

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**YEREL MEDYADA MÜLKİYET İLİŞKİLERİNİN**  
**HABER ÜRETİM SÜRECİNE ETKİLERİ: MALATYA**  
**ÖRNEĞİ**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Doç. Dr. A. Fulya ŞEN**

**HAZIRLAYAN**  
**Nursel TOKGÖZ**

**ELAZIG-2015**

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**YEREL MEDYADA MÜLKİYET İLİŞKİLERİNİN HABER ÜRETİM**  
**SÜRECİNE ETKİLERİ: MALATYA ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Doç. Dr. A. Fulya ŞEN**

**HAZIRLAYAN**  
**Nursel TOKGÖZ**

Jürimiz, .....tarihinde yapılan yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun .....tarih ve ..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Zahir KIZMAZ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

**ÖZET****Yüksek Lisans Tez****Yerel Medyada Mülkiyet İlişkilerinin Haber Üretim Sürecine Etkileri: Malatya  
Örneği****Nursel TOKGÖZ****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ – 2015, Sayfa: VII + 63**

Medya 1980 sonrası yaşadığı değişimler neticesinde esas görevinden sıyrılarak farklı amaçlara hizmet eden bir ticari sektör haline gelmiştir. Sermayenin özelleşmesi, maddi açıdan güçlü olanların medya patronluğuna soyunmaları medyayı özellikle haber anlamında doğru, güvenilir, tarafsız olmaktan alıkoymuştur. Medya çalışanları da gazetecilerin haklarının korunmadığı bir sistem içerisinde varlıklarını sürdürmek için medya patronlarının propagandaları gölgesinde çalışmaya başlamışlardır.

Gerek işten atılma ve gerek bütün medya kuruluşlarından uzaklaştırma korkularıyla yerel medya çalışanları da işverenlerin istekleri doğrultusunda haberlerini oluşturmak durumunda kalmışlardır. Medyayla ilgisi olmayan zengin patronlar ve bu sistem içerisinde tarafsızca haber yapamayan gazeteciler durumun birer göstergesidir.

Bu çalışmada, Malatya ilinde yayın hayatına devam eden Vuslat TV, TV Malatya ve Malatya Net Haber Gazetesi ile Bu Sabah Gazetesi'nin haber üretim sürecinde patronların haber diline etkileri yönünden incelenmiş, çalışma neticesinde gazetecilerin kendilerine otosansür uyguladıkları, haber yaparken özgür olmadıkları saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel medya, otosansür, sermaye, gazeteci, işveren, haber.

**ABSTRACT**

**Master Thesis**

**Local Media Ownership News Production Relations Impact on Process: Malatya  
Sample**

**Nursel TOKGÖZ**

**Firat University**

**Social Sciences Institute**

**Department of Communication Sciences**

**Elazığ – 2015, Page: VII + 63**

Changes in the media sector has become law as a result of which serve different purposes essential duties of a business scraped after 1980. The strengthening of capital, financially strong which the media patronage dressing in the media, especially news right in the sense, reliable, has prevented from being impartial. Media workers in the protection of the rights of journalists in a system to maintain their presence propaganda of the media mogul began to work in the shade.

Disposal should work and the need of all media organizations out of fear local media professionals news on the direction of the employer They had to create. Nothing to do with media-rich bosses and objectively unable news journalists in this system.

In this study, publishing in Malatya life continued reunion TV, TV Malatya and Malatya net news newspaper with a newspaper this morning news production process The effects of language news boss examined in terms of, As a result of working journalists they apply their self-censorship, were found to be free when the news.

**Keywords:** Local media, self-censorship, capital, newspaper, employer, news

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>II</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>III</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>IV</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>VII</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

<b>1. DEMOKRATİK BİR TOPLUMDA MEDYANIN İŞLEVİ</b> .....	<b>5</b>
1.1. Demokratik Bir Toplumda Basın Özgürlüğü .....	5
1.2. Medya ve Toplum İlişkisi .....	7
1.3. Neoliberalizm Sürecinde Medya .....	9
1.4. Medyada Mülkiyet İlişkileri ve Medyanın Mülkiyet Yapısının Medya İçeriklerine Etkisi .....	14

### İKİNCİ BÖLÜM

<b>2. 1980 SONRASI TÜRKİYE MEDYASINA BAKIŞ</b> .....	<b>19</b>
2.1. 1980 Sonrası Ulusal ve Yerel Medyadaki Değişimler .....	19
2.2. Yerel Medya Kavramı ve Gelişim Süreci .....	23
2.3. Yerel Medyanın Görev ve İşlevleri .....	25
2.4. Yerel Medyada Haber Üretim Süreci .....	26
2.5. Yerel Medyanın Haber Kaynakları .....	30
2.6. Yerel Medyanın Sahiplik Yapısının Haber Üretim Sürecindeki Rolü .....	32
2.6.1. Haber ve Etik .....	34
2.6.2. Sansür ve Otosansür Uygulamaları .....	36

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>3. YEREL MEDYADA MÜLKİYET İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: MALATYA YEREL MEDYA ÖRNEĞİ</b> .....	<b>37</b>
3.1. Araştırmanın Amacı .....	37
3.2. Araştırmanın Yöntemi .....	37
3.3. Araştırmanın Varsayımları .....	38
3.4. Kapsam ve Sınırlılıklar .....	38
3.5. Veri Toplama Tekniği .....	39
3.6. Bulgular ve Değerlendirme .....	39

3.6.1. Tablolar.....	39
3.6.2. Çapraz Tablolar.....	45
3.6.3. Malatya'da Vuslat TV, TV Malatya Televizyonları ve Malatya Net Haber, Bu Sabah Gazeteleri'nde Yapılan Mülakatlar: .....	48
<b>SONUÇ .....</b>	<b>55</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>58</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>62</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>63</b>

**TABLolar LİSTESİ**

<b>Tablo 1.</b>	Katılımcıların Cinsiyetleri .....	41
<b>Tablo2.</b>	Katılımcıların Öğrenim Durumları .....	39
<b>Tablo 3.</b>	Katılımcıların Gelir Durumları .....	40
<b>Tablo 4.</b>	Katılımcıların Medya Kurumundaki Pozisyonları.....	43
<b>Tablo 5.</b>	Haberlerin Editoryal Kontrolü .....	43
<b>Tablo 6.</b>	Denetimin Yönü.....	41
<b>Tablo 7.</b>	Gazetecilerin Sansür ve Otosansür Sorunu .....	42
<b>Tablo 8.</b>	Otosansürün Nedenleri.....	45
<b>Tablo 9.</b>	Haberler Kimlerin Kontrolünden Geçiyor? .....	43
<b>Tablo 10.</b>	Yayın Politikasına Bağlılık.....	44
<b>Tablo 11.</b>	İktidarın Habere Etkisi .....	47
<b>Tablo 12.</b>	Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	45
<b>Tablo 13.</b>	Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Eğitim Arasındaki İlişki .....	46
<b>Tablo 14.</b>	Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Nedeni Arasındaki İlişki .....	47
<b>Tablo 15.</b>	Katılımcıların, Haber Yazarken Çalıştıkları Kurumun Yayın Politikasını Göz Önünde Bulundurup Bulundurmadıkları Sorusu ve Pozisyonları Arasındaki İlişki.....	48

**ÖNSÖZ**

Dördüncü güç olarak nitelendirilen medya, sermaye sahiplerinin değişmesi ve gazetecilerin sessizleşmesinden sonra tamamıyla olağan kimliğinden sıyrılmış ve başka mecralara hizmet eder hale gelmiştir. Bir yandan ayakta kalabilmek için ekonomik yönden destek gördüklerini ön plana çıkarmış, diğer yandan güçlü olanın yanında yer almıştır. Yerel medya da ulusal medyayla paralel olarak işleyişini medya patronlarının anlayışı doğrultusunda gerçekleştirmiştir.

Gazetecilerin haberleri medya patronlarının süzgecinden geçerek yayına girmiş, gazeteciler mesleğini icra etme konusunda kendilerine ve haberlerine sansür uygulamaya başlamışlardır.

Bu çalışma, medyada görev yapan gazetecilerin haberlerini yaparken yaşadıkları durumları ortaya koymak için kaleme alınmıştır. Çalışma süresince benden desteğini esirgemeyen ve sürekli çalışmaya yoğunlaşmamı sağlayan canım annem Fatma AVCI' ya ve çalışmamı hazırlarken çalışmanın her aşamasında bilgileri ve tecrübeleriyle bana yön gösteren kıymetli hocam Doç. Dr. A. Fulya ŞEN'e sonsuz teşekkürler...



## GİRİŞ

Haber, yaşama ilişkin bütün bilgileri hedef kitleye ulaştıran medya metinlerinden biridir ve en yaygın kullanılanıdır. Haberle ilgili birçok tanım geliştirilmiştir. Bu tanımların hemen hemen hepsi; hedef kitleyi doğru bilgilendirme, cinsiyet ve etnik ayrımlar yapmama, nesnel olma, bütün odaklara eşit mesafede durma ve en önemlisi enformasyon döngüsünü eşit ve dengeli bir şekilde sağlama gibi özellikler üzerinde durmaktadır (Dursun, 2012).

Kitlelerin medyadan beklentisi, bilgilerin bütün gerçeklikleriyle ve olası gerçek sonuçlarıyla kendilerine doğrudan ifade edilmesidir. Fakat günümüz medya organlarının, buna ya izin vermediği ya da sınırlı bir şekilde izin verdiği bilinmektedir. Bu duruma neden olan iki önemli etmen bulunmaktadır: Medyanın sermaye yapısı ve siyasal iktidarla olan ilişkisi. Bu etmenler, medya metinlerinin şekillenmesinde son derece etkilidir. Özellikle liberal basının sermaye kazanma arzusu ve bu doğrultuda siyasal çevrelerle iyi geçinme çabası, gerçeklerin ifadesini olanaksızlaştırabilmektedir. Diğer bir söylemle, medya organizasyonlarının holdinglere dönüşmesi, diğer sektörlerde etkinlik gösterir olması ve siyasilerle zorunlu-bağımlı bir ilişki içerisine girmesi, medyaya olan güveni zedelemekte ve medyayı kuramsal temellerinden uzaklaştırmaktadır. Medyanın sermaye yapısı ve siyasal merkezlerle olan ilişkisi medyanın içeriğini dolaylı yoldan etkilemektedir. Medya organizasyonları, içeriklerine neyi, nasıl taşıyacaklarına kendileri karar vermektedirler. Fakat içeriklerini oluştururken hem kendi sermaye yapılarını hemde diğer sermaye çevreleriyle olan ilişkilerini göz önünde tutmaktadır. Bu duruma siyasal merkezler de eklenince, medya organizasyonunun karar alma mekanizması dolaylı bir şekilde kendisinden çok uzak bir noktaya konumlanmaktadır.

Kitle medyası, mesajları ve sembolleri sıradan insanlara ileten bir sistem olarak hizmet verir. Bilgi vermek, eğlendirmek, avutmak, ve bireyleri toplumun bütününe eklemleneyen değerleri, inançları ve davranış kodlarını sunmak işlevleri arasındadır. Refahın belli ellerde toplandığı ve önemli sınıfsal çıkar çelişkilerinin bulunduğu bir dünyada, bu rolü yerine getirmek sistematik bir propagandayı gerektirir (Chomsky, Herman, 2006: 81). Bu nedenle kitle medyası hiçbir zaman tarafsız, güvenilir, doğru haberi ve yayını yapamayacaktır.

Medya grupları, medya dışı sektörlerde varlıklarını devam ettirmektedir. Bu gruplar, doğal olarak hem sermaye hem de siyasi çevrelerle zorunlu-bağımlı bir ilişki içerisine girmektedir. Durum böyle olunca da sermaye bağlamında güçlü bir konumda kalmak amacıyla siyasi mecralarla iyi ilişkiler sürdürmek, bir zorunluluk haline dönüşmektedir.

Kamuoyu açıklama görevi sebebiyle bilgilendirme, haberdar etme ve daha birçok görevi bulunan basın, Türkiye’de özellikle 1980 sonrası neo-liberal ekonomi anlayışının yaygınlaşmasıyla, büyük sermaye gruplarının eline bırakılmıştır. Medya sahibi olan büyük sermaye sahipleri de kendi amaçlarına hizmet eden bir medya oluşturmuşlardır ve basının özgür olma, düşüncelerini ifade edebilme gibi özgürlükleri de ortadan kalkmıştır. Neo-liberal ekonomiye geçiş ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmelerle birlikte, mevcut yayıncılık sistemleri ve bu alandaki düzenlemeler ve politikalar da değişmiş oldu (Yaylagül, Korkmaz, 2008: 108). 1980’li yıllarda medya alanında yaşanan değişimi tetikleyen sebepler de vardı. Sürece dahil olan yeni aktörler, dış etkenler ve yeni düzen arayan siyasi ve ekonomik aktörlerin eski düzenden kalanlarla yaşanan çatışmaları.

1980’li yıllardan itibaren Türkiye kapitalizmin yeni stratejik tercihleriyle paralel biçimde basın endüstrisi; radyo, televizyon, internet gibi farklı mediumlarla ve basın dışı sektörlerle bütünleşerek yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Söz konusu dönüşümün esaslı sonuçlarından biri, basın sektöründe küçük ölçekli girişimlerin kısa zamanda ömürlerini tüketmeleri ya da büyük yapılara katılmalarıyla birlikte yerlerini büyük sermaye guruplarının egemenliğine bırakmaları; buna bağlı olarak, kontrol kalıplarında da belirgin bir farklılaşmanın meydana gelmesidir. Basın, geleneksel işlevlerini neredeyse tamamen yitirerek devlet ve sermayeden görece özerkliğini yitirmiştir. Bugün piyasayı paylaşan birkaç medya gurubu, bağlı buldukları sermaye guruplarının kısa ve uzun vadeli çıkarları doğrultusunda içerik üreten, yatay ve dikey olarak bütünleşmiş kuruluşlardır (Adaklı,2006: 137).

Medya çalışanları sermaye guruplarının istekleri doğrultusunda hareket eder olmuş, ifade özgürlüğü ortadan kalkmaya başlamıştır. Tekelci medya modeli, özünde emperyalist-kapitalizmin doğal kaçınılmazlığıdır. Bu işlerlik demokratik katılımı sıfıra indirmiştir. Tekelleşme sadece ulusal sınırlara bağlı değildir. Medya tekelleri de uluslar arası koşullarda örgütlenmişlerdir (Arhan, Demirer ve Hozatlı, 1998:45). 19 yy. sonlarına kadar yayın organlarının devlete karşı bağımsızlığı, basının özgür olmasının

olmazsa olmaz koşulu olarak kabul edilmişti. Basının büyük sermaye yatırımları için çekici olmaya başlamasından sonra, 20. Yüzyılla birlikte, özgürlüğün bir de sermayeye karşı korunmasının gerektiği öğrenildi. Böyle olmakla beraber gazetenin sahibi, aynı zamanda yayının da yönetmeni olduğundan, günümüzdeki anlamıyla bir “editöryal bağımsızlık” sorunu yoktu. Gazete sahibi gazetecilik mesleğini fiilen yapar olmaktan çıktığında ise, durum değişti. Yazı işlerinin yönetimi ile işletmenin sahibi arasındaki ilişkilerin nasıl tanımlanacağı; gazete ve dergilerin yayın politikalarının kimler tarafından ve hangi ilkeler çerçevesinde belirleneceği, önemli içermeleri olan bir konuya dönüştü (Kaya, 2009:305).

Neoliberal sürecin etkisiyle bugün bu seviyede ve bu konumda olan medya, mülkiyet yapısının değişmesi, el değiştirmesiyle birlikte çalışan gazetecilerin de mesleğe olan bağlılığını, hassasiyetini, etik kurallarını yok saymasını zorunlu hale getirmiştir. Yapılan araştırmalar medyanın sahiplik yapısının çalışanlar üzerindeki etkinliğini kanıtlar niteliktedir. Hükümetin ve iş çevresinin seçkinlerinin haberlere ayrıcalıklı erişimi söz konusudur; büyük reklamcılar seçmeci şekilde bazı gazetecileri ve televizyon programlarını destekleyerek aktüel ruhsat verme otoritesi gibi işler ve medya sahipleri sahip oldukları gazetelerin ve yayın istasyonlarının yorum çizgisini (*editorialline*) ve kültürel duruşunu belirleyebilir (İrvan, 2002: 55).

Değişen sahiplik yapısı ve tekelleşme, yayın kuruluşlarının haber üretim sürecini de belirleyen ana faktörlerden biri haline gelmiştir. Ortaya çıkan yeni habercilik anlayışında, medyanın ekonomi politiği haberin içeriğini ve söylemini etkilemektedir. Haber seçim sürecinde, medya sahibinin çıkarlarına uyan haberler yayınlanmaya değer görülürken, haberlerin söylemi de mevcut ekonomik ve politik güç ilişkilerini yeniden üretmeye hizmet etmektedir.

Çalışmada, yerel medyada mülkiyet ilişkileri ekonomi politik bir perspektifle incelenerek bunun haber içeriklerine ve gazetecilerin haber yapma süreçlerine etkisi incelenmiştir. Türkiye ulusal medyasının yanı sıra yerel medyada da çalışanların mesleklerinin sermaye sahiplerinin kontrolünde olduğunun verilerle ortaya konmasıdır. Sendikalaşmanın olmadığı, otosansürün uygulandığı, haberlerin süzgeçten geçirildiği ve medya patronlarının yerel sermaye ve siyasi güç odaklarıyla olan ilişkisinin haber üretim sürecinde önemli bir rol oynadığı varsayımı doğrulanmaya çalışılmıştır. Çalışma, medyanın ekonomi politiğinin, haber üretim sürecini, haber seçme işlemini ve haber içeriğinin oluşumunu nasıl şekillendirdiğini; sahiplik yapısının haberin söylemine nasıl

yansıdığı; ekonomik ve siyasi güç ilişkilerinin haberde nasıl yeniden üretildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışma kapsamında şu sorular cevaplanmaya çalışılmıştır: Neo-liberal politikalar basını nasıl etkilemiştir?, Çoğulcu demokrasinin içerisinde medyanın konumu nedir?, Yerel medyada basın özgürlüğünü belirleyen koşullar nelerdir?, Yerel medya patronlarının haber içeriklerine etkisi ne düzeydedir?, Yerel medya çalışanları ve yerel medyada istihdam politikaları nelerdir?, Malatya'da yerel medya kuruluşlarının sahiplik yapısı nasıl biçimlenmiştir? Bu sorulara cevap aranırken, yerel medya çalışanları üzerinde yüz yüze anket tekniği ve derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiş, elde edilen veriler incelenmiştir sonuç olarak varsayımlara uygun veriler elde edilmiştir.

Yerel medyada haber üretim sürecinde mülkiyet ilişkilerinin haber içeriklerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın birinci bölümünde; Neo-liberalizm sürecinde medyada yaşanan değişimler ele alınarak eleştirel ekonomi politiğin medya yansımaları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Medya ve ekonomi ilişkileriyle sıkı, hatta iç içe sayılabilecek mülkiyet yapısı ve mülkiyet yapısındaki değişim eleştirel ekonomi politik yaklaşım ve medya başlığı altında incelenmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde basın özgürlüğü kavramı, 1980 sonrası Türkiye medyası ve yerel medya incelenerek, yerel medyada haber üretim süreci, medyada değişen mülkiyet yapısının haber üretim sürecinde oynadığı rol, haberci, haber ve etik, gazetecilerin kendilerine uyguladığı otosansür ve özgür çalışma ortamının medyadan nasıl sıyrıldığı ortaya konmaya çalışılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. DEMOKRATİK BİR TOPLUMDA MEDYANIN İŞLEVİ

#### 1.1. Demokratik Bir Toplumda Basın Özgürlüğü

İletişimin tabii gelişim seyri içinde, gerek iletişimin şekli ve içeriği, gerekse kullanılan araçlardan hareket etmek suretiyle birçok özgürlük ve hak kavramı ortaya atılmıştır: Düşünce özgürlüğü, ifade özgürlüğü, yazma özgürlüğü, yayınlama özgürlüğü, basın özgürlüğü, iletişim özgürlüğü; bu özgürlükler sonucu ortaya çıkan bilgilenme hakkı, haber verme hakkı...gibi. Bu hak ve özgürlüklerden bir kısmı tarihsel süreç içerisinde icat edilerek ortaya çıkan bazı yeni araçlarla ilgili bulunmakta, bir kısmı ise değişen ve gelişen özgürlük anlayışı sonucu terminolojide yerini almaktadırlar. Basının düşüncelerini açıklamasında en önemli araçlardan olduğu düşünüldüğünde basın özgürlüğünün, düşünce ve ifade hürriyeti ile yakından ilgili olduğu belirtilmelidir. Basın özgürlüğü genellikle haber, fikir ve düşünceleri, çoğaltıcı araçlarla serbestçe açıklayabilmek özgürlüğü olarak tanımlanır (Korkmaz, 2005: 7 - 10).

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. Maddesine göre "ifade özgürlüğü ancak önemli başka bir amacın geliştirilmesi yönünde toplumsal bir gereksinimin baskısı varsa sınırlandırılabilir". Bu özgürlük yasalarca belirlenmiş olan koşullara bağlı ve "demokratik bir toplumda ulusal güvenliğin yararı için zorunludur"(Belsey ve Chadwick, 2011:70).

