T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİM DALI

ESNEK ÜRETİM KOŞULLARINDA TÜRKİYE'DE TELEVİZYON HABERCİLERİNİN ÇALIŞMA YAŞAMI

DOKTORA TEZİ

Mesut COŞKUN

KOCAELİ 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİM DALI

ESNEK ÜRETİM KOŞULLARINDA TÜRKİYE'DE TELEVİZYON HABERCİLERİNİN ÇALIŞMA YAŞAMI

DOKTORA TEZİ

Mesut COŞKUN

Danışman: Prof. Dr. Cem PEKMAN

KOCAELİ 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİM DALI

ESNEK ÜRETİM KOŞULLARINDA TÜRKİYE'DE TELEVİZYON HABERCİLERİNİN ÇALIŞMA YAŞAMI

DOKTORATEZİ

Tezi Hazırlayan: Mesut COŞKUN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 01.06.2016-2016/11

Jüri Başkanı : **Prof. Dr. Özden CANKAYA**

Jüri Üyesi : **Prof. Dr. Cem PEKMAN**

Jüri Üyesi : **Prof. Dr. D. Beybin KEJANLIOĞLU**

Jüri Üyesi : **Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE**

Jüri Üyesi : **Doç. Dr. Mustafa YILMAZ**

KOCAELİ 2016

ÖNSÖZ

Bu çalışmayı yapmamın en büyük nedeni uzun yıllar süren habercilik sektörü içindeki profesyonel yaşamım oldu. Doktora tezimi yıllarca birlikte çalıştığımız, tüm kameraman ve muhabirler için yazdım. Derinlemesine görüşmelerde bana zaman ayıran, anket formalarını dolduran tüm habercilere teşekkür ediyorum. Bana desteğini esirgemeyen yeğenim Oğuz Özgören'e teşekkür ediyorum. Tezimi hazırlamakta bana yardımcı olan, cesaret veren başta Prof. Dr. Mutlu Binark olmak üzere, Prof. Dr. Hasan Akbulut'a, Yard. Doç. Dr. Mert Gürer, Araştırma Görevlisi Murat Varlı'ya, Araştırma Görevlisi Seda Ergül'e, tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkür ederim. Tez izleme jürilerimde katkılarını sunan Doç. Dr. Emel Baştürk Akça, Doç. Dr. Sayım Yorgun ve Doç. Dr. Emel Karagöz'e teşekkür ediyorum. Nicel verileri değerlendirmekte yardımcı olan, nicel modelleri oluşturmam ve yorumlamamda yol gösteren Doç. Dr. Ayşe Günsel'e minnettarım. Tez metinlerimi düzelten ve tekrar tekrar okuyan Prof. Dr. Dilek Beybin Kejanlıoğlu'na şükranlarımı sunuyorum. Prof. Dr. Özden Cankaya'ya desteği için minnetimi sunuyorum. Jüri üyelerim Doç. Dr. Mehmet Arslantepe ve Doç. Dr. Mustafa Yılmaz'a teşekkür ediyorum. Son olarak danışmanım Prof. Dr. Cem Pekman'a verdiği destek ve pozitif enerjisi için teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
ÖZET ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
KISALTMALAR ..... **viii**
TABLOLAR ..... **ix**
ŞEKİLLER ..... **xii**

