

## YEREL MEDYA OLGUSUNA GENEL BİR BAKIŞ VE GÜNÜMÜZ ELAZIĞ MEDYASI

Mustafa YAĞBASAN\*

### *Ein allgemeiner Blick auf Regionalen Medienfaktum und Heutige Elaziger Media*

*Die regionalen Medien sind in sich entwickelten abendländischen Länder eine der wichtigsten Institutionen der demokratischen Gesellschaft. Aber nach wissenschaftlichen Resultaten ist es schon festgestellt wurde, dass die regionalen Medien in der Türkei nicht wie in europäischen Länder ständig verstrebt. In dieser Arbeit ist die Definition "Regionale Media" theoretisch studiert und die regionalen Medieneinrichtungen, sowie Fernsehen, Zeitungen und Radios, der Stadt Elazığ sind strukturell analysiert. Mit dieser Methode wurde es beabsichtigt und zum Ziel genommen, die Lage der türkischen regionalen Medien anzuordnen und deren Problemen aufzustoßen. In den Kenntnisformularen, die den Leiter der 19 regionalen Medieninstitutionen (Fernsehen, Zeitungen und Radios, die täglich veröffentlichen und senden) verteilt sind, wurden nach der technischen Befähigung und Veröffentlichungsmentalität befragt und die Meinungen der Leiter der Medieninstitutionen auf die Lösung der Probleme versammelt. Dank der angewandten Methoden sind zu sehr interessanten Ergebnissen gelangt.*

*Nach den versammelten und analysierten Daten wurde es aufgetaucht, dass die regionale Media der Stadt Elazığ negative technische und strukturelle Fundament erlebt, sich mangelnde perfektionierende Arbeitskraft fühlt und auf dem Arbeitskreis ethischen Problemen herrscht. Man kann diesen Ausfällen für die ganzen türkischen regionalen Medien verbreiten. Unsere negative Hypothese auf die regionalen Medien, die wir vor der Studie als Arbeitshypothese akzeptiert haben, ist mit diesen Resultaten bestätigt. Aus diesem Grund soll die regionalen Medien für eine zuträgliche Demokratie verstrebt werden. Wegen dieser negativen Lage sollen die türkischen regionalen Medien auch sich selbst ins Verhör nehmen.*

**Schlüsselwörter:** Media, Regionale Media.

### **Giriş**

İçinde bulunulan bilgi çağı, bilgiye ulaşmayı yaşamın önemli bir parçası, olmazsa olmaz haline getirmiştir. Genel olarak 'medya' diye isimlendirilen kitle iletişim araçları bilgiye

ulaşmanın önemli bir kaynağı durumundadır. Medyanın salt bilgiye ulaşma aracı olmasının yanı sıra, eğlendirici işlevinin de olması bu sektörü oldukça önemli kılmakta-

\* Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi.

dır. Çağın, insanın önemli sosyal gereksinimlerini de karşılayan medya olgusu diğer bir açıdan önemli bir ticari ve siyasal güç olarak da sıfatlandırılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının inanılmaz gelişimi, bilgi çağının günümüz trendinin yakalamasına zemin hazırlamıştır. Medya da bu gelişmelere paralel olarak hızlı bir değişim içerisine girmiştir. Teknolojik gelişmelerden olabildiğince yararlanan medyayı, sosyal yaşamın önemli bir parçası konumuna getiren olgu, hiç şüphesiz sanayileşmenin ve metropol yaşamının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bir taraftan teknolojinin ve bilişim evriminin sonucu olarak değişim yaşayan yayıncılık anlayışı, diğer taraftan medyanın etkisiyle değişimi negatif yönde ötekileşen toplum yaşantısı... Gittikçe yalnızlaşan, toplumsal yaşantıdan uzaklaşan ve bu hızlı değişim karşısında kültürel değer yitiminin farkına varan bireyin içinde bulunduğu ruh hali, aslında teknolojik yaşantıya ayak uydurmayla ters orantılı bir durum sergilemektedir. Bu paradoksu rasyonel anlamda olumluya çevirebilme adına yerel medyaya ne görevler düşmektedir veya yerel medyanın bu durum karşısındaki misyonu ve gücü ne olmalıdır? Günümüzde yerel medyanın üslendiği görev, mikro eğilimlere zemin hazırlayabilir mi?

Küreselleşme karşısında sosyal değer yitimine uğrayan toplumların gün geçtikçe mikro değerlere sarılması ve ritüel olguları önemsemesi yerel medyayı daha da ön plana çıkarmaktadır. Ancak, yerel medyanın tüm bu değişimler karşısında kendisini ne denli yenilediği ve söz konusu gelişmelere hangi oranda ayak uydurabildiği tartışma konusudur. Yerel medyanın bu noktadaki işlevi salt mikro değerlere ve ritüel olgulara yönelik mi olmalıdır? Bu anlayış evrensellikten uzaklaşma ve soyutlanmış bir yaşam tarzı tehli-

kesi doğurabilir mi? Teknolojik gelişmelerin gerisinde kalan, yayıncılık anlayışını reklamcılık temeli üzerine kuran, içerik olarak yerel insana yeni bakış açısı sunamayan yerel medya bilimsel anlamda periyodik olarak analiz edilmelidir.