T.C. 5187 Sayılı Basın Kanunu'na göre: Basın özgürdür. Bu özgürlük; bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma haklarını içerir. Basın özgürlüğünün kullanılması ancak demokratik bir toplumun gereklerine uygun olarak; başkalarının şöhret ve haklarının, toplum sağlığının ve ahlâkının, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği ve toprak bütünlüğünün korunması, Devlet sırlarının açıklanmasının veya suç işlenmesinin önlenmesi, yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması amacıyla sınırlandırılabilir (www.tbmm.gov.tr/04.01.2015).

Düşünce ve kanaati açıklama özgürlüğünün en olağan yollarından birisi basındır. Belirli bir olay, konu ve durum hakkındaki düşünce ve kanaat genellikle basılmış eserlerle, yani gazete, dergi, kitap, broşür, bildiri veya el ilanı yolu ile açıklanır. Kişilerin düşüncelerini açıklamaları ve çeşitli konularda bilgi edinmeleri, düşünce ve görüşlerin yazılı ve görsel basın aracılığıyla başka kişilere, topluma ulaştırılabilmesine

bağlıdır. Demokratik toplumlarda kişiyi ve toplumu aydınlığa kavuşturacak daha mutlu bir yaşantı düzeyine ulaştıracak olan “gerçek” ancak farklı inançların serbestçe tartışılması; her şeyin gün ışığına kavuşturulması sayesinde ortaya çıkar. Toplumun kültürel, ekonomik, sosyal gelişmesinde, eğitimde, milletlerarası ilişkiler alanında bütün kitle haberleşme araçlarının ve bu arada basın işlevi inkâr edilemez. Özgürlükçü, insan haklarına dayanan demokratik devletlerde, halkın devlet yönetimine katılımının amacına uygun bir şekilde sağlanması ancak özgür bir basınla mümkün olabilir. Devlet organlarının, özellikle yürütmenin denetimi, seçimlerde tercihe dayanak teşkil edecek gerçeklerin ortaya çıkması, kamuoyunun oluşturulması, oluşan kamuoyunun yöneticilere duyurulması; yöneticiler açısından da halkın bilgilendirilmesi ve düşüncelerinin halka aktarılması basın-yayınla gerçekleşir (Acabey, 2013:2).

Tüm dünyada basının özgürlüğünü etkileyen ortak unsurlar vardır. Bu unsurlar arasında ilk sırada sayılabilecek olan sermayedir. Sermaye, dünyada basının işlevini özgürce yerine getirmesinin önündeki ortak engel olarak gözükmektedir. “Basının birinci işlevi ileti aktarmak değil, farklı söylemlerin mücadeleye girişebilecekleri bir alan oluşturmaktır.” Basının yukarıdaki tanımda belirtilen “işlevi” nasıl algıladığı ve uyguladığı üzerinde farklı görüş ve yorumlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki basının “ideolojik” bir bakış açısının olduğu yorumudur. Stuart Hall’e göre basının en önemli işlevi, “...anlamın toplumsal inşasında üstlendiği ideolojik işlevdir. Bu ideolojik işlevi göz ardı eden hiçbir araştırma medyanın toplumsal süreçte oynadığı rolü tam olarak ortaya koyamaz.” Hall’in “anlamın toplumsal inşasından kastettiği şey, basında ileri sürülen görüşlerin iktidarla bağlantılı olduğu ve “simgeler yaratma gücünün” tarafsız olmadığıdır (Yıldırım, 2006).

2012 yılında “Türkiye’de Basın ve İfade Özgürlüğü: Güncel Gelişmeler” adlı konferans raporuna göre: Türkiye’de ana akım medya ortamı 1990’ların neo-liberal bağlamında yeniden şekillenmiştir. Şu andaki durumda büyük medya holdingleri aslen bütün ana akım basılı ve görsel medyayı ellerinde tutmaktadırlar. Birçok durumda bu holdinglerin sahipleri ve hükümet arasında, himayeci olarak tanımlandığı ortak çıkarlara dayalı ilişkiler mevcuttur. Medya patronları ve devlet arasındaki bu spesifik ve himayeci ilişki gazetecilerin üzerinde daha çok baskı oluşmasına sebep olmakta ve “korku iklimini güçlendirmektedir. Bu şartlar altında basının editoryal özgürlüğü kuşkuludur. Gazetecilerin eleştirisel duruşlarından dolayı uyarıldıkları, hatta işlerinden oldukları görülmektedir.

Avrupa Parlamentosu'na ve Avrupa Konseyine sunulan (*Brüksel, 09 Kasım 2010*) Türkiye 2010 İlerleme Raporundaki tespit Türkiye'nin basın özgürlüğü bakımından içinde bulunduğu durumu göstermektedir.

“Basın özgürlüğü ve basında çoğulculuk da dâhil olmak üzere ifade özgürlüğü konusunda, açık ve serbest tartışma sürmüş ve genişlemiş olmakla birlikte sınırlı ilerleme kaydedilmiştir. Bununla birlikte, Türk hukuku, AİHS' YE ve AİHM içtihadına uygun şekilde ifade özgürlüğünü yeterli ölçüde güvence altına almamaktadır. Gazetecilere karşı açılan dava sayısının fazlalığı ve internet sitelerine sık sık getirilen yasaklar endişe konusudur. Basın üzerindeki gereksiz siyasi baskılar ve yasal belirsizlikler uygulamada basın özgürlüğünü etkilemektedir” ([www.bianet.org/08.01.2015](http://www.bianet.org/08.01.2015)).

Demokratik bir devleti niteleyen üç klasik güç; yasama, yürütme ve yargı ve özellikle yasama, kamu otoritelerini yalnızca editörlerin ve gazetecilerin ifade özgürlüğünün çerçevesini belirlemekle ve bu özgürlüğü güvence altına almakla değil, aynı zamanda yurttaşların doğru, tarafsız, dürüst enformasyon alma hakkını korumakla da yetkilendirir, çünkü tıpkı eğitim hakkı ya da geniş anlamda bilgi edinme hakkı gibi her ne kadar bu iki kavram değişimli olarak kullanılıyorlarsa da enformasyon bilginin bir uzantısıdır (İrvan, 2014: 352).

## **1.2. Medya ve Toplum İlişkisi**

Modern toplumlarda medyanın giderek daha önemli bir yer edinmekte olduğu tartışılmaz kabul edilmektedir. Kitle iletişim araçları günümüzde toplumsal denetimin sağlanmasında olduğu gibi, toplumsal değişimin de başlıca araçlarından olan bir güç-iktidar kaynağı olarak görülmektedir.

Medya, yalnızca kültür ürünlerinin üretilmesi, ya da yeniden üretilmesi bakımından olduğu kadar, kültürün halka yayılması, öğretilmesi ve böylece yaşatılması açısından da oldukça önemli işlevlere sahiptir (Arslan, 2008: 8).

Medyanın önemi: Medya, özellikle de haberler ve haber programları aracılığıyla, hem bizi politikalarından haberdar eder, hem de bu politikaların belirlenmesinde katkıda bulunur. Medyada kullanılan dil, seçilen sözcükler bile bir konunun hangi terimlerle nasıl bir çerçevede tartışılacağına dair sınırlar oluşturarak politikaların belirlenme sürecinde etkili olur. Medya olan biteni anlamamıza yarayacak anlam-haritaları kurar. Gündelik hayatımızda doğrudan deneyimlemediğimiz konularda ise bunun önemi çok

büyükür. Eğer başka kaynaklardan ne olduğunu öğrenemiyorsak ve kendimiz de doğrudan deneyimlememişsek tek güveneceğimiz medyanın aktarımıdır. En çok merak ettiğimiz konulardan biri de yaşıadığımız yakın çevrede, sırasıyla, mahallede, köyde, ilçede, ilde ve ülkede neler olup bittiğidir ([www.bianet.org/02.12.2014](http://www.bianet.org/02.12.2014)).

Bunlardan daha önemli vurgulanması gereken ise medyanın kamusal olayların yer aldığı bir alan oluşturduğudur. Toplumsal yaşamda gerçekliğin ne olduğu konusunda tanımlar medya aracılığıyla oluşmakta ve aktarılmaktadır. Dolayısıyla medya topluma sürekli bir anlam sistemi sunmakta ve olağan ve doğağ olan ile olağan dışı ve doğağ olmayanın neler olduğunu göstermekte, kısacası normalin ne olduğunun başlıca belirleyicisi olmaktadır (Demir, 2006:7).

Egemen paradigmaya göre medya, hükümetlerin baskılarını kısıtlayan etkili bir veto aracı ve Batılı parlamenter demokrasilerde hükümetler ve başkanlar elinde siyasi gücün yoğunlaşmasının güçlü katalizörlerinden biri olarak görölmektedir (Helms, 2008akt. Şen ve Avşar, 2012). Toplumsal denetimin ve değişmenin başlıca araçlarından olan ve bir güç/iktidar kaynağı olarak görölen medya, kamusal olayların yer aldığı bir alan oluşturmaktadır. Toplumsal yaşamda gerçekliğin ne olduğu konusunda tanımlar medya aracılığıyla oluşturulmakta ve aktarılmaktadır.

Medya, topluma sürekli bir anlamlar sistemi sunmaktadır. Medyaya bakışın kuramsal çerçevesini oluşturan önemli damarlardan biri, liberal-çoğulcu bir toplum idealini simgeleyen kuramsal öncüllere dayanan liberal-çoğulcu/ana akım yaklaşımdır. Ana akım yaklaşıma göre medya toplumun aynasıdır. Yani, medya toplumdaki olay ve olguları yurttaşlara yansıtır, dış dünyadaki olaylarla ilgili bilgileri rasyonel davranabilen bireylere sunarak genel çıkarın oluşmasına çalışır. Her düşünceinin özgürce dile getirilmesi ve iletişimin özgürce gerçekleştirilmesi liberal öğretinin özü ve gereği olmaktadır. Toplumsal yaşamın günlük akışı içinde bunu sağlamanın yolu iletişimin çoğulcu bir çerçeveye oturtulmasıdır. Liberal anlayışa uygun olarak düzenlenen bir iletişim sisteminin iki temel ögesi bulunmaktadır: Bunlar; serbest dolaşım ve özel girişimciliktir. Liberal yaklaşımda basın özgürlüğünün temelinde yerleştiren her türlü düşünceinin serbestçe ifade edilmesi ve girişim serbestliği ilkelerinin bir arada bulunması bir çeliőki yaratmaktadır. Çünkü birincisi tekelleşmeyi reddetmekte, diğeri ise tekelleşmeye zemin hazırlamaktadır (Kaya, 2009).

Günümüz siyasi, sosyal ve ekonomik düzeni sunucu kitle iletişim araçları yani medya hem ticari birer kurum hem de kamu görevi yapmakla yükümlü organlardan



oluşmaktadır. Bu özelliğiyle medya, kamuoyu oluşturma ve açıklama sürecinde çok önemli sorumluluklar üstlenmektedir.

Toplumsal gelişim ve kalkınmada çok büyük etkileri olan medya kamuoyuna karşı sorumluluklarını unutmakta kişi veya kurumların çıkarlarına hizmet etmektedir. Emperyalizmin modern şekli olan küreselleşme faaliyetlerinde aktif rol oynayan medya, gelişmiş dünya ülkelerinin ulusal sınırların ortadan kaldırılması maskesi altında gerçekleştirmek istedikleri kendi benliklerini benimsetmek uğraşına hizmet etmektedir. Değişen dünya düzeninde ekonomik sistemin bir ürünü olan kitle iletişim araçları, medya patronlarının kar amaçlı yayın politikalarıyla asıl işlevlerinden sapmakta, doğru ve tarafsız bilgilendirme özelliklerinden taviz vermektedir (Kaya, 2009: 54).

Elisabeth Noelle Neumann'a göre, insanlar kendi deneyim alanları dışında kalan konularda tümüyle medyaya bağımlı hale geliyorlar. İnsanlar dahası, sürekli olarak toplumdan dışlanma korkusu tartışıyorlar. Bu korku onların sürekli olarak fikir iklimini gözetim altında tutmalarına, hangi fikirlerin daha popüler olduğunu öğrenmeye çabalamalarına yol açıyor. Sonuçta medyada sıklıkla dile getirilen fikirler, toplumun yaygın şekilde paylaştığı fikirlermiş gibi algılanıyor. Shanto Iyengar ise, "Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu" isimli makalesinde medyanın sadece gündemi belirlemekle kalmadığını, özellikle siyasal liderlerin değerlendirilmesinde kullanılabilir ölçütler arasında da öncelikle etkisi yaptığını görgül verilerden yola çıkarak ortaya koyuyor. Iyengar'a göre, medya haberlerinde tekrarlanan konular ve sorunlar izleyicilerin de öncelikleri haline geliyor (İrvan, 2014: 271).

### **1.3. Neoliberalizm Sürecinde Medya**

Türkiye’de 1980’den sonra uygulanan neoliberal politikalar sonucunda medya sektöründe sahiplik yapısı büyük ölçüde değişmiştir. 1990’larda radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelinin sona ermesinin ardından, büyük holdingler dikey ve yatay birleşmeler aracılığıyla sektörün tüm alanlarına egemen olmaya başlamıştır. Medya sektöründe çapraz birleşmeleri engelleyen, basın özgürlüğünü ve medyada çoğulculuğu güvence altına alan ve medya sahiplerinin kamu ihalelerine girmelerini engelleyen yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle büyük sermaye grupları ve iktidar arasında organik ilişkiler ağı oluşmuştur. Neo - liberalizmin kamu sektörünü radikal bir biçimde dönüştürmesiyle birlikte özellikle yayıncılık alanı olmak üzere pek çok alanda

kamu hizmeti ve kamu yararı anlayışı da terk edilmiştir. Medya sermayesi, tekelleşme ve uluslar arasılaşma yönünde bir eğilim göstermiş ve bunun sonucunda alternatif medya olanakları zayıflamıştır. Büyük sermayenin oyun alanının genişlemesi sürecinde medyadaki çalışma ilişkilerinin yapısı da değişmiş ve sendikasılaştırma politikaları egemen olmuştur. Bu süreçte, medya yöneticilerinden oluşan yeni bir sınıf yaratılmış ve bu sembolik seçkinler, medyanın ideolojik işlevlerine yeni bir boyut getirmiştir. Bütün bunlar, toplumsal eşitlik ve özgürlük gibi temel değerler üzerinde aşındırıcı bir etki yapmıştır (Şen ve Avşar, 2012).

Medya kurumları, ekonomik varlıklar ve toplumu mobilize eden yapılar olarak ideolojik, ekonomik ve politik olmak üzere birçok amaç için kullanılmaktadır. Bu da tabii ki medyayı elinde bulunduran ve kontrol eden, bir başka deyişle, bilginin üretim ve dağıtımını elinde bulunduran güçlerle yakından ilgilidir. Mc Chesney ekonomi-politiğin iki ana boyutundan bahsetmektedir. Ekonomi politiğin birinci boyutu, medya sistemlerini sosyal yapı içerisinde ele alarak, medyayı toplumun mevcut sosyal yapısı içerisinde inceler. Bu, ekonomi-politiğin, medyayı toplumsal bütünle birlikte değerlendiren yapısını ön plana çıkarır. Ekonomi-politiğin ikinci boyutu ise sahiplik, devlet ve reklam veren ilişkisiyle medya ilişkisi üzerine odaklanır. Çünkü ekonomi-politikçiler, medya sahipleri, devlet ve reklam verenler gibi toplumdaki bazı güç odaklarının medya üretimini kendi çıkarları doğrultusunda etkilediği görüşündedirler. Bununla ilintili olarak kültürel üretim de kuşkusuz bu çeşitli ve karmaşık güç ilişkilerine bağlı olarak şekillenir (Çatal, 2006: 3).

Ekonomi politik yaklaşım, medyanın ekonomik ve ideolojik ilişkilerinin eserin söylemi üzerindeki etkisine vurgu yapan, Marksist temelli bir yaklaşımdır. Kapitalist güçlerin ellerindeki fabrikalar ve üretim araçlarının devamlılığını sağlamak amacıyla girişmedikleri yol ve yöntemler kalmamaktadır. Ekonomi politik yaklaşım bu durumu görmektedir ve kapitalistlerle medyanın ilişkisini irdelemeye çalışmaktadır. “Gazetecilik bağlamında ekonomi politikçi yaklaşım, haberin, devletle ve medya kurumlarının sermaye yapılarıyla arasındaki ilişkiyi irdeler. İlgili basın kuruluşunun, ekonomik yapılanmasının medya pratikleri üzerindeki belirleyici rolü üzerinde yoğunlaşan ekonomi politikçi yaklaşım, izleyiciyi değil, iletinin hazırlanma sürecini ve bu sürece etki eden faktörleri merkeze alır” (Arık, 2006: 43).

Ekonomi politik yaklaşım her düzeyde konuyu bütüncül olarak ele alır ve tek tek parçalar üzerinde analizler yapmamaktadır. Yaklaşım bireyler üzerinde odaklanmak

yerine, “iktidar oyunları ve toplumsal ilişkiler dizileriyle konuyu ele alır. Anlam üretimi ve tüketimi (makingand taking of meaning) toplumsal ilişkilerdeki yapılanmış bakışsımsızlıklar tarafından nasıl her düzeyde şekillendirildiğini ortaya koymakla ilgilenir. Bu ilgiler tabii ki, ekonomi politikçi olmayan araştırmacılar tarafından da geniş bir kabul görür. Eleştirel ekonomi politiği diğerlerinden ayıran şey, onun belirli mikro bağlamların genel ekonomik dinamiklerce ve onların dayandığı daha geniş yapılarca nasıl şekillendirildiğini göstermek üzere, konumlanmış eylemin her zaman ötesine gitmektedir” (Golding, Murdock, 1991: 66, 67). Bu düzeyde yaklaşımın ne gibi konulara değindiği noktasına baktığımızda karşımıza; “haberlin basın sahipleri ve editörler ya da gazeteciler ile haber kaynakları arasında var olan ilişkiler tarafından yapılandırma tarzı, televizyon izlemenin ev yaşantısının düzenlenmesi ve ailedeki iktidar ilişkileri tarafından etkilenmesi tarzı gibi birçok alan ortaya çıkmaktadır” Temelde yaklaşım şu korkunç soru etrafında dönmektedir; “Medya sahipleri demokrasinin yaşayabilmesi için gerekli olan enformasyon akışını ve açık tartışmayı kısıtlamak üzere mülkiyet haklarını kullanabilir mi?” Medya sahiplerinin, demokrasinin yaşayabilmesi için gerekli olan enformasyon akışını ve açık tartışmayı kısıtlamak üzere mülkiyet haklarını kullanabilecekleri gerçeğini ekonomi politik yaklaşım açıkça ortaya koymaktadır ve basın dâhil birçok alanda devleşen şirket sahipleri bir süre sonra basının hükümdarları halini almayı başarmışlardır. Basında hükümdar olmak başta kültürel ürünler olmak üzere birçok toplumsal ürünün tek bir elden çıkmışçasına aynı olmasına sebep olmaktadır. Üretilen mesajlar tek bir kurum ya da kişiye hizmet etmek için yayın yapmaktadır ve izler kitle tek bir gücün, basın hükümdarınının baktığı yerden bakmak zorunda kalmaktadır. Bu durum demokrasinin ve farklılıkların yaşanabilmesi önündeki en büyük engel olarak görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun yaşamımızın merkezine yerleşmesiyle araştıran, eleştiren, düşünen bir varlık olarak insanın tüketen ve ne düşüneceği öğretilen inan konumuna geldiği varsayılarak eleştirel ekonomi politik temelli araştırmalar yapılmıştır. Gerek 1950’li yıllara damgasını vuran başat kuramların, gerekse eleştirel ekonomi politik temelli neo – Marksist ve neoliberal paradigmların ezici bir çoğunluğunun ABD, İngiltere, Fransa, Almanya gibi gelişmiş Batı ülkelerinde üretildiği bilinen bir gerçektir. Türkiye de dahil olmak üzere, birçok nedenle araştırma geleneği az olan ülkelerde yapılan az sayıda araştırmalardaki temel referanslar gelişmiş

ülkelerdeki araştırmalardır. Modeller bu araştırmalar üzerine kurulur, yöntemler taklit edilir, hatta ifade biçimleri bile aynıdır (Bulut, 2009:7).

20. yüzyılda medya sektörünün endüstriyel olarak yükselişi ve ekonomik yapı içerisinde önemli bir konuma gelmesi, iletişim ekonomisine yakından bakmayı zorunlu hale getirmiştir. Medya alanında üretimin nasıl gerçekteleceği ve ürünlerin izleyicilere, okuyuculara, dinleyicilere yani, tüketicilere nasıl ulaştığı ve izleyicilerin bilinçleri, davranışları ve gündelik pratikleri üzerinde ne gibi bir etkide bulunduğu konusu ekonomi politik incelemelerin alanını oluşturur. Bu bağlamda eleştirel ekonomi politik de medyanın üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini bir bütünlük içerisinde geniş ekonomik ve sosyal süreçle ilişkilendirerek anlamak ve açıklamak, hem de bunu insancıl değerler ölçüsünde yeniden yapılandırmak üzerine odaklanır. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımla medyayı analiz eden çalışmaların çoğu Marksist çerçeveye dayanır (Bulut, 2009: 8).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre toplumsal bilinç bireyler tarafından değil yönetici sınıf tarafından oluşturulmaktadır. Bireylerin kendi istek ve arzularıyla toplum içerisinde birlikte yaşamaya, razı oldukları toplumsal uzlaşma ortamında yer aldıklarını söyleyen pozitivist sosyal bilimcilerin tersine eleştirel ekonomi politikçiler toplumda güç kimdeyse toplumsal bilinç de onun istek ve arzuları doğrultusunda biçimlenir. Toplumsal uzlaşma, sistemin dengede olması, bireylerin içerisinde buldukları durumdan hoşnut olarak düzene uyum sağlamaları her Őeyden önce güç sahiplerinin rahatı açısından önemlidir. Bu nedenle de yönetici sınıf elindeki tüm olanakları kullanarak toplumu ve sistemi dengede tutmaya çalışır (Güngör, 2011: 119).

Eleştirel ekonomi politik ana akım ekonomi biliminden başlıca dört bakımdan farklılık gösterir. İlki, bütüncüldür. İkincisi tarihseldir. Üçüncüsü, merkezi olarak kapitalist teşebbüs ve devlet müdahalesi arasındaki dengeyle ilgilenir. Sonuncusu ve belki de hepsinden önemlisi, adalet, eşitlik ve kamu yazarı gibi temel ahlaki sorunlarla ilgilenebilmek için verimlilik gibi teknik konuların ötesine gider (İrvan, 2014: 53).

Medya endüstri ve kuruluşlarına yönelik ekonomi politik yaklaşım, tüketici gücü yaklaşımıyla taban tabana zıtlık gösterir. Ekonomi politik-televizyonlardaki meşhur ahşap boyası reklamlarını anımsarsak kutunun üzerinde yazan Şeyi harfi harfine uygular. Bu medya çalışmaları yaklaşımı, medya kuruluşlarının ve medya ekonomilerinin politikalarına odaklanır. Güç, zenginlik, mülkiyet ve denetim konuları

ekonomi politiğın temel odağıdır. Ekonomi politik doğrudan klasik Marksizm ile bağlantılıdır (Laughey, 2010: 69).

İçinde bulunduğumuz çağın bilgi toplumu, enformasyon toplumu, bilgi çağı gibi kavramlar çerçevesinde anlaşılmaya çalışılmasının altında yatan etmen elbette bilişim tekniklerinde gelinen noktadır. Bugün bilgisayarın olmadığı bir yaşam kesiti hemen hemen yok gibidir. Yeni ekonomik kavramı da internet başta olmak üzere yeni medyanın yer aldığı yeni bir düzene işaret etmekte. Yeni ekonomi kavramsallaştırmasını Atabek bir yanıyla Mc Luhan'ın "Evrensel Köy" düzenine benzetir. Medyayla birlikte düşünüldüğünde medya patronlarının yönlendirmesi doğrultusunda bireyler fikirlerini oluşturmaktadırlar. Gücün etrafında şekillenen bu yapı medyayı sorgulanabilir hale getirmiş, tamamen özür olması gereken bir yapıyı da baştan ayağa değiştirmiştir.

Medya gücü olarak temsil, ekonomi politiğın izinden gider ancak kapitalist medya üretiminin gücü ile daha az ilgilenir. Bunun yerine, temsil, üretileni anlamlandıran medya gücü ile yakın bir ilişki içindedir. Dolayısıyla, temsil, medya metinlerini (film, müzik, televizyon programı, İnternet sitesi ve sair) çalışma yollarını sunarken, ekonomi politik metinleri şirketlerin kurumsallaşmış çıkarları tarafından belirlenmiş ürünler olarak ele alır. Bu bağlamda, temsil, gerçek insan, mekân ve olayları betimleme sürecidir. Kısacası, temsil, gerçekliği temsil eder. Medyanın ise, temsilin en önemli sağlayıcılarından biri olduğu su götürmez bir gerçektir. Çokça seyahat etmiş olanlarımızı bir kenarda tutarsak, bizler için dünyanın pek çok yerinin anlamının medya temsillerinden ibaret olduğunu söyleyebiliriz (Laughey, 2010: 83).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın iletişim ve medya çalışmaları için önerdiği çerçeve, iki temel çalışma gövdesi arasında bir köprü kurmak durumundadır. Anlamalı bir kurumsal zemin için ekonomik indirgemeci Ortodoks Marksist yaklaşımların çeşitli versiyonlarında da, kültürü ayrı bir düzey olarak kavramlaştırarak 'metin' analizine yönelen, ekonomi ve politika disiplinlerini dışlayan kültüralist yaklaşımların da ötesine, iktisadi sömürü ve sınıf ilişkilerini merkeze alırken kültürel süreçleri ihmal etmeyen bir çerçeve gerekmektedir (Adaklı, 2006: 33).

#### **1.4. Medyada Mülkiyet İlişkileri ve Medyanın Mülkiyet Yapısının Medya İçeriklerine Etkisi**

İngiltere’de Mirror grubunun sahibi olan Robert Maxwell grubun tüm yayın politikasını kendisinin saptamasını şu sözlerle ifade etmişti: “ Bu işe doksan milyon pound/sterlin yatırdım ve bunu hayırdası almak için yapmadım. Bu işin sahibi benim, patron benim.” London Times’ı alıp Thatcher yanlısı yayın yapmaya zorladığında toplu istifalarla karşılaşan Avustralyalı Rupert Murdoch da tepkisini “Benbunca yolu gazetenin işlerine karışmamak için mi teptim” sözleriyle dile getirmişti (Duran, 1999:92-93).

Medya ve ekonomi ilişkileriyle sıkı, hatta iç içe sayılabilecek mülkiyetin ekonomi başlığı altında ele alınmaması, özellikle Türkiye açısından, medyada mülkiyetin kurallı ekonominin gereklerinden farklı ve daha geniş kapsamlı anlamlar taşımasından kaynaklanmaktadır. Medya sahiplerinin sahiplik, istek ve eylemlerini yalnızca ekonomik gerekçelere bağlamak sahiplik açısından yeterli bir açıklama sağlamayacaktır. Hele Türkiye gibi medyanın sürekli zararda olduğunun zaman zaman dile getirildiği bir ülkede bu çabanın açıklanması daha da zor olabilecektir. Elde edilebilen bilgiler Türkiye’de medya sahipliğinin kâr etme amacına değil, güç edinme amacına yönelik olduğunu göstermektedir. Satın aldığı gazeteyi en çok satan gazete yapmayı hedefleyen iş adamı, bu amacına ulaşabilmek için gazetenin yılda on milyon sterlin zarar etmesini göze alabilmektedir (Ünlüer, 2006: 14). Zarar medya sahibinin propagandasını yapmasından daha önemli değildir. Amaç kar değil tamamıyla ideolojiktir. Medya sektöründe mülkiyet ilişkileri; sınıf eşitsizliğini ve bunun uzantısı olarak çeşitli tahakküm biçimlerini meşrulaştırmada içerik üreticisi olarak oynadığı rol nedeniyle özel bir önem kazanmaktadır. Medya sahipleri, medyadaki üretim süreçleri ve medya içerikleri üzerinde doğrudan ve dolaylı bir kontrole de sahiptir.

Pahl ve Winkler(akt. Murdock, 1977)Medya içeriğinin gerek tematik, gerekse biçimsel özelliklerinin belirlenmesinde söz sahibi olan editoryal kadro, operasyonel kontrolün esas öznesi olarak konumlanır. Tahsisatla ilgili olan kontrol ise daha genel bir düzeyde işler. Bir bütün olarak medya şirketinin yapısı ve gelişimi; eylemlerinin ölçeği ve kapsamı; kaynakların kullanımı ve tahsisiyle ilgilidir. Bu düzeyde alınan kararlar şunları kapsar:

1. Temel politikanın oluşturulması
2. Anahtar personelin işe alınması ve işten çıkarılması

### 3. Şirketin genişleme ve daralma momentlerinin seçimi

4. Şirketi eğer gerekiyorsa elden çıkarmak ya da bütünüyle kapatmak bu iki kontrol düzeyi arasındaki geçişkenliğin altını çizdikten sonra üretimde nihai belirleyicinin, tahsisata dair kontrol işlevini üstlenenler olduğunu belirtmektedir. Marx'tan bu yana tahsisata dair kontrolün birincil kaynağı mülkiyet olarak görülmektedir. Ancak bu belirleme, medya sahiplerinin içerik üzerinde doğrudan kontrol sahibi oldukları ya da editoryal kararlara doğrudan müdahale ettikleri anlamına gelmez. Bu türden iddialar kamuoyunun gündemine sıkça taşınsa da, kapitalist medya işletmelerindeki kontrolün doğası doğrudan müdahaleye nadiren izin verir. Kapitalizm koşullarında medya sahipleri, medya yöneticileri ve daha alt seviyedeki emek gücü, çeşitli dolayım mekanizmaları ile kâr maksimizasyonu hedefine yönelmekte, aktörlerin aktif ya da pasif olarak katıldığı bir “yapılaşma” (Giddens,1999) sürecinde sınıfsal gereklilikler içselleştirilmektedir. Bu bağlamda bireysel kapitalist, medya içeriğini doğrudan manipüle etmeyi genellikle düşünmediği gibi, bireysel gazeteci de, haber peşinde koşarken doğrudan şirket çıkarlarını düşünmez. Bunlar daha ziyade iki farklı özne konumunda içselleşmiştir. Son kertede medya içeriği, kapanmış bir söylem ve şirket çıkarlarını ileriye taşıyan, çoğunlukla kamusal yararın araçsallaştığı bir “meta” olarak karşımıza çıkar (Adaklı, 2010: 70).

Sahipler ve yöneticiler gibi sektöre içsel kontrol mercileri dışında medya organizasyonlarına dışsal kimi kontrolörler de ileri sürülebilir. Bunların başında kuşkusuz devlet ve/veya hükümetler gelmektedir. Bir kamusal hizmet olarak yayıncılık özellikle radyo-televizyon yayıncılığı başlangıcından itibaren şu ya da bu biçimde kamusal düzenlemenin(*regulation*) konusu olmuştur. Bu düzenlemeler medyayı belirli konularda sınırlandırmanın yanı sıra teşvikini de kapsamaktadır. Ulusal güvenlikten çocukların zihinsel gelişimine, rekabetin tesis edilmesinden halkın haber alma özgürlüğüne kadar pek çok konu üzerinde hükümetlerin düzenleme yetkisini kullandıkları bilinmektedir. Operasyonel kontrol düzeyinde değerlendirilebilecek bu gibi konuların yanı sıra hükümetler, tahsisatla ilgili düzenlemelerde de söz sahibi olurlar. Medyaya hükümet müdahalesinin tahsisata dayalı düzeyde şu konuları kapsadığını belirtmektedir: “Hammadde kaynaklarının sağlanması konusundaki düzenlemeler, anti-tekel yasası aracılığıyla şirketlerin genişlemelerinin kontrolü, lisans anlaşmaları yoluyla medya pazarına girişin sınırlandırılması”(Adaklı, 2010: 71).

Ekonomik gücü ellerinde bulunduranlar medya mülkiyetinin denetimini de ellerinde bulundurmaya çalışırlar. Bu durum medya içeriğinin iktidarı elinde bulunduranların istediği yönde üretilmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Medya mülkiyetinin el değiştirmesi iktidar ilişkilerini çok fazla etkilemez, medya mülkiyetini kim alırsa alsın sermayenin çıkarlarıyla uyumlu biçimde hareket eder. Bu durumda medya mülkiyetinin sahipleri daima iktidarı ellerinde bulunduranların yanında yer alırlar (Güngör, 2011: 127). Bu bir nevi ticaret anlayışıyla hareket etmek olup medyayı da bu ticari faaliyetin bir parçası olarak değerlendirmemize kapı açar. Değişen mülkiyet ilişkileriyle bağıntılı olarak son dönemde geleneksel medya sektörlerinin yeni medya ile bütünleşmesi farklı bir organizasyon, iş bölümü ve istihdam yapısının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Eskiden basın, sinema, yayıncılık, telekomünikasyon, vb. olarak farklılaşmış, enikonu tanımlı endüstriyel alanlar, artık sadece ismi üzerinde bile belli bir uzlaşımın olmadığı, hem karlılık hem de istihdam yapısı açısından belirsizliklerin hüküm sürdüğü bir tür “nebula”ya dönüşmüştür (Çaplı ve Tuncel, 2010: 84).

Medyadaki mülkiyet yapısı daha çok ticari çıkarlarla ilgilidir. Türk medyasındaki ticarileşme süreci bunun dışında kalmaya çalışanları da beraberinde sürüklemiştir. Bir taraftan sermaye grupları medyayı ele geçirmeye almış, öte yandan bağımsız yayın kuruluşları da ayakta kalabilmek uğruna ticari hayata atılmışlardır. Bu süreçte sadece gazetecilik yapmaya çalışan bağımsız gazeteler de ticarileşme çarkının içerisine girmek zorunda kalmışlardır (Demir, 2006: 189). Medyanın yapısal bir değişime sürüklenmesi bu durumun bir sonucudur. Medyanın mülkiyet örüntülerinde özellikle 1990’lardan itibaren belirgin bir biçimde bir değişim yaşanmış ve zamanla, yalnızca yayıncılık işini kapsayan geleneksel medya sahipliği yerini, medya dışı sektörlerdeki yatırımların medya sektörü ile bütünleştiği bir mülkiyet yapısına bırakmıştır. 1980’lerin ekonomi politik ikliminde geleneksel medya sahipleri medya dışı alanlardaki yatırımlarını genişletmiş, medya dışında bulunan büyük sermaye grupları ise medya sektörüne yatırımlarını hızlandırmışlardır (Çoban, 2013: 185).

Eleştirel ekonomi-politik yaklaşım, ideolojiye değil, ekonomik temele yaptığı vurguyla kapitalist üretim dinamiklerine yönelmiş, ekonomik ve sınıfsal ilişkilerin belirleyici olduğu görüşünü savunmuştur. Eleştirel ekonomi politik, iletişimsel etkinliğin, maddi ve simgesel kaynakların eşit olmayan paylaşımı tarafından yapılandırılma tarzıyla ilgilenmektedir. Kültürün eleştirel bir ekonomi politik için medyanın gelişmesi, şirket menziline genişlemesi, metalaştırma ve devlet/hükümet



müdahalesinin değişen rolü olmak üzere dört farklı tarihsel sürece özel bir önem atfedilmektedir. İletişimin ekonomi-politiği ise, kültürel üretim ve dağıtım üzerinde kontrol uygulayan güçlerin etkinlik alanlarındaki değişimlerin kamusal alanı nasıl sınırlandırdığını veya özgürleştirdiğini araştırmaktadır. Bu noktada iki temel konu üzerinde durulmaktadır: Birincisi, bu tür kurumların mülkiyet yapısının ve etkinlikler üzerindeki kontrolünün yarattığı sonuçlardır. İkincisi de devlet düzenlemesi ile iletişim kurumları arasındaki ilişkinin içeriğidir (Golding ve Murdock,1997: 55-62). İdeoloji, dijital oyunlar gibi kültürel oyunlar aracılığıyla bireylerin gerçek yaşam koşullarıyla aralarında hayali bir ilişki kurarak özneleri inşa etmektedir. Birey, kendini, sistem içinde özgür olarak tanımlamakta ve eylemlerinin gönüllü eyleycisi olarak görmektedir. Fakat aslında, sadece içinde bulunduğu egemen sistemin ona biçtiği eylemleri yerine getirmektedir (Erdem, 2012: 58).

Medyanın mülkiyet yapısındaki değişimler, medyanın hükümetle ilişkilerini de etkilemektedir. Genel olarak ülkelerde yazılı medyanın (gazete ve dergilerin) yönetimleri özel girişimin elinde olduğundan, bu iletişim kanallarının doğrudan siyasi amaçlı olarak kullanılması zordur (Aziz, 2011:56). Medya kartelleri, hükümet üzerinde popüler bir denetim kaynağı olmaktan çok, devlet üzerinde dolaylı etkide bulunan başat ekonomik güçlerin araçlarından biri haline gelmektedir. Medyanın kapitalizmle bütünleşmesi, sermayeyi destekleyen söylemlerin onaylanması sürecini beraberinde getirmektedir (Curran, 2002: 148-149).

Ekonomi-politik, kültürün yöneten-yönetilen ilişkisi içinde üretildiği ve bu nedenle de var olan güç yapılarını yeniden ürettiği veya onlara karşı direndiği gerçeğine dikkat çekmektedir. Ekonomi ve politik kavramlarına yapılan göndermeler, kültürün üretim ve dağıtımının devlet, ekonomi, toplumsal ilişki ve pratikler ile medya gibi örgütler arasındaki ilişkilerden meydana gelen özgül bir ekonomik sistem içinde yer aldığı gerçeğine vurgu yapmaktadır. Kapitalist toplumlar kültürel üretimi kâr ve pazar merkezli kılabilmek uğruna, kurum ve pratikleri, metalaşmanın ve sermaye birikiminin mantığına uygun olarak yapılandıran başat bir üretim tarzına göre örgütlenmişlerdir. Ekonomi-politik sadece ekonomiye değil, aynı zamanda toplumsal gerçekliğin ekonomik, politik ve diğer boyutlarına da göndermede bulunmaktadır (Kellner, 2008: 151).

Medyanın sahiplik yapısında yaşanan değişimleri ve bu değişimlerin haber üretimi ve söylemi üzerindeki etkisini anlayabilmek için tarihsel süreçte devlet-piyasa

ilişkilerinde yaşanan değişimlere değinmek gerekir. 1970’li yılların sonu ve 1980’ler boyunca dünya genelinde sosyal devlete karşı olan tutum değişmeye başlamış ve piyasa ekonomisi kavramı ön plana çıkmıştır. Piyasa ekonomisi ile birlikte sermayenin gelişmesi ve özelleştirmelerin teşvik edilmesi sağlanarak ulus devlet anlayışından uzaklaşmış, devlet yapıları uluslararasılaşmayı ve özelleştirmeleri destekleyecek şekilde yeniden oluşturulup liberal politikaların benimsenmesinin önünü açmıştır (Kellner, 2008: 152).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre, kapitalist toplumlar bireylerden değil sınıflardan oluşur. Dolayısıyla sınıflar arası kurulan ilişkiler sömürü ve egemenlik ilişkileridir. Yani kapitalist toplumu oluşturan sınıflar arasındaki ilişkiler eşitsizliğe dayanır. Egemen sınıf üretim araçlarını, düşünce üretim araçlarını ve devleti kontrol eder (Bulut, 2009: 170). Haber, fikir ve eğlence üreten, ürettikleriyle toplumu etkileme gücüne sahip olan medyanın nasıl bir ekonomik ortamda faaliyet gösterdiği, kimler tarafından kontrol edildiği önemli bir konudur. Çünkü medyayı var eden politikaların oluşumunun ve uygulanmasının kültürel, sosyal, politik ve ekonomik sonuçları vardır. Diğer taraftan Türkiye gibi pek çok ülkede medya şirketleri, diğer şirketler gibi kâr amacı güden ve piyasa koşullarına tabi olan şirketlerdir. Ancak bununla birlikte medya şirketlerinin ürün yapıları, üretim organizasyonları, gelir ve maliyet yapıları ve faaliyet gösterdikleri piyasaların koşulları kendine özgü özellikler taşımaktadır. Medya endüstrisini genel olarak bu alana yatırımın büyük sermaye gerektirmesi, reklam gelirlerine bağımlılık ve hükümet politikaları gibi faktörler belirlerken, daha geniş açıdan bakıldığında dünyada hâkim olan ekonomi politikaları da sektör üzerinde etkili olmaktadır. Bu durum yerel medyada da kendisini hissettirmektedir. Türkiye’de medya gruplarının devletle olan ekonomik ilişkileri ilginç bir tablo ortaya koymaktadır. Medya grupları iş dünyasına egemen iktidar grupları ile bütünleşmiş durumdadır ve durum sürekli iş birliği halinde gelişmektedir ilk bakışta medya dışında işlerinin olmadığı izlemine veren bazı medya holdingleri de yine iş dünyasıyla birçok banka, sanayi ve ticari kuruluş sahibi gruplarla ortaklık içerisindedirler ve medya dışında da yatırım yapmanın yollarını aramaktadırlar (Demir, 2006: 190).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. 1980 SONRASI TÜRKİYE MEDYASINA BAKIŞ

#### 2.1. 1980 Sonrası Ulusal ve Yerel Medyadaki Değişimler

12 Eylül 1980'den sonra Türkiye'deki her kurumda olduğu gibi basında da önemli ve köklü değişimler gerçekleşmiştir. Bugün Türk basınının içinde bulunduğu kısır döngüde kuşkusuz o dönemin payı büyüktür. 12 Eylül'den sonra basının politik konulara ilişkin haber ve yorumları yapmaktan kaçınması, basının magazine kaymasına neden olurken, halkın sesini duyurmadığı için de halk tabanından ve desteğinden uzak bir kurum olma durumunu gündeme getirmiştir. Kısacası basın 12 Eylül harekâtından sonra halktan uzak, olaylara apolitik bir yaklaşım modeli ortaya koyarken, bu durum onun okuyucu kitlesinden kopması ve desteksiz kalması sorununu da ortaya çıkarmıştır.

1980'li yılların sonunda Türk basın dünyası büyük sermaye grubunun hareket alanı haline gelince buradaki kurallar da büyük sermaye grupları tarafından belirlenmeye başlamış, sonuçta kapitalist yaklaşımın mantığına uygun olarak çok satanın değerli olduğu piyasa kuralı bu dönemde işlemiştir. Bu dönemin ardından 1990'lı yıllarda medya kuruluşları artık piyasa kurallarına göre hareket eden birer ticari firma haline gelmişlerdir. Bu mantıktan hareketle artık gazeteler en çok tiraja sahip olanın, televizyonlar ise en çok izlenenin başarılı sayıldığı bir dünyada yaşam mücadelesi vermek zorunda bırakılmışlardır (Gezgin, 2007: 167).

1980'li yıllar medya endüstrisinin stratejik sektörler arasına güçlü biçimde yerleştiği bir dönem olmuştur. Reel sosyalizm deneylerinin 1989 yılından itibaren fiili olarak çökmeleriyle birlikte ABD'nin ekonomik ve politik hegemonyasını pekiştirdiği bu dönemin en karakteristik özelliklerinden biri, gerek gelişmiş gerekse azgelişmiş ülkelerde medya sektörüne yapılan yatırımlarda önemli ölçüde artıştır. Geleneksel medyalar (gazete, televizyon, radyo, sinema vb.) bir yandan dev holding şirketlerinin birer parçası durumuna gelirken, yine bu çatı altında 'yeni medya' olarak internet gibi iletişim mecralarıyla buluşmuştur. Geleneksel medya şirketlerinin yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni olanaklarla birlikte geniş bir iletişim sektörüne gömüldüğü bu süreç, 1960'lı yıllardan itibaren ekonomi politikçilerin ilgi alanına girmiştir. Herbert Schiller (1969), 60'lardan itibaren ortaya çıkmaya başlayan iletişim endüstrilerinin yoğunlaşması eğilimini; gelişmiş kapitalist ülkelerde medyanın

özelleşmesi ve ticarileşmesi ve kültür emperyalizmi ya da medya emperyalizmi kavramlarıyla açıklamaya çalışmıştır. 1960'lı yıllarda revaçta olan kültürel tahakküm tezinin özgül bir tarihsel bir dönemde ortaya çıktığını ve bu dönemin kapandığını belirten Schiller, buna karşın kültürel tahakkümün bütünüyle yok olmadığına altını çizmektedir. Kültürel paketin tamamı film, Tv, müzik, spor, tematik parklar, alışveriş yerleri vb. bütün dünya sathına bir avuç medya tarafından dağıtılmaktadır (Adaklı, 2006: 34-35).

1980'li yıllarda, pek çok ülkede, medya piyasalarında yaşanan tekelleşme ve temerküz eğilimleri; dünyada liberalleşme politikalarının yaygın olduğu aynı döneme rastlamaktadır. Türk medyası da aynı dönemde medya alanında tekelleşme olgusuyla medya gerçek işlevini yerine getirmede sıkıntılarla karşılaşmakta, bundan kaynaklanan sorunlar nedeniyle basın mensupları özgürce fikirlerini açıklayamama ve tekel patronlarının emrine girme gibi bir tehlikeyle karşılaşmaktadırlar. Bu durum bilhassa 1980'lerden sonra büyük sermayenin basın alanına girmesiyle kaçınılmaz bir hal almıştır. Nitekim Türkiye'de Turgut Özal ve kadrolarının sıklıkla ifade ettikleri "vizyon belirleme" sürecinde medyanın yapılanması büyük yer tutmuştur. "Dinamizm", "yeni trendler" ve "oyunda yer almak" söylemiyle çıkan 1980 sonrası yeni sağ kadroları, medya endüstrisinin yenedünya düzenine uydurulması aşamasında görevlerini başarıyla yapmışlardır (Arsan, 2008: 259). Çok büyük yatırımlar isteyen özel televizyonlar da holding ve bankaların desteğiyle yayına girmiş, böylece medya alanı büyük sermayenin, daha da vahimi bir-iki büyük grubun kontrolüne geçmiştir. Bu büyük gruplar medyayı kendi ticari amaçları için kullanmaktan çekinmemişler, bunun için siyasi iktidarlarla da zaman zaman çok farklı ilişkilere girmişlerdir (Demir, 2006:186).

1980'lerden önce televizyon yayıncılığı, ABD dışındaki pek çok ülkede kamu hizmeti ve devlet tekeli olarak işlemekteydi. Bu sistemde yayınlar ulusal sınırlar içerisinde gerçekleşmekteydi ve amaç, siyasi propagandanın yanında bilgi sağlamak, kültür aktarmak ve ulusal dilleri geliştirmektir. Neo-liberal ekonomiye geçiş ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmelerle birlikte, mevcut yayıncılık sistemleri ve bu alandaki düzenlemeler ve politikalar da değişmiş oldu (Yaylagül, Korkmaz, 2008: 108). 1980'li yıllarda medya alanında yaşanan değişimi tetikleyen sebepler de vardı. Sürece dahil olan yeni aktörler, dış etkenler ve yeni düzen arayan siyasi ve ekonomik aktörlerin eski düzenden kalanlarla yaşanan çatışmaları.

1980'lere kadar haber medyası, halkın haber alma özgürlüğü ve ifade özgürlüğü ile birlikte, bunların temel koşulu olarak “bağımsızlık” nosyonlarına dayanan liberal çoğulcu paradigma çerçevesinde tanımlanmış ve meşruiyet alanını oluşturmuştur. 80'lerdeki dönüşüm sürecinde devletten, sermayeden veya belirli çıkar gruplarından bağımsız bir medya kavramı, yeni hegemonya projesine çok da uygun bir alan sağlamamış; ancak, kapitalist üretim tarzı içinde “devletten bağımsız”, “tarafsız”, “kamu bekçisi” gibi nitelemelerle tanımlanan bir bağımsızlık miti, aktif rıza üretimi için oldukça işlevsel olmuştur. Liberal çoğulcu yaklaşıma göre; medyanın bağımsızlığı açısından temel sorun, patronun veya devletin müdahalesidir. Ancak, sorun, gazetecinin haberi yazarken devletin veya patronun doğrudan müdahalesine maruz kalması değildir. Ancak meseleyi “dışarıdan, doğrudan müdahale” gibi sunmak, doğrudan müdahalenin gözükmediği her yerde gazeteci bağımsızlığından, objektif ve tarafsız haberden bahsetme ve çoğu kez manipülasyonu gizleme, örtbas etme imkânı sağlamaktadır. Liberal anlatıda maskelenen en önemli olgusal gerçek, ana akım medyanın ekonomik bir işletme olarak kâr güdüsüyle hareket etmesidir. Kâr amaçlı bir kurum, “kamu çıkarı” kavramıyla çelişmektedir (Adaklı, 2009: 80-81).

1980'li yıllardan itibaren Türkiye kapitalizmin yeni stratejik tercihleriyle paralel biçimde basın endüstrisi; radyo, televizyon, internet gibi farklı mediumlarla ve basın dışı sektörlerle bütünleşerek yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Söz konusu dönüşümün esaslı sonuçlarından biri, basın sektöründe küçük ölçekli girişimlerin kısa zamanda ömürlerini tüketmeleri ya da büyük yapılara katılmalarıyla birlikte yerlerini büyük sermaye guruplarının egemenliğine bırakmaları; buna bağlı olarak, kontrol kalıplarında da belirgin bir farklılaşmanın meydana gelmesidir. Basın, geleneksel işlevlerini neredeyse tamamen yitirerek devlet ve sermayeden görelî özerkliğini yitirmiştir. Bugün piyasayı paylaşan birkaç medya gurubu, bağlı buldukları sermaye guruplarının kısa ve uzun vadeli çıkarları doğrultusunda içerik üreten, yatay ve dikey olarak bütünleşmiş kuruluşlardır (Adaklı, 2006: 137).

1980'li yıllarda yatay, dikey, çapraz ve ultra çapraz tekelleşme tiplerine sahip olan medyanın her alanda ulusal sınırlara sığmayıp geniş uluslar arası pazarlara yatırım yarışına giren dev şirketlerin gerek kendi hükümetleri, gerekse gittikleri coğrafyaların siyasi otoriteleri ile ilişkilerini hoş tutma ihtiyacı medya çalışanlarını farklı bağımlılık ilişkilerine doğru itmiştir (Adaklı, 2010). Özelleştirmeler ve deregülasyon uygulamalarıyla kamusal tekeller ile yurttaşların temel bir hakkı olan düşünce ifade

özgürlüğünü korumaya yönelik kamusal önlemler ve müdahaleler kaldırılmıştır. Böylelikle kapılar uluslararası girişimcilere ardına kadar açılmış, değişen hukuksal temel ile birlikte medya sektöründe mülkiyet ve sermaye kompozisyonu da tümüyle değişmiştir (Kaya, 2009: 115). Medya çalışanları sermaye gruplarının istekleri doğrultusunda hareket eder olmuş, ifade özgürlüğü ortadan kalkmaya başlamıştır. Tekelci medya modeli, özünde emperyalist-kapitalizmin doğal kaçınılmazlığıdır. Bu işlerlik demokratik katılımı sıfıra indirmiştir. Tekelleşme sadece ulusal sınırlara bağlı değildir. Medya tekelleri de uluslar arası koşullarda örgütlenmişlerdir (Arhan ve Demirer ve Hozatlı, 1998:45). Ekonomik açıdan iyi olan sermaye grupları kendi medya kuruluşlarını kurmuşlardır.

1990'lı yıllarda gelişen teknolojiyle geleneksel yayıncılık anlayışının yerine, İngiltere, Fransa, Almanya ve Türkiye gibi ülkelerde yeni hukuki düzenlemeler yapıldı ve yayın politikaları geliştirildi (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 113). Artık gazete köşelerinde neo-liberal politikaların amasız-fakatsız biçimde sunulduğu, toplumsal ufkun kamusal perspektiften iyice kopmuş bir bireyselciliği içermeye başladığı görülmüştür (Adaklı, 2006: 293). Oluşan bu bireyselciliğin tabi bir sonucu olarak da yeni bir yönetim anlayışı baş göstermiştir.

1980'lerde Türkiye'de medya alanında özellikle mülkiyet ilişkileri açısından çok farklı bir döneme girilmiş ve bu mülkiyet ilişkilerindeki değişim siyasete ve topluma da çok bariz biçimde aksetmiştir. Türk medyasının bu yapısal değişiminde iç ve dış etkenler önemli rol oynamıştır. Küreselleşme ve dünyadaki yeni muhafazakâr dalgayla birlikte medya bu sefer de sermayenin hâkim olduğu ve onun çıkarlarına hizmet eden bir araç haline almıştır.. Medya-siyaset ilişkisi, sermayenin de eklenmesiyle, medya-siyaset-ticaret ilişkisinin hâkim olduğu garip bir ilişkiye dönüşmüştür. Medyadaki mülkiyet yapısı tamamen değişmiştir. Medya ticarî çıkarların mücadele sahası haline getirilmiştir. Siyasî iktidarlarla olan ilişkiler tamamen ticarî çıkarlar üzerine oturtulmuştur. Âdeta demokrasinin varlığının teminatı olan medya, demokrasinin yozlaştırılmasının ve zaafa düşürülmesinin araçları haline gelmiştir.. Bu durum medyanın aslî fonksiyonu olan haber ve bilgilendirme ile kamuoyunun sağlıklı teşekkülüne katkıda bulunma işlevlerini büyük ölçüde zaafa uğratmıştır(www.demokratakademi.com / 11.10.2014).

1980 Türkiye siyasal yaşamının birçok alanında olduğu gibi kitle iletişim alanında da büyük bir dönüm noktasıdır. Derinleşen bunalım karşısında askeri darbeden

başka çıkış bulamayan egemen güçler bir yandan basına sansür uygulayıp, TRT'yi yoğun bir propagandanın aracı olarak kullanırlarken diğer yandan kitle iletişim sisteminin gelişme ve yaygınlaşmasının başlatıcısı olmuşlardır (www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya / 20.10.2014).

Bu gelişmelerde farklı propaganda araçları olarak karşımıza çıkmışlardır. Yaygınlaşan her medya aracı bir takım sermaye guruplarının ellerinde bulundurdukları güç olmuştur. Ulusal medyaya paralel olarak hatta belki daha fazla etkiyle yerel medyada 1980 sürecinden sonra oldukça etkilenmiştir. Ulusal medya izlenebilirlik açısından yerel medyaya oranla daha fazla etkiye sahipken yerel medya artık sermayenin de özelleşmesiyle birlikte iş adamlarının sesi olmaya başlamıştır. Kim medya sahibiyse onun sesi çıkmıştır. Medya çalışanları ise iş garantisi ve geçim sıkıntısı için özgürlüklerine ket vurmuş, düşüncelerini bağlamış ve sermaye yönlü haber üretmeye başlamışlardır. Günümüzde medya, insanların özgürlüğünü savunan bir araç olmaktan ziyade kapitalist düzenin etkisi altında kalan kitlelerin bilinçlerini etkileyerek onları daha bağımlı hale getirip köleleştirmektedir denilebilir (Karakoç, 2009).

Günümüzde medya sistemlerinin mülkiyeti ve denetiminin küresel yoğunlaşması, ekonomik iktidarın çoğunlukla siyasal ve kültürel iktidara dönüşmesi anlamına gelmektedir. Medya holdinglerinin Avrupa'daki etkisi, basın, radyo ve televizyonun tekeller tarafından denetiminin engellenmesi gereğine ilişkin bir uyarı niteliğinde olmalıdır. Habermas'ında iyi anladığı gibi, böylesi bir talebin, doğrudan katılım talebi olarak yeniden formüle edilmesi yeterli olmayacaktır. Temsili demokrasilerin her düzeyinde mülkiyet dağılımını denetleyecek ve iletişimsel yükümlülükler koyacak siyasi otorite failleri bulunması hala önemli bir ihtiyaçtır (Stevenson, 2008:123).

## **2.2. Yerel Medya Kavramı ve Gelişim Süreci**

Medya ulusal, bölgesel, ve yerel olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bunlar:

**Ulusal Medya:** Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ya da yayınlanan ve ülkenin en az %70'inde dağıtılan ya da izlenen gazete, dergi bülten, radyo ve televizyon yayınlarını ve bunları yapan kuruluşları kapsar.

**Bölgesel Medya:** Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ya da yayınlanan ve üç komşu ilde veya ez az bir coğrafi bölgede dağıtılan ya da izlenen

gazete, dergi, bülten, radyo ve televizyon yayınlarını ve bunları yapan kuruluşları kapsar.

Yerel Medya: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle tek bir yerleşim biriminde basılan ya da yayınlanan ve yalnızca o yerleşim biriminde dağıtılan ya da izlenen gazete, dergi, bülten, radyo ve televizyon yayınlarını ve bunları yapan kuruluşları kapsar (Altun, 2005: 79). Yerel basın, ülkenin çeşitli yörelerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da daha fazla haberlerini veren, sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aktarmayı hedefleyen basın organlarıdır.

Türkiye’de yerel basın üzerinde yapılan tanımlamalara baktığımızda çeşitli görüşlerin oluştuğunu söyleyebiliriz. Yapılan bu tanımlamalarda genel olarak ortak noktayı, yalnızca belli bir bölgede yayımlanması ve okunması, ulusal haberlerden farklı olarak yerel haberlerin ve konuların gazetelere hâkim olması, bir kasaba ya da kentte yaşanan insanları ilgilendiren haberlerin yer alması ve yalnızca o kentte yayımlanan gazete olması gibi özellikler oluşturmaktadır. Ancak bu konuda Vural, daha kapsamlı bir nitelemeyle yerel basını şöyle tanımlamaktadır: “Yerel basını; sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede-ki bu yöre yalnızca bir şehir ya da birkaç komşu şehirden oluşan bir bölge olabilir- yöre halkını bilgilendirmeye (haberdar etmeye), eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan araçlar bütünü’ olarak tanımlamak mümkündür. Yerel basın yine bir diğer biçimiyle; İstanbul dışındaki şehir ve bölgelerde, buldukları yöre ile sınırlı etkinlik gösteren, hedef kitlesini yalnızca yörede yaşayanların oluşturduğu basın kuruluşları olarak da tanımlanabilir (www.makaleler.com).

Yerel gazetelerin yayın periyotlarını, düzenliliklerini ya da her anlamdaki niteliğini, ülkenin siyasal ve ekonomik kültür ve politikaları da ciddi ölçülerde etkilemiştir. Varlığını, tüm olumsuzluklara karşı sürdürebilen, ilkelerini kuruluşundan bugüne dek koruyabilen pek çok gazetenin yanı sıra, zamanla kaybolup gitmiş ya da birçok açıdan nitelik kaybına uğramış yerel gazeteler bulunmaktadır. Hepsi için söz konusu olmasa da bugün Türkiye’deki birçok yerel gazetenin yayıncılık faaliyetleri, bu gazeteleri yayınlayanların aynı zamanda ticari matbaacılık işleri de yaptıkları için sürdürebildikleri bilinen bir gerçektir. Ancak yine de değişmeyen en önemli kanaat, yerel gazetelerin yayıncılık faaliyetlerini çok ciddi özverilerle ve zorluklarla sürdürebildikleridir (Altun,2015: 82) Tüm zorluklara rağmen yerel iletişim ortamlarının



en önemli ve en eski araçlarından biri olma özelliği taşıyan yerel gazeteler, kitle iletişim araçları içinde, en önemli anahtar unsur olma niteliğini halen sürdürebilmektedir. Halkın kimi zaman günlük yaşamını düzenleme, onları bilgilendirme ve kanaatlerini etkileme işlevi görürken, kimi zaman kentin bir sorunun çözümünde önderlik rolü üstlenmişlerdir.

İletişim teknolojisinin yarattığı ortamlarla birey, dünyanın her yerinden adeta bombardıman edilen bilgilerle dünya vatandaşlığını yaşarken, öte yandan da daha lokal ilişkilerle yaşadığı çevreye, ilintili olduğu topluluğa, kültüre daha yakın bağlılık ve ortaklık kurma duygusu geliştirmektedir. Bu noktada yerel basın, bireyin önemli bir seçeneği olmaktadır. Bu bağlamda, yerel kültürün ve çevrenin en büyük sosyalleşme aracının da yerel medya olarak kabul edildiği bir gerçektir. Yerel gazeteler yöredeki sosyal yaşamın en önemli kullanım, paylaşım ve iletişim araçlarıdır zira. Dolayısıyla sunduğu haber, yorum, fotoğraf ve televizyon görüntüleri, araştırma ve etkinlikleriyle, oldukça geniş ve duyarlı bir kitleyi hedef almaktadır. Bunlar aynı zamanda gazeteler tarafından hazırlanan iletilere direkt veya dolaylı katkıları olan topluluklardır da. Bu gurupları Vural şöyle sıralamaktadır; (2007).

- 1.Gazete satın alanlar
- 2.Yöre yaşayanları
- 3.Kamu Kuruluşları
- 4.Araştırma Kurumları
- 5.Meslek Örgütleri
- 6.Siyasi Partiler, Dernekler, kulüpler
7. Reklam verenler

Bu gurupların her birinin kendi içindeki dinamizminin yanı sıra bir araya gelerek oluşturdukları dinamizm de yerel basının bulunduğu kentte ortaya çıkan bir toplumsal yansıma olarak kabul edilebilir. Bu anlamda yerel basın da kente dinamizm kazandıran önemli bir yerel ve toplumsal aktör olarak kabul edilmelidir (Vural, 2007:4).

### **2.3. Yerel Medyanın Görev ve İşlevleri**

İnsanlar üzerinde etkileri olan medya önemli görev ve işlevlere sahiptir. Medyanın temel işlevinin başında haber verme gelmektedir. Medyanın haber verme işlevinin yanında bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve eğitime gibi önemli görevleri bulunmaktadır. Tüm kitle iletişim araçlarının ortak işlevi olan haber verme işlevi, kitle

iletişim araçlarının varlık nedenidir. Haber verme ve alma, denilebilir ki insanlık tarihi ile başlamış, insanın var olması ile iletişim gereksinmesi de kendini göstermiştir (Aziz, 2002: 55).

Yerel basın, yayımladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin gereksinimleri, kentteki kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle bireye “yaşanan yer” duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini edinmesini sağlar. Yurttaşların bütünleşmesini, yerel sorunlarla ilgili yerel kamuoyu oluşmasını sağlar. Yerel basın, yöredeki kamusal çalışmaların, yatırımların, uygulamaların da denetçisidir. Yerel basında çalışan gazeteciler aynı zamanda o yörede çalışan ve yerel basını takip eden yurttaşlarla hemşerilik ilişkileri ile bağlıdır. Bu da gösteriyor ki yerel basının önemi azımsanmayacak ölçüde büyüktür.

Yerel basının işlevleri ([http://gazeteciolmak.blogspot.com.tr/2011/12/blog-post\\_24.html](http://gazeteciolmak.blogspot.com.tr/2011/12/blog-post_24.html));

- Yayımlandığı bölgenin sorunlarını gündeme getirerek yöneticilere aktarılmasına aracı olur.
- Bölgeye ait yerel kültürün zenginleşmesine ve korunmasına katkı sağlar.
- Yerel yönetimlerin toplumla sağlıklı ilişkiler kurmasında aracı olur.
- O bölgede yaşayanlara bölgede olanları aktarır.
- Yerel ekonomiyi, yerel firmaların tanıtımını yaparak, reklamlarını yayımlayarak destek verir.
- O bölgedeki sosyal ilişkilerin gelişmesini sağlayarak toplumsallaşmaya katkı yapar.
- Yerel problemlerin merkezi yönetime ulaşmasını sağlar.
- Yerel siyasetin yapılmasını sağlar.
- Toplumda yaşadıkları bölgeye sahip çıkma bilincini kazandırır.

#### **2.4. Yerel Medyada Haber Üretim Süreci**

Haberle ilgili birçok tanım ve açıklama vardır. Haber genel anlamıyla zamana uygun bir şeyin, bir olayın raporudur, acele bir şekilde kaleme alınmış bir edebiyattır ve yarının tarihidir. Haber bir bilgi aktarma operasyonudur. Haber insanların kendi yaşamlarını ve toplumdaki konumlanmalarını belirlemeleri, düzenlemeleri ve yönlendirebilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgidir.

Türkiye’de haberin toplum üzerindeki etkisi oldukça önem ifade etmektedir. İnsanlar siyasi düşüncelerini her akşam izledikleri haberlerin söylemi üzerinden oluşturmaktadır. Türk medyası bu anlamda bilinçli ya da bilinçsiz olarak çalışanlarıyla sermaye sahiplerinin yani egemen ideolojinin hizmetinde görev yapmaktadır (Çoban, 2013: 261).

Medyakrasi, haber oluşum sürecinin belirleyicisi olan hiyerarşik ve bürokratik bir yapıyı kapsar. Medyakrasi, sistemin ideolojisi çerçevesinde medya patronunun çıkarlarının yürütülmesini sağlar. Medya patronu medyakrasinin çıkarlarını en iyi koruyacak kişilerden oluşturulmasına dikkat eder. Medyakrasi, piyasa koşullarında, piyasaya uygun gazetecilik yapılmasını sağlar. Medyada yayınlanacak/yayımlanacak haberler yayın politikasıyla doğrudan bağlantılıdır. Medyanın ideolojik çerçevesini oluşturan yayın politikasının belirlediği çerçevenin dışına çıkılmaz. Medyakrasi, üstlendiği ‘bekçilik’ rolü dolayısıyla kapılarını belli seslere ve fikirlere açar, diğer perspektiflere ise kapılarını kapatır, böylece, kimlerin, ne hakkında ne kadar konuşacağını belirler ve kontrol eder. Enformasyonu kontrol eden medyakrasi, kimlere ne kadar enformasyon verileceğini belirler, neyin önemli, neyin önemsiz olduğunu, meslek ilkeleri ve yayın politikası olarak adlandırılan ideolojik kodlar çerçevesinde yürütür (Aslan, 2004: 21-22).

Haberlerin söylemini belirleyen; ekonomik altyapıyı elinde bulunduranların ideolojisidir eğer bir hegemonya mücadelesi varsa iktidarı ele geçiren hegemonik çatışmayı kazanmış grubun ideolojisidir. Haber üretimi, bazı seçkin grupların elinde bulunmakta ya da bu işi yapmaları için yeni seçkinler üretilmektedir. “seçkinlerin sesi sıklıkla anonim ya da kurumsal efendinin sesidir. Seçkinlerin çıkarları ve ideolojileri genellikle onlara ücretlerini ödeyenlerinkinden ya da onları finansal olarak destekleyenlerinkinden temelde farklı değildir.” (Van Dijk, 1999: 338). Buradan hareketle medya seçkinlerinin de kendilerini ‘besleyenlerin’ sesi söyleyebiliriz. “seçkinlerin bağımlılıkları tipik bir şekilde ideolojik olarak çeşitli mesleki normlar, değerler ya da yasalar tarafından, örneğin kitle medyasında ‘ifade özgürlüğünün olması gerektiğine duyulan yaygın inanç tarafından gözlerden gizlenir.” (Van Dijk, 1999: 338). İfade özgürlüğü ve haber verme özgürlüğü sadece seçkinlerin istediklerini söyleme ve aktarma özgürlüğü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm bunlar göz önüne alındığında Türkiye’de haber magazinle karışmış, iktidarı eleştirmeyen/eleştiremeyen, egemen ideolojiye kayıtsız şartsız boyun eğmiş, bilinçli ya

da bilinçsiz bir şekilde toplumsal rızayı yaratmaya çalışan, medyanın en önemli unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye açısından kamuoyu oluşturulması, propaganda açısından kullanılmaya devam edilen haber bültenleri ve haber kanalları önemli ajanlar olarak görevlerini sürdürmektedir (Çoban, 2013: 264-265). Bu durum sadece Türkiye'deki ulusal medya organları için değil yerel medyada da aynı sonucu doğurmaktadır. Belirli bir ideolojiye sahip olan medya patronları haber üretiminin her aşamasında kendi ideolojilerinin de etkisini göstermektedirler. Hatta bu durum habere konu olan olay ya da olgu henüz araştırma aşamasındayken kendini gösterir.

Televizyon haber programları televizyonun temel metinlerinden bir tanesidir. Haberin üretimi, toplum yaşamı üzerindeki tahmin edilen ve sık sık da korkulan etkisi ile stratejik bir öneme sahiptir. Postman Powers (1996: 19), haberin tanımına en sade biçimiyle ve başka bir alana gönderme ile yaparlar ve bir hâkim olan Oliver Wendel'in ünlü hukuk tanımına değinirler. Wendel'e göre "hukuk mahkemeler ne derse odur". Benzer bir biçimde "haber de haber müdürleri ve muhabirler ne derse odur". Başka bir deyişle bir kanalın haber programını izlemek için televizyonunuzu açtığımızda ne varsa, tanım gereği haberdur.

Televizyon haberleri gerçeğin bir yansıması değil, inşa edilmiş bir temsildir (Özer, 2012: 225). Basın kuruluşlarında editoryal kararların alındığı, enformasyonun farklı tekniklerle yoğun işleme tabi tutulduğu yazı işlerinin, günümüz gazetecilerince, bireye ve topluma ilişkin çağın imaj ve modellerinin üretildiği bir merkez haline dönüştürülmesi konusunda gazeteciler yoğun şekilde eleştirilmektedir. Haberde neyin nasıl verildiğiyle ilgili değerlendirmelerin gazeteciler arasında öze ve biçime ilişkin bir takım teamüller haline gelmesi ve bu teamüllerin özellikle öznel tutumlar içerdikleri düşüncesiyle tartışılmasına neden olmaktadır. Genellikle bu uygulamaların mesleki, hukuki ve toplumsal ilkeleri merkez alarak değil de gazetecilerin bireysel yetenekleri ve sezgilerince belirlendiği üzerinde durulmaktadır. Yapılan çalışmalar, haber içerikleri üzerinde farklı nitelikte ve düzeydeki etmenlerin etkileri olduğunu göstermektedir(Severin ve Tankard 1994: 394-395).

İletişim alanında çalışanların özellikleri, kişisel ve mesleki birikimleri, kişisel tutumları ve mesleki rolleri "medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler" altında sınıflanmaktadır. Zamana karşı yarıştan kaynaklanan kısıtlılık, yayındaki yer gereklilikleri, haber yazımının basamaksal yapısı, haber değerleri, tarafsızlık ve muhabirlerin resmi kaynaklara bağlılıkları "medyanın tekdüzeliğinden kaynaklanan

etkiler” olarak incelenirken, temelde bir ticari işletme olan medya kuruluşlarının bu özelliklerinden dolayı içerik üzerinde “örgütsel etkiler”inden söz edilmektedir. Çıkar gruplarının belli bir içerik için lobi (ya da karşı lobi) yapmaları, medyanın kapsamına girebilmek için olaylar yaratmaları ya da iftira ve müstehcenlikle ilgili yasalarla doğrudan içeriği düzenleyen hükümetler “medya örgütleri dışından gelen etkiler” ile medyanın faaliyet gösterdiği ortamda egemen olan “ideolojinin yarattığı etki” medyanın kapsamını çeşitli yönlerle etkilemekte ve bu beş ana kategoriyi oluşturmaktadırlar. Muhabir, editör, haber müdürü, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü iletişim sürecinde işin mutfağında yer alırken, medya organizasyonu içerisinde iletileri seçen, değiştiren, reddeden ve bu yolla da bir alıcı veya alıcılar grubuna enformasyon akışını engelleyen kanal tutucu rolünü de üstlenmektedirler. (Sözen, 1997: 38-40), ekonomik şartları, yasal sınırlamaları, bir haberin bitirileceği son anın yarattığı baskı ve sınırlamaları, kişisel ve mesleki ahlakı, medya kuruluşları arasındaki rekabeti, haber değeri ve geri beslemeyi kanal tutucuların tercihlerini etkileyen yedi değişken olarak ifade etmiştir.

Haber yapılmaya değer konuların seçiminde gazetecilerin yetiştirme, ilgi, eğitim ve genel kültür donanımları gibi etmenlerin tümü etkili olmaktadır. Yargısal olarak haberin ne olduğu konusunda tam bir kesinlik söz konusu olmamakla birlikte bu konuda hüküm vermeyi etkileyen etmenlerin yanı sıra haber içeriğinin oluşturulma sürecine bakmak gerekmektedir. Bu konuda bir başka sınıflama yine benzer noktalardan hareketle yapılmıştır. Bu sınıflamada ise haber kararları üzerinde “olay/konu”, “gazeteci”, “kurumsal organizasyon” ve “dış etmenler” etkilidirler (Herbert 2000: 63).

Medya sahipliği ve medyanın kontrolü üzerine kapsayıcı bir model olan Manipülasyon Modeli’nde gazeteciler medya sahiplerinin çıkarları üzerinde doğrudan rol alan aktörler olarak görülmektedir. Gazeteciler medya sahiplerinin çıkarlarına hizmet etmek üzere medya sahipleri tarafından tutulmuş, haberleri seçen ya da eleyen ideologlardır. Ancak Tiffen ideolojik teorilerin oldukça geniş kapsamlı algılandığını, gazeteci ve editörlerin güdülenmesinde yanlış yorumlandığını, gündelik mesleki pratiklerin mutlaka hesaba katılmasının gerektiğini belirtmektedir. Tiffen, bütün hikâyelerin gazetede yer almak için yarış halinde olması, olayların takibinin devam ediyor olması ile son teslim tarihi baskısı altında işlendiğini, sürekli devam eden bir üretim talebinin habercilerin bütün görüşlerini sardığını çoğu editörün ilgisinin en önemli amaçmış gibi günden güne gazetecilik uygulamaları üzerine yoğunlaştığını

belirtmektedir. Haber değerleri haber üretim süreci içerisinde yer alan insanların oluşturduğu baskın kültürün değerleri ve ilgileri altında devamlı olarak haber metinleri içinde yeniden üretilmekte diğer bakış açıları ve düşünceler göz ardı edilmektedir. Gündem yazı işlerinin kontrolünü elinde tutan insanlar tarafından belirlenmektedir (Herbert 2000: 63).

Medyada haber içerikleri üzerinde belli etkenler farklı düzeylerde etki etmektedir. Haber, özellikle basın kuruluşunun genel yayın politikaları, haberi hazırlayan ve işleyen gazetecilerin öz yapısal nitelikleri, haber yapmanın kendi şartlarından kaynaklanan zorluklar, örgüt dışından gelen farklı çıkar gruplarının baskısı altında yayımlanmaktadır. Buradaki asıl mesele söz konusu etkenlerin gazeteci eliyle haber içeriğine katılıyor olmasıdır. Ayrıca genel yayın politikaları ve basın kuruluşunun kendi çıkarlarıyla uyumlaşmış bir şekilde haber yapan ya da bu şekilde haber yapması telkin edilen gazeteciler de yok sayılamaz. Çeşitli baskıların altında her haberin mutlaka bir çarpıtmaya uğraması söz konusu değildir ancak haberlerin kaynaklara dayanmaması, habere konu olan taraflara eşit zaman eşit yer ilkesinin uygulanmaması, haber metinlerinde ve özellikle başlıklarda sıfat (yüceltici/alçaltıcı) kullanımı, haberin öznel yargılar içermesi, haberlerin kaynaklandığı konulardan uzaklaştırılarak kendi içinde gizlenmesi, haber üzerinde ortak çıkarı bulunan okur/izler kitlenin bilgilenme hakkının çiğnenmesini doğuracaktır. Tüm eleştirilere yanıt vermesi gerekenler sadece gazeteciler olmamakla birlikte basın kuruluşlarının sahipleri yada ortakları, okur/izler gruplar, yasa yapıcılar, toplumsal örgüt ve kuruluşlar haber alma hakkının özgür ve temiz bir şekilde gerçekleştirilmesi anlamında basından sorumludurlar (Sözen, 1997: 42).

## **2.5. Yerel Medyanın Haber Kaynakları**

Haber kaynakları, çok bilinen bir şekilde:

- Kişilerdir; bunlar özel haber kaynaklarımızdır.
- Ajanslardır; eğer herhangi bir haber ajansına bağlıysanız kaynak bulma sorunuz biraz daha azalır; örneğin Anadolu Ajansı bu anlamda yerel medyaya çok destek veriyor.
- Bültenlerdir; her kuruluşun, kurumun, özel teşebbüsün bile çıkarttığı bültenler var.
- Kütüphaneler iyi birer haber kaynağıdır.
- Resmi Gazete iyi ve çok ciddi bir haber kaynağıdır.

- Yurt dışı kaynakları; yabancı bir televizyon kanalının verdiği bir haber de sizin için, bir kaynaktan gelen haberdir ([www.tgc.org.tr](http://www.tgc.org.tr)).

Haber ajanslarının ortaya çıkışından bu yana neredeyse iki yüzyıl geçmiştir. Bu zaman diliminde ajansların önemi azalmamış, tam tersine günümüzde yaygınlaşan ve çeşitlenen medyanın ana tedarikçisi haline gelmişlerdir. Haber ajanslarının temel işlevi şöyle sıralanmaktadır:

A)Haber ya da haber için gerekli malzemeleri toplamak.

B)Yazılı, görüntülü, sesli haber üretmek.

C)Toplanan haber malzemelerini ya da üretilen haberleri, hedef kitle olan üyelere, paydaşlara, abonelere dağıtmak, müşterilere satmak” (Girgin, 2002: 96).Önceleri sadece haber metinleri üreten haber ajansları gelişen her yeni teknolojiye ayak uydurmuştur. Fotoğraf, video (görüntü), TV, network ağı, grafik, sayfa düzenlemeleri(kültür-sanat, spor, hava durumu sayfaları), mobil ortamlara yönelik kısa haber mesajları(SMS) ve özel formatlı haber görüntüleri, internet medyası, yeni medya, sosyal medya için özel formatlarda haberler, fotoğraf ve video üretimleri ve diğer seçenekleriyle sektörün tüm ihtiyaçlarını karşılar hale gelmiştir.

Haber ajanslarının ürettiği her tür ve her kategorideki haberlerin yanı sıra, gün içinde aniden ortaya çıkan sıcak gelişmeler, yeni olaylar, taze haberler medya tarafından kolaylıkla kullanılmaktadır. Medyada ajans kaynaklı haberler birkaç nedenden dolayı tercih edilmektedir. En önemlisi işletme açısından düşük maliyetle haber sağlama kolaylığıdır. Diğerleri ise gazeteci istihdamını, kullanılacak büro-ofis alanını ve işletme giderlerini sınırlandırma, tasarruf etme imkanı sağlamasıdır. Medya kuruluşları elde ettiği bu kadar avantaj karşısında, kendi bütçelerine göre tercih edecekleri bir ya da birden çok ajansın herhangi bir bülten çeşidine abone olup abonelik bedeli ödemektedir. Haber ajanslarının haber üretimlerindeki sayısal yükseklığe bakıldığında, gazeteci ve muhabir istihdam etmeden, sadece ajanslara abone olarak gazete çıkarmanın veya televizyon haberciliği yapmanın mümkün olduğu söylenebilir. Bunu uygulayan yayın organları bulunmaktadır ve özellikle yerel medyada rastlanan örnekleri vardır. Ancak, genel olarak gazeteler ve televizyonlar bir yandan haber ajanslarına abone olup onların sunduğu haber, fotoğraf ve görüntüyü kullanırken, bir yandan da kendi yayın politikalarına göre özel haber üretme gayretinde oldukları için gazeteci, editör, muhabir, foto muhabiri ve kameramandan istihdam ederler. Gazete ve televizyonlar haber

ajanslarından gelen bültenleri her zaman tam metin olarak aynen kullanmazlar. Ajans haberlerini redaksiyona tabi tutar, kısaltır, ilaveler yapar, arşivden fotoğraf, görüntü ekler vs. kendi yayın politikasına uygun hale getirirler (www.tgc.org.tr).

## **2.6. Yerel Medyanın Sahiplik Yapısının Haber Üretim Sürecindeki Rolü**

Türkiye’de bir gazete ya da televizyon kurmak için gereken sermaye düne oranla çok fazla. Teknolojik yatırımların düne oranla çok daha fazla sermaye gerektirmesi” basının büyük sermaye gruplarının kontrolüne girmesine yol açar.

Egemen medya ile politik iktidar arasındaki ilişkiler iç içedir. Zaman zaman bazı konularda siyasal iktidara yönelik sınırlı eleştirel haberlerin olması bu gerçeği değiştirmez. Basını, televizyonu ticari faaliyetlerinin lojistik desteği olarak kullanan medya sahipleri, ekonomik ve siyasi çıkarlarını sürdürmek için ellerinden geleni yapmaktadır. “Örneğin bir gazete bütün havasıyla manşetleri, başlıkları, başyazarları, haberleri ve magazin yazılarıyla savaşı desteklerken, aynı gazetede birkaç köşe yazarının savaş karşıtı yazılar yazması gazetenin yönünü değiştirecek güçte değildir. Basına, televizyonlara ve radyolara egemen medya holdingleri, kamuoyunu istedikleri gibi yönlendirir. "Kısaca, ideolojik aygıt olarak medya var olan sosyo-ekonomik, sosyo-politik koşullarda iktidara ve paraya sahip olanların egemenliği daha da güçlenmektedir (Aslan, 2004: 21).

Basındaki editoryal güç, meşruluğunu nereden alır? Bu soruya verilecek yanıtlardan biri, doğrudan mülkiyet haklarına başvurulması olacaktır. Piyasada bulunan basın ürünleri baskı halindeki özel mülklere dir. Editörün de tıpkı topraktaki özel mülkün işletmecisi gibi mülke girmeye izin verme ya da vermeme gibi hakları vardır. Ancak, mülk sahibi olmayanların özgürlüğüne yönelik bir kısıtlamayı da içerdiğinden, mülkiyet hakları, ifade araçlarına ulaşmaya karar veren gücün meşruluğu konusunda zayıf bir temel oluşturur. Editoryal güçlerin belli bir kısıtlama yapmaları anlaşılır olsa da, belirli iç standartları karşılamayan eserlerin sahiplerinin akademik dergilerin dışında bırakılmasından farklı olarak burada, mülk sahibi olmayanların dışlanması söz konusudur. Böyle bir dışlama, araçları kullanma izni olanları, izni olmayanlardan ayırmak için başvurulabilecek herhangi bir etik dayanağa sahip değildir. Oysa mülk sahibi olmayanların özgürlüklerini güvenceye almak üzere toprak mülkiyeti hakkını değiştiren sağlam dayanaklar vardır. Özel bir mülk alanının, yaya geçidine izin verilmesi yoluyla kullanım hakkına açılması ya da ulusal güvenlik alanlarının ve



parkların oluşturulması gibi amaçlarla mülkün toplumsallaştırılma biçimlerinde bu tür uygulamaları görebiliriz. Editörlerin gücünü özel mülk yöneticilerinin gücüne benzetirsek basındaki özel mülkiyetin kapsamı hakkındaki hakların kullanımı konusunda, örneğin cevap hakkı ya da bu tür özel mülklerin toplumsallaştırılma süreci içinde kamusal mülkiyete dönüştürülmesiyle ilgili olarak benzer tahsisatların yapılabileceğine dair sağlam dayanaklar vardır. İfade özgürlüğüne gelince, basın mülklerinin toplumsallaşması, vatandaşların kendilerini ifade etmek için kamusal araçları kullanma hakları konusunda, piyasa sistemi içinde bulunan özel basın mülklerinden çok daha büyük olanaklar sunacaktır. Kısaca, editöryal güçlerin işleyişini savunmak için doğrudan mülkiyet haklarına başvurmak yeterli değildir (Aslan, 2004:22).

Gazete sahipleri her zaman, ayrıntılarda farklılıklar olsa bile genel siyasalarını paylaşan, en azından kabul eden bir editörle anlaşarak kendi konularını sağlama almaya çalışırlar. İdeal olarak editörün görevi de, bu genel siyasanın takip edilmesini temin etmektir. Bu arada gazetecilerden kendi ilkeleriyle ve gerçekler hakkında bildikleriyle çelişkiye düşecek şeyler yazmalarını istememesi gerekir. Uygulamada “editöryal bağımsızlık” genellikle patron tarafından belirlenen siyasi düzen veya temel meseleler hakkında stratejik kararlar alma konusuyla değil; günlük üslup, içerik ve editöryal bütçesi konularıyla sınırlıdır. Bunun yanı sıra satış savaşı ne kadar şiddetli olursa, editörler üzerindeki ticari baskı da o kadar artacak; gerçeklik, geçerlilik ve etik açıdan kabul edilebilirlik konularındaki gazetecilik standartları zarar görecektir. Pazarlamacılıkla ilgili ticari kararlar ve yayıncının sorumluluğu, kolaylıkla editör yanın gereklerinin önüne geçecektir (Aslan, 2004:24).

Haber odasının normal işleyişi içinde, özellikle popüler basında, muhabirlerden gelen haberler, yazı işleri müdürleri veya arka sıralardaki yönetici editörler tarafından sıraya konup yeniden yazıldıktan sonra yayımlanır. Siyasi sivrilikler törpülenir yeni gerçekler katılır ve haberin açısı inceliklerle değiştirilir. Hatta bundan önce de, kullanılacak hikâyelerin seçilmesi ve bunların hangi gazeteciler tarafından işleneceği, patronun kararlaştırdığı siyasi çizgi veya editörün belirlediği sunum biçimini temin edecektir. İnsanları değişim yönünde büken güçler, bürokrasinin kökten dönüşümü, üretimde esnek uzmanlaşma ve merkezileşme olmadan yoğunlamadır. Eğer sorun çıkarsa ve editörle tartışılarak çözümlenemezse, muhabirin yalnızca iki seçeneği vardır; istifa etmek ya da basılan habere imzasını atmamak. İstifa etmek kuşkusuz başvurulacak

en son şeydir. Dayanılamayacak kadar kışkırtılmazlarsa çalışanların kendilerini korumak ve güvence altına almak üzere izleyebilecekleri tek yol statükoyu pragmatik olarak kabul etmektir. Bir gazetenin çıkartılması, müthiş baskılar altında oynanan bir takım oyunudur. Bu koşullar altında profesyonellik kolaylıkla ilkelere ilişkin daha soyut sorunlar ikame edebilir (Belsey, Chadwick, 2011: 66-67).

Rutine karşı başlatılan isyanın vaat ettiği yeni özgürlük sahtedir. Kurumlarda işleyen veya bireyin yaşadığı zaman, eskinin demir kafesinden kurtulmuş olsa da, yukarıdan aşağıya işleyen yeni bir denetime ve gözetime tabidir. Esnekliğin zamanı yeni bir iktidarın zamanıdır. Esneklik düzensizlik yaratır, ancak sınırlamalardan kurtulmamızı sağlamaz (Sennet: 2012: 59).

### **2.6.1. Haber ve Etik**

Etiği, en geniş ifadeyle, ahlak ve ahlakilik üzerine düşünme, neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar verme ve seçim yapma ve bu seçimleri temellendirme ile ilişkili bir alan, bir araştırma disiplini olarak tanımlayabiliriz. Sözelimi haber yapmakla ilişkili olarak, bir haberi yapmak ya da yapmamanın, henüz daha nasıl yapmanın değil de yapıp yapmamanın etiği üzerine düşünmek; konuyu, "kamunun bilme hakkı" gibi bir hak ya da kriterle ilişkili bir meşruiyet temeline oturtmayı gerektirir. Oysaki kamunun bilme hakkının mahiyeti ve bu hakkın sınırının nerede başlayıp nerede bittiği kadar, tekil durumlar, olaylar ya da kişisel konuların bilme hakkı çerçevesinde bir kamusallaştırmanın konusu olmasına kimin ve nasıl karar vereceği de-ayrıca-etik bir perspektiften kararlaştırılabilecek konulardır (<http://www.bianet.org/05.07.2014>).

Gazetecilik etiği için ortaya atılan düşüncelerin tarihi gelişimine baktığımızda, doğrudan tarihsel koşullar içinde biçimlenmiş bir dizi ilke ile karşılaşmaktayız. Bu ilkelerin temelinde yatan “düşünce ve ifade özgürlüğü” fikri Hobbes ve Locke’un toplum sözleşmesi kavramına uzanmaktadır. Her bireyin istenci ve katılımıyla oluştuğu varsayılan “sözleşme”de bu özgürlükler, devletin karışmaması ancak koruması gereken bir alan içinde tarif edilmiştir (Çaplı, Tuncel, 2010: 28).

Basın özgürlüğü kavramının tarihsel gelişimini inceleyen Keane (2010), özgürlüğe bu şekilde yaklaşan – erken dönem – liberal kuramcılarının ve özellikle faydacıların önceden göremedikleri gelişmeleri ve tartışmaksızın benimsedikleri kabulleri sorgularken, gazeteciliğin tanımına her şeyi bilen gören ve rasyonel karar alabilen bir birey varsayımının egemen olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca serbest

piyasaya, rekabet koşullarına aşırı güvenin, ileride mülkiyette oluşacak yoğunlaşmaları tamamen gözden kaçırdığını belirtmiştir. Keane'in işaret ettiği üçüncü sorun ise, basın özgürlüğü düşüncesinin ve basının etik ilkelerinin Batı demokrasilerinin tarihi gelişme süreci içinde ortaya çıkmış olması ve bu tarihsel koşullar dikkate alınmadan evrensel ilkeler olarak bütün dünyaya neredeyse dritilmesidir(Keane'denakt. Çaplı, Tuncel, 2010: 29).

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin Türkiye Gazeteciler Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nin (1960), "Gazetecinin sorumluluğu" başlıklı maddesinde gazetecinin mesleki sorumluluklarının önce geldiği ve bilgi ve haberin diğer mal ve hizmetlerden farklılıkları belirtilmiştir: "Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir. Bilgi ve haber ile özgür düşünce, her hangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal nitelik taşır. Gazeteci, ilettiği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır." "Gazetecinin hakları" başlıklı 2. maddesinde gazeteci-işveren ilişkisinin niteliği şöyle belirtilmektedir: "Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede kaydedilmiş olması gereken temel çizgisini esas alır. O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen veya orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatı reddetme hakkına sahiptir (Demir, 2006: 215). Kısacası haber üretiminin hemen her aşamasındaki en doğru konumu almayı güçleştiren etik sorunlar yanında, bütün bu karar aşamalarında gazetecinin esasen karar vermede özgür olmadığı; bir sınırlılıklar alanı içinden karar aldığı ve seçimler yaptığı hakikati sıklıkla göz ardı edilmektedir.

Dahası, "haber" dendiğinde yüzlerce seçenek arasından hızla ele geçirilip en uygun biçimde servis edilmediği takdirde bayatlayabilecek bir "şey"den söz ediyor olmak, etik davranışı da gazetecinin bireysel istemine, ahlaki önceliklerine bağlı bir karar verme, seçim yapma meselesi olmaktan çıkarır. Bu çerçevede liberal etik felsefe üzerine temellenen basın etiğine getirilen pek çok eleştiri vardır. Bu konuda en bilinen eleştiriler arasında John Kean'in görüşleri yer almaktadır; Kean'in dikkat çektiği sorunları İnal şöyle özetler (2010: 28-29) : Erken dönem liberal kuramcılar ve özellikle faydacılar gazeteciliğin tanımına her şeyi bilen, gören ve rasyonel karar alabilen bir birey varsayımının egemen olduğunu vurgulamıştır.

Serbest piyasaya aşırı güvenle ileride mülkiyette oluşabilecek yoğunlaşmayı tamamen gözden kaçırmışlardır. Basın özgürlüğü düşüncesi ve basının etik ilkelerinin

Batı demokrasilerinin tarihsel gelişme süreci içinde ortaya çıkmış olması ve bu tarihsel koşullar dikkate alınmadan evrensel ilkeler olarak bütün dünyaya neredeyse diretilmesidir.

### **2.6.2. Sansür ve Otosansür Uygulamaları**

Hükümetler, muhalif görüş ve bilginin serbestçe dolaşmasını engellemek için bir dizi düzenleme ve bilgi çarpıtma mekanizmasına başvurur. Bu mekanizmalar arasında yasal düzenlemeler yanında, gizli servislerin güvenlik gerekçeleriyle uyguladığı yayın öncesi veya sonrası yasaklar ve yine güvenlik gerekçeleri (veya bazen olağanüstü halleri bahane ederek) ile hükümetin halka söylediği yalanlar da vardır. Sansür bazen kesmek, biçmek, yakmak, yasaklamak şeklinde direkt hükümet baskısıyla uygulanırken (Parenti 1986; Bagdikian 1992), bazen de Chomsky'nin (1989) demokratik toplumlarda düşünce kontrolünü incelediği *Gerekli Yanılsamalar* kitabında anlattığı gibi, medya çalışanları tarafından içselleştirilir ve sistematik bir sansüre gerek kalmadan, gazeteciler kendi kendilerine oto-sansür uygulamaya başlarlar (Arsan, 2011: 2).

Sansür, gazetecilerin kendi kendilerine uyguladıkları sansürle birlikte yürür. Savaştaki gazeteciler bir çok nedenle kendilerine sansür uygulayabilirler. Gazetecilerin geçeceği gizlemek veya anlatmamak eğilimlerinin ardında mutlaka doğrudan vatanseverlik bulunmayabilir. Taraflardan birine karşı duyduğu siyasi bir davaya bağlılık da söz konusu olabilir (Belsey ve Chadwick, 2011:198-200).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YEREL MEDYADA MÜLKİYET İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: MALATYA YEREL MEDYA ÖRNEĞİ

Çalışmada, Malatya’da yayın yapan Vuslat TV, TV Malatya ve Net Haber Gazetesi ile Bu Sabah Gazetesi ele alınmış; Yerel Medyada mülkiyet ilişkilerinin haber içeriğine etkisi tartışılmıştır.

**Anadolu’da Vuslat TV:**19 Temmuz 2010 tarihinde uydu yayını yapmaya başlayan Vuslat TV kırk iki ortağa sahip bir televizyon kanalıdır. Açıldığında ellinin üzerinde personeliyle yayın yapan Vuslat TV’nin şu an çalışan personel sayısı yirmi beş.

**TV Malatya:** 20 Temmuz 1995 yılında kurulan TV Malatya’nın kurucusu Malatya’da önemli bir ticari kuruluş olan Öz Murat Şirketler Grubunun sahibi Murat KOÇYİĞİT. Geçirdiği rahatsızlıktan sonra vefat eden Murat KOÇYİĞİT’İN koltuğunda eşi Seda KOÇYİĞİT var. Malatya’nın ilk yerel televizyonu olma özelliğini taşıyan TV Malatya’da çalışan personel sayısı yedi kişi.

**Net Haber Gazetesi:** 12 Nisan 2007’de daha önceleri kitap evi işleten Ahmet KESKİN tarafından kurulan Net Haber Gazetesi çalışan sayısı on üç.

**Bu Sabah Gazetesi:** 7 Mart 2011’de Son Haber adıyla kuruldu. 2013 yılında Bu Sabah olarak değiştirildi. İmtiyaz sahibi Mehmet AYDIN. Şu anda on çalışanı var.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışma, yerel medyada haber üretim sürecinde medyanın ekonomi politiğinin nasıl belirleyici olduğunu; haber içeriklerinin ve haber söyleminin, medya mülkiyet yapısına ve bu yapının ekonomik, siyasi güç ilişkilerine göre nasıl belirlendiğini ortaya koymaktır.

#### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak Malatya’da Vuslat TV ve TV Malatya Haber Merkezleri, Net Haber Gazetesi ve Bu Sabah gazetesi seçilmiş ve bu kurumların haber merkezleriyle, medya patronlarının haber diline etkilerini ölçmek amacıyla derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmış, bununla birlikte tam yapılandırılmış soru

formuyla aynı zamanda anket tekniği de uygulanmıştır. Bu çerçevede araştırmanın başlangıcında öncelikle literatür taraması yapılarak konuyla ilgili veriler elde edilmeye çalışılmış ve bu verilerin değerlendirilmesiyle çalışmanın teorik kısmı oluşturulmuştur. Çalışmanın takip eden aşamasında uygulama bölümüne geçilerek, mevcut literatür ve güncel değerlendirmeler ışığında anket formu ve mülakat soruları hazırlanmıştır.

### **3.3. Araştırmanın Varsayımları**

- 1980 sonrası neo-liberal politikaların yaygınlaşmasıyla yerel medyada da hızlı bir tekelleşme başlamıştır, ve bunun sonucunda ekonomik gücü ellerinde bulunduranlar medya patronluğuna soyunmuşlardır.
- Yerel Medya sahipleri artık gazetecilik kökeninden değil farklı meslek gruplarından oluşmuşlardır. Bu da gazetecilik etiği açasından gerçeği olduğu gibi yansıtamama, yanlı olma, medya patronunun ticari ilişkilerini gözeterek çalışma gibi sıkıntıların ve engellerin yaşanmasına sebep olmuştur.
- Yerel Medya kuruluşları sermayenin özelleştirilmesiyle birlikte büyük holdingler ve ticari kuruluşlar tarafından ele geçirilmif, ekonomik ve siyasal çıkarlar doğrultusunda kullanılmaya başlanmıştır.
- Yerel gazeteciler sendikaların tasfiyesiyle birlikte medya patronlarına bağımlı şekilde çalışır hale gelmiştir.
- Bir ticari kuruluş haline gelen yerel medya organları reklam gelirlerini de göz önünde bulundurarak sadece sermaye yanlı yayınlar yapmaya başlamışlar ve bu da özgürlükleri kısıtlamış, gazetecilerin tarafsızlığını ortadan kaldırmıştır.
- Yerel gazeteciler haber üretirken sansür ve otosan süre maruz kalmaktadırlar.

### **3.4. Kapsam ve Sınırlılıklar**

Araştırma kapsamında yerel medya, Malatya'da iki televizyon kanalı ve iki gazete örneğinde incelenmiştir. Buna göre Malatya'da faaliyet gösteren Vuslat TV, TV Malatya, Net Haber Gazetesi ve Bu Sabah Gazetesi sečilmiřtir. Vuslat TV Malatya İř adamlarından oluşan kırk ortağa sahipken TV Malatya, Malatya'da tanınan ve güçlü Murat KOÇYİĞİT şirketler Grubu'nun elindedir.

Çalışmanın kapsamı ve elde edilen bulgular seçilen örneklemele sınırlıdır.

### 3.5. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada, Malatya ili 6rneğinde Vuslat TV, TV Malatya, Net Haber Gazetesi ve Bu Sabah Gazetesi ile y6z y6ze anketler gerçekleştirilmiş ve aynı zamanda derinlemesine m6lakatlar yapılmıştır.

### 3.6. Bulgular ve Değerlendirme

#### 3.6.1. Tablolar

Anket alışmaları neticesinde;

**Tablo 1.**Katılımcıların Cinsiyetleri

Cinsiyet	f
Kadın	13
Erkek	7
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Medya sahiplerinin ekonomik ve siyasi ilişkilerinin haber içeriğine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada, Malatya'da Vuslat Tv, Tv Malatya, Malatya Net Haber Gazetesi ve Bu sabah Gazetesi haber merkezlerinden 20 kişi 6zerinde yapılan bu ankette katılımcıların 13'6 kadın, 7'si erkektir. Bu verilerin neticesinde Malatya'da iki televizyon ve iki gazete baz alındığında haber merkezinde çalışan elemanların yarısından fazlasını kadınlar oluşturuyor.

**Tablo2.**Katılımcıların 6đrenim Durumları

6đrenim Durumunuz?	f
Lise	4
6n lisans	13
Lisans ve 6st6	3
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Ankete katılan yerel medya çalışanlarının anket sonuçlarına g6re kalifiye eleman oldukları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların 13'6 6n lisans mezunu olurken,4'6 lise mezunu, 3'6 de lisans ve 6zeri eğitim g6rm6şlerdir.

**Tablo 3.**Katılımcıların Gelir Durumları

<b>Gelir Durumunuz?</b>	<b>f</b>
Asgari Ücret	11
1000-1500 TL	6
1500-2000 TL	2
2000 ve Üzeri	1
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Araştırma sonucunda Malatya yerel medyasında örneklemimizi oluşturan çalışanların çoğunluğunun asgari ücretle çalıştığı gözlemlenmiştir. Ankete katılan 20 kişiden 11'i asgari ücret, 6'sı 1000 ve 1500 TL arası, 2 kişi 1500-2000 TL arası ve 1 kişi de 2000 TL ve üzeri maaşla çalışmaktadır. Genel olarak bakıldığında, çalışanların düşük ücretli olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo4.**Katılımcıların Medya Kurumundaki Pozisyonları

<b>Pozisyonunuz?</b>	<b>f</b>
Muhabir	7
Montaj	4
Editör	6
Editör yardımcısı	1
Kameraman	2
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Araştırma neticesinde yerel medyada örneklem olarak seçilen medyalarda haber merkezi biriminde çalışanlardan 7'si muhabir, 6'sı editör, 4'ü montaj, 2'si kameraman, 1'i ise editör yardımcısıdır.

Yerel medyada daha fazla muhabir çalışanın haber merkezinde olması yerel medyadaki istihdam politikalarıyla açıklanabilir. Haberi getiren muhabir habere vakıf olacağından haberin editörlüğünü de yapmaktadır. Bu da iki kişi istihdam etmektense iki görevin bir kişi tarafından yapılmasını medya patronu açısından daha ekonomik, iş



yeri maliyetlerini düşürmesi açısından da tercih edilebilir duruma getirmiştir. Bu durum, istihdam politikasını açıklayan önemli bir veri sunmaktadır.

Medyadaki istihdam politikaları düşünüldüğünde, yerelde çalışan gazeteciler 5953 sayılı Basın İş Kanunu'na tabii tutulmamaktadırlar. Bunun sonucunda gazetecilik mesleğinin getirdiği bir takım haklara da sahip değillerdir.. Medya patronları, hakları ve özgürlükleri olmayan, her türlü işe rahatlıkla koşturabilecek, kalifiye eleman çalıştırmayı tercih etmektedirler.

**Tablo 5.Haberlerin Editoryal Kontrolü**

<b>Yazdığımız haberler editoryal kontrolden geçiyor mu?</b>	<b>f</b>
Evet	17
Hayır	3
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcılar haberlerinin herhangi bir kontrolden geçip geçmediği sorusuna 20 kişiden 17'si evet demişlerdir. Bu da yerel medyada haberlerin muhakkak editörlerin haberlerini yazdıktan sonra belli bir kontrolden geçip sonra yayına hazır hale getirildiğinin bir göstergesidir.

Medyadaki ekonomik ve siyasi ilişkiler nedeniyle haberler, özellikle haber müdürleri tarafından sıkıca denetime tabii tutulmakta, haber içerikleri ve haberin dili medya kuruluşu ile yerelde güçlü aktörler arasındaki ilişkiye dayandırılmaktadır.

**Tablo 6. Denetimin Yönü**

<b>Ne tür bir denetim uygulanıyor?</b>	<b>f</b>
Siyasi ilişkiler açıdan denetleniyor	8
Patron ilişkileri açısından denetleniyor	5
Diğer	5
<b>Toplam</b>	<b>18</b>
Cevap vermeyen	2
<b>Genel Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcıların, haberlerinin herhangi bir editoryal kontrolden geçiyor mu? Sorusuna verdikleri evet cevabından sonra, ne tür bir denetim uygulanıyor? Diye sorulmuş, bunun sonucunda ankete katılanlardan 8'i "siyasi açıdan denetleniyor" cevabını vermiştir. Bu tablodan da anlaşılacağı üzere yerel medyada siyasi güçlerin etkisinin haber diline ve haber üretim sürecine etkisi oldukça fazladır. Seçeneklerden "patron ilişkileri açısından denetleniyor" cevabını anket katılanlarından 5'i işaretlemiştir. Yerel medyada özellikle medya sahiplerinin siyasi ve ticari ilişkileri göz önünde bulundurulduğunda patron ilişkileri ve siyasi ilişkilerin de birbirinden bağımsız olarak düşünülmemeyeceği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

**Tablo7.**Gazetecilerin Sansür ve Otosansür Sorunu

<b>Haber yazarken otosansür uyguluyor musunuz?</b>	<b>f</b>
Evet	7
Hayır	7
Kısmen	6
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcıların, haberi yazarken kendilerine otosansür uygulayıp uygulamadıkları hakkındaki düşünceleri sorulmuş, bu soruya katılımcıların 7'si "evet", 7'si "hayır", geriye kalan 6 kişinin de "kısmen" diye cevap verdiği görülmektedir.

Kitleleri doğru ve tarafsız bir şekilde bilgilendirme göreviyle basın mensuplarının tamamen özgür olması gerekirken, basın mensubu çalışanları haber yazarken kendilerini sınırlamaktadırlar.

Arsan'ın da belirttiği gibi (2008:137), sansürün çok değişik yöntemleri vardır. Bir ülkede basın özgürlüğünü kısıtlamak istiyorsanız ille de yazılı yasaklar koymanız, faşizan önlemler almanız gerekmiyor. Bazen sözle uyarılıyor gazeteci, bazen yazılı, bazen de sohbet sırasında tava getiriliyor.

**Tablo8.**Otosansürün Nedenleri

<b>Sansür uygulama nedenleri nelerdir?</b>	<b>f</b>
İşten atılmaktan korkuyorum	1
Yayın organının yayın politikasına bağlı kalmak istiyorum	9
Yerel ve siyasi ilişkiler bunu gerektiriyor	4
Toplam	14
Cevap vermeyen	6
<b>Genel Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcıların kendilerine otosansür uygulamaları nedenlerinin başında 20 kişiden 9'u yayın organlarının yayın politikalarına bağlı kalmak isteklerinden kaynaklanmıştır. Yayın organı neye hizmet ediyorsa; bu bir siyasi grup da olabilir, ticari kuruluşun propagandası da gazeteciler çalıştıkları kurumlarla zıt düşüncelere sahip olmaktan kaçınmışlardır. Bu durumu takiben katılımcılardan 4 kişi “yerel ve siyasi ilişkiler bunu gerektiriyor” diyerek yine kendi özgür iradelerinin dışında düşüncelerini özgürce ifade edememeyi teyit etmişlerdir.

Tüm bunların yanı sıra gözlenen o ki, yerel medya çalışanlarından işten atılmaktan korkan gazeteci sayısı diğer sebeplerden sonra geliyor. Bağlı bulunduğu kurumla hiçbir şekilde sıkıntı yaşamadan uzun bir süre o yayın kurumunda çalışmayı devam ettirmek isteyen gazeteciler için haberin doğruluğu, tarafsızlığı dışında medya patronların ve buna bağlı olarak geliştirilen ekonomik ilişkilerin daha önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo9.**Haberler Kimlerin Kontrolünden Geçiyor?

<b>Haberler Kimlerin Kontrolünden Geçiyor?</b>	<b>f</b>
Haber müdürü	13
Genel yayın yönetmeni	7
Genel Müdür	0
Patron	
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcılar haberlerini hazırladıktan sonra kimlerin kontrolünden geçtiği sorusuna ankete katılan 20 kişiden 13'ü “haber müdürü” yanıtını verirken, 7 kişi de ise Genel Yayın Yönetmeni tarafından kontrol edildiğini vurgulamıştır. Katılımcılardan hiçbir gazeteci “genel müdür” seçeneğini işaretlememiştir. Aynı durum patronlar için de söz konusu. Tabloya göre editörler tarafından yazılan haberler daha Genel Yayın Yönetmeni'ne ulaşmadan süzgeçten geçiyor. Haberlin kontrolü sıcağı sıcağına yapılmaktadır.

Medyanın en etkin işlevlerinden biri de toplumu doğru ve tarafsız bilgilendirmedir. Ticari ilişkilere dayanan, seçkin grubun elinde bulunan medya için bu işlevi yerine getirmek araştırma neticelerine göre çok da mümkün olamamaktadır. Haberler kontrolden geçmekte, kısıtlanmakta ve yeniden düzenlenmektedir. Tek başında ayakta durmakta sıkıntılar yaşayan medya, ekonomik ilişkileri ve sermaye sahiplerinin düşünce yapılarını gözetmektedir.

**Tablo10.**Yayın Politikasına Bağlılık

<b>Yayın Politikasına Bağlı Kalıyor musunuz?</b>	<b>f</b>
Evet	19
Hayır	1
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Katılımcıların, haber yazarken yayın politikasını göz önünde bulundurur musunuz? Sorusu hakkındaki düşünceleri sorulmuş ve katılımcıların tamamına yakını; 19'u çalıştığı kurumun yayın politikasına uygun hareket edip, yayın politikasına aykırı olan durum, tutum ve davranışlardan kaçınmıştır.

Yerel medyada çalışan gazeteciler, istihdam olanaklarını göz önünde bulundurduklarında, bağlı buldukları medyada uzun süre çalışmak istiyorsa, yayın çizgisine ve yayın politikasına uygun davranmak durumundadır. Herhangi bir sendikaya bağlı olmadan çalışan gazetecilerin hak ve özgürlükleri kısıtlı olduğu için, medya patronlarının etkisiyle ve düşüncesiyle haberler oluşturulmaktadır.

**Tablo 11.** İktidarın Habere Etkisi

<b>İktidar aleyhine yapılan haberler engelleniyor mu?</b>	<b>f</b>
Evet	13
Kısmen	5
Hayır	2
<b>Toplam</b>	<b>20</b>

Ankete katılan gazetecilere iktidar aleyhinde yaptıkları haberlerin engellenip engellenmediği sorusuna verdiği cevaplarda, katılımcıların 13'ü evet engelleniyor, 5'i kısmen engelleniyor, 2 kişi de "hayır engellenmiyor" demiştir.

Medya sahip olduğu güç ile toplumdaki çıkar gruplarına doğrudan bağlı olmak zorunda kalmıştır. İki taraflı bu ilişki medyanın toplumsal gücünden ileri gelmektedir ve tarafların ince ama sağlam bir iple birbirine bağlı olduğunu söyleyebiliriz. Ekonomik grupların siyasilerle olan ilişkileri de göz önünde bulundurulursa medya, ekonomi ve siyaset üçgeninde, medyanın tam ortada, diğer tarafların iletişimini sağlayan bir konumda olduğu söylenebilir.

### 3.6.2. Çapraz Tablolar

**Tablo 12.** Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Cinsiyet Arasındaki İlişki

		<b>Haberi Yazarken Kendinize Otosansür Uyguluyor musunuz?</b>			<b>Toplam</b>
		<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Kısmen</b>	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	5	5	3	13
	Erkek	2	2	3	7
<b>TOPLAM</b>		<b>7</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>20</b>

Katılımcıların kendilerine otosansür uygulayıp uygulamadıkları sorulmuş ve ankete katılan bayan gazetecilerin 5'i, "evet", 5'i "hayır", ve 3 kişide de "kısmen" cevabını verirken; erkek katılımcıların 2'si "evet", yine 2'si "hayır" ve son olarak da 3 kişi "kısmen" cevabını vermiştir.

Mesleğini icra ederken bir takım baskılara maruz kalan medya çalışanları özellikle yerelde, medyanın sahip olduğu siyasi politika anlayışları ve varlığını sürdürmede öncü olan reklam gelirleri, gazetecilerin haberlerini yazarlarken kendilerini sınırlandırmalarına sebep olabilmektedir. Örneğin medyaya iyi reklamlarla reklam veren bir firmanın haberini yaparken özellikle firmaya olan güvenin artması adına haber metinleri yanlı oluşturulabilmektedir.

**Tablo 13.**Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Eğitim Arasındaki İlişki

		<b>Haberi yazarken kendinize otosansür uyguluyor musunuz?</b>			
		<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Kısmen</b>	<b>Toplam</b>
<b>Eğitim</b>	Lise	1	2	1	4
	Önlisans	4	5	4	13
	Lisans ve üstü	2	0	1	3
<b>Toplam</b>		7	7	6	20

Kendilerine otosansür uygulayan gazetecilerin eğitim durumlarına bakıldığında; lisans ve üstü eğiti kurumundan mezun olan veya hala okuyan haber merkezi çalışanlarının çoğu kendisine otosansür uygulamaktadır.

Ankete katılan 20 kişiden 1 lise mezunu, 4 Önlisans mezunu ve 2 de lisans ve üzeri mezun haber yazarken otosansür uygularken; 2 lise mezunu, 5 Önlisans mezunu kendilerine sansür uygulamadıkları görüşündeler. Kendilerine otosansür uygulamayan çalışanlar zaten bağlı buldukları yayın organının yayın politikalarıyla aynı düşünceleri benimsemektedirler.

Gazetecinin haklarının korunmadığı, doğruyu yazdığında işten atılma korkusuyla karşı karşıya olduğu medya ortamında, eğitim düzeyi ne olursa olsun gazeteci kendisine otosansür uygulamayla karşı karşıya kalabilmektedir.

**Tablo 14.**Katılımcıların, Haber Yazarken Kendilerine Otosansür Uygulayıp Uygulamadıkları Sorusu ve Nedeni Arasındaki İlişki

		<b>Cevabınız evet ise otosansür uygulamanızın nedenleri nelerdir?</b>			
		Yayın organının	Yerel ve siyasi		
		İşten atılmaktan yayın politikasına	ilişkiler	bunu	<b>Toplam</b>
		Korkuyorum	bağlı kalmak	gerektiriyor	
		istiyorum			
<b>Otosansür</b>	Evet	0	5	2	7
	Hayır	0	0	1	1
	Kısmen	1	4	1	6
<b>TOPLAM</b>		1	9	4	14

Malatya yerel medyasında yapılan araştırmalarda gazetecilere yöneltilen “haberi yazarken kendinize otosansür uyguluyor musunuz” sorusuna “evet” cevabı veren katılımcılardan 5’inin otosansür uygulama nedenleri yayın organının yayın politikasına bağlı kalmak istemeleridir..

Ankete katılan ve otosansür uyguluyor musunuz sorusuna evet diyenlerden 2 kişi yerel ve siyasi ilişkilerden dolayı kendilerine otosansür uyguladıklarını ifade etmişlerdir. Soruya “kısmen” diye cevap veren katılımcıların 4’ü yayın organlarının yayın politikasına bağlı kaldığını ifade ederken, 1 kişi işten atılma korkusu kaygısı taşıyor, yine 1 kişide de yerel ve siyasi ilişkilerin bunu gerektirdiğini düşünüyor. Katılımcılar haberlerini oluştururken daha eleştirel bakacak gücü ne yazık ki haberin yayınlanmama olasılığıyla karşı karşıya olduklarından dolayı yoktur. Yerelde egemen olan ilişkiler haber editörlerini, muhabirlerini otosansüre itmiştir.

**Tablo 15.** Katılımcıların, Haber Yazarken Çalıştıkları Kurumun Yayın Politikasını Göz Önünde Bulundurup Bulundurmadıkları Sorusu ve Pozisyonları Arasındaki İlişki

		<b>Haber yazarken çalıştığınız kurumun yayın politikasını göz önünde bulundurur musunuz?</b>		
		<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
<b>Pozisyonunuz</b>	Muhabir	7	0	7
	Montaj	4	0	4
	Editör	5	1	6
	Editör yardımcısı	1	0	1
	Kameraman	2	0	2
<b>Toplam</b>		19	1	20

Yerel medyada yapılan bu araştırma neticesinde yayın politikasını göz önünde bulunduranlar muhabir, montaj, editör yardımcısı ve kameramanlar yayın politikasına bağlıken, 1 editör bunun aksini ifade etmiştir.

Yerel medyada yerel ekonomik ve siyasi ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda bu durum görülmektedir.

Araştırma gösteriyor ki, gazeteci haberini oluştururken yayın politikasını gözetecek zorunda kalmıştır.

### **3.6.3. Malatya'da Vuslat TV, TV Malatya Televizyonları ve Malatya Net Haber, Bu Sabah Gazeteleri'nde Yapılan Mülakatlar:**

Bu çalışmada, yerel medya çalışanlarına uygulanan ankete ek olarak kendileriyle yüz yüze görüşmeler de yapılmıştır. Yapılan görüşmeler çerçevesinde yerel medya



çalışanlarına sorular sorulmuş, cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır. Bu bölüm, araştırmanın nitel çözümleme bölümünü oluşturmaktadır.

Malatya Vuslat TV2010 yılında test yayınına başlamış ve Malatya'nın ilk uydu kanalı olma özelliği taşıyor. Kırk ortağı vardır. Yirmi beş çalışanı vardır. Yayın politikası; toplumun ahlâki değerleri göz önünde bulundurularak, aile yapısına zarar vermeden, yerel ve siyasi ilişkilerde mevcut hükümeti destekleyecek yayınlar yaparak izleyiciye ulaştırmaktır.

Vuslat TV Haber Merkezi'nde görev yapan muhabir gazeteci Mehmet KILIÇ'LA görüşülmüş ve kendisine şu sorular yöneltilmiştir:

- Herhangi bir sendikaya bağlı mısınız? sorusuna "*Hayır*" diye cevap vermiştir.
- Muhabir olarak haberi tarafsızca yansıttığınızı düşünüyor musunuz? Sorusuna KILIÇ, "*Ne yazık ki düşünemiyoruz. Özellikle günümüzde tamamen medya menfaatleri doğrultusunda çalışmak zorunda kalıyor. Haber gerçekleri yansıtmaktır ama gerçeklerden ziyade çıkarlar gerçeklerin önüne geçmektedir. Bu konuda gerçekten çok muzdarip olan arkadaşlarımız var. Haberinde gerçek mesajını veremeyen ve vicdan azabıyla yanan muhabirler gerçekten çok huzursuz*" cevabını vermiştir.
- Haberleriniz editörler tarafından içeriği bozuluyor mu sorusuna KILIÇ, "*Elbette bazen olmuyor. Özel haberlerde içerik bozulmuyor fakat haberlerin kurumun çizgileri doğrultusunda olması lazım bu nedenle çoğu haber içeriği ufak da olsa değişikliğe uğrayabilir*" cevabını vermiştir.
- Habere çıkarken medya patronları, haber müdürü, editörler haberlerde yönlendirme veya baskı yapıyorlar mı sorusuna KILIÇ, "*Medyada süreç tıpkı askeriye gibi silsile yoluyla ilerler. Muhabir haber yapar, editör gözden geçirir, haber müdürü onaylar. Bazen bazı haberler medya patronlarının yönlendirmesiyle yapılır. Bu yönlendirmelerde genellikle muhabirin düşünceleri geri planda tutulur. Bize gidin derler biz de gideriz*" şeklinde konuşmuştur.
- Muhabir Mehmet KILIÇ'A son olarak yöneltilen, Çalıştığınız kuruma ters düşen bir haber yaparsanız nelerle karşılaşsınız? Sorusuna cevaben "*Çalıştığınız kurumla neler yaşarsınız bunları çok net görüyorsunuz. Eğer yaptığınız haber kurumun menfaatlerine veya toplumda kelli felli birilerine dokunuyorsa yıllarca olan emeğinizin karşılığıyla beraber kendinizi kapının*

*önünde bulabilirsiniz. Tabi ki bu durum haberin yayına girmesiyle yaşanır. Yayına girmezse kurum içerisinde uyarı alabilirsiniz” diye cevap vermiştir.*

Muhabir -Gazeteci Mehmet KILIÇ'LA yapılan görüşmeler neticesinde anket araştırmalarında elde edilen verileri doğrular nitelikte bilgiler elde edilmiştir. Yerelde medya çalışanı olmak, düşüncelerinizi bir tarafa bırakıp çalıştığınız TV ya da gazeteye girmek gibidir. Medya patronlarının düşünceleriyle hareket edip onların ticari ilişkilerini gözetip haberleri bunun üzerine şekillendirirsiniz. Aksi takdirde KILIÇ'IN da belirttiği gibi kendinizi kapının önünde bulursunuz.

Vuslat TV Haber Editörleri'nden Ökkeş CERİT'LE yapılan mülakatlarda CERİT'E ilk olarak;

- Herhangi bir sendikaya bağlı mısınız? sorusuna "*Hayır*" diye cevap vermiştir.
- “Haber yazarken medya patronlarınızın düşünceleri sizin için önemli mi?” sorusuna CERİT, “*Elbette önemli. Sonuçta çalıştığım TV belli bir yayın ilkesi olan bir yayın organı*” diyerek cevap vermiştir.
- CERİT'E yöneltilen bir diğer soruda “*Kendinize otosansür uyguluyor musunuz?*” sorusu olmuş, bu soruya CERİT, “*Yayınladığımız haberlerin aile ortamında izlendiğini düşünerek ahlaki kurallar dâhilinde cümleler kuruyorum. Haber yazarken ayrıca yayın çizgimizi zedeleyecek tabirleri de kullanmıyorum. Bu kuralı montaj yaparken de uyguluyorum*” diyerek yanıt vermiştir.
- CERİT'E son olarak Televizyonunuzda yayınlanmaması gereken bir haber tarafınızdan yazılırsa sizin için ne gibi tehlikeler arz eder sorusuna cevaben CERİT, “*Uyarı ve sonrasında tekrar ederse işten çıkarılma olabilir*” diye cevap vermiştir.

Haber Editörü CERİT, vermiş olduğu cevaplarla yine anket verilerini doğrular şekilde zaman zaman sansüre maruz kaldıklarını ve uyarı hatta işten çıkarılma durumuyla karşı karşıya olduklarını dile getirmiştir.

Vuslat TV Haber Müdürü Murat AKKAYA ile yapılan görüşmede AKKAYA'YA ilk olarak ;

- “40 ortağı olan bir kurumda çalışıyorsunuz. Medya patronlarınızın düşünceleri haberi oluştururken önem arz ediyor mu”? Sorusuna cevaben “*Evet önemli, Vuslat TV olarak belli bir çizgimiz ve düşüncemiz var. Dünya*

*görüşümüze uygun olmayan haberler bazen sınırlandırılabilir” diye cevap vermiştir.*

- AKKAYA’ YA yöneltilen bir diğer soruda “ Haber editörlerinizi haber noktasında sınırlandırdığınız oluyor mu”?Sorusuna cevaben “*Çok sınırlandırmamaya özen gösteriyorum. Bazen sınırlandırmak zorunda da kalabiliyorum*” diye yanıt vermiştir.

VTV Haber Müdürü Murat AKKAYA ile yapılan görüşmelerde AKKAYA'nın da Vuslat TV'nin yayın politikalarını ve yayın çizgisini önemsedığı ve haberlerde sansür uygulama gereğini zaman zaman duyduğunu ifade ettiği görülmüştür.

Ayrıca çalışma sırasında Malatya Vuslat TV reklam müdürüyle de derinlemesine mülakat yapılmış ve kendisine şu sorular yöneltilmiştir:

- Kurumunuza reklam verenlerin haberlerini yapmanız için talepleri oluyor mu? Sorusuna “*Evet, reklam veren birçok firma ve özellikle büyük firmalar haberlerinin de yapılmasını istiyor. Biz de bu isteklerine yerine getiriyoruz*” şeklinde cevap vermiş,
- Kurumunuza reklam veren müşterileriniz hakkında şu zamana kadar hiç olumsuz haber yapıldı mı? “*Yapılmadı diyebilirim. Fakat bununla ilgili bir anımı paylaşmak istiyorum, Malatya Sanayi Odası seçimlerinde bir grubun çıkardığı adayı desteklemediğimizden dolayı mensubu olan işadamları reklamlarını hemen kesti ve bunların içerisinde ortağımız da vardı*” diye cevap vermiştir.
- Sizce reklam verenlerin haberlerinin de yapılması doğru mu? Sorusuna “*Kesinlikle yapılmalı ki zaten haber reklamdan daha değerli onlar için. İnsanlar habere güveniyor ve izledikleri firma hakkında kötü düşünceye sahip olsalar da rahatlıkla vazgeçebiliyorlar*”
- Peki sizce bu şartlarda gazeteciler özgürlüklerini nasıl korur nasıl tarafsız olurlar? Sorusuna “*Tarafsız gazeteci, bertaraf olur... Hiçbir şekilde bu piyasada tutunamaz hemen eriyip gider, eritirler. Bizim kan damarımız reklamlarımız tabi ki müşteri ne isterse onu yayınlamak durumundayız. Biz tasvip etmesek de. Örneğin bir siyasi partinin üç gün süreyle hiç haberini yapmazsak o siyasi partiye mensup bütün işadamları reklamlarını aniden çeker*” diye cevap vermiştir.

Vuslat TV Reklam Müdürü YILMAZ, verdiği cevaplarla yerel medyanın halini ortaya net bir şekilde dökmüştür. Medya patronları, sermaye sahipleri aynı zamanda iş adamları sahip oldukları medyaya reklamlarını verirken özellikle haberlerini yaptırmaktadırlar. Bu da halkın habere olan güveninin sonucunda ortaya çıkmıştır. Piyasada yer etmek isteyecek olan sermaye sahipleri öncelikle halkın güvenini kazanacaklar sonrasında da ticari varlıklarını sürdüreceklerdir. YILMAZ'IN "*Tarafsız gazeteci bertaraf olur*" sözü de gazetecilerin medya sektöründe varlıklarını sürdürebilmek için tarafsızlığı bir tarafa atmaları gerektiğinin göstergesidir.

Malatya'da yayın hayatına 1995 yılında başlayan TV Malatya'nın sahibi Öz Murat Şirketler Grubu. Şu anki genel müdürü Seda KOÇYİĞİT. Altı çalışanı bulunmaktadır. Yayın politikası, Malatya'yı yerelde en iyi şekilde temsil etmek ve izleyiciye haberleri, olayları en hızlı ve tarafsız bir şekilde aktarmak olarak belirlenmiştir.

Haber Müdürü ve aynı zamanda Haber Editörü Sinem ÖZTÜRK TAVUT ile görüşülmüş, TAVUT'A şu sorular yöneltilmiştir:

- "*Haberinizi yazarken kendinizi yeterince özgür hissediyor musunuz?*" sorusuna TAVUT, "*Haberini yazarken kendimi özgür hissediyorum. Çünkü tarafsız ve yansız haber yapıyoruz. Ben haberciliğin hep böyle yapılması taraftarıyım*" diye cevap vermiştir.
- TAVUT'A yöneltilen bir diğer soruda "*Haberinizi yazarken kurumunuzun siyasi düşünceleri haber dilinizi etkiliyor mu?*" sorusuna cevaben "*Kurumumuzun siyasi görüşü haberleri etkilemiyor. Belki, bu anlamda en özgür TV kanallarından biriyiz*" diye cevap vermiştir.
- TAVUT'a yöneltilen bir diğer soruda "*Sizce gazetecinin tamamen özgür olması neye bağlı?*" sorusuna TAVUT, "*Gazetecinin özgür olması çalıştığı kuruma bağlı. Kurum özgürse gazeteci de özgür olacaktır*" diye cevap vermiştir.

TV Malatya Haber Müdürü ve Editörü TAVUT, haberini yazarken özgür olduğunu dile getirmiş ve TV Malatya'nın da tarafsız yayın yaptığının altını çizmiştir.

TV Malatya Editörü İlknur ŞAHİN'LE de görüşülmüş ve ŞAHİN'E ilk olarak,

- “*Haberinizi yazarken kendinize otosansür uyguluyor musunuz?*” sorusuna ŞAHİN, “*Hayır, kendi özgür irademle haberimi yazabiliyorum*” diye cevap vermiştir.
- ŞAHİN’E yöneltilen ikinci ve son soru da “*Kurumunuzun siyasi görüşü ve ekonomik çıkarları haber dilinize yansıyor mu?*” sorusuna cevaben “*Hayır, böyle bir şey mümkün değil*” diye cevap vermiştir.

Malatya’da 7 Mart 2011’de yayın hayatına giren Son Haber Gazetesi 2013 yılında Bu Sabah olarak isim değişikliğine gitmiştir. İmtiyaz Sahibi Mehmet AYDIN ve on çalışanı var. Yayın politikası, tarafsız yayıncılık ve Malatya halkına doğru haber hizmeti sağlamak olarak belirtilmiştir. Bu Sabah Gazetesi Yazı İşleri Müdürü Büşra ÜNAL’LA görüşülmüş ve kendisine şu sorular yöneltilmiştir:

- “*Haberi oluştururken editörleriniz baskı altında mı?*” sorusuna cevaben ÜNAL, “*Hayır, diğer gazetelere oranla daha özgürüz. Belli çizgilerimiz var ama bunlarda daha çok ulusal haberlerde oluyor*” diye yanıt vermiştir.
- “*Herhangi bir siyasi partiyle yakınlığınız var mı?*” sorusuna ÜNAL, “*Siyasi düşünce olarak bütün partilere eşit mesafede bulunuyoruz. Bu nedenle Malatya’da diğer gazetelere oranla daha fazla bir abone sayımız var*” diye cevap vermiştir.
- “*Kurumunuzda İletişim Fakültesi mezunu var mı?*” sorusuna, “*evet. "Dört arkadaşımız İletişim Fakültesi mezunu"*. Diye cevap vermiştir.

Malatya Bu Sabah Gazetesi Yazı İşleri Müdürü ÜNAL, Malatya’da yayın hayatına devam eden diğer gazetelere ve medya organlarına göre belli çizgiler dışında haberlerini oluştururken özgür olduklarını ifade etmiştir.

Malatya Net Haber Gazetesi 12 Nisan 2007’de kurulmuş bir yerel gazetedir. Sahibi daha önce kitapevi işleten Ahmet KESKİN. Yayın politikası, Malatya Belediye’si ve yerel yönetimlerin sesi olmak ve haberlerini Malatya halkına ulaştırmak olarak belirtilmiştir. KESKİN’LE yapılan görüşmede kendisine şu sorular yöneltilmiştir:

- “*Siyasi görüş olarak belli bir çizginiz var mı?*” sorusuna KESKİN, “*Birkaç farklı cemaatin birleşmesiyle Net Haber Gazetesi’ni kurduk. Tabi ki belli bir görüşümüz var. Bunu daha çok İslami kesim oluşturuyor*”. Diye cevap vermiştir.

- “Rahatlıkla aykırı ve sivri haberler yapabiliyor musunuz?” sorusuna, “*Yerelde aykırı haber yapmak zor. En ufak birine dokunduğumuzda gazeteye aboneyse kesiyor. Bu nedenle ekonomik kaygılar yaşıyoruz*”.
- “Sizce gazeteciler özgürce haber yazabiliyorlar mı?” sorusuna, “*Tabi ki hayır. Örneğin bizim burada can güvenliğimiz bile yok. Kimin gerçekleri olduğu gibi yansıtılabilir. Ulusallarda bu durum böyle değil. Birkaç ulusal gazetenin de bayiliğini yapıyoruz. Onların da kurumlarını gördük. Kaç aramadan odalara giriliyor. Ama Malatya öyle değil*” diye cevap vermiştir.

Net Haber Gazetesi Sahibi KESKİN'İN de ifade ettiği gibi yerelde haberi tarafsızca oluşturmak güç bir durum arz etmektedir.. Bunların başında işsizlikle karşı karşıya kalma sorunu, aboneliklerin kesilmesi gibi sıkıntılar yer aldığı görülmektedir.

Genel olarak mülakatlar değerlendirildiğinde 40 ortağı bulunan Vuslat TV çalışanları ortakların ticari ilişkilerini göz önünde bulundurma gerekçesiyle haberlerini oluştururken özgür değiller ve işten çıkarılma korkusuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. TV Malatya çalışanları zaten tek bir ticari işletmenin kolu olduğu için haberlerini oluşturmada Murat KOÇYİĞİT Şirketler Grubunun çıkarlarını gözetmek zorunda oldukları gözlemlenmiştir.

Derinlemesine mülakatlar anket çalışmasının bulgularını destekler niteliktedir. Özgür olmayan yerel medya çalışanları, haberlerini oluştururken ticari işletmelerin gölgesinde kalarak, çalıştıkları kurumun yayın politikalarına uygun davranarak çalışmak zorunda bırakılmıştır. Yerel medyada ulusal medyaya oranla işsiz kalma oranı da daha yüksektir.

## SONUÇ

Günümüz medya organizasyonlarının birçoğu ya bir medya holdinginin ya da medya dışı bir holdingin çatısı altında hizmet vermektedir. 1980'li yıllara kadar medya sektöründe holdingleşmeler söz konusu değildi. Fakat bu tarih, dönüm noktası olmuştur. 1980 sonrasında medyaya, medya dışı sektörlerden yönelimler başlamıştır. Medya sahiplerinin, diğer sektörlerle yönelmesiyle Türk medyasının mülkiyet ve sermaye yapısı değişime uğramıştır. Hatta medya patronları bir noktadan sonra, medyadan ziyade diğer sektörlerde daha etkin konuma geçmiştir.

Medyanın mülkiyet yapısındaki değişimler, medyanın içeriğine yansımıştır. Devletin denetiminde olan radyo-televizyon alanı, 1990'lı yılların başında özel sektörlerin eline geçmeye başlamıştır. Fakat devlet, basını farklı yöntemlerle denetimine almayı yine başarmıştır. Medya tekellerinin oluşması ve bu tekellerin, iktidar ve diğer söylemleri kendilerine bağımlı kılması, medyaya avantaj sağlamış görünse de iktidarlar yasal ve ekonomik yollarla medyayı kendi denetimlerine almayı sağlamıştır.

Kitlelerin medyadan beklentisi, bilgilerin bütün gerçeklikleriyle ve olası gerçek sonuçlarıyla kendilerine doğrudan ifade edilmesidir. Fakat günümüz medya organlarının, buna ya izin vermediği ya da sınırlı bir şekilde izin verdiği bilinmektedir. Bu duruma neden olan iki önemli etmen bulunmaktadır: Medyanın sermaye yapısı ve siyasal iktidarla olan ilişkisi. Bu etmenler, medya metinlerinin şekillenmesinde son derece etkilidir. Özellikle liberal basının sermaye kazanma arzusu ve bu doğrultuda siyasi çevrelerle iyi geçinme çabası, gerçeklerin ifadesini olanaksızlaştırabilmektedir. Diğer bir söylemle, medya organizasyonlarının holdinglere dönüşmesi, diğer sektörlerde etkinlik gösterir olması ve siyasilerle zorunlu-bağımlı bir ilişki içerisine girmesi, medyaya olan güveni zedelemekte ve medyayı kuramsal temellerinden uzaklaştırmaktadır (Dursun, 2012: 2).

Gerçek hayatta en çok tükettiğimiz medya ürünlerinden biri hiç şüphesiz ki haber metinleridir. Gerçekliğin yeniden inşası sonucu ortaya çıkan haber metinleri, bu inşa sürecinde kurum politikaları ve bu politikalara göre şekillenen iş pratikleri, muhabirlerin tutum ve değer yargıları, medyanın ekonomik ve politik yapılanması gibi çeşitli faktörlerden etkilenmekte ve bu etki sonucunda bir seçim yapmak zorunda kalmaktadır.

Medya içerikleriyle mesajlarının taşıdığı anlamların, içinde ürettikleri örgütlerin ekonomik yapısıyla belirlendiğini savunan ekonomi politik yaklaşım, haberin üretim sürecinde mülkiyet biçimlendirmelerini ve sahiplik ilişkilerini temel belirleyici olarak ele almaktadır. Buna göre "medyanın rolü, medyaya sahip olan ve kontrolden geçen sınıfın çıkarlarını haber kisvesi altında ileterek eylemlerini meşrulaştırmaktır (Arık, 2006: 59).

Medyada sahiplik yapısının ve mülkiyet ilişkilerinin haber üretim sürecine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada varsayımları doğrular sonuçlar elde edilmiştir. Medya çalışanları çalıştıkları medya organının yayın politikalarına bağlı kalmak adına kendisine otosansür uygulamıştır. Asıl görevi toplumu doru bilgilendirmek, kamu gözcüsü olmak ve tarafsızca yayın yapmak olan medya, ayakta kalabilmek adına büyük ticari kuruluşların ellerinde ticari ilişkilerin ayakta tutulması için bir meta olarak kullanılmıştır.

Kitleyi doğru bilgilendirerek haberini tarafsızca ortaya koymayanı mesleki görevini vicdanı rahat bir şekilde icra etme hakkına sahip olan gazeteciler, medyayla hiç ilgisi olmayan, medyayı birer ticari mecra ve siyasi propagandanın özgürce yapılabileceği bir alan olarak gören medya patronları sebebiyle, mesleklerini birilerinin gölgesi altında icra etmeye çalışmaktadırlar. Araştırma sürecinde yapılan derinlemesine mülakatlarda "artık hiç bir gazeteci görevini yapamıyor" dedirtecek kadar amacından uzaklaşan medya, sermaye sahiplerinin ellerinde adeta bir araç olmaktan kendini ve çalışanını koruyamamıştır.

Gelenekçi liberal düşünce, medyanın birincil demokratik rolünün, devleti gözetim altında tutan kamu gözcüsü gibi davranması olduğunu söylemektedir. Bu rolün, medyanın diğer işlevlerinden daha önemli olduğu ileri sürülür. Bunun da ancak medyanın hükümetlerden bağımsız olması halinde ve serbest pazar kuralları dahilinde mümkün olabileceğinden bahsedilir. Ancak medyanın gözcü olmasını savunan geleneksel görüş, medyanın muhalif ve politize olduğu dönemlerde ortaya atılmıştır. Şimdilerde ise medya, daha çok eğlence aracı haline gelmiştir (Curran, 2002: 186-191).

Medyanın kamusal diyaloga öncülük ettiğini savunan Curran, kamusal olaylarla ilgili haberlerin yanı sıra, medyanın eğlence programlarının içerdiği çeşitli bakış açılarında da kamuyu bilgilendirdiğini vurgulamaktadır. Medyanın, anlayışta bir çoğulculuk yaratarak kişilerin toplumsal tecrübelerini tekrar yorumlamalarına ve egemen fikirlerin sorgulanmasına olanak sağlamasının gerektiğini vurgulayan Curran,



medya “ayrıca herkesin, farklı bakış açıları ve kaynaklardan yararlanarak hem kolektif hem de bireysel terimlerle kendi refahlarını en iyi nasıl koruyabileceklerine ve geliştirebileceklerine karar verebilmelerini ve kamu yararı ve iddialarının hakkaniyete dayalı karşıt tanımlamalarını dengeye oturtabilmelerini sağlamalıdır,” demektedir (Curran, 2002: 232).

Yerel medyada yaşanan olumsuz durumların ortadan kaldırılması için bir takım yapısal düzenlemelerin getirilmesi gerekmektedir. Medyanın sermayenin tekelinden kurtarılması için, medya alanına giriş imkanlarının genişletilmesi, toplumun farklı kesimlerinin medya kuruluşu sahibi olmasının sağlanması, devlet kontrolünden ve sermayeden bağımsız bir medya modeli geliştirilmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- ACABAY, Mehmet Beşir** (2013); *Basın Özgürlüğü ve Bu Özgürlüğün Bir Sınırı Olarak Kişilik Hakkı*.
- ADAKLI, Gülseren** (2006); *Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- ALANKUŞ, Sevda**, (2008); İnsan Hakları Haberciliği, İletişim Vakfı Yay., İstanbul.
- ALTUN, Abdülrezak**, (2005); "Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü İletişim Araştırmaları 3(1-2):75-104.
- ARIK, Muhammed Bilal** (2006); *Pınar Altuğ Olayı Bağlamında Çapraz Tekelleşmenin Habere Etkisi*. Bilal Arık (Derleyen), İletişim Yazıları, Konya, Tablet Kitabevi.
- ARIK, Muhammed Bilal** (2006); *İletişim Yazıları*, Tablet Yayınevi, Konya.
- ARSAN, Esra**, (2008); *Medya Gözcüsü*, Evrensel Yayıncılık, İstanbul.
- ARSAN, Esra**, (2011); "Sivil İtaatsizlik Bağlamında Bir Araştırma: Gazeteci Gözüyle Sansür ve Otosansür, İstanbul Bilgi Üniversitesi Medya & İletişim Sistemleri.
- ASLAN, Kemal**, (2004); Haber Nasıl Okunur? Haberde İdeoloji, Söylem, anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- ARSLAN, Ali**, (2008); "Medyanın Birey, Toplum Ve Kültür Üzerine Etkileri Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi".
- AVŞAR, Zakir, ve ŞEN, Fulya** (2012); "İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi Naci Bostancı Özel Sayısı, Sayı, 35.
- AZİZ, Aysel**, (2002); *Siyasal İletişim*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- BAUMAN, Zygmunt** (2012); *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BELSEY, Andrew ve CHADWICK, Ruth** (2011); *Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Çev. Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BİNARK, Mutlu ve BAYRAKTUTAN, Günseli** (2013); *Ayın Karanlık Yüzü Yeni Medya Ve Etik*, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.
- BİNARK, Mutlu**, (2007); *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Yayınları, Ankara.
- BULUT, Selda** (2009); *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi*, Ütopya Yayınları, Ankara.

- CHOMSKY, Noam**, (2013); *Medya Denetimi*, Everest Yayınları, İstanbul.
- CHOMSKY, Noam, ve HERMAN, Edward S.** (2006); *Rızanın İmalatı*, Aram Yayınları, İstanbul.
- CURRAN, James** (2002); “*Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme,*” *Medya Kültür Siyaset içinde. Der. Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları.*
- ÇAPLI, Bülent ve TUNCEL, Hakan**, (2010); *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Fersa Matbaacılık, Ankara.
- ÇATAL, Özen**, (2006); “*KKTC Radyo ve Televizyon Kanallarının Yayın Politikaları, Sahiplik Yapısı ve Haber Üretim Süreçleri Küresel İletişim Dergisi, sayı 1, Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi.*
- ÇOBAN, Savaş**, (2013); *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*, Parşömen Yayıncılık, İstanbul.
- DEMİR, Vedat**, (2006); *Medya Etiği*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- DURAN, Ragıp**(1999); *Burası Dünya Polis Radyosu, Global Medya Eleştirileri*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- DURSUN, Onur**, (2012); “*Türk Medyasının Sermaye Yapısı ve Siyasal İktidarla İlişkisi Üzerine Bir İnceleme*” “*Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl 5, Sayı 1, Haziran 2012 (1-21).*
- GEZGİN, Suat**(2007); “*Türkiye’de Yerel Basın*”. (Der: S.Gezgin). *Türkiye’de Yerel Basın*, İstanbul. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.177-196.
- GÜNGÖR, Nazife** (2011); *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- GÜZ, Nurettin**, (2005); *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- GİRGİN, Aydın** *Uluslararası İletişim, Haber Ajanları ve AA*, Der Yayınları, İstanbul, 2002.
- GİRGİN, Aydın**(2009),*Türkiye’de Yerel Basın*, Der Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- GOLDİNG, Peter ve MURDOCK, Graham** (1997); “*Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik*”. Çeviren: D. B. Kejanlıoğlu. *Medya, Kültür, Siyaset (içinde).* Derleyen: S. İrvan. Ankara: Ark Yayınları. Sayfa Sayısı: 49-76.
- İRVAN, Süleyman** (2014); *Medya - Kültür - Siyaset*, Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- KAYA, Raşit** (2009); *İktidar yumağı Medya – Sermaye – Devlet*, İmge Kitabevi, Ankara.

- KARAHİSAR, Tüba**, (2012); *Türkiye'de Medya Sektörü ve Gazeteciler*, Ekin :Yayınevi, Bursa.
- KAYA ERDEM, Burcu**, (2012); *İdeolojik Arena Medya*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- KUYUCU, Mikail** (2012); *Türkiye'de Medya Ekonomisi*, İstanbul.
- KARAKOÇ, Enderhan**, (2009); *Medya ve Popüler Kültür Eleştirel Bir Yaklaşım*, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- KEANE, John** (2010); *Medya ve Demokrasi*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- KELLNER, Douglas** (2008); “*Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi- Politik*”, İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar , Sevilay Çelenk (Derleyen), De Ki Yayınları, Ankara.
- KORKMAZ, Fahrettin** (2005); *Tarihsel Süreçte Türkiye'de Basın Özgürlüğü*, Bizim Büro Basım Evi, Ankara.
- Konferans Raporu**, "*Türkiye'de Basın ve İfade Özgürlüğü: Güncel Gelişmeler*", 2012, İstanbul
- LAUGHEY, Dan** (2010); *Medya Çalışmaları, Teoriler Ve Yaklaşımlar*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- STEVENSON, Nick** (2008); *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*, Ütopya Medya-İletişim, Ankara.
- ŞİMŞEK, Melda Cinman ve TÜRKOĞLU, Nurçay**, (2011); *Medya Okuryazarlığı*, Parşömen Yayıncılık, İstanbul.
- SENNET, Richart**, (2012); *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerine Etkileri*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- ÖZER, Ömer**, (2012); *Haber Eleştirmek Araştırma Alanlarına Göre Haber Çalışmaları*, Literatürk Yayıncılık, İstanbul.
- ÖZSEVER, Atilla**, (2004); *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, İmge Kitabevi, Ankara.
- RADFORD, Benjamin**, (2004); *Medya Nasıl Yanıltıyor*, Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- URAL, Anıl**, (2010); *Medya-Sermaye-Siyaset Üçgeni*, Siyah Beyaz Yay., İstanbul.
- ÜNLÜER, Ayhan Oğuz**, (2006); "*Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme*", *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 2, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- VAN Dijk, T. A.** (1994); "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", *Medya, İktidar, İdeoloji*(Der. ve Çev. Mehmet Küçük), Ark Yayınları, Ankara.

**VURAL, Ali Murat** (2007); “*İşlev, Önem Ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminde Elde Edilen Bulgular*”. (Der: S.Gezgin). Türkiye'de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

**YAYLAGÜL, Levent ve KORKMAZ, Nilüfer** (2008); *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji*, Dipnot Yayınları, Ankara.

[www.demokratakademi.com/11.10.2014](http://www.demokratakademi.com/11.10.2014).

[www.dorduncukuvvetmedya.com/arşiv/akaya/](http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arşiv/akaya/) 20.10.2014.

<http://gazeteciolmak.blogspot.com.tr/07.08.2014>

<http://dalgaidere.blogspot.com.tr/18.10.2014>

<http://josc.selcuk.edu.tr/> /03.09.2014

[www.bianet.org/07.08.2014](http://www.bianet.org/07.08.2014)

[www.tbmm.gov.tr/04.01.2015](http://www.tbmm.gov.tr/04.01.2015)

[www.tgc.org.tr./21.03.2015](http://www.tgc.org.tr./21.03.2015)

**EKLER**

Değerli Katılımcı; Bu anket çalışması Fırat Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi için hazırlanmıştır. Çalışmada, yerel medyada mülkiyet ilişkilerinin haber üretim sürecine etkileri ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu ankete vereceğiniz cevaplar sadece akademik amaçla kullanılacaktır.

1. Cinsiyetiniz?  
 Kadın  Erkek
2. Eğitim Durumunuz?  
 İlköğretim  Lise  Lisans ve üstü
3. Gelir Durumunuz  
 Asgari Ücret  1000 - 1500 TL  1500-2000  2000 ve üzeri
4. Pozisyonunuz?  
 Muhabir  Montaj  Editör  Editör Yrd.  Kameraman
5. Yazdığınız haberler herhangi bir kontrolden geçiyor mu?  
 Evet  Hayır
6. Soruya cevabınız evet ise; Ne tür bir denetim uygulanıyor?
  1. Siyasi ilişkiler açısından denetleniyor
  2. Patron ilişkileri açısından denetleniyor.
  3. Diğer.....
7. Haberi yazarken kendinize otosansür uyguluyor musunuz?  
 Evet  Hayır
8. Cevabınız evet ise; sansür uygulamanızın nedenleri nelerdir?
  1. İşten atılmaktan korkuyorum.
  2. Yayın organının yayın politikasını bildiğim için
  3. Yerel siyasi ve ekonomik ilişkiler bunu gerektiriyor.
9. Haberleriniz kimlerin kontrolünden geçiyor?  
 Haber Müdürü  Genel Yayın Yönetmeni  Genel Müdür  Patron
10. Haber yazarken çalıştığınız kurumun yayın politikalarını göz önünde bulundurur musunuz?  
 Evet  Hayır
11. İktidar aleyhine yapacağınız herhangi bir haberi yöneticileriniz engeller mi?  
 Evet  Kısmen  Hayır

## ÖZGEÇMİŞ

1984 yılında Malatya'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Malatya'nın Battalgazi ilçesinde tamamladı. 2006-2008 yılları arasında Erzurum Atatürk Üniversitesi Erzurum Meslek Yüksek Okulu Radyo Televizyon Yayıncılığı Bölümü'nden birincilikle mezun oldu. 2009 yılında Dikey Geçiş Sınavı'yla Elazığ Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Radyo TV ve Sinema Bölümü'nde okumaya başladı. 2012 yılında birincilikle mezun oldu. 2010 yılından itibaren Malatya Vuslat TV'de Haber merkezi, Ana Kumanda ve son olarak Genel Yayın Yönetmeni olarak halen devam etmektedir. Bir buçuk yıllık evlidir.