GİRİŞ **1**

1. TÜRKİYE TELEVİZYONLARINDA HABER ÜRETİMİNİN EKONOMİ POLİTİK ÇERÇEVESİ VE HABERCİLERİN KONUMU **6**
1.1. EKONOMİ-POLİTİK PERSPEKTİFİN TEMELLERİ 6
1.1.1. Ekonomi-Politik Perspektifin Temelleri 6
1.1.2. Sınıf Kuramı, Emek ve Sermaye 8
1.1.3. Emeğin Metalaşması 11
1.1.4. Yabancılaşma ve Emeğin Soyutlaşması 14
1.2. MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ 16
1.2.1. Medya Çalışmalarında Ekonomi-Politik Perspektif 16
1.2.2. Sınıf Kuramı ve Medya Çalışanları 22
1.2.3. Medya Emek Piyasası ve Dönüşümü 25
1.2.4. Küreselleşme ve Neo Liberalizm Tartışmaları 26
1.2.5. Haber Medyasına Eleştirel Perspektifin Yaklaşımı 31
1.3. TÜRKİYE'DE MEDYA ENDÜSTRİSİNİN YAPILANMASI 35
1.3.1. Türk Medya Sektörünün Yeniden Yapılanmasında Devletin Rolü 35
1.3.2. Türkiye'de Yayıncılığın Yapısal Özellikleri 39
1.3.3. Medya Sektöründe Tekelleşme 43
1.3.4. Tekelleşmenin Basın Çalışanlarının Hakları Üzerindeki Etkisi 46
1.3.5. Gazetecinin Kamusal Sorumluluğu ve İfade Özgürlüğü 50

2. TÜRKİYE'DE HABER ÜRETİM SÜRECİNDEKİ BAŞLICA ETMENLER **56**
2.1. HABER ÜRETİMİNE İKTİSADİ VE SİYASİ MÜDAHALE 57

2.2.1. Siyasal iktidar 58
2.2.2. Sermaye Sahipleri 62
2.2.3. Reklamverenler 67
2.2. Haber Üretiminde Kurumsal Yapı, Politikalar, Süreçler ve İlişkiler 72
2.2.1. Haber Ajansları ve Haber Televizyonlarının Çalışma Yapısı 73
2.2.2. Haber Üretim Sürecinde Hiyerarşik İlişkiler 78
2.2.3. Haber Üretim Sürecinde Kurum Politikası 84
2.2.4. Yeni İletişim Teknolojilerinin Haber Üretimine Etkileri 87

3. TÜRKİYE'DE HABERCİLERIN ÇALIŞMA KOŞULLARI 96
3.1. "HABERCİLER" OLARAK MUHABİRLER VE KAMERAMANLAR 98
3.1.1. Habercilerin Özerkliği ve Otosansür Tartışması 101
3.1.2. Muhabir ve Kameramanın Haber Üretim Sürecindeki Rolü 105
3.1.3. Yeni İletişim Teknolojilerinin Haber Profesyonellerine Etkisi ve Video-Journalism 108
3.2. HABERCİLERİN YASAL, İKTİSADİ, TOPLUMSAL VE SİYASAL KONUMLARI 112
3.2.1. Habercilerin İş Yasalarına Göre Çalışma Şekli 113
3.2.1.1. Serbest Gazeteciler ile Stajyer Gazetecilerin Konumu 114
3.2.1.2. Kadrolu/Kadrosuz Çalışma Koşulları 116
3.2.2. Habercilerin Çalışma Süreleri 118
3.2.2.1. Ücretli İzin Hakları ve Kullanımı 120
3.2.3. Habercilerin Ekonomik Durumu 121
3.2.4. Habercilerin İstihdam ve İş Güvencesi Sorunları 123
3.2.5. Habercilerin Sağlık Güvencesi Sorunları 128
3.2.6. Habercilerin Mesleki Eğitim Durumu 130
3.2.7. Sendikalar 132
3.2.7.1. Basın Sendikacılığı 136
3.2.7.2. Sendikal Üyelik Durumu ve Rekabet 141
3.2.7.3. Türkiye Gazeteciler Sendikası 142
3.2.7.4. Medya İş Sendikası 146
3.2.7.5. Sendikal Güven ve Etkinlik 148

4. TELEVİZYON HABERCİLERİNİN ÇALIŞMA KOŞULLARINA İLİŞKİN SAHA ÇALIŞMASI 151
4.1 YÖNTEM 153
4.2. NİCEL ANALİZLER 156

4.2.1. Araştırma Modeli 156
4.2.2. Verilerin Değerlendirilmesi 164
4.2.3. Ölçeğin Geliştirilmesi 164
4.2.4. Muhabir ve Kameramanların Demografisi ve Çalıştığı Kurumla İlgili Araştırma Sonuçları 169
4.2.5. Video- Journalism'in Habercilere Etkisi Konusunda Habercilerin Görüşleri 178
4.2.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği 179
4.3. NİTEL ANALİZLER 202
4.3.1. Evrensel Meslek ve Türkiye'de Medya Atmosferi 203
4.3.2. Güvencesiz İstihdam ve Ekonomik Uçurum 207
4.3.3. Mülkiyetin Egemenliği 211
4.3.4. Siyasetin Haber Atmosferine Etkisi 214
4.3.5. Örgütlenme Sorunu ve Sendikanın Etkisizliği 216
4.3.6. Oto Sansür 218
4.3.7. Görev Hiyerarşisi ve Alt-Üst İlişkisi 220
4.3.8. Eğitim Sorunu 222
4.3.9. Muhabirlik ve Kameramanlık Mesleğinin Cazibesi 226
4.3.10. Muhabir Kameraman İlişkisi 228
4.3.11. Uzun Çalışma Saatleri ve Özel Yaşamın Olmaması 233
4.3.12. Sınıf Bilinci, Aile ve Öz Adama Mitleri 236
4.3.13. Standartlaşmamış Meslek 238
4.3.14. Sosyal Güvence Eksikliği ve Sağlık Sorunları 239
4.3.15. Sayısal İletişim Teknolojilerinin Habercilere Etkisi 241

DEĞERLENDİRME 250

SONUÇ VE ÖNERİLER 254

KAYNAKÇA 262

EKLER 274

EK 1: Türkiye'de Medya Sahiplerinin Medya İçi ve Medya Dışı Yatırımları-2015 274
EK 2: 4857/5953 Sayılı İş Kanunları ve Türkiye Gazeteciler Sendikasının İmzaladığı Toplu İş Sözleşmeleri Arasında İşçi Hakları Yönünden Genel Bir Karşılaştırma 287
EK 3: Muhabir ve Kameramanlar İçin Anket Soruları 290
EK 4: Araştırma Kapsamında Yapılan Görüşmelerin Listesi**Error! Bookmark not defined.**

EK 5: Muhabir ve Kameramanların İş Yaşamı Derinlemesine Görüşme Soruları 295

ÖZGEÇMİŞ 298

ÖZET

Medya ekonomisinde üretim süreci yeni küresel ekonomik ve siyasal düzenle birlikte değişirken bu ortamdan en çok etkilenen kesimlerin başında medya çalışanları gelmektedir. Bu tez Türkiye'de haber sektöründe çalışan, basın çalışanlarının, üretim ve emek sürecine odaklanmaktadır. Özellikle televizyon sektöründe çalışan muhabir ve kameramanların yasal ve sosyal hakları ile işsizlik sorunlarına değinilmiştir. Basın çalışanlarının istihdam problemleri, buna doğrudan veya dolaylı etki eden aktörler "siyasal erk, sermayedarlar, reklamverenler" olarak, etki eden faktörler ise "tekelleşme, teknoloji, mesleğin saygınlık sorunu ve yeni mezun fazlalığı" bağlamında incelenmiştir. Bu çalışma, haber üretiminde çalışan ücretli profesyonellerin "karar verici" ve "uygulayıcı" olmak üzere iki farklı gruba bölündüğünü ileri sürmektedir. Çalışmanın evreni olarak ulusal düzeyde yayın yapan haber ajansları, televizyonların Ankara ve İstanbul haber merkezleri belirlenmiş ve habercilerin çalışma koşullarını tespit etmek amacı Mart-Nisan 2014 tarihlerinde elli muhabir, elli kameraman olmak üzere yüz haberciyle seksen üç soruluk bir anket yapılmıştır. Ayrıca deneyimli on haberci ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Sonuç olarak araştırma, sektörde güvencesiz istihdam, ucuz işgücü, esnek çalışma saatleri ve sendikasızlaştırılmanın haber sektörü çalışma yaşamının temel dinamikleri haline geldiğini ve habercilerin mesleklerine yabancılaştıklarını göstermiştir.

Anahtar Sözcükler: Haber üretimi, emek, sermaye, tekelleşme, teknoloji.

ABSTRACT

While the production process of the media economy changes with the new global economic and political order, one of the sectors most affected by this stuation is media employees. This thesis focuses on the production and labour process of the media employees working in the news sector in Turkey. The legal and social rights and their unemployment problem of the cameramen and reporters working in the television news sector are especially emphasized. The employment problems of the press workers are examined in the context of actors which influence the process directly or indirectly such as 'political authority andfactors which are 'monopolization, technology, prestige of the profession and the abundance of the new graduates'. This study claims that the paid professionals working in the news production are divided into two different groups of 'decision makers' and 'performers'. News agencies that broadcast on a national level and the Istanbul and Ankara news centers of the TV channels are taken as the universe of this study and with the purpose of identifying a survey with83 questions was conductedand total 100 questioners were collected evenly from reporters (50) and cameramen (50) in March-April 2014.Moreover in depth interviews were conducted with ten experienced reporters. As a conclusion, the research shows that unsecure employment, cheap workforce, flexible working hours and disunionisation in the sector have become the fundamental dynamics of the news sector and that reporters have been alienated to their profession.

Key Words: News production, labour, capital, monopolisation, technology.

KISALTMALAR

AA	**:**	Anadolu Ajansı
AB	**:**	Avrupa Birliği
ABD	**:**	Amerika Birleşik Devletleri
AFP	**:**	Ajans France Press-Fransız Haber Ajansı
AGB	**:**	Televizyon İzleyici Ölçümü Şirketi
AİHM	**:**	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
AP	**:**	Associated Press-Amerikan Haber Ajansı
ASTS	**:**	Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi
AT&T	**:**	American Telephone and Telgraph- Amerikan Telefon ve Telgraf Şirketi
BBC	**:**	British Broadcasting Company-İngiltere Yayın Kurumu
BİANET	**:**	Bağımsız İletişim Ağı
CHA	**:**	Cihan Haber Ajansı
CNN	**:**	Cable News Network-Kablolu Haber Ağı
ÇGM	**:**	Çalışma Genel Müdürlüğü
DHA	**:**	Doğan Haber Ajansı
EFJ	**:**	Avrupa Gazeteciler Federasyonu
IFJ	**:**	Uluslararası Gazeteciler Federasyonu
İHA	**:**	İhlâs Haber Ajansı
İLO	**:**	Uluslararası Çalışma Örgütü
İMF	**:**	İnternational Monetory Fond -Dünya Para Fonu
KAP	**:**	Kamuyu Aydınlatma Platformu
PTT	**:**	Posta Telgraf ve Telefon Teşkilatı
RSF	**:**	Uluslararası Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü
RTÜK	**:**	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TBMM	**:**	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TESEV	**:**	Türkiye Ekonomik ve Sosyal Çalışmalar Kurumu
TGS	**:**	Türkiye Gazeteciler Sendikası
TMSF	**:**	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TRT	**:**	Türkiye Radyo ve Televizyonu
TTB	**:**	Türk Tabibler Birliği
WTN	**:**	Worldwide Television News- Dünya Televizyon Haberleri

TABLOLAR

Sayfa

Tablo 1: Türkiye'de Medya Yatırımları (mio TL)- 2014-Nisan 71

Tablo 2: OECD Türkiye'de Sendikalaşma Oranı 2015 Tablosu 135

Tablo 3: Haber Çalışanlarının Demografik Özellikleri 169

Tablo 4: Örneklemin İş Yaşamı ile İlgili Verileri 172

Tablo 5: Muhabir ve Kameramanlar Sağlık Sorunları 174

Tablo 6: Video- journalism muhabir, kameraman ve montajcıların işlerini tek bir kişinin yapmasını sağladığı için çalışan insan sayısını azaltacaktır. 178

Tablo 7: Video- journalism ile muhabir ve kameramanlar daha kalifiye olacaktır. 178

Tablo 8: Faktör Dağılımları 180

Tablo 9: Standart sapma, ortalama, korelasyon ve güvenilirlik katsayıları 182

Tablo 10: Yaşa göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 185

Tablo 11: Cinsiyete göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 185

Tablo 12: Eğitime göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 186

Tablo 13: Görev Dağılımına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 186

Tablo 14: Toplam Basın Tecrübesine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 187

Tablo 15: Aynı İşyerinde Tecrübesi Süresine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 187

Tablo 16: İşe Başlama Şekline göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 188

Tablo 17: Kazanç Düzeyine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 188

Tablo 18: İşsiz Kalma Deneyimine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 189

Tablo 19: Çalışma Şekline göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 189

Tablo 20: Haklarına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı 190

Tablo 21: Haftalık Çalışma Saatlerine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı..... 190

Tablo 22: Sendikalı Olup Olmamasına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı..... 191

Tablo 23: İstihdam Problemine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı..... 191

Tablo 24: Yaşa göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 192

Tablo 25: Cinsiyetine göre göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 193

Tablo 26: Eğitime göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 193

Tablo 27: Görev Dağılımına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 194

Tablo 28: Toplam Basın Tecrübesine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 194

Tablo 29: Aynı İşyerinde Tecrübe Süresine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 195

Tablo 30: İşe Başlama Şekline göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 195

Tablo 31: Kazanç Düzeyine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 196

Tablo 32: Gelir Düzeyine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 196

Tablo 33: İşsiz Kalma Deneyimine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 196

Tablo 34: Çalışma Şekline göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 197

Tablo 35: Haklarına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 197

Tablo 36: Haftalık Çalışma Saatlerine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 198

Tablo 37: Sendikalı Olup Olmamasına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 198

Tablo 38: İstihdam Problemine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı..... 199

Tablo 39: Politik ve siyasal koşulların, Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Haberciliğin Prestijinin, Haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarının oto sansür üzerindeki etkilerini gösteren regresyon analizi..... 200

Tablo 40: Çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması ve Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Habercilik Mesleğinin Çalışma Koşullarının Zorluğu ve Sağlık Sorunları üzerindeki etkilerini gösteren regresyon analizi..... 201

ŞEKİLLER

Sayfa

Şekil 1: Video-journalism ile İlgili Algılara Dair Betimsel Tarama Modeli 157

Şekil 2: Haberciliğin Çalışma Koşullarına İlişkin Algılara Dair Betimsel Tarama Modeli 160

Şekil 3: Oto Sansürün Öncüllerine Dair Araştırma Model 163

Şekil 4: Habercilerin Çalışma Koşullarına Dair Öncüllere Dair Araştırma Modeli 163

GİRİŞ

Televizyon haberleri televizyon yayıncılığında en değer verilen türlerden ve kültürel ürünlerden birisidir. Toplumun ihtiyacı olan bilgiyi kamuya ulaştırma görevinin yanı sıra, televizyon haberleri yerel, ulusal ve uluslararası iletişimin en temel mecralarından biri olarak toplumsal, ekonomik, siyasal tartışma arenası da sunmak durumundadır.

Televizyon haberleriyle ilgili araştırmalar, genel olarak haber içeriği, izleyici çalışmaları, siyasal iletişim bağlamında habercilik, teknolojinin habercilikte kullanımı gibi alanlarla sınırlı kalmıştır; Üretim ilişkileri ile yaratıcı işçilerin durumu gözlenen, araştırılan birincil nokta olamamıştır. Bu tez, bu boşluğu doldurmayı, Türkiye'de televizyon haberciliği sektöründe üretim ve iş ilişkilerine odaklanmayı amaç edinmiştir. Kapitalist üretim ilişkilerinin genel bağlamı içinde TV haber sektörünün temel işgücü olan muhabir ve kameramanlar düzeyinde çalışma ilişkilerini açıklamak amaçlanmıştır.

Kültürel sektörlerde üretilen ürünlerin hemekonomik hem de ideolojik boyutları içeren ikili yapısı, üretim sürecinde çalışanların nitelikleri ve çalışma koşullarında da belirleyici olmaktadır. Haber üretim sürecinde haberin istihbaratı, toplanması, derlenip yazılı, görüntülü, sesli bir ürün olarak hazır hale getirilmesi işlemleri işbölümü içinde birçok kişi aracılığıyla yapılmaktadır. Üretimin haber değer zincirinde sağlıklı, