat olarak yayınlarına devam etmiştir. Televizyonun imtiyaz sahipliğini ise Prof. Dr Yasemin Açık yapmaktadır.

2.5.1. Kanal 23

1994 yılında kurulan Kanal 23 Televizyonu, kurulduğu tarihten bu yana yayınlarına ara vermeden devam etmektedir. “Doruk Radyo Ve Televizyon A.Ş.” bünyesinde bulunan Kanal 23 televizyonu ilk kurulduğu dönemlerde uzun yıllar 12 saat yayın yapmış ve sonrasında 24 saat yayın yapmaya başlamıştır. 20 yıl sadece Karasal yayın yapmakta olan televizyon 2014 yılının Aralık ayında uydudan da RTV 23 olarak yayınlarına başlamış ve Elazığ'da hem ulusal hem de karasal yayın yapan tek televizyon kanal olmuştur. (Özbay, 2015).

2.5.2. Kanal e

1994 yılında kurulan Kanal e televizyonu “Turan Radyo Televizyon Yap. Ve Yay. A.Ş.” bünyesinde bulunmaktadır. Karasal yayın yapmakta olup şehir merkezinde izlenmektedir. Televizyonun imtiyaz sahipliğini Eşref Turan yapmaktadır. Yayın süresi 24 saattir (Turan, 2015).

2.5.3. Fırat TV

Fırat Üniversitesine ait olan Fırat TV eğitim amaçlı olarak 1992 yılında Prof. Dr. Asaf Varol tarafından kurulmuştur. Kanalın kuruluşunda iletişim fakültesi öğrencilerinin eğitim alması amaçlanmaktadır. Şehir merkezine günde 15 saat yayın yapmaktadır. Gece yayınları ise bünyesinde bulunan Radyo Fırat'ın müzik yayınları ile doldurulmaktadır (Orhan, 2015).

2.5.4. Kanal 9-Kanal Fırat

“Çıra Radyo TV Yapım ve Yayıncılık Tic. A.Ş” bünyesinde bulunan ve 2009 yılında kurulan Kanal 9 televizyonu Elazığ’ın ilk ve tek uydudan yayın yapan ulusal televizyonu olmuştur. Yayınlarını 24 saat süre ile yapan televizyon, Elazığ şehir merkezinin yanı sıra ilçeleriyle diğer il ve ülkelerde de izlenebilmektedir. Televizyon imtiyaz sahibi 2012 yılı itibari ile Ömer POLAT olup, adı ise Kanal Fırat olarak değişmiştir. (Çelik, 2012).

2.5.5. Süper Show TV

Ekspres Radyo-TV-Yapım ve Yayıncılık A.Ş. bünyesinde 1996 yılında kurulan ve bir süre yayınlarına Elazığ şehir merkezinde devam eden Süper Show TV 1998 yılında yayınlarına kendi isteği ile ara vermiştir. Geçen süreçte kanuni sorumluluklarını yerine getirmediği için yayınlarına izin verilmeyen televizyon yeniden yayınlarına başlamak için resmi girişimlerini devam ettirmektedir. Kurumun radyosu Kent FM olarak yayınlarına 2013 yılında yeniden başlamıştır. İmtiyaz sahibi ise şuan Gürkan Öz’dür. (Okur, 2012).

2.5.6. EL-TV

1991 yılında Yedigâr Çortay ve arkadaşları tarafından kurulan televizyon Elazığ’ın ilk özel televizyon kanalıdır. Günde beş saat olmak üzere Elazığ şehir merkezine yayın yapan televizyon kanalı 1992 yılında maddi yetersizlik nedeniyle kapanmıştır (Topal, 2012).

2.6. Elazığ’da Yerel Radyolar

Elazığ’da şuanda yayın hayatına devam etmekte olan biri Fırat Üniversitesine ait olan ve eğitim amaçlı yayın yapan radyo olmak üzere toplam 12 yerel radyo bulunmaktadır. Elazığ’daki yerel radyoların genel olarak bir birleriyle bağlantılarının olması ve aynı kişilere ait olması, medya da bir dönem sıkça duyulan kartel kelimesini akıllara getirmektedir. Yerel gazetelerde olan yakın ilişkilerin Elazığ’da radyolarda da olduğu görülmektedir. Örneğin Doruk Medya Grubu içerisinde FM 23, Radyo Hazar ve Radyo Kulüp dinleyicisiyle buluşurken, HİT FM ve Radyo 2000’de farklı formatlarda yayın yapmalarına karşın bir başka medya grubunun ortak radyoları olarak Elazığ kamuoyuna seslenmektedirler. ERT FM Ve Kent FM için de durum aynıdır. Elazığ

yerel radyolarında iletişim fakültesi mezunu hiç yok denecek kadar azdır ve genellikle bu sektörde çalışan kesim 20-30 yaş arasında yarım zamanlı (4-6 saat) çalışan kişilerden oluşmaktadır. Yine sektörde yer alan ve 20-40 yaş aralığında olup da ek iş olarak çalışanların da sayısı az değildir. Gece yayınlarının hemen hemen bütün radyolarda spikersiz ve miks olarak paket müzik halinde geçmesi bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine Elazığ yerel radyolarının farklı formatlarda yayın yapmakta olmalarına karşın arabesk ve fantezi müzik tarzına daha fazla zaman ayırdıkları söylenebilir. Özellikle sektörde çalışan birçok spiker ve program yapımcısının Türkçeyi doğru ve etkin kullanmadığı dikkat çekerken, Elazığlı radyo dinleyicilerinin en büyük sıkıntılarından biri de komşu şehirler Diyarbakır ve Malatya başta olmak üzere birçok kentte yayın yapan ulusal radyoların Elazığ'da yayınlarını dinleyicileriyle buluşturmamalarıdır. Bu konu zaman zaman yerel gazeteler ve yerel köşe yazarları tarafından gündeme getirilmiş ve başta Fırat Havzası Gazeteciler Cemiyeti olmak üzere Elazığ Gazeteciler ve Yazarlar Derneği'nin bu konuda öncü olmaları istenmişse de herhangi bir gelişme kaydedilememiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun verilerine göre Elazığ şehir merkezi ve ilçelerinde yayın yapma hakkına sahip 45 radyo istasyonu varken, bu kurumların sayısı aynı kurumların farklı istasyonlarda yapmış olmaları nedeniyle 45 gibi bir sayıya çıkmaktadır, örneğin TRT kurumuna ait olan radyo 1 için 5 ayrı frekans olduğu için 5 ayrı izin vardır, bu rakam reel olarak 25 dolayındadır. Yine şehir merkezinin yanı sıra sadece bulunduğu ilçe olan Kovancılar ve çevresinde yayın yapan Işık Radyo'da bölge halkının dinlediği radyolardandır. (Bkz. www.rtuk.org.tr).

2.6.1. Fm 23

Doruk Medya bünyesinde faaliyet gösteren FM 23 radyosu 1992 yılında kurulmuştur. Özellikle mahalli müzik yayınlarına düzenli olarak vakit ayırması nedeniyle beğeni toplamıştır. Elazığ şehir merkezinin yanı sıra Elazığ'ın ve çevre illerin de bazı ilçelerinde dinlenme imkânına sahip olması da bir avantaj olup geniş bir dinleyici kitlesine ulaşmaktadır. Radyoda şuan 6 kişi yayıncı olarak görev yapmaktadır (Özbay, 2015).

2.6.2. Radyo Kulüp

Her ne kadar resmiyette “Elazığ Radyo Kulüp Yayıncılık A.Ş.” olarak yer alsada, Radyo Kulüp, Doruk Medya bünyesinde faaliyet gösteren bir başka medya kuruluşu

olarak, 1994 yılında kurulmuştur. Yayın formatında Türk Popüler Müziği olduğu için özellikle üniversite gençliği başta olmak üzere Elazığ'da yer alan gençler tarafından takip edilen bir radyo konumundadır. Yayıncı sayısı 3 kişidir (Özbay, 2015).

2.6.3. Radyo Hazar

Doruk Medya grubu içerisinde yer alan radyo 1993 yılında kurulmuştur. Ağırlıklı olarak arabesk ve fantezi müzik türlerinde yayın yapmaktadır. Resmiyette ise “Hazar Radyo Yayıncılık A.Ş.” olarak görünmektedir. Radyoda görev yapan yayıncı sayısı 4'dür (Özbay, 2015).

2.6.4. Ezgi Radyo

2003 yılında Davet Radyo TV. Prod. Aş tarafından kurulan radyo bugün “Yu-Şa Radyo Ve Televizyon Yay. A.Ş.” bünyesinde yayınlarına devam etmektedir. Halk ve Özgün müzik diye tabir edilen bir formatta yayın yapan radyo özellikle şehirde yaşayan ve alevi kesimi diye tabir edilen dinleyici kitlesi tarafından yakından takip edilmektedir (Kaymaz, 2012).

2.6.5. Radyo 2000

2000 yılında kurulan radyo bugün “Elazığ Anadolu Basın Yayın San. Ve Tic. A.Ş.” bünyesinde fantezi ve arabesk ağırlıklı bir müzik türü ile dinleyicisine ulaşmaktadır (Eser, 2015).

2.6.6. Hit Fm

“Umut Radyo -TV Ve Prodüksiyon A.Ş.” bünyesinde yer alan radyo 2001 yılından beri yayınlarına devam etmektedir. Radyo 2000 ile kardeş radyo hüviyetinde olup aynı kişiler tarafından idare edilmektedir. Yayın formatı gereği sunucusuz mix yayın yapan radyo Türk Pop Müziği ağırlıklı bir formatla dinleyicisine ulaşmaktadır. Yayıncı bulunmamaktadır (Eser, 2015).

2.6.7. Yağmur Fm

“Şıra Basın Yayın San. Ve Tic. A.Ş.” bünyesinde yer alan radyo 2003 yılında kurulmuştur. Muhafazakâr kesim diye tabir edilen dinleyici kitlesinin ağırlıklı olarak dinlediği radyolardandır (Bkz. www.rtuk.org.tr).

2.6.8. Radyo E

1994 yılında kurulan radyo Kanal e televizyonunun kardeş kurumudur. “Turan Radyo Televizyon Yap. Ve Yay. A.Ş.” bünyesinde yayınlarına devam eden radyo uzun yıllar boyunca karma bir yayın yapmış olmasına karşın son yıllarda fantezi ve arabesk ağırlıklı bir yayın formatına geçiş yapmıştır (Turan, 2012).

2.6.9. Ert Fm

Radyo Türkiyem olarak Ülküm Radyo A.Ş bünyesinde 1995 yılında kurulan radyo ilk olarak ülkücü kesim diye nitelendirilen dinleyici kitlesine ulaşmayı başarmış ve o yıllarda bu kitle tarafından geniş bir ilgi bulmuştur. Daha sonra “Ülkü Radyo Yayıncılık A.Ş.” adı altında yayınlarına devam eden radyo 2004 yılından bu yana ERT FM olarak devam dinleyicisine ulaşmaktadır. Özellikle haber ve kültürel ağırlıklı programların sıkça yer aldığı radyo karma müzik yayını yapması nedeniyle de geniş bir kitleye hitap etmektedir. Radyo da çalışan personel sayısı 3’tür.(Öz, 2012).

2.6.10. Radyo Fırat

Fırat Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinin daha modern ve uygulaması daha geniş bir alanda eğitim görmesi amacıyla 2008 yılında kurulan Radyo Fırat, her ne kadar üniversite yerleşkesi içerisinde yer alan öğrenci kitlesini hedef almış olsa da yayınları şehrin geneli tarafından takip edilmektedir. Bunda ulusal radyoların olmaması ve buna alternatif bir yayın formatı ile dinleyicisine ulaşmasının yanı sıra reklam yer almaması son derece etkilidir (Orhan, 2012).

2.6.11. Mavi Radyo

“Burak Radyo Yayıncılık A.Ş.” tarafından kurulan ve yayınlarına bir süre Elazığ Alem FM olarak devam eden radyo, yayınlarına Mavi Radyo adı ile devam etmektedir. Türk Halk Müziği ve Özgün müzik formatından yayın yapmaktadır (Bkz. www.rtuk.org.tr).

2.6.12. Radyo Elazığ

1991 yılında EL-TV ile birlikte Yedigâr Çortay ve arkadaşları tarafından kurulan Radyo Elazığ, Elazığ’ın TRT haricindeki 2.özel radyosu olmuştur. Radyo 1992 yılında maddi yetersizlikler nedeniyle yayınlarını sonlandırmıştır (Topal, 2012).

2.6.13. Kent FM

1996 yılında Elazığ'da Kurulan Ekspres Radyo-TV-Yapım ve Yayıncılık A.Ş. 1996 ile 1998 Yılları arasında Süper Show Radyo ve Süper Show TV olarak Yayın Hayatını sürdürmüş,1998 yılında kendi isteğiyle yayınlarına ara vermiştir. 1998 ile 2007 yılları arasında hiçbir faaliyet göstermeyen Şirket 2007 yılında Ülkü Radyo Yayıncılık A.Ş. ortakları tarafından satın alınmıştır. 2007 Yılı İtibariyle tekrar faaliyetlerine başlayan şirket RTÜK'e karşı olan sorumluluklarını yerine getirmiş ve yayına ara vermiş kuruluşlar çerçevesinde çıkacak yasayı beklemektedir. Radyoda 2013 yılı itibari ile yayınlarına Kent FM adı ile yeniden başlamıştır. Arabesk miks yayın yapan radyo, ERT FM ile aynı kişiye bağlıdır. Radyoda 1 personel çalışmaktadır. (Öz, 2012).

2.6.14. Elazığ Sanat Okulu Radyosu

TRT haricinde Elazığ'ın ilk radyosu Elazığ Sanat Okulu'na ait olan ve 1970 yılında kurulup yayınlarına başlayan radyo o dönemki adı ile Elazığ Radyosu'dur. Radyo yayını Türki Halk, Türki Sanat, Batı Müziği, arabesk, programları oluşturmuştur. Elazığ Erkek Sanat Enstitüsü bünyesinde kısa dalga 42,8 metre 7.009,5 kilohertz üzerinden yayın yapan bir radyoevi olan Elazığ Radyosu, sabahları 09.00-10.00, öğlenleri 12.00-13.00 ve akşamları da 18.00-19.00 saatleri arasında günde toplam üç saat yayın yapmıştır. Hafta sonu olan pazar günü ise aynı saatlerde istekler yayınlanmıştır. Radyo yayınları kısa dalga üzerinden yapıldığı için Elazığ dışından da dinlenmiştir. Radyo da yayınlanan istekler için dinleyiciler Elazığ İktisat Bankasına belirli bir miktar para yatırırken, elde edilen para ile radyo evinin masrafları karşılanıp ayrıca maddi durumu iyi olmayan öğrencilere yardımlar yapılmıştır. İl dışından istekler ise mektup yolu ile yapılmıştır. Ayrıca radyo dinleyicilerinden olan veliler çocuklarının o gün okula gidip gitmediğinden de yine bu radyo sayesinde haberdar olmuşlardır.

1974 yılı Nisan ayında TRT'nin şikâyeti üzerine reklam aldığı gerekçesiyle yayınları durdurulan Elazığ radyosunun o dönem kullanılan cihazları halen okulun deposunda muhafaza edilmektedir. Radyo o günden bugüne yayınlarına bir daha başlamamıştır (Topal,2012).

III. BÖLÜM

ELAZIĞ'DA YAYIN YAPAN YEREL MEDYA ÇALIŞANLARINA YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sadece Elazığ'da değil ülke genelinde yapılan birçok araştırma ile yerel medyada çalışanlarının sorunları tespit edilmiş ancak ne yazık ki bu sorunlar tespitten öteye gidememiştir. Buna karşın yerel medya çalışanları yaşamış oldukları zorluklara rağmen görevini sürdürmeye devam etmektedirler. Bu çalışmada da Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının yaş, cinsiyet, ekonomik durumları, eğitim düzeyleri, mesleki bağımsızlıkları, kendi bakış açılarından kamuoyundaki intibaları, belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen bilgilerden hareketle Elazığ'da yerel medya çalışanlarının kendi mesleklerini nasıl algıladıkları, mesleki sorunlarına bakışları ve çalışanlarının gözüyle yerel medya sorunları tespit edilmiştir.

3.2. Yöntem

Çalışma yerel medyada çalışanların yerel medyaya bakış açıları ve sorunlarını tespit etmek amacıyla yapılan bu araştırma, tarama modelinde olup, betimsel bir nitelik arz etmektedir. Alan araştırması esasında, araştırmacıdan elde edilen veriler yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Bu çerçevede ayrıca literatür taraması yapılarak konuyla ilgili veriler elde edilmeye çalışılmış ve bu verilerin değerlendirilmesi ile çalışmanın teorik kısmı oluşturulmuştur. Araştırma günlük yayın yapan gazeteler, televizyonlar, radyolar ile dergi çalışanlarını kapsamıştır. Katılımcılara anket formu uygulanarak gerekli veriler elde edilmiştir.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Elazığ il merkezinde bulunan yerel televizyon, gazete, radyo ve dergilerinde görev yapan yerel medya mensupları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, 2015 yılında Elazığ il merkezinde bulunan 4 televizyon, 7 gazete, 1 radyo ve 1 dergide görev yapan toplam 90 yerel medya çalışanı oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde basit tesadüfî örneklem metodu uygulanmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Veriler, araştırmacı tarafından oluşturulan anket formuyla elde edilmiştir. Anket formu yerli ve yabancı literatür taranıp, uzman görüşleri de dikkate alınarak hazırlanmıştır. Anket formu toplam 2 bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde toplam 4 adet demografik veri bulunmuş ve bu verilere dayalı olarak görüş maddeleri karşılaştırılmıştır. Anketin ikinci bölümünde ise ulusal ve yerel medyaya yönelik toplam 18 soru maddesi bulunmaktadır. Ayrıca anketin güvenilirliği ve geçerliliği açısından da uzman görüşlerinden de faydalanılmıştır.

Elde edilen veriler SPSS istatistik analiz programına birebir aktarılmış ve frekans analizleri yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen verilerin word programına aktarılmıştır. Verileri çözümlemede “aritmetik ortalama”, “%” ve “f” kullanılmıştır.

3.5. Araştırmanın Problemi

Yerel medya çalışanlarına göre Elazığ’da Yerel Medyanın yaşadığı sorunlar nelerdir?

3.6. Araştırmanın Varsayımları

-Yerel medya çalışanları, Elazığ yerel medyasının temel sorununu kalifiye elaman olarak görmektedirler.

-Yerel medya çalışanları tarafından, yapılan mesleki eğitimlerin yeterli olmadığı tespit edilmiştir.

-Yerel medya çalışanlarına göre maaşlar yeterli seviyede değildir

-Yerel medya çalışanlarına göre, medya sahipleri kendilerine baskı yapmaktadırlar.

-Yerel medya çalışanlarına göre kendilerine yönelik olarak kamuoyunda olumlu bir görüş hâkimdir.

3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma Elazığ Merkezde görev yapan yerel medya çalışanlarını kapsamaktadır. Anket formu Elazığ’da yayın hayatını günlük olarak sürdüren 7 yerel gazete, 1 yerel radyo, 4 televizyon ve 1 dergi çalışanlarına uygulanmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı

Yaş Durumları	F	%
17-25	35	37.8
26-35	38	43.3
36-45	9	9.9
46-55	6	6.6
56 ve üzeri	2	2.2

“Elazığ”da yerel medya çalışanlarının yaş durumlarına bakıldığında çoğunluğun 26 ve 35 yaş aralığında bulunduğunu ve bunun (%43.3) olduğunu görüyoruz bu oran 38 kişidir. Yine 17-25 yaş arasında olanların yüzdelik kısmı (%37,8’dir) ve bu sayı 35 kişidir. Oranlara bakıldığı zaman Elazığ’da görev yapan yerel medya çalışanlarının büyük bir oranının gençlerden oluştuğunu söyleyebiliriz. 36-45 yaş aralığında çalışan yerel medya çalışanının yüzdelik oranı ise (%9.9) sayısı ise 9 kişidir. Rakamlara bakıldığı zaman yaş aralığı arttıkça sektörde çalışan medya çalışanı sayısı da azalmaktadır. Örneğin 46 -55 yaş aralığında bulunanların yüzdelik oranı (%6.6) sayısı ise 6 kişidir. 56 ve üzerinde çalışan yerel medya çalışanı yüzdelik oranı ise (%2.2) ve 2 kişidir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Durumuna Göre Dağılımı

Cinsiyet	F	%
Erkek	67	74,4
Kadın	23	25,6
Toplam	90	100

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılanların (% 74,4)’ü yani 67’sinin erkek ve % 25,6’sının kadın (23 kişi) olduğu görülmektedir. Buna göre yerel medya

çalışanlarının önemli bir kısmının erkek olduğu görülmekle birlikte, Anadolu medyasında %25.6 oranında kadının çalışıyor olması da kayda değer bir rakamdır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Medeni Durumuna Göre Dağılımları

Medeni Durumu	F	%
Evli	33	36.7
Bekâr	54	60.0
Eşinden ayrılmış	3	3.3
Toplam	90	100.0

Yapılan çalışmada yerel medya çalışanlarının medeni durumu da araştırılmıştır. Katılımcılardan %36,7'sinin (33 kişi) evli olduğu görülürken, % 60'ının (54kişi) bekâr olduğu tespit edilmiştir. Yine eşinden ayrılmış olanların oranı ise % 3,3 dür. Bu oranlar Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının büyük bir oranının hem genç hem de bekâr olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Almış Olduğu Eğitim Süresi	F	%
İlkokul mezunu	5	5.8
Ortaokul Mezunu	2	2.3
Lise Mezunu	34	39.5
Ön Lisans Mezunu	28	32.6
Lisans ve üzeri	17	19.8
Toplam	86	100

Tablo 4 incelendiğinde Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının büyük bir oranının lise düzeyinde bir eğitim aldıkları görülmüştür, bu oran (%39.5) ve 34 kişiyken, lise mezunlarının sonrasında ise en fazla ön lisans mezunlarının geldiği görülmektedir bu oran (%32.6) ve 28 kişidir. Elazığ yerel medyası ile ilgili yakın geçmişte yapılan araştırmalarda lisans ve iletişim fakültesi mezunu bulunmadığı

görülmüştür ancak bugün lisans mezunu oranı (%19.8) ve 17 kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sayının kısa bir zamanda artması Elazığ yerel medyası için olumlu bir gelişme olarak görünürken, bunda Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesinden mezun olan Elazıglı öğrencilerin oranının etkili olduğu düşünülmektedir. Yine Fırat Üniversitesi bünyesinde öğrenci almaya başlayan ve ön lisans düzeyinde eğitim veren Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin de mezun vermeye başlamasıyla bu oranında artması beklenmektedir. Elazığ yerel medyasında görev yapan ilk ve ortaokul mezunu sayısının düşük olması ise yerel medyada eğitim oranının giderek yükseldiğinin göstergesidir. Bu oran ilköğretim düzeyinde (%5.8) ve 5 kişidir, ortaokul düzeyinde ise (%2.3) ve 2 kişidir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılanların Aylık Hane Gelir Durumlarına Göre Dağılımları

Aylık Hane Geliri	F	%
01-500 TL	7	7,9
501-1000TL	25	28,1
1001-1500TL	19	21,3
1501-2000TL	19	21,3
2001 ve üstü	19	21,3
Toplam	89	100,0

Yerel medya da görev yapanların aylık hane gelir durumları da bu çalışmada araştırılmış olup katılımcıların büyük bir oranının %28,1'inin (25 kişi) 501–1000 Türk Lirası arasında aylık hane gelirine sahip oldukları görülmüştür. Mevcut asgari ücretinde şuan için bu ücret sınırları içerisinde olduğunu düşünülürse, Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının çoğunluğunun aylık hane gelirinin asgari ücret seviyesinde olduğu görülmüştür. Katılımcıların (%7,9)'u, 7 kişi ise asgari ücretinde altında bir aylık hane gelirine sahip olduklarını belirtmiştir. 1001-1500 TL arasında bir aylık hane gelirine sahip olduklarını söyleyenlerin oranı da (%21.3) ve 19 kişidir. Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının aylık hane gelir oranı 1501-2000 TL olanlarının sayısı da (%21.3) ve 19 kişidir. 2001 TL ve üzerinde aylık hane gelir oranını belirtenlerin oranı da yine aynı seviyede (%21.3) ve 19 kişidir.

Tablo 6. Araştırmaya Katılanların Maaş Miktarlarından Memnuniyetine Göre Dağılımı

Maaş Miktarından Memnuniyet Durumu	F	%
Evet	18	20,0
Hayır	72	80,0
Toplam	90	100,0

Yapılan çalışmada Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının büyük çoğunluğunun aylık hane geliri asgari ücret seviyesinde bulunurken, çalışanların almış oldukları maaş miktarından memnun olup olmadıkları da katılımcılara sorulmuştur. Anket sonuçlarına yerel medya çalışanlarının (%80)i 72 kişi çalıştıkları iş yerlerinden almış oldukları maaş miktarından memnun olmadıklarını belirtirlerken, (%20)'lik grupta yer alan 18 kişi ise aldıkları maaştan memnun olduklarını söylemişlerdir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılanların Çalışma Sürelerine Göre Dağılımları

Çalışma Süresi	F	%
2-8 Saat Arası	30	35.3
9-12 Saat Arası	43	50.6
13-16 Saat Arası	11	13.1
18 Saat ve Üzeri	1	1.2
Toplam	85	100

Elazığ yerel medyasında görev yapanların çalışma sürelerine bakıldığı zaman çoğunluğu oluşturan kesim 9 ila 12 saat arasında çalışan grup olarak karşımıza çıkmıştır, bu oran (%50.6) ve 43 kişidir. Sonrasında ise 2 ila 8 saat arasında çalışan grup gelmekte ve bu oran ise (%35.3) 30 kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Günde 13 ila 16 saat arasında çalışan yerel medya çalışanı oranı ise (% 13.1) ve 11 kişidir. Günde 18 saat ve üzerinde çalıştığını söyleyen medya çalışanı oranı ise (%1.2) ve 1 kişidir. Bu sürelerle bakıldığı zaman Elazığ yerel medyasında görev yapanların yoğun bir çalışma temposu içerisinde olduklarını rahatlıkla söyleyebiliriz. Özellikle günde 12 saat çalışan bir yerel medya çalışanı haftada 6 gün görevinin başında olması durumunda haftada 68

saat ayda ise 272 saat çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu oranın yüksek olması yapılan işin de kalitesini etkilemektedir ve çalışanlar yaptıkları işten zevk almamaya başlayıp, sadece meslek gereğini yerine getirmeye yönelmektedirler.

4.2. Araştırmaya Katılanların Yerel Medyayla İlgili Görüşlerine İlişkin Bulgular

Tablo 8. Araştırmaya Katılanların İzlediği Ulusal Kanal Durumlarına Göre Dağılımları

İzlenen Ulusal Kanallar	F	%
KANAL D	40	19,1
NTV	33	15,8
ATV	31	14,8
SHOW	25	12,0
Star	19	9,1
CNN Türk	16	7,7
Haber Türk	14	6,7
Diğer	13	6,2
TRT	9	4,3
STV	5	2,4
Kanal 7	3	1,4
FOX	1	0,5
TOPLAM	209	100,0

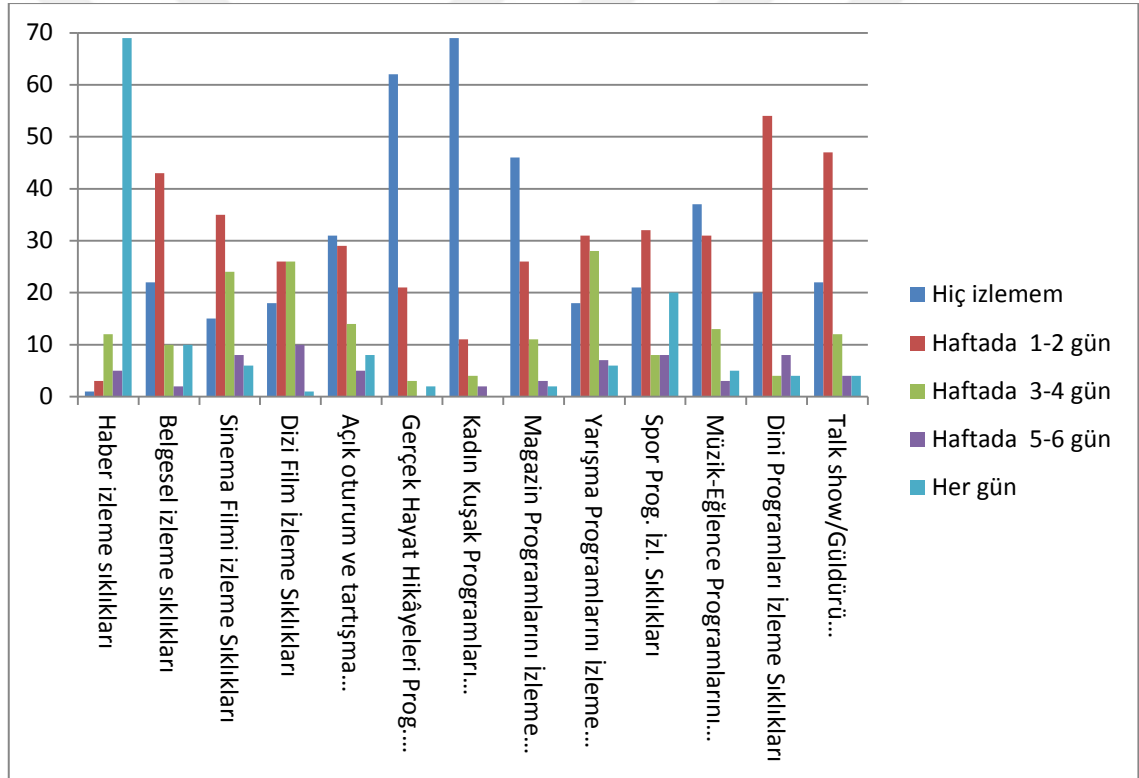
Elazığ da çalışmalarına devam eden yerel medya çalışanlarının izlediği ulusal kanallarda araştırma kapsamında üzerinde durulan konu başlıkları arasında yer almıştır. Yapılan araştırma sonrasında yerel medya çalışanlarının popüler yayın yapan televizyon kanallarından sonra haber ağırlıklı televizyon kanallarına ilgi gösterdiği görülmüştür. Anket sonucu en çok izlenen televizyon kanalı (%19.1) ve 40 kişi ile Kanal d olurken, ikinci sırada (%15.8) ve 33 kişi ile haber ağırlıklı yayın yapan NTV gelmektedir. ATV'yi izleyenlerin oranı (%14.8) ve 31 kişi, Show TV'yi izleyenlerin oranı ise

(%12.0) ve 25 kişi olmuştur. Haber televizyonlarından CNN Türk'ü izleyenlerin oranı ise (%7.7) ve 16 kişi, Haber Türk'ü izleyenlerin oranı ise (%6.7) ve 14 kişi olmuştur. Bu sonuçların ardından Elazığlı yerel medya çalışanlarının meslek gereğinden olsa gerek, haber ağırlıklı kanallara ilgi gösterdiğini söyleyebiliriz.

Tablo 9. Araştırmaya Katılanların Televizyon Program Türlerini İzleme Sıklıklarına Göre Dağılımı

	Hiç izlemem	Haftada 1-2 gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 5-6 gün	Her gün	Toplam
Haber izleme sıklıkları	1	3	12	5	69	90
Belgesel izleme sıklıkları	22	43	10	2	10	87
Sinema Filmi izleme Sıklıkları	15	35	24	8	6	88
Dizi Film İzleme Sıklıkları	18	26	26	10	1	81
Açık oturum ve tartışma programları İzleme sıklıkları	31	29	14	5	8	87
Gerçek Hayat Hikâyeleri Prog. Tür. İzleme sıklıkları	62	21	3	0	2	88
Kadın Kuşak Programları İzleme Sıklıkları	69	11	4	2	0	86
Magazin Programlarını İzleme Sıklıkları	46	26	11	3	2	88
Yarışma Programlarını İzleme Sıklıkları	18	31	28	7	6	90
Spor Prog. İzl. Sıklıkları	21	32	8	8	20	89
Müzik-Eğlence Programlarını İzleme Sıklıkları	37	31	13	3	5	89
Dini Programları İzleme Sıklıkları	20	54	4	8	4	90
Talk show/Güldürü Programlarını İzleme Sıklıklarına	22	47	12	4	4	89

Yapılan araştırma neticesinde Elazığ'da görev yapan yerel medya çalışanlarının izlemiş oldukları televizyon programlarının sıklıkları da araştırılmıştır. Haber, belgesel, sinema, dizi film, açık oturum ve tartışma programları, gerçek hayat hikâyelerinden oluşan yapımlar, kadın kuşak, magazin, yarışma, spor, müzik-eğlence, dini ve güldürü türü programlardan oluşan izleme sıklıkları sonrasında yerel medya çalışanlarının her gün izledikleri programlar ya da hiç izlemedikleri programlar belirlenmiştir. Yerel medya çalışanlarının büyük bir kısmını oluşturan 69 kişi her gün haber izlediklerini belirtirken, 69 kişide magazin programlarını hiç izlemediklerini söylemiştir. Yine konu ile ilgili grafik ise alt kısımda yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırmaya katılanların televizyon program türlerini izleme sıklıklarına göre dağılımı

Şekilden de anlaşılabacağı üzere izleyicileri televizyon programlarını yakından takip ettikleri görülmektedir. Halkın ülkede ve Elazığ'da yaşanan olayları taki ettikleri haber programlarının her gün izlenilmesinden çıkarılabilir. Bunların yanında eğlence programlarının da diğer programlar arasında önemli bir paya sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 10. Katılımcıların İzledikleri Yerel Kanallara Göre Dağılımı

İzlenen Yerel Kanallar	F	%
Kanal 23	41	30,6
Kanal e	35	26,1
Fırat TV	23	17,2
Kanal Fırat	20	14,9
Yerel Kanal İzlemiyorum	15	11,2
Toplam	134	100,0

Tablo 10 incelendiğinde yerel medya çalışanlarının izlediği, yerel kanallarda bu çalışmada araştırılan başlıklardan birisi olmuştur. Özellikle yerel medyada çalışmasına karşın yerel televizyon izlemiyorum diyenlerin oranının yüksek olması son derece önemlidir. Bu oran (%11.2) ve 15 kişidir. Biri sadece uydudan, diğeri hem uydudan hem de karadan yayın yapan, biri üniversite kanalı olup eğitim amaçlı yayın yapan ve bir diğeri ise sadece karasal yayın olmak üzere toplam 4 yerel kanalın bulunduğu Elazığ'da katılımcıların çoğunluğu (%30.6)'sı 41 kişi Kanal 23 televizyonunu izliyorum derken, Kanal e televizyonu (%26.1) ve 35 kişi ile ikinci sırada yer almaktadır. Eğitim amaçlı yayın yapan Fırat TV ise (%17.2) ve 23 kişi ile üçüncü olurken, uydudan yayın yapan Kanal Fırat televizyonunu izleyenlerin oranı ise (% 14.9) ve 20 kişidir. Kanal 23'ün izleme oranının diğer televizyon kanallarına oranla daha yüksek çıkmasının nedeni, yayınlarının hem uydudan hem de karasaldan izleniyor olması olarak yorumlanabilir.

Tablo 11. Araştırmaya Katılanlara Göre Yerel Medyanın Sorunlarının Dağılımı

Yerel Medyanın Sorunları	F	%
Kalifiye Elaman Eksikliği	55	22,8
Maddi Yetersizlikler	37	15,4
Ücretlerin Düşük Olması	35	14,5
Medya Sahiplerinin Tutumları	34	14,1
Reklam Pazarının dar Olması	25	10,4
Medya Siyaset İlişkisi	20	8,3
Mesleğin saygınlığının Azalması	19	7,9
Vatandaşa Ulaşım	8	3,3
Medya Yayınlarının Tutarsızlığı	7	2,9
Diğer	1	,4
Toplam	241	100,0

Tablo incelendiğinde Elazığ'da yerel medya çalışanlarının bakış açısına göre, yerel medyanın en büyük sorunu kalifiye elaman eksikliği olarak göze çarpmaktadır bu görüşü savunanların oranı (%22.8) ve 55 kişidir. İkinci sırada maddi yetersizlikler gelirken bu görüşü destekleyenlerin oranı (%15.4) ve 37 kişidir. Ücretlerin düşük olmasından yakınan yerel medya çalışanlarının sayısı da az değildir bu oran (%14.5) ve 35 kişidir. Yerel medya çalışanlarına göre Elazığ'da medya sahiplerinin tutumları da pek kabul görmemektedir, bu görüşte olanların yüzdelik oranı (%14.1) ve sayısı ise 34 kişidir. Medya siyaset ilişkisinden yakınanların oranı da (%8.3) ve 20 kişi olurken, mesleğin saygınlığının azaldığı görüşünde olanlar ise (%7.9) 19 kişidir.

Sonuçlara göre Elazığ'da bulunan Fırat Havzası Gazeteciler Cemiyeti ve Elazığ Gazeteciler ve Yazarlar Derneği gibi sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere, medya sahiplerinin önderliğinde medya çalışanlarının en büyük sıkıntısı konumunda bulunan kalifiye elaman sıkıntısının çözümü için bir dizi çalışma yapılması faydalı olacaktır. Elazığ Necip Güngör Kısaparmak İletişim Lisesi ile Fırat Üniversitesinde bulunan İletişim Fakültesi ile 2 yıllık Halkla İlişkiler bölümlerinin daha etkin kullanımıyla kalifiye elaman sıkıntısı çözümlenebilir ve yine daha önce yerel medya çalışanlarına yönelik gerçekleştirilen çeşitli mesleki kurslar ile bu sıkıntılar asgari düzeye indirilebilir.

Tablo 12. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Sorunlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntıları	F	%
Düşük Maaşlar	72	35,5
Mesleki Eğitim Eksikliği	35	17,2
Medya Sahiplerinin Davranışları	28	13,8
Çalışma Sürelerinin Uzun Olması	26	12,8
Teknik Yetersizlikler	25	12,3
İş Güvencesi Eksikliği	8	3,9
Kurum İçi Engellemeler	7	3,4
Vatandaşın Medya Çalışanına Olumsuz Bakışı	2	1,0
Toplam	203	100,0

Tablo incelendiğinde Elazığ yerel medyasında çalışanların en büyük sıkıntısı maaşların düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Bu görüşte olanların sayısı azımsanmayacak derecede (%35.5) ve 72 kişidir. Tablo 23’de yer alan ve yerel medyanın en büyük sıkıntısı olarak göze çarpan mesleki eğitim eksikliği Tablo 24’de yerel medya çalışanının en büyük 2. sıkıntısı olarak karşımıza çıkmakta ve bu görüşü savunanların oranı ise (%17.2) ve 35 kişidir. Medya sahiplerin davranışlarından memnun olmayanların oranı ise (%13.8) ve 28 kişi olurken, çalışma sürelerinin uzunluğundan yakınanların oranı ise (%12.8) ve 26 kişidir. Tarihi uzun geçmiş yıllarına dayanan ve Türkiye’nin ilk yerel gazetelerinin çıktığı olan Elazığ’da ilçelere ve bölgeye hitap eden bir gazetenin çıkmaması dikkat çekerken, yerel medya çalışanlarının teknik yetersizlikleri olduğunu düşünenlerin yüzdelik oranı ise (%12.3) ve 25 kişidir.

Tablo 13. Vatandaşın Yerel Medya Çalışanlarına Bakış Açısına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya Çalışanlarına Göre Vatandaşın Kendilerine Bakış Açısı	F	%
Olumlu	34	38,2
Olumsuz	29	32,6
Fikrim yok	26	29,2
Toplam	89	100,0

Tablo 13 incelendiğinde, Elazığ’da görev yapan yerel medya çalışanlarının çoğunluğu toplum gözünde kendilerine yönelik olumlu bir bakış açısı olduğu görüşündedir. Bu fikri destekleyenlerin oranı (%38.2) ve 34 kişidir. Yerel medya çalışanlarının okuyucu ya da izleyici açısından olumsuz bir imajı olduğunu söyleyen yerel medya çalışanlarının oranı ise (%32.6) ve 29 kişidir. Bu konuda fikrim yok diyenlerin oranı ise (%29.2) ve 26 kişidir. Her ne kadar çoğunluk kendilerine karşı kamuoyunda olumlu bir bakış açısı olduğu görüşünde birleşse de, aradaki farkın çok fazla olmaması üzerinde durulması gereken konu başlıkları arasında yer almalıdır.

Tablo 14. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya’da Çalışma Sürelerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Çalışma Süresi	F	%
5 Yıla Kadar	37	43.1
6-10 Yıl Arası	23	26.7
11-15 Yıl Arası	15	17.4
16-20 Yıl Arası	5	5.9
21 ve Üzeri	6	7
Toplam	86	100

Yerel medya çalışanlarının kaç yıldan bu yana, bu işin içerisinde olduğunu belirlemek üzere katılımcılara açık uçlu bir şekilde “Yerel medya da kaç yıldır görev yapıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiş ve değişik sonuçlar ortaya çıkmıştır. 1 yıl gibi kısa bir süredir bu işe başlamış olan yerel medya mensubunun yanı sıra, 40 yıldan bu yana Elazığ yerel medyasın da çalışan basın mensubunun da olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında yerel basında ortalama çalışma süresi ise 8.9 yıl olarak karşımıza çıkmaktadır. Buda yerel medyada çalışan kişilerin bu işi uzun süre yapmadıklarını göstermektedir. Tablodaki veriler incelendiğin de ise yerel medyada en fazla çalışanların olduğu grup 5 yıla kadar çalışanların olduğu kesimdir, bu oran (%43.1) ve 37 kişidir. 6 ila 10 yıl arasında sektörde çalışan yerel medya çalışanı oranı ise (%26.7) ve 23 kişidir. Yerel medyada çalışma süreleri artıkça çalışanlarında oranı azalmaktadır. 16 yıl ila 22 yıl arasında olanların oranı (%5.9) ve 5 kişidir. 23 yıl ve üzerinde çalışanların oranı ise (%7) ve 6 kişidir. Buda yerel medyanın Elazığ için söylenecek olunursa bir ömür boyu yapılacak bir meslek olarak görülmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 15. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya da Çalışma Memnuniyetlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya Çalışmaktan Mutlu musunuz?	F	%
Evet	64	71,9
Hayır	25	28,1
Toplam	89	100,0

Maaşların düşüklüğü, kalifiye elaman eksikliği, çalışma sürelerinin uzun olması ve birçok nedene karşın yerel medya da görev yapan basın mensupları kendilerine yöneltilen “Yerel medya da çalışmaktan mutlu musunuz?” sorusuna çoğunluk olarak Evet cevabı vermişlerdir, bu oran (%71.9) ve 64 kişidir. Yerel medyada çalışmaktan mutlu olmayanların oranı ise (%28.1) seviyesinde ve 25 kişidir.

Tablo 16. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya da Çalışma Nedenlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya da Çalışma Nedeni	F	%
Sevgi	33	36,7
Meslek gereği	34	37,8
Tesadüfen	23	25,6
Toplam	90	100,0

Yerel medyada görev yapanların bu işe niçin yaptıklarına bakıldığında zaman meslek gereği ve sevgi seçeneklerinin bir birine yakın bir oranda olduğu görülmektedir. Bu işi meslek gereği yapıyorum diyenlerin oranı (%37.8) ve 34 kişi iken sevdiğim için yapıyorum diyenlerin oranı ise (%36.7) ve 33 kişidir. Bu işe tesadüfen başlayanların oranı da azımsanmayacak derece olup (%25.6) ve 23 kişi olarak tespit edilmiştir.

Tablo 17. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Eğitimlerine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Mesleki Bir Eğitim Aldınız mı?	F	%
Evet	48	53,3
Hayır	42	46,7
Toplam	90	100,0

Kalifiye elaman sıkıntısından yakınan, yerel medya çalışanların herhangi bir eğitim sürecinden geçip geçmediği konusunda da katılımcılara bir soru yöneltilmiş ve mesleki bir eğitim alıp almadıkları sorulmuştur. Elazığ da yerel medyada görev yapan personelin yarısından fazlasının bu alanda bir eğitim aldığı görülmüştür. “Evet, mesleki bir eğitim aldım” diyenlerin oranı (%53.3) ve 48 kişi iken hayır almadım diyenlerin oranı (%46.7) ve 42 kişi olmuştur. Bu oranın artmasında son yıllarda sektörde yer alan İletişim Lisesi, 2 yıllık İletişim Meslek Yüksek Okulu ve İletişim Fakültesi mezunlarının etkisi son derece fazladır. Bu sayının ilerleyen yıllarda daha da artması beklenmekte olup, Elazığ yerel medyası adına olumlu bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 18. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Yeni Bir Mesleki Eğitim Alma İhtiyaçlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Nasıl Bir Mesleki Eğitim Aldınız?	F	%
Seminer	9	12,9
Staj	17	24,3
Kurs	7	10,0
İletişim Okudum	37	52,9
Toplam	70	100,0

Tablo incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren 70 yerel medya çalışanından 37 kişi (%52.9) üniversite seviyesinde bir iletişim eğitim aldıklarını belirtirken, 17 kişi

(%24.3) staj, 9 kişi (%12.9) seminer ve 7 kişi ise (%10) kurs türünde bir eğitim aldığını belirtmiştir. Bu oranın Anadolu basını için iyi bir seviye olduğu söylenebilir.

Tablo 19. Araştırmaya Katılanların Yerel Medya Çalışanlarının Yeni Bir Mesleki Eğitim Alma İhtiyaçlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yeni Bir Mesleki Eğitim Almak İster misiniz?	F	%
Evet	60	66,7
Hayır	20	22,2
Kararsızım	10	11,1
Toplam	90	100,0

Yerel medya çalışanlarının “Gelişen süreçle birlikte kendi alanınızda yeni bir eğitim almak ister misiniz?” sorusuna vermiş oldukları cevaplara bakıldığında 60 kişi (%66.7)evet seçeneğini işaretlemiştir. Bu rakamın yüksek olması olumlu bir sonuçtur. Hayır diyenler 20 kişi (%22.2) kararsızım diyenler ise 10 kişi (%11.1) oranındadır. Elazığ yerel medyasında görev yapanlarının çoğunluğunun mesleki bir eğitim almış olmasına karşın, yeni bir mesleki eğitim alma teklifine olumlu bakmaları da son derece önemli ve sevindiricidir.

Tablo 20. Araştırmaya Katılanların Yerel Medyanın Görevini Yerine Getirip Getirmediğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya Görevini Yerine Getiriyor mu?	F	%
Evet	10	11,1
Hayır	25	27,8
Kısmen	55	61,1
Toplam	90	100,0

Yerel medyada görev yapan basın mensuplarının büyük bir kısmı, 55 kişi (%61.1) Elazığ yerel medyasının görevini kısmen yerine getirdiğine inanırken, hayır yerine getirmiyor diyenlerin sayısı 25 kişi ve (%27.8)'dir. Evet yerel medya görevini yerine getiriyor diyenlerin oranı ise düşük bir seviyedir (%11.1) ve 10 kişidir. Bu

sonuçlar doğrultusunda yerel medya çalışanlarının yaşamış olduğu sıkıntılar ve medya sahiplerinin tutumları gibi nedenler başta olmak üzere görevlerini tam anlamıyla yerine getirmedikleri düşüncesi ortaya çıkmaktadır.

Tablo 21. Araştırmaya Katılanların Haber Yaparken Bağımsız Olup Olmadıklarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Haber Yaparken Bağımsız mısınız?	F	%
Evet	30	34,1
Hayır	58	65,9
Toplam	88	100,0

Bu çalışmada en önemli başlıklardan biri ve üzerinde durulması gereken noktalardan bir diğeri de yerel medya çalışanlarının haber yaparken editoryal bağımsızlıklarının olmadığına dair görüş belirtmesi olmuştur. Ankete katılan 90 kişiden 58 kişi (%65.9) editoryal bağımsızlığının olmadığını söylerken, 30 kişi(%34.1) evet editoryal bağımsızlığım var seçeneğini işaretlemiştir. 2 katılımcı ise bu soruya görüş belirtmemiştir. Eğitim konusunda olumlu bir durum ortaya koyan Elazığ yerel medyasının haber yaparken editoryal bağımsızlığının olmaması da son derece önemlidir.

Tablo 22. Araştırmaya Katılanların Haber Yaparken Kimler Tarafından Engellendiğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Haber Yaparken Kimler Tarafından Engelleniyorsunuz?	F	%
Kamu kurum yöneticileri	14	22,6
Medya sahipleri	38	61,3
Diğer	10	16,1
Toplam	62	100,0

Tabloya bakıldığında yerel medya çalışanlarının büyük bir çoğunluğunun haber yaparken engellendiği görüşü bir üst tabloda ortaya çıkarken, engellemeyi en fazla

yapan kişilerin medya sahipleri olduğu Tablo 34’de açık bir şekilde görülmektedir. Katılım gösterenlerin (%61.3)’ü Medya sahipleri tarafından engellendiğini belirtirken, kamu kurum yöneticileri tarafından engelleniyorum diyen yerel medya çalışanlarının oranı da (%22.6) ve 14 kişidir. Ankette yer alan diğer seçeneğini işaretleyenlerin oranı ise (%16.1) ve 10 kişidir. Yine dikkat çekilmesi gereken konulardan biri ise güvenilir bir sonuç olması amacıyla kimlik bilgilerinin alınmadığı ankete katılım gösteren 90 kişiden, 28’inin bu soruya herhangi bir cevap dahi verememesi oluşturmaktadır.

Tablo 23. Araştırmaya Katılanların Başka Bir Sektörde Çalışma Cevaplarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Başka bir sektörde çalışmak ister misiniz?	F	%
Evet	49	55,7
Hayır	39	44,3
Toplam	88	100,0

Yerel medya çalışanlarının çoğunluğu düşük maaş oranları, yoğun iş temposu, mesleki saygınlığın azalması ve haber yaparken bağımsızlıklarının olmaması nedeniyle başka bir sektörde çalışma fikrine sıcak bakmaktadırlar. Yerel medya dışında başka bir sektörde çalışmayı düşünür müsünüz? Sorusuna evet diyenlerin oranı (%55.7)ve 49 kişi iken hayır yerel medyada dışında bir sektörde çalışmayı düşünmüyorum diyenlerin oranı da (%44.3) ve 39 kişidir.

Tablo 24. Araştırmaya Katılanların Göre Okuyucu ve İzleyicinin Yerel Medya’ya Güvenip Güvenmediğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Yerel Medya Çalışanı olarak, Sizce Okuyucu ya da İzleyici Yerel Medya’ya Güveniyor mu?	F	%
Evet	48	54,5
Hayır	40	45,5
Toplam	88	100,0

Yerel medyada görev yapan basın mensuplarına yöneltilen “Sizce Elazığlı okuyucu ya da izleyici yerel medya yayınlarına güveniyor mu?” sorusuna verilen

cevaplara bakıldığı zaman, evet diyenlerin oranı yüksek gibi görünse de aradaki farkın çok fazla olmaması düşündürücüdür. Bu soruya evet diyenlerin oranı (%54.5) ve 48 kişi iken hayır diyenlerin oranı da (%45.5) ve 40 kişidir.

4.3. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyanın En Büyük Sorununa İlişkin Bulgular

Tablo 25. Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyanın En Büyük Sorununa İlişkin Görüşler

			Cinsiyet Dağılımına Göre Yerel Medyanın En Büyük Sorunu									Toplam
			Kalifiye Elaman Yetersizliği	Reklam pazarının dar olması	Maddi yetersizlikler	Vatandaşa ulaşım	Medya sahiplerinin tutumu	Medya siyaset ilişkisi	Ücretlerin düşük olması	Mesleğin saygınlığının azalması	Diğer	
Cinsiyet	Erkek	F	39	3	8	1	7	1	5	1	1	66
		% Cinsiyet	59,1%	4,5%	12,1%	1,5%	10,6%	1,5%	7,6%	1,5%	1,5%	100,0%
	Kadın	F	13	5	1	0	3	0	1	0	0	23
		% Cinsiyet	56,5%	21,7%	4,3%	,0%	13,0%	,0%	4,3%	,0%	,0%	100,0%
Toplam		F	52	8	9	1	10	1	6	1	1	89
		% Cinsiyet	58,4%	9,0%	10,1%	1,1%	11,2%	1,1%	6,7%	1,1%	1,1%	100,0%

Tablo 25 incelediğinde, sektörde yer alan gerek kadın ve gerekse erkek çalışanlara göre yerel medyanın en büyük sorununu kalifiye eleman eksikliği olarak kaşıma çıkmaktadır. Ancak dikkat edildiğinde kalifiye eleman eksikliğini kadınlar, erkeklere oranla daha fazla önemsemektedirler, bu sorunu ana sorun olarak gören kadın yerel medya çalışanı oranı (%59.1) ve 39 kişi, medyada çalışan erkek oranı ise (%56.5'dir) ve 13 kişidir. Öte yandan sektörde yer alan erkek yerel medya çalışanları en büyük 2.sorunu maddi yetersizlikler olarak görürken bu oran (%12.1) ve 8 kişidir, kadın medya çalışanları ise en büyük 2.sorun olarak reklam pazarının darlığını görmektedirler bu oranlar ise (%21.7) ve 5 kişidir. Kadın yerel medya çalışanları için ücretlerin düşük olması ana sorun olarak 4.sırada kendisine yer bulurken bu oran (%7.6) ve 5 kişidir.

Sonuçlara göre maddi yetersizlikler, kadın çalışanlar için ana öncelik olmazken, erkek çalışanlar için daha öncelikli bir sorun olarak görülmektedir. Sektörün en büyük 3.sorunu konusunda ise erkek ve kadın katılımcılar ilk sorunda olduğu gibi yine ortak bir görüş belirtmişlerdir. Kadın yerel medya çalışanlarına göre, sektörün en büyük 3.sorunu medya sahiplerinin tutumlarıdır diyenlerin oranı (%13.0) ve 3 kişidir. Kadınlar ile aynı görüşte olan erkek yerel medya çalışanlarına göre ise bu oran (%10.6) ve 7 kişidir.

4.4. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntılarına İlişkin Bulgular

Tablo 26. Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntılarına İlişkin Görüşler

			Cinsiyet Dağılımına Göre Yerel Medya Çalışanlarının Sıkıntıları							Toplam
			Düşük maaşlar	Uzun çalışma süreleri	Teknik yetersizlikler	Medya sahiplerinin tutumları	Mesleki eğitim eksikliği	İş güvencesi eksikliği	Vatadaşın olumsuz bakışı	
Cinsiyet	Erkek	F	52	4	4	2	2	1	1	66
		% Cinsiyet	78,8%	6,1%	6,1%	3,0%	3,0%	1,5%	1,5%	100,0%
	Kadın	F	20	0	1	2	0	0	0	23
		%Cinsiyet	87,0%	,0%	4,3%	8,7%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Toplam		F	72	4	5	4	2	1	1	89
		% Cinsiyet	80,9%	4,5%	5,6%	4,5%	2,2%	1,1%	1,1%	100,0%

Bir önceki tabloda olduğu gibi kadın ve erkek yerel medya çalışanları bu tabloda da en büyük sıkıntıları konusunda ortak bir görüş belirtmişlerdir. Gerek erkek ve gerekse kadın yerel medya çalışanları en büyük sıkıntılarını düşük maaşlar olarak görmektedirler, ancak ilginç olan bir önceki istatistik sonuçlarına göre maddi

yetersizlikleri erkeklere oranla daha sonraki bir sorun olarak gören kadın yerel medya çalışanları bu kez düşük maaş oranlarını erkeklere oranla daha fazla önemli bir sorun olarak görmektedirler bu oran yüzdelik dilimde (%87.0) ve 20 kişidir. Erkeklerde ise bu oran (%78.8) ve 52 kişidir. Kadınlar için yerel medyada görev yaparken en büyük 2. sıkıntı medya sahiplerinin tutumu olurken bu oran (%8.7) ve 2 kişi olarak belirlenmiştir. Erkekler için en büyük 2.sıkıntı ise uzun çalışma süreleri ve teknik yetersizlikler gelmektedir, bu oran ise (%6.1) ve 4 kişidir. İlgi çekici olan bir başka nokta ise erkek yerel medya çalışanları için sorun teşkil eden uzun çalışma süreleri, mesleki eğitim eksikliği, iş güvencesi eksikliği ve vatandaşın olumsuz bakışı gibi konu başlıklarının, kadın yerel medya çalışanları tarafından hiçbir şekilde bir sorun olarak görülmemesidir.

4.5. Aylık Gelir Değişkenine Göre Başka Bir Sektörde Çalışma Düşüncesine İlişkin Bulgular

Tablo 27. Araştırmaya Katılanların Aylık Gelir Değişkenine Göre Başka Bir Sektörde Çalışma Düşüncesine İlişkin Görüşler

			Başka bir sektörde çalışmayı düşünüyor musunuz?		Toplam
			Evet	Hayır	
Aldığınız maaş miktarından memnun musunuz?	Evet	F	9	9	18
		%	50,0%	50,0%	100,0%
	Hayır	F	40	30	70
		%	57,1%	42,9%	100,0%
Toplam		F	49	39	88
		%	55,7%	44,3%	100,0%

Araştırma kapsamında ilginç sonuçların çıktığı bölümlerden birisi de yerel medya çalışanlarının aldığı maaş miktarına göre başka bir sektörde çalışmayı düşünüp düşünmedikleri konusu olmuştur. Aldığı maaş miktarından memnun olmamasına rağmen başka bir sektörde çalışmayı düşünmüyorum diyenlerin oranı hiç de az değildir ve bu oran (%42.9) ve 30 kişidir. Yine aldığı maaş miktarından memnun olmayıp başka bir sektörde çalışmayı düşünenlerin oranı ise (%57.1) ve 40 kişidir. Elde edilen veriler

neticesinde genel kanı yerel medya çalışanlarının maaş durumlarının iyileştirilmesi halinde bu mesleği sürdürmekten yana oldukları yönündedir. Öte yandan aldığı maaş miktarından memnun olup da, başka bir sektörde çalışmayı düşünmeyenlerin oranı da azımsanmayacak sayıdadır ve bu oran (%50) olup 9 kişidir.

4.6. Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyada Çalışma Nedenlerine İlişkin Bulgular

Tablo 28. Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Yerel Medyada Çalışma Nedenlerine İlişkin Görüşler

			Yerel medyada çalışma nedeniniz?			Toplam
			Sevgi	Meslek gereği	Tesadüfen	
Cinsiyet	Erkek	F	24	27	16	67
		%	35,8%	40,3%	23,9%	100,0%
	Kadın	F	9	7	7	23
		%	39,1%	30,4%	30,4%	100,0%
Toplam		F	33	34	23	90
		%	36,7%	37,8%	25,6%	100,0%

Araştırma kapsamında erkek katılımcıların çoğunluğu (%40.3)'ü, yerel medyada çalışma nedenini meslek gereği olarak cevaplandırırken, kadın katılımcılar yerel medyada çalışma nedenini (%39.1)'i sevgi olarak belirtmişlerdir. Buradan da kadın yerel medya çalışanlarının bu işte çalışmayı daha çok istemesi ve daha çok sevmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Yerel medyada tesadüfen bu işe başlayanların oranlarına bakıldığında zaman ise kadınların erkeklere oranla daha çoğunlukta olduğu görülmektedir. Tesadüfen yerel medyada çalışmaya başlayanların oranı ise kadınlarda (%30.4)ve 7 kişi iken erkeklerde bu oran (%40.3) ve 16 kişidir.

4.7. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Editoryal Bağımsızlık Oranlarına İlişkin Bulgular

Tablo 29. Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumları Değişkenine Göre Editoryal Bağımsızlık Oranlarına İlişkin Görüşler

			Editoryal bağımsızlığınız var mı?		Toplam
			Evet	Hayır	
Eğitim Düzeyi	Eğitim almadım	F	0	3	3
		%	,0%	100,0%	100,0%
	İlköğretim	F	1	1	2
		%	50,0%	50,0%	100,0%
	Ortaokul	F	0	2	2
		%	,0%	100,0%	100,0%
	Lise	F	9	10	19
		%	47,4%	52,6%	100,0%
	Ön lisans	F	5	10	15
		%	33,3%	66,7%	100,0%
	Lisans	F	8	20	28
		%	28,6%	71,4%	100,0%
	Lisansüstü	F	7	10	17
		%	41,2%	58,8%	100,0%
	Toplam	F	30	56	86
		%	34,9%	65,1%	100,0%

Hatırlanacağı üzere araştırma kapsamında yerel medya çalışanlarının büyük bir çoğunluğu haber yaparken editoryal anlamda bağımsızlıklarının olmadıklarını belirtmişlerdi. Bu oranın eğitim seviyelerine göre dağılımına bakıldığında zaman zaman eğitim

almayanlar ile (3 kişi) ortaokul mezunlarının tamamı yine 3 kişi (%100) bağımsız olmadıklarını söylemişlerdir. Bağımsız olduklarını söyleyenlerin içerisinde en yüksek oranı ise ilköğretim mezunları oluşturmaktadırlar, 1 kişi (% 50). Lisans üstü eğitim alanlarda ise editoryal bağımsızlığı olmayanların sayısı 10 kişidir (%58.8) Lisans eğitimi alanlarda ise bu sayı daha da artmakta ve 20 kişiye çıkmaktadır (%71.4) Ön lisans mezunlarının (%66.7'si) 10 kişi editoryal bağımsızlığı olmadığını söylerken, lise mezunlarında ise bu oran (%52.6) ve 10 kişidir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Yapılan bu çalışmada, Elazığ yerel medyasında çalışanların bakış açısından, mesleklerinde gördükleri sorunlardan hareketle sektörün sorunları 7 yerel günlük gazete, 4 televizyon kanalı, 1 radyo ve 1 dergi olmak üzere 90 yerel medya çalışanının görüşleri açısından ele alınmıştır. Bu kapsamda çalışanların sosyo-demografik özellikleri, iletişim fakültesi mezunlarına yaklaşım açıları, mesleklerini yaparken karşılaştıkları zorluklar, gazetecilik mesleğine ilişkin görüşleri, yerel gazeteciliğin mevcut durumu ve gazetecilerin meslekten beklentileri tespit edilmiştir. Tüm bu sorunlar yapılandırılmış (formel) görüşme tekniğiyle araştırılmıştır sonuçlar frekans analiziyle aktarılmıştır.

Sonuç olarak Elazığ yerel medyasının tarihi çok eskilere kadar uzanmasına rağmen geçen süre içerisinde kendini yenilemeyen ve geliştirememesinden dolayı, Elazığ yerel basını kabuğunu kıramamıştır. Cumhuriyet ile yaşıt sayılabilecek günlük yerel gazeteler bulunmasına karşın bu yayınların il dışına açılacakları ve halen sadece Elazığ merkezinde okurlarına ulaşmaları bu konuda çok fazla bir ilerleme kat edilmediğini çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Elazığ'ın çevre illere merkez sayılabilecek bir coğrafya da bulunması ve çevre iller Malatya, Bingöl, Diyarbakır ve Tunceli ile en fazla 150 km mesafede olması Elazığ merkezli günlük yayın yapan bölgesel bir gazete olması için son derece avantajlıdır. Yine Elazığ'da günlük olarak yayınlanan yerel gazetelerin tamamı siyah beyaz baskı ile okurlarına ulaşmaktadır. Gazete sayfalarından sadece belirli sayfalarda yer alan reklamların renkli olması ve haber bölümlerinin okurlara siyah beyaz sunulması önemli bir eksiklik olarak durmaktadır.

Yine Elazığ'da yerel medyada çalışma sürelerinden de anlaşılacağı üzere bu meslek dalı şu anda medya çalışanlarının bir başka konuma gelebilmek ya da bir başka işe girebilmek için kullandıkları bir basamak durumundadır.

Öte yandan yerel gazetelerin çoğunun kendisine ait bir internet sitesinin bulunmaması ve internet sitesi bulunan gazetelerin sayfalarının da güncel olmaması önemli bir eksiklik olarak durmaktadır. Yerel gazetelerin sadece resmi kurum ve şehir merkezinde egemen olduğu bir şehirde ilçeler de unutulmamalı ve ilçelere yönelik

haberlerin sayısı artırılıp, yerel gazetelerin Elazığ'ın ilçelerinde de takip edilmesi sağlanmalıdır. Aynı şekilde karasal yayın yapan yerel televizyonların da ilçe haberlerine daha fazla ağırlık vermesi olumlu olacaktır. Elazığ'da faaliyetlerini yürüten resmi kurum ve kuruluşların kendileriyle ilgili basın bültenlerini hazırlayıp yerel medya'ya göndermiş olmasının da vermiş olduğu kolaylıktan olsa gerek, yerel televizyon ve gazetelerde yer alan haberlerin birçoğunun aynı olması okur ve izleyici kitlesini ciddi oranda rahatsız etmektedir. Yerel medya çalışanlarının çok azının farklı ve özel haber yaptığı görülürken, bu sayının artması faydalı olacaktır.

10 yıl öncesine kadar yapılan bilimsel araştırmalarda Elazığ'da çalışan yerel medya çalışanları arasında İletişim Fakültesi ya da İletişim Lisesi mezununun yok denecek kadar az olduğu görülmüştür. Bugün ise İletişim Fakültesi ve İletişim Lisesinden eğitim almış kişilerin sektörde çalışıyor olması son derece olumlu bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olumlu gelişmede Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Necip Güngör Anadolu İletişim Meslek Liselerinin payı ise azımsanmayacak derecede yüksektir. Bu sayının artması için gazetelerin imtiyaz sahipleri ile iletişim konusunda eğitim veren kurumların birlikte çalışması son derece faydalı olacaktır. Yine yerel medyada çalışan ve iletişim konusunda herhangi bir eğitim almamış olan personeline mesleki konuda yeni bir eğitim alma isteğinin olması son derece sevindirici olup, başta Fırat Havzası Gazeteciler Cemiyeti ile Elazığ Yazarlar ve Gazeteciler Cemiyetlerinin bu konuda öncü olması beklenmektedir. –Ki hatırlanacağı üzere daha önce Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Fırat Havzası Gazeteciler Cemiyetinin birlikte düzenlemiş oldukları “Haber yazma teknikleri, diksiyon ve güzel konuşma ile temel fotoğraf teknikleri” gibi değişik konularda gerçekleştirilen kurslara yerel medya çalışanlarının yoğun bir katılımı olmuş ve Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyeleri ve öğretim görevlilerinin katılımıyla alanında uzman hocalar Doç.Dr Mustafa Yağbasan, Öğretim Görevlileri Recep Bağcı ve Mustafa Demir tarafından kurslar tertiplenmiştir. Ulusal ve birçok gazete ve televizyon kurumuna birçok elaman kazandıran Elazığ yerel basınında bugünde birçok yetenekli medya çalışanı bulunmasına karşın bu kişilere gerekli destek tam anlamıyla sağlanamamaktadır. Bu imkânların sunulmasıyla yerel medya çalışanlarının daha da faydalı işler yapabileceği bir gerçektir.

Ayrıca yerel medya çalışanlarının en büyük sıkıntısı olan ücretlerin yetersiz olması konusu ise biran evvel üzerinde düşünülmesi gereken konuların başında gelirken, yerel medya çalışanların yapılan anket sonucunda tam anlamıyla hür olmadıkları ve özellikle de medya sahipleri tarafından engellendikleri tespitine varılmıştır. “Basının Halkın Müşterek Sesi” olduğu bilinciyle yerel medya sektörü sahiplerinin bu konuda daha duyarlı olması ve buna göre hareket etmesi son derece yararlı olacaktır.

Özellikle radyolarda çalışan spiker ve program sunucularının daha güzel ve doğru bir Türkçe kullanması için bir dizi çalışma gerçekleştirilmesi ve Elazığ’a özellikle farklı ulusal radyo kanallarının kazandırılması gerekmektedir.

Yine yerel radyolarda da gün içerisinde yer alan haber kuşağı sayılarının artırılması ve daha fazla haber bültenlerine yer verilmesi radyonun sadece müzik dinlemek için değil, gelişmelerden de haberdar olmak için kullanabilmesini kamuoyuna göstermek adına yararlı olacaktır.

Elazığ yerel medyasında birçok televizyon, radyo ve gazetenin de belirli kişilerin kontrolünde olması ya da bir birleriyle resmi olmasa da bağlarının bulunması, çok sesliliği sağlayamamaktadır. Yine medya sahiplerinin gazete ya da televizyon gibi yayın organlarını asıl amaç olarak bir ticari işletme olarak görmeleri yaygın medyanın olduğu gibi Elazığ yerel medyasının da ana sorunlarından biridir. Aksi iddia edilse de medya sahipleri reklam ve basın ilan kurumundan gelen ilan gelirlerini birinci öncelikleri olarak görmektedirler. Yine medya aracılığı sayesinde kazanılan toplum içerisindeki itibar ve saygınlık ise diğer hedeftir. Yani gazete ve yayın organı bir amaç değil bir araç konumundadır. Medya patronlarının teknolojik yatırımlara biraz ağırlık vermeleri de Elazığ yerel medyası için olumlu olacaktır.

Yerel medyanın güçlendirilmesi ve teşvik edilmesi adına gerçekleştirilen çalışmaların olumlu olduğu günümüzde bu ve benzeri çalışmalara verilen desteğin artırılması son derece anlamlı ve yerinde olacaktır.

Özellikle Elazığ yerel medyasında son birkaç ay içerisinde yaşanan olumlu gelişmeler gelecek adına ümit vermektedir. Basın İlan Kurumunun Elazığ’da bir şube müdürlüğü açması bunların başında gelirken, 1994 yılından beri karasal yayın yapan Kanal 23 televizyonunun 1 Aralık 2014 tarihi itibarıyla hem karasal, hem de uydu

üzerinde izlenebilir olması da son derece önemlidir. Böylelikle Elazığ'dan yayın yapan ulusal televizyon kanalı ikiye çıkmıştır. Yine 85 yıldır yayın hayatını aralıksız sürdüren günlük gazetelerin hala renkli baskıya geçmemesi bir eksiklik olarak değerlendirilse de, Ay Işığı Gazetesinin 5 Ocak 2015 tarihinde renkli çıkıp, Elazığ'ın ilk renkli günlük yerel gazetesi olması ve kendisini Fırat Gazetesinin takip etmesi de son derece güzel gelişmelerdir. Basın İlan Kurumunun Elazığ'da şube müdürlüğü açmasıyla birlikte Elazığ yerel medyasında da köklü değişikliklerin yakın zaman içerisinde olması an meselesidir. Öte yandan Elazığ yerel medyasında son dönemde internet haberciliğine de ilginin arttığı görülmektedir. Her geçen gün yeni bir internet sitesinin açılması nedeniyle şuan resmi rakam net olarak belirlenemese de güncel olarak çalışmalarını sürdüren 50'ye yakın internet haber sitesi bulunmaktadır. Bu sitelerin bir çoğunun güncel olmaması en büyük eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Yine en büyük eksikliklerden birisi de Elazığ yerel medyasında yayın hayatını sürdüren basın yayın organlarının özel haber yapmamalarıdır. Bülten haberlerinin geniş yer kapladığı yerel gazeteler ve televizyon kanalları yeterli muhabir olmaması nedeniyle özel haber istenilen seviyede yapmamaktadırlar. 10 ilçesi bulunan Elazığ'da ilçeler hakkında da haberlerin yerel medyada çok fazla olmaması bir eksiklik olarak durmaktadır. Elazığ'a yakın mesafede olan Bingöl ve Tunceli illeri ekonomi, sağlık ve sosyal anlamda birçok noktada Elazığ ile yakın ilişki içerisinde olmasına karşın, iletişim sektörü bakımından bir o kadar bir birlerine uzaktadırlar. Bingöl ve Tunceli illerinde yerel televizyon kanalı olmaması bir eksiklik olarak karşımızda dururken, iki ulusal televizyon kanalı olan Elazığ'ın bu illerde gerek muhabir ve gerek stüdyo kurmaması da bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Yerel medyada görev yapan basın çalışanları arasında branşlaşmama olmaması da bir eksikliktir, her ne kadar spor branşında görev yapanlar kurum içinde ayrı görev yapıyor gibi olsa da medya da tek branşın spor olmadığı unutulmamalıdır. Elazığ'da Gaziantep merkezli olan Kanal 5 televizyonunun stüdyo açması da son dönemdeki diğer olumlu gelişmelerden bir diğeri olarak karşımızda yer alırken, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu bünyesinde yakın zaman önce açılan ve iki yıllık eğitim ve öğretim veren Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Bölümünün yanı sıra iki yıllık Radyo ve Televizyon ile Gazetecilik gibi bölümlerinde açılması yerinde olacaktır. Sektörün kalifiye elaman eksikliği de göz önüne alındığında bu bölümlerin açılması mesleki açıdan da fayda sağlayacağı gibi İletişim Lisesinden mezun

olan öğrencilerde çevre illerde bulunan üniversitelere gitmek yerine Fırat Üniversitesini tercih edeceklerdir. Basın sektöründe çalışan personeller ile iletişim fakültesinde görev yapan öğretim üyeleri arasında da sıcak ilişkilerin kurulması da yerel medyanın gelişimine katkı sağlayacaktır. Her ne kadar farklı sesler zenginlikler olsa da, birlikten kuvvet doğacağı da aşikardır, bu bağlamda Elazığ'da şuanda gazetecilerin üç ayrı gazeteciler cemiyeti bünyesinde ayrışmak yerine tek bir cemiyet çatısı altında birleşmeleri de yerinde olacaktır. Gazeteciler Cemiyetlerinin üye aidatları dışında bir gelirin olmadığı dikkate alındığında, çeşitli sosyal ve kültürel aktiviteler gerçekleştirememeleri makul olarak değerlendirilirken, yerel yönetimlerin bu sivil toplum kuruluşlarını çeşitli projelerde desteklemeleri yerinde bir adım olacaktır. Sektörde çok uzun yıllar görev yapmasına karşın ulusal basının çalışma prensibini yerinde görmeyen birçok isim vardır, bu kişilerin ulusal basına kendi alanlarında ziyaret yapmaları mesleki gelişimleri açısından kendilerine kazanım sağlayacaktır. Ulusal basında görev yapan sektörün tanınmış isimlerinin Elazığ'a gerek gazeteciler cemiyetleri, gerekse eğitim kurumları tarafından davet edilmesi de olumlu bir adım olacaktır.

5.2. Öneriler

- Yerel gazeteler okuyucuların dikkatini çekmesi için renkli olarak basılabilir.
- Öte yandan yerel gazetelerin çoğunun kendisine ait bir internet sitesinin bulunması ve internet sitesi bulunan gazetelerin sayfalarının da güncel olması gazetelerin takip edilmesinde etkili olacaktır.
- Yerel gazetelerin sadece resmi kurum ve şehir merkezinde egemen olduğu bir şehirde ilçelere de yer verilebilir ve ilçelere yönelik haberlerin sayısı artırılıp, yerel gazetelerin Elazığ'ın ilçelerinde de takip edilmesi sağlanabilir.
- Yerel medya çalışanlarının çok azının farklı ve özel haber yaptığı görülürken, bu sayının artması faydalı olabilir.
- Yerel medya çalışanlarının ücretleri düzeltilebilir.
- Yerel radyolarda da gün içerisinde yer alan haber kuşağı sayılarının artırılarak daha fazla haber bültenlerine yer verilmesi radyonun sadece müzik dinlemek için değil, gelişmelerden de haberdar olmak için kullanabilmesini kamuoyuna göstermek adına yararlı olacaktır.
- Medya patronlarının teknolojik yatırımlara biraz ağırlık vermeleri de Elazığ yerel medyası için olumlu olacaktır.
- Yerel medyanın güçlendirilmesi ve teşvik edilmesi adına gerçekleştirilen çalışmaların olumlu olduğu günümüzde bu ve benzeri çalışmalara verilen desteğin artırılması son derece anlamlı ve yerinde olacaktır.
- Sektörde çok uzun yıllar görev yapmasına karşın ulusal basının çalışma prensibini yerinde görmeyen birçok isim vardır, bu kişilerin ulusal basına kendi alanlarında ziyaret yapmaları mesleki gelişimleri açısından kendilerine kazanım sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akçakoca O., *Konya Yerel Basının Yapısal ve İçerik Analiz İle Bir Yerel Basın Önerisi*, Yüksek lisans tezi, 2006, s.10.
- Altunbaş H., *Radyo Reklamcılığı ve Türkiye’de Yerel Radyolar*, Tablet Kitapevi, Konya, 2003.
- Arabacı C., “Cumhuriyet’e Giden Yolda Milli Mücadele Basını”, *Konya Çalı Kültür Sanat Dergisi*, Sayı 53, Mayıs 2003, s. 14-15.
- Arabacı C., *Vilayet Matbaaları ve Konya Vilayet Matbaası*, Selçuk İletişim Dergisi, C: 2, S: 2, SÜ İletişim Fakültesi Yayınları, Konya, 2002.
- Arapoğlu N., *Yerel Radyo-Televizyonlar ve Bir Örnek: İzmit*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1994.
- Arslan İ., *Birlik Haber Gazetesi Yazı işleri Müdürü ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Aydeniz H., “Tarihsel ve Literal Açıdan Yerel Gazetecilik”, *Türkiye’de Yerel Basın* (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 10-16.
- Aziz A., *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*, TRT Genel Sekreterlik Basın ve Yayın Müdürlüğü Ofset Tesisleri, Ankara, 1999.
- Basın Sözlüğü*, İ. Ü. İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul, 1998.
- Çakır H., “Yerel Gazetelerin Sorunları”, *Evrensel Gazetesi*, Kayseri Eki, 16 Aralık 2006, s. 14.
- Çakır H., *Osmanlı Basınında Reklam*, Elit Reklamcılık, Ankara, 1997.
- Çakır H., *Tüm Yönleriyle Radyo*, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2005.
- Çankaya Ö., *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1997.
- Çelik Y., *Kanal 9 imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2012.
- Çelik Y., *Yeniçağ Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

- Çığ Ü., “19. Yüzyılda Osmanlıda Gazetecilik Hareketleri: “Takvim-i Vekayi’den Vilayet ve Özel Girişim Gazetelerine”, Türkiye’de Yerel Basın (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 62-63; 70-73.
- Desmoulins N.T., “Medya Ekonomisi (Çeviren: Galip Üstün), İletişim Yayınları, İstanbul, 1993.
- Doğan A., Göker G., *Yerel Medya Sorunsalları Ve Sektör Çalışanlarının Sorunlara Bakışları “Elazığ İli Örneği”* (akt. İhsan Kurtbaş) Erciyes İletişim dergisi 2009, S.24.
- Duman H.H., “Osmanlı Döneminde Yerel Basın”, Türkiye’de Yerel Basın (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 82-85.
- Erdoğan İ., Türkiye’de Gazetecilik ve Bilim İletişimi, Yapısal Özellikler Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Pozitif Matbaacılık, Ankara, 2007.
- Eser Y., *Hit FM yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Eser Y., *Radyo 2000 yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Gezgin S., “Türkiye’de Yerel Basın”, Türkiye’de Yerel Basın (Editör: Suat Gezgin); İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 177-178.
- Girgin A., Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik, İnkılap Kitapevi, İstanbul, 2001.
- Gündüz U., “Kurtuluş Savaşında Yerel Basının Rolü”, Türkiye’de Yerel Basın (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 91-95.
- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=a13546e2-8014-4c12-875c-3905b225f789
- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=a13546e2-8014-4c12-875c-3905b225f789
- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=a13546e2-8014-4c12-875c-3905b225f789

İşık M., Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri, Eğitim Kitapevi, Konya, 2002.

İletişim Medya <http://www.gunisigigazetesi.net/elazig.php?baslik=iletisimmedya>

İnuğur M. N., “Basın Yayın Tarihi, Der Yayınları, İstanbul, 1993.

Kalender A., “Demokrasilerde Yerel Basının Önemi”, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, TGCY, İstanbul, 2002, s. 60.

Kara E., Günebakış Gazetesi yazarı ile yüz yüze yapılan görüşme, 2015.

Kara E., *Hâkimiyet Gazetesi yazarı ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Kaya E., *Fırat Gazetesi yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Kaya R., *Nurhak Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Kaymaz A.P., *Ezgi Radyo yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2012.

Koca N., *Yeni Ufuk Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2012.

Koloğlu O., Osmanlıdan Günümüze Türkiye’de Basın, İletişim Yayınları, İstanbul, 1994.

Kurşun A.K., “Yerel Basının Yerel Siyasi Katılımına Etkisi”, Türkiye’de Yerel Basın (Editör: Suat Gezgin), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul, 2007, s. 377-378.

Meral A., *Uluova Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Meral A., *Uluova Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Okur H., *yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Orhan H.G., *Fırat TV yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Orhan H.G., *Radyo Fırat yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Öz G., *ERT FM İmtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Öz G., *Radyo Süper Shov İmtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Özbay F., *FM 23 yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

Özbay F., *Kanal 23 yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.

- Özbay F., *Radyo Hazar yöneticisi Fethi Özbay ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Özbay F., *Radyo Kulüp yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Özer M., *Ayışığı Gazetesi yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Söylemez A., *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*, Boyut Yayınevi, 1997.
- Sözen E., *Yerel Medya Ne kadar Yerel*, X. Yerel Medya Eğitim Semineri, Kayseri (20-21 Şubat 2004), Erişim Yeri: http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kayseri-x/kayseri_15.htm
- Şeker M., “Tiraj Sorunu”, Bir Sorun Olarak Gazetecilik (Editörler: Bilal Arık-Mustafa Şeker), Tablet Yayınları, Konya, 2007, s. 169.
- Topal M., *Dönemin Radyo spikeri ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Topal M., *EL-TV yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Topal M., *Radyo Elazığ yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Topal M., *yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Turan E., *Kanal-e yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Turan E., *Radyo e yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Turan M., *Turan Gazetesi imtiyaz sahibi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Turan Y., *Demokratikleşmede Yerel Basının işlevi*, Yerel Basın Kurultayı Paneller, Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No: 4, Adana 1992, s. 92.
- Ulus S., *Yerel Basınımız Marmara İletişim Dergisi*, Sayı: 3, İstanbul Temmuz 1993, s. 77.
- Yengin H., *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınevi, İstanbul, 1994.
- Yengin H., *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınları, İstanbul, 1994.
- Yetik V., *Günışığı Gazetesi yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme*, 2015.
- Yüksel E., Gürcan H.İ., *Habercinin El Rehberi, Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1263, Eskişehir, 2001.

ÖZGEÇMİŞ

Kayahan Topal 1981 yılında Elazığ'da doğdu. 2003 yılında Fırat Üniversitesi Su Ürünleri bölümünden, 2007 yılında Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler bölümünden ve 2009 yılında ise İşletme Fakültesinden mezun oldu.

Gazete, radyo ve televizyon gibi çeşitli medya sektörlerinde uzun yıllar sunuculuk, spikerlik ve haber müdürlüğü ile köşe yazarlığı görevlerinde bulunan Kayahan Topal, Elazığ Halk Eğitim Merkezi, Harput Diyanet Eğitim Merkezi, Elazığ Belediyesi ve Keban Belediyesi başta olmak üzere birçok kurumda da Diksiyon ve Güzel Konuşma ile Halkla İlişkiler eğitimleri verdi. TRT dahil olmak üzere bir çok ulusal ve yerel televizyon kanalında program sunumları gerçekleştirdi. Çok sayıda ulusal ve uluslararası bilimsel programda sunuculuk yapan Kayahan Topal, çeşitli dernek ve sivil toplum kuruluşlarına üye olup, Tunceli Üniversitesi Özel Kalem Müdürü olarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Kayahan Topal, evli ve bir çocuk sahibidir.

EKLER

Ek-1: Tez Orijinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Kayahan TOPAL
Öğrenci Numarası	101209128
Enstitü Anabilim Dalı	İletişim
Programı	Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Yrd. Doç. Dr. Derya ÇETİN
Tez Başlığı (Türkçe)	Elazığ'da Yerel Medya ve Sorunlarının Yerel Medya Çalışanlarının Görüşlerine Göre İncelenmesi

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 36 sayfalık kısmına ilişkin, 27.05.2023 tarihinde şahsim/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 13.00'dür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azan benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumu doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Yrd.Doç.Dr.Derya ÇETİN
RTV Bölüm Başkanı
Danışmanın Adı-Soyadı
(İmzası)

Prof.Dr. Mustafa YACBASAN
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını¹ sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

¹ Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

Ek-2: Yerel Medya Çalışanları Anketi

Saygıdeğer meslektaşlarım, bu anket Fırat Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalında bilimsel bir araştırmaya veri teşkil etmesi amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen bilgiler başka bir amaçla kati suretle kullanılmayacak ve başka hiçbir kişi, kurum yada kuruluşu kesinlikle verilmeyecektir. Araştırmamızda daha güvenilir sonuçlara ulaşmak adına sizlerden hiçbir kimlik bilgisi istenmemektedir. Bu doğrultuda anketimizi içtenlikle cevaplayacağınıza inanıyor ve teşekkür ediyoruz.

1. Yaşınız

2. Cinsiyetiniz

1- Erkek 2- Kadın

3. Medeni durumunuz

1 – Evli 2-Bekâr 3-Eşinden ayrılmış

4. Toplam kaç yıl eğitim aldınız?

1- Almadım 2- 5 yıl 3-8 yıl 4- yıl 5-12 yıl 6-14 yıl 7-16 yıl ve üzeri

5. Aylık hane toplam gelir durumunuz?

1- 0-500 TL 2-501-1000TL 3-1001-1500TL 4-1501-2000TL 5-2001 TL ve üzeri

6. Aldığınız maaş miktarından memnun musunuz?

1- Evet 2-Hayır

7. Günde ortalama kaç saat çalışıyorsunuz?

8. En çok izlediğiniz ulusal TV kanalı hangisidir? (Birden çok seçeneği sırasıyla işaretleyebilirsiniz)

1-Atv 2-Kanal D 3-Star TV 4-Show TV 5-CNN Türk 6-Ntv 7-TRT
8-Kanal 7 9-Haber Türk 10-Stv 11-TV 24 12-Ülke 13-Fox 14-Diğer

9. Aşağıdaki program türlerini ne sıklıkla izlersiniz?

		Hiç izlemem	Haftada 1-2 gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 5-6 gün	Her gün
P1	Haberler	1	2	3	4	5
P2	Belgeseller	1	2	3	4	5
P3	Sinema Filmleri	1	2	3	4	5
P4	Diziler	1	2	3	4	5
P5	A.Otrm ve tartışma	1	2	3	4	5
P6	Gerçek hayat hik	1	2	3	4	5
P7	Kadın kuşak prog	1	2	3	4	5
P8	Magazin Prog	1	2	3	4	5
P9	Yarışma Prog	1	2	3	4	5
P10	Spor Programları	1	2	3	4	5
P11	Müzik/Eğlence	1	2	3	4	5
P12	Dini Programlar	1	2	3	4	5
P13	Talk Show/Güldürü prog	1	2	3	4	5

10. Hangi yerel televizyonu izliyorsunuz? (Birden çok seçeneği sırasıyla işaretleyebilirsiniz)

1-Yerel kanal izlemiyorum 2-Fırat Tv 3-Kanal e 4-Kanal Fırat (Kanal 9) 5-Kanal 23

11. Sizce yerel medyanın en büyük sorunu nedir?

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1-Kalifiye elaman eksikliği | 2-Reklam pazarının dar olması |
| 3-Maddi yetersizlikler | 4-Vatandaşa ulaşım |
| 5-Medya sahiplerinin tutumu | 6-Medya-Siyaset ilişkisi |
| 7-Ücretlerin düşük olması | 8-Mesleğin saygınlığının azalması |
| 9-Medya yayınlarının tutarsızlığı | 10-Diğer |

12. Sizce yerel medya çalışanlarının en büyük sıkıntıları nedir? (Birden çok seçeneği sırasıyla işaretleyebilirsiniz)

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1-Düşük maaşlar | 2-Çalışma sürelerinin uzun olması |
| 3-Teknik yetersizlikler | 4- Medya sahiplerinin davranışları |
| 5- Mesleki eğitim eksikliği | 6-İş Güvencesi Eksikliği |
| 7-Vatandaşların medya çalışanlarına olumsuz bakışı | 8-Kurum içi engellemeler |
| 9-Diğer..... | 10- Hiçbir sıkıntı yaşamıyorum |

13. Sizce Elazığlı okuyucuların ya da izleyicilerin yerel medya çalışanlarına bakış açısı nasıldır?

- | | | |
|------------------------|-------------------------|--------------|
| 1-Olumlu bir bakış var | 2-Olumsuz bir bakış var | 3-Fikrim yok |
|------------------------|-------------------------|--------------|

14. Yerel medya da kaç yıldır görev yapmaktasınız?

15. Yerel medya da çalışmaktan mutlu musunuz?

- 1- Evet 2-Hayır

16. Yerel medyada çalışma nedeniniz?

- 1- Sevgi 2-Meslek Gereği 3-Tesadüfen

17. Meslek ilgili bir eğitim sürecinden geçtiniz mi?

- 1-Evet 2- Hayır

18. Ne tür bir eğitim aldınız?

- 1- Seminer 2-Staj 3-Kurs 4-Diğer

19. Gelişen süreçle birlikte kendi alanınızda yeni bir eğitim alma gereksinimi duyuyor musunuz?

- 1- Evet 2-Hayır 3-Kararsızım 4-Fikrim yok

20. Yerel medya sizce görevini yerine getiriyor mu?

- 1- Evet 2- Hayır 3-Kısmen

21. Yerel medyada görev yaparken editöryal bağımsızlığınız var mı?

- 1-Evet 2- Hayır

22. (21.soruya hayır diyenler) Editöryal bağımsızlığınızı kimler engellemek istiyor?

- 1-Kamu kurum yöneticileri 2-Sivil toplum örgütleri 3-Medya sahipleri 4-Diğer

23. Yerel medya dışında başka bir sektörde çalışmayı düşünür müsünüz?

- 1-Evet 2-Hayır

24. Sizce Elazığlı okuyucu/ izleyici medya yayınlarına güveniyor mu?

- 1-Evet 2-Hayır