### Medyanın Etkinliği

Yapılan bilimsel çalışmalar ve eldeki veriler, gerek olumlu ve gerekse olumsuz yönde toplumların yaşantısını temelden etkileyen medyanın sorumluluk bilinciyle hareket etmekten yoksun olduğunu göstermektedir. Diğer bir anlatımla, sosyal yaşantıdaki sosyolojik yakınmaların odağında medya vardır. Ancak medya olgusu, demokratik kültürün yerleşmesi veya mevcut demokrasinin devam edebilmesi ve her şeyden önemlisi toplumsal ve sosyal yaşamın sürdürülebilmesine zemin hazırlaması açısından oldukça önemli bir misyon üstlenmektedir. Öyle ki günümüz demokratik toplumları medyayı meşru siyasal iktidarları denetleyen kurumlar haline gelebilmesi için parasal destek sağlayabilmekte veya subvanse edebilmektedirler. Günümüz demokratik toplumlarında söz konusu bu parasal destek ve subvanseden yararlananlar genellikle yaygın medya kuruluşları olmuştur. Yerel medya kuruluşları bu anlamda yeterince destek görememişlerdir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen yayın hayatlarını sürdürebilme savaşı vermektedirler.

Yerel medyanın etkinliğini iki farklı açıdan değerlendirmek mümkündür. Bunlardan birincisi; ulusal düzlemde yer bulması mümkün görünmeyen, ancak lokal düzlem için önem arz eden sorunları ulusalın gündemine taşıyabilmesi, diğeri ise; lokal icrataların sorgulaması ve denetlenmesi için ortam hazırlayabilmesi ve çözüm üretilebilmesi için hareket alanı sağlayabilmesidir. Medyanın işlevselliği bağlamında yaygın

medyanın konumu, rolü ve gücü artık bilinmektedir. Ancak sayıları hızla artan ve yaygınlaşan, gün geçtikçe lokal etki alanını güçlendiren yerel medyanın da bu anlamda bilimsel olarak analiz edilmezsi gerekir.

McNair 'ideal tip' demokratik toplumların iletişim medyası için beş işlev öneriyor (Melone, 2002); 1- Vatandaşları çevrelerinde olan bitenler üzerine bilgilendirmek, 2- Kendilerini 'gerçeklerin' anlamı ve önemi hakkında eğitmek, 3- Kamuoyuna siyasi tartışma ortamı için platform sunmak. Bu, karşıt görüşlerin ifade edilebileceği bir platform olmalıdır, 4- Hükümet kurumlarını ve siyasi kuruluşları kamuya açmak (muhabirliğin bekçi köpeği rolü), 5- Siyasi görüşlerin savunulabilmeleri için kanal olma görevini yerine getirmek.

Manoff'a göre (Melone, 2002); medya, ortak temel oluşturmak ve çeşitli etkinlikler yoluyla kriz dönüşümü koşullarını geliştirmek için geniş birikime sahiptir. Doğru ve yapıcı serbest bilgi akışını sağlayarak, yanlış anlamalara karşı gelerek, konuların ardında yatan çıkarları tespit ederek ve bir uzlaşma sağlanmasına yardımcı olarak *bilgilendirici ve eğitici işlev* görebilirler.

### Yerel Medyanın Önemi

Yerel medyayı yaygın medya ile kıyaslamak temelde rasyonel bir yaklaşım olmaz. Ancak yerel medyanın da kendi içinde etkinliği ve üstlendiği bir misyonu olmalıdır. Yaygın medyanın uğraş alanının dışında kalmasından dolayı (marjinal olayların dışında) mikro düzeyde gelişen toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel olaylar hakkında yöre halkını bilgilendirmek, aksayan konularda yerel yöneticileri uyarmak, yapılanları yöre halkına duyurmak ve kayda değer yöresel olguları tüm yurt geneline duyurabilme gibi çalışmaları (Mora: 2002;

126), yerel medya açısından hiç de küçümenecek bir görevdir.

Ulaşılabilirlik, gündemi ve günceli yakalayabilmede yaygın medyayı her zaman öne çıkarmaktadır. Vural (1998: 155), hareket alanı yerel kamuoyuna yönelik olan kitlenin iletişim araçlarını, 'Yerel Basın' olarak nitelendirilmektedir. Ancak Vural (1998: 154) yerel kültürün ve çevrenin en büyük sosyalleşme aracının yerel basın olduğu görüşünü ileri sürmektedir. "Yerel Gazetelerin kalitesi, demokrasinin kalitesini de etkiliyor" (Schneider und Raue, 2002:199) anlayışından hareket edilecek olursa, yerel medyanın ne denli etkin bir rol yüklediği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

### Günümüzde Yerel Medyanın Durumu

Günümüz yerel medyası bir çok sorunla karşı karşıyadır. Bu sorunlar; yayın alanının merkezle sınırlı kalması, çalışanların alan dışından gelmesi, belli yayın akışlarının ve anlayışlarının olmayışı (matbaacılık ve reklamla yaşantılarını sürdürmeleri), tirajlarının düşük olması, hedef kitlenin ticari kesim olması şeklinde özetlenebilir (Mora, 2002: 143-145). Diğer yandan özellikle yerel yazılı basın bu sektörde tali hizmet vermektedir. Asıl hizmet alanı matbaacılık olan yerel gazeteler, yayıncılığı yerel düzlemde etki ve statü sahibi olma kaygısı veya hobi olarak yürütmektedirler. Yerle ihale, reklam ve zayı ilanlarından pay almak da diğer bir neden olarak gösterilebilir. Ancak, her şeye rağmen yerel medyanın desteklenmesi ve güçlenmesi her açıdan önem arz etmektedir (Gezgin, 2002: 21). Diğer taraftan yerel yöneticilerin, yaygın ve yerel basın arasında sağlayacakları işbirliği, yerel medyanın güçlü konuma gelmesi yönündeki umutları daha da güçlü kılacaktır (Gezgin, 2000: 12).

## Yerel Medyanın Güçlendirilmesine

### Yönelik Çalışmalar

Bağımsız İletişim Ağı (BİA) Koordinasyonu, 130'u aşkın yerel radyo, gazete, TV ve STK'yı "üretim temelinde bir dayanışma ve haberleşme ağı" çevresinde bir araya getirmektedir. BİA Projesi kapsamında, "Üretim temelinde bir dayanışma ve haberleşme ağı" oluşturma girişimi şeklinde "Türkiye'de egemen olan haber ve yayın yapısı ve kurumları[nun] halkın özgür haber alma hakkını kısıtlamakta ve yerel yayıncılığın gelişimini sekteye uğratmakta" olduğu gerçeğinden hareketle, karşılıklı yeni ve gerçek bir habercilik seçeneği yaratma hedefini koymuştur (Kılınç, -: -).

Bu çerçevede: 1- Yerel medyanın, ulusal radyo, TV ve gazetelere tanınan hak ve imkanlara erişebilmesinin önündeki engelleri gidermek, 2- Varolan haber ve yayın tekeline kendi ürünleriyle alternatif oluşturmak; kısıtlayıcı mevzuatın haber alma ve haber verme özgürlüğü önüne koyduğu engellerle mücadele etmek, 3- Yerel yayıncılığın uluslararası haber ve yayın normları temelinde yeniden yapılanmasını sağlamak, 4- Ortak eğitim ve teknik ve teknolojik bilgilenme olanaklarını herkes için erişilebilir kılmak, 5- Aynı sorunlarla karşı karşıya kalan ve aynı amaçları paylaşan, Türkiye'nin de imza koyduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Avrupa Yayın Birliği ilkeleri ve BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi doğrultusunda yayın yapan bütün kuruluşları ve bu ilkeleri paylaşan bütün bireysel habercileri, Sivil Toplum Kuruluşlarını üretim temelinde bir araya getirmek, mesleki işbirliği ve dayanışmayı pekiştirmek, 6- Böylece, kamu yararı ve halkın haber alma özgürlüğünü esas alan bir habercilik anlayışını gerçekleştirmek.

Diğer yandan Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, basın çalışanları ile çalış-

tıranların ilişkilerini düzenleyen 212 sayılı yasada değişiklik yapmak için çalışma başlatmış ve bu çerçevede meslek örgütleri ve sendikalardan görüş istenmiştir. Bu çalışma kapsamında Yerel Medya gözetilmiş ve bu kanun ile ilk defa yerel, bölgesel ve yaygın medya tanımları yapılmıştır. Para cezaları gerektiren yaptırımlarda yerel medyanın, yaygın medya ile aynı muameleye tabi tutulmadığı, cevap ve düzeltme konusundaki istisna hariç para cezalarının hürriyeti bağlayıcı cezaya çevrilemeyeceği düzenlemesi getirilmiştir. Gazetecinin haber kaynaklarını açıklamama ve tarıklık yapmaya zorlanmaması gibi düzenlemelere de yer verilen düzenlemede, cevap ve düzeltme konusuna yeni uygulamalarla işlerlik kazandırılmıştır (Bilgiç, 2004). Bu kanun medya alanındaki bütün düzenlemeleri içermemekle beraber, radyo-televizyon yayıncılığına yönelik medyadaki yoğunlaşma konuları ile ilgili düzenlemelerin başka kanunlarla gerçekleştirilmesi düşünülmektedir.

### Amaç

Bu çalışmanın amacı 'Yerel Medya' kavramını irdeleyerek, günümüz yerel medya sektöründe yaşanan sorun ve gelişmelere bir bakış açısı kazandırmaktadır. Kuramsal yaklaşımlardaki söz konusu sorun ve düzenlemelere veri sağlamak için Elazığ ilindeki yerel medya kuruluşlarının yöneticilerine bilgi formu dağıtılarak görüşleri alınmış ve olası sorunlar ile yönetici görüşleri arasındaki korelasyon ortaya konulmaya çalışılmıştır. Elazığ ilinde elde edilen verilerin, yerel medyanın genel durumu hakkında bilgi verebileceği, mevcut durumunu ve yaşanan sorunlarını yansıtabileceği denencesinden hareket ederek, durum tespitinde bulunmak ve öneriler geliştirmek bu çalışmanın temel amacıdır.

## Yöntem

Araştırma anket (Bilgi Formu) yöntemine göre yürütülmüştür. Elazığ'da yayın hayatını günlük olarak kesintisiz yürüten 19 medya kuruluşu (televizyon, gazete ve radyo) yöneticilerinin tümüne uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini Elazığ il merkezinde yayın yapan medya kuruluşları oluşturmaktadır. Örneklem alma ve sınırlılıklar belirleme yoluna gidilmemiş ve tüm medya kuruluşları araştırma kapsamına alınmıştır.

## Elazığ Medyasının Durumuna Yönelik Bulgular

### Televizyonlar

**1- KANAL E:** 1994 yılında kurulan Tv kanalı, Turan Radyo-Tv Yayın Yapım AŞ. medya gurubuna bağlı olarak 12.00 ile 01.00 arasında ve 24 çalışanı ile Uhf 32'den Elazığ merkez ve birkaç ilçeye ulaşan yayınları ile yerel yayınlarına devam etmektedir. **Kanal E televizyonundan elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; 2984'ü ihlal, Gelirleri; reklam ilan, Yan Kuruluşları; yerel gazeteler, Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; var, Yayınların içerik ağılığı; her türlü, Çalışanların dağılımı; Teknik servis 2, muhabir 5, sunucu 2, kameraman, 6, seslendirme 2, montaj 3, yayıncı 3, yönetici 2, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret, konuma göre, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgilere sahip olunması

**2- FIRAT TV:** 19.03.1993 tarihinde kurulan Fırat Tv kanalı, Fırat Üniversitesine bağlı mesleki bir yayın organı statüsündedir. 11 çalışanı (genellikle İletişim Fakültesi öğrencileri) ile günlük 7 saatlik bir yayın akışına sahip olan kuruluş, 500 Watt çıkış ve yaklaşık 30 km'lik bir alana ulaşmaktadır. **Fırat**

**TV'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; Bağımsız (Resmi), Yayın Türü; Yerel – Mesleki – Bilimsel, Kapama Cezası; RTÜK yasa-sının değişmesi nedeniyle, Gelirleri; Reklam, İlan, Yan Kuruluşları; yok, Ağırlıklı Yayınları; Yerel – Mesleki – Bilimsel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; İHA, Kendi haber toplama ağı; kendi haber merkezi, Yayınların içerik ağılığı; bilimsel, kültürel, sanatsal, Çalışanların dağılımı; teknik servis 2, sunucu 2, kameraman 4, seslendirme 2, Kurgu-montaj 2, yönetici 1, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, üniversite , Çalışanlara ödenen ücret; ücretsiz, konumuna göre asgari ücret, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; yetersiz, en az 10 kişiye ihtiyaç duyuluyor, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; İletişim Fakültesi mezunu, pratik bilgilere sahip olunması,

**3- KANAL 23:** 14.02.1994 tarihinde kurulan TV kanalı Final Dershaneleri sahibi İbrahim Taşel'e ait. Günde aralıksız 12 saatlik yayın akışı ve 26 çalışanı ile Uhf 25. Bant üzerinden Elazığ merkez ve birkaç ilçeye yayınlarını ulaştırmaktadır. **Kanal 23 Televizyonundan elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; Bağımsız, Yayın Türü; Yerel, Kapama Cezası; Reklam sonrası jenerik girilmemesinden ötürü , Gelirleri; Reklam, İlan, Yan Kuruluşları; Yerel gazete ve radyolar, Ağırlıklı Yayınları; Yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; THA, Kendi haber toplama ağı; Var (muhabir ve ilçe temsilcileri), Yayınların içerik ağılığı; her türlü, Çalışanların dağılımı; 4 teknik servis, 4 muhabir, 4 sunucu, 4 kameraman , 2 haber merkezi , 2 yayıncı , 3 sekreter, 1 bilgi işlem, 1 montaj, 1 yönetici, Çalışanların eğitim düzeyi; üniversite, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret, konuma göre, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği;

yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler**; pratik bilgilere sahip olması

### Gazeteler

**1- BİRLİK HABER:** 2002 yılında kurulan gazetenin sahibi Aydın Meral. Günlük olarak yayınlanan gazete 8 çalışanı, 700 tirajı 300.000 TL fiyatı ve 6 sayfa sayısı ile yayınına devam etmektedir. Dağıtım kuryesi ile okuyucuya ulaşan gazete kendi matbaasında ofset olarak basılmaktadır. **Birlik Haber Gazetesi'nden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** reklam-ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** var, **Yayımların içerik ağılığı;** haber, spor, kültürel, **Çalışanların dağılımı;** teknik serviste , **Çalışanların eğitim düzeyi;** lise, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret, **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** pratik bilgilere sahip olması.

**2- AYIŞIĞI:** 2003 yılında M.Feyzi Özer tarafından kurulan gazete günlük olarak yayınlanmakta. Günlük tirajı 300-400 arasında olan gazete abonman şeklinde 250 bin TL'den dağıtılıyor. Kendi matbaası olmayan gazete ofset şeklinde 6 sayfa olarak basılmakta ve 3 kişi ile günlük yayını sürdürmeye devam etmektedir. **Ayışığı Gazetesi'nden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** gazete satışı, reklam, ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** var (haber merkezi şeklinde), **Yayımların içerik ağılığı;** haber, spor, **Çalışanların dağılımı;** 1 teknik servis, 2 muhabir , **Çalışanla-**

**rın eğitim düzeyi;** Lise ve yüksekokul, **Çalışanlara ödenen ücret;** ücretsiz-gönüllü **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yetersiz, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** İletişim Fak. mezunu olması.

**3- ULUOVA GAZETESİ:** Köklü bir geçmişe sahip olan gazetenin şu andaki sahibi Aydın Meral. Gazete 1953 doğumlu. Günlük olarak 6 sayfa olarak yayınlanan gazetenin fiyatı 300 bin TL ve tirajı 700. Gazetede 8 kişi çalışmakta. Dağıtım kuryesi ile okuyucuya ulaşan gazete kendi matbaasında ve ofset olarak basılmakta. **Uluova Gazetesi'nden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** gazete satışı, reklam, ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** var , **Yayımların içerik ağılığı;** haber, spor, kültürel, **Çalışanların dağılımı;** büyük çoğunluğu teknik serviste , **Çalışanların eğitim düzeyi;** lise, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret, **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** pratik bilgilere sahip olması

**4- GÜNIŞIĞI GAZETESİ:** 1997 yılında kurulan gazetenin sahibi İbrahim Taşel. 8 sayfa ve ofset olarak basılan gazetenin fiyatı 150 bin TL ve tirajı 1300. 8 çalışanı ile günlük yayın hayatını sürdüren gazete kendi matbaasında basılmakta ve abonman, dağıtım kuryesi ve bayii satışı ile okuyucuya ulaşmaktadır. **Günişığı Gazetesi'nden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** gazete satışı, reklam, ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel ve ulusal, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;**

var, Yayınların içerik ağılığı; haber, spor, kültürel, Çalışanların dağılımı; 1 yönetici, 1 teknik servis, 3 muhabir, 3 dağıtım, ayrıca 10 köşe yazarı, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, yüksekokul, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret, Çalışanların meslek içi eğitimi; yok, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; meslek sevgisi.

**5- YENİÇAĞ GAZETESİ:** 1995 yılında Yunus Çelik tarafından kurulan gazete 6 sayfa, ofset ve günlük olarak kendi matbaasında basılmakta ve 300 bin TL'den abonelerine ulaşmakta. Günlük tirajı 600 olan gazetede 7 kişi istihdam edilmekte. **Yeniçağ Gazetesinden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; gazete satışı, reklam, ilan, Yan Kuruluşları; var (Birlik Medya LTD ŞTİ.), Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; var, Yayınların içerik ağılığı; haber, spor, kültürel, Çalışanların dağılımı; 2 yönetici, 2 teknik servis, 2 muhabir, 1 dağıtım, ayrıca 4 köşe yazarı., Çalışanların eğitim düzeyi; ilköğretim, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi

**6- NURHAK GAZETESİ:** 1972 yılında kurulan gazetenin şu andaki sahibi Rıdvan Kaya. Gazete 6 sayfa, ofset ve günlük olarak kendi matbaasında basılmakta ve 300 bin TL'den abonelerine ulaşmakta. Günlük tirajı 600-700 olan gazetede 3 kişi istihdam edilmekte. **Nurhak Gazetesinden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; gazete satışı, reklam, ilan, Yan Kuruluşları; var (Birlik Medya LTD ŞTİ.), Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya

ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; var, Yayınların içerik ağılığı; haber, kültürel, Çalışanların dağılımı; 1 yönetici, 1 teknik servis, 1 muhabir, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi.

**7- TURAN GAZETESİ:** Türkiye'nin yaşamakta olan en köklü gazetelerinden biri olan gazetenin kuruluş tarihi 1930. Gazetenin şu andaki sahipleri Murat ve Eşref Turan. 6 sayfa, ofset ve günlük olarak farklı bir matbaada basılmakta olan gazete 300 bin TL'den dağıtım kuryesi ile okuyucusuna ulaşmakta. Günlük tirajı 500-700 olan gazetede 3 kişi çalışmakta. **Turan Gazetesinden elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; gazete satışı, reklam, ilan, Yan Kuruluşları; var (Kanal E TV, Birlik Medya, Radyo E), Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; var, haber merkezi şeklinde, Yayınların içerik ağılığı; haber, Çalışanların dağılımı; 1 yönetici, 1 teknik servis, 1 muhabir, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret (konuma göre), Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi.

#### **Radyolar**

**1- FM 23:** Doruk medya grubuna ait olan radyo 1992 yılında kurulmuş. 88.8 mhz ve 93.5 üzerinden (2000 w) 8 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **FM 23'ten elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; bölgesel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; reklam-ilan, Yan Kuruluşları; var (yerel Tv ve Gazeteler), Ağırlıklı Yayınları; bölgesel,

**Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** Doruk Medya, **Kendi haber toplama ağı;** var, haber merkezi şeklinde, ayrıca İHA, **Yayınların içerik ağılığı;** haber, müzik, spor, kültürel, reklam-ilan, **Çalışanların dağılımı;** 1 yönetici, 3 teknik servis, 4 sunucu, **Çalışanların eğitim düzeyi;** lise, yüksekokul, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret (konuma göre), **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** İletişim Fak. Mezunu.

**2- RADYO KULÜP:** Doruk medya grubuna ait olan ancak bağımsız olarak müzik ve magazin ağırlıklı yayın yapan radyo 1994 yılında kurulmuş. 96.0 mhz. üzerinden (1000 w) 4 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Radyo Kulüp'ten elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** reklam-ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** yok, **Yayınların içerik ağılığı;** müzik, magazin, **Çalışanların dağılımı;** 4 sunucu, **Çalışanların eğitim düzeyi;** yüksekokul, üniversite, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret (konuma göre), **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** İletişim Fak. Mezunu.

**3- RADYO HAZAR:** Doruk medya grubuna ait olan ancak bağımsız olarak müzik ve magazin ağırlıklı yayın yapan radyo 1993 yılında Hazar Yayıncılık AŞ. olarak kurulmuş. 92.0 mhz. üzerinden (2000 w) 4 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Radyo Hazar'dan elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** reklam-ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok,

**Kendi haber toplama ağı;** yok, **Yayınların içerik ağılığı;** müzik, magazin, **Çalışanların dağılımı;** 4 sunucu, **Çalışanların eğitim düzeyi;** yüksekokul, üniversite, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret (konuma göre), **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** İletişim Fak. Mezunu.

**4- EZGİ RADYO:** Davet Radyo-TV Prod. AŞ.'ye ait olan radyo 2003 yılında kurulmuş. 88.0 mhz. üzerinden (250 w) 8 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Ezgi Radyo'dan elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** reklam-ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** yok, **Yayınların içerik ağılığı;** haber, müzik, kültürel, ilan-reklam, **Çalışanların dağılımı;** 3 yönetici, 1 teknik servis, 4 sunucu, **Çalışanların eğitim düzeyi;** lise, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret (konuma göre), **Çalışanların meslek içi eğitimi;** var, **Çalışan sayısının yeterliliği;** yeterli, **Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler;** İletişim Fak. Mezunu.

**5- RADYO 2000:** Ahmet Kemal Fendoğlu tarafından 2000 yılında kurulan radyo, 90.8 mhz. üzerinden 4 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Radyo 2000'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, **Yayın Türü;** yerel, **Kapama Cezası;** yok, **Gelirleri;** reklam-ilan, **Yan Kuruluşları;** yok, **Ağırlıklı Yayınları;** yerel, **Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu;** yok, **Kendi haber toplama ağı;** yok, **Yayınların içerik ağılığı;** müzik, ilan-reklam, **Çalışanların dağılımı;** 1 yönetici, 1 teknik servis, 2 sunucu, **Çalışanların eğitim düzeyi;** lise, **Çalışanlara ödenen ücret;** asgari ücret (konuma göre), **Çalışanların meslek içi eğitimi;** yok, **Çalışan sayısının**



yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi.

**6- HIT FM:** 2001 yılında kurulan radyo, 99.9 üzerinden 2 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Hit FM'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; var (RTÜK payının unutulması), Gelirleri; reklam-ilan, Yan Kuruluşları; yok, Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; yok, Yayınların içerik ağılığı; müzik, ilan-reklam, Çalışanların dağılımı; 1 yönetici, 1 sunucu, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret (konuma göre), Çalışanların meslek içi eğitimi; yok, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi.

**7- YAĞMUR FM:** Sezgin Çelik tarafından 2003 yılında Şıra Basın Yayın AŞ. olarak kurulan radyo, 99.0 mhz. üzerinden 13 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta. **Yağmur FM'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; reklam-ilan, Yan Kuruluşları; yok, Ağırlıklı Yayınları; genel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; var (elazighaber.com haber portalı), Kendi haber toplama ağı; var (haber merkezi ve haber portalları), Yayınların içerik ağılığı; genel, Çalışanların dağılımı; 2 yönetici, 1 teknik servis, 2 muhabir, 5 sunucu, 3 diğer alanlar, Çalışanların eğitim düzeyi; üniversite, Çalışanlara ödenen ücret; ücretsiz-gö-nüllü, Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; kısmen yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; mesleki tecrübe, iş ahlakı.

**8- RADYO E:** Turan Medya Grup'a bağlı olarak Murat Turan tarafından 1994 yılında kurulan radyo, 90.2 mhz. üzerinden 12 çalış-

şanı ile 24 saat yayın yapmakta ve yayınları Elazığ merkez ve bağlı ilçelere ulaşmaktadır.

**Radio E'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; yok, Gelirleri; reklam-ilan, Yan Kuruluşları; yok, Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; var (ajans), Yayınların içerik ağılığı; müzik, Çalışanların dağılımı; 1 yönetici, 3 teknik servis, 7 sunucu, 1 sekreter, Çalışanların eğitim düzeyi; lise ve üniversite, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret (konuma göre), Çalışanların meslek içi eğitimi; yok, Çalışan sayısının yeterliliği; yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; mesleki tecrübe.

**9- RADYO TÜRKİYEM:** Ülküm Radyo AŞ.'ye bağlı olarak kurulan Radyo Türkiyem, 96.8 mhz. üzerinden 8 çalışanı ile 24 saat yayın yapmakta ve yayınları Elazığ merkez ve bağlı ilçelere ulaşmaktadır. **Radyo Türkiyem'den elde edilen veriler:** Yayın anlayışı; bağımsız, Yayın Türü; yerel, Kapama Cezası; var, Gelirleri; reklam-ilan, Yan Kuruluşları; yok, Ağırlıklı Yayınları; yerel, Ortak çalışılan medya veya ajans kuruluşu; yok, Kendi haber toplama ağı; yok, Yayınların içerik ağılığı; müzik, ilan-reklam, Çalışanların dağılımı; 1 teknik servis, 3 sunucu, 4 reklam servisi, Çalışanların eğitim düzeyi; lise, Çalışanlara ödenen ücret; asgari ücret (konuma göre), Çalışanların meslek içi eğitimi; var, Çalışan sayısının yeterliliği; kısmen yeterli, Yeni işe başlayanlarda aranan kriterler; pratik bilgi.

#### Medya kuruluşu yöneticilerinin görüşleri

Araştırma kapsamında düzenlenen bilgi formuna yöneticilerin "Yerel Medyanın Sorunları, Olumsuzluklara Karşı Önerileri" başlığı altında yöneltilen sorulara vermiş oldukları yanıtlar şu başlıklar altında toplanabilir:

1- Teknik alt yapı ve yetişmiş insan gücü yersizliği, 2- Halkın yerel medyaya duyar-sızlığı, 3- Yerel haberlere, ilgili kişi ve ku-rumların sitemi ve tepkisi, 4- Resmi ilanlar-dan ve reklamlardan gelen gelirlerin ve yük-sek vergilerin giderleri karşılayamaması, 5- Radyolar için RTÜK'ün frekans ihalelerini yapmaması, 6- Bilinçli yayıncılık anlayışının eksikliği (özeleştirici olarak), 7- Basın etik de-ğerlerine uymadaki eksiklikler (özeleştirici olarak), 8- Yerel medyaya devlet desteğinin olmayışı.

#### **Sonuç, Değerlendirme ve Öneriler**

Bu çalışma kapsamında 3 Televizyon, 7 günlük gazete ve 9 radyo araştırmaya dahil edilmiş ve yayın kuruluşu yöneticilerine dağıtılan bilgi formundan yukarıdaki bilgi-lere ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında sonuç-ları şu şekilde değerlendirmek mümkündür:

Elazığ'da yayın yapan yerel medya kuru-luşlarının tümü bağımsız bir yayıncılık an-la-yışı ile hareket etmektedirler. Yayınları ge-nelde merkezle sınırlı kalan kuruluşları, büyük oranı kapama cezası almamışlardır. 2984'ü ihlal, RTÜK payının yatırılmaması gibi nedenler ise kapama cezası nedenleri olarak görülmektedir. Tek gelir kaynakları reklam ve ilanlardır. Elazığ'da yayın yapan yerel medya kuruluşlarının yarıya yakınının medya sektöründeki diğer kuruluşlarla or-ganik bağları vardır. Bu durum, Ulusal medyada var olan "tekelleşme veya medya karteli" anlayışının, yerel medya içinde söz konusu olduğu şeklinde değerlendirilebilir. Yerel gazetelerin, asli uğraşlarının matbaacılık ve yayıncılık gibi alanlarda olması, yukarıda konu edinilen; "yerel gazeteler, gazete-ciliği statü ve hobi olarak yapmaktadırlar" düşüncesini doğrulamaktadır. Bu durum hiç şüphesiz, yayıncılık kalitesinin önündeki engel olarak ta görülebilir.

Bazı yaygın medyanın kuruluşlarının taş-rada teşkilatlandıkları bilinmektedir. Ancak yerel medya ile yaygın medya arasında sağ-lanacak bir koordinasyonla bu kuruluşlar arasındaki çalışma ortamı daha da yaygın-laştırılabilir ve güçlendirilebilir. Ancak, yerel medya kuruluşlarının kendi haber ağlarını büyük oranda oluşturmuş olmalarına rağmen, yerel düzlemde yayın yapan yerel medya kuruluşlarının büyük çoğunluğunun ulusal medya ile ortak çalışma içerisinde olmadıkları görülmektedir. Bu durum, ulu-salın ilgi alanına giren haberlere ve olaylara söz konusu medya kuruluşlarının düzenli ve zamanında ulaşmasına da engel teşkil ettiği söylenebilir. Yerel Medya kuruluşlarının yayın içeriği ağırlıklarının "her türlü" veya "genel" seçeneğinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Diğer yandan çalışanların büyük çoğunluğunun teknik eleman oluşları da dikkat çeken diğer önemli bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna karşın çalışan-ların eğitim düzeylerinin "ilköğretim-lise" seçeneği olarak "üniversite mezunları" ile eşit şekilde olması manidar bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Medya çalışanlarının büyük çoğunluğunun meslekten gelmedik-leri, buna karşın meslek içi eğitimle bilgilen-dirildikleri görülmektedir. Ancak bu kuru-luşlarda olası işe başlamada "pratik bilgilere sahip olmak" veya "meslek tecrübesi" gibi koşulların aranması mektepli-alaylı soru-nunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda İleti-şim Fakültelerinin de kendilerini sorgula-maları gerekmektedir. Diğer yandan yerel medya çalışanlarına ödenen ücretin "asgari ücret" ile sınırlı kalması da düşündürücü olmakla beraber, yerel medya kuruluşlarının yaşadıkları ekonomik sıkıntılarla ilişkilendirilmek mümkündür.

Tüm bu olumsuz koşullar "yerel medyaya ne görevler düşmektedir" veya "yerel med-

yanın misyonu ve gücü ne olmalıdır?" sorularını gündeme taşımaktadır. "Yerel medyanın kalitesi demokrasinin kalitesini de etkilemektedir" düşüncesinden hareket edil-

diğinde, yerel medyanın bu koşullar altında desteklenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

#### Kaynakça

- BİLGİÇ, Abdurrahman (2004) "Basın Bildirisi - 212 sayılı yasa için görüşler alınmaya başlandı" [http://www.Hasansen.av.tr/idealhukuk/duyuru\\_detay.asp?id=118](http://www.Hasansen.av.tr/idealhukuk/duyuru_detay.asp?id=118)
- CEMAL, Kılınç (-----) "Bağımsız ve Alternatif Haberciliğe Açılan Kapı: Bağımsız İletişim Ağı (<http://www.bianet.org/>) & Uluslar arası Kuruluşlar Hakkında Doksanaltı Yıllık Kaynak" (<http://www.uia.org/>).
- GEZGİN, Suat (2000). "Yerel Basının Tarihsel Gelişimi", Finansal Forum, 02.08.2000, Sayfa:12.
- GEZGİN, Suat (2002). "Günümüz Türk Gazeteciliğinin Sorunları", İ.Ü. İletişim Fak. Der., Sayı:14
- KILINÇ Cemal "Uluslararası Kuruluşlar Hakkında Doksanaltı Yıllık Kaynak" [http://www.siviltoplum.com.tr/tanitim\\_1\\_6.htm](http://www.siviltoplum.com.tr/tanitim_1_6.htm)
- MELONE, D.Sandra v.d. (2002) "Kriz Dönüşümünde Medyadan Faydalanmak: Temel Deneyimler", [http://www.berghofhandbook.net/melone/melone\\_handbook\\_turkish.pdf](http://www.berghofhandbook.net/melone/melone_handbook_turkish.pdf)
- MORA, Necla (2002). "Günümüz Erzurum Yerel Basını", İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi, Sayı:12, Cilt 1
- SCHNEİDER, W. und RAUE, P. (2002). "Gazetecinin El Kitabı", çev. AYGÜN, Işık, İ.Ü. İletişim Fak. Yayınları, 16, Dilek Ofset, İstanbul
- VURAL, Murat (1998). "Yerel Okurlarının Bilgi Elde Etmede Tercih Ettiği İletişim Kanalları", Kurgu Dergisi, Sayı:15, 154-174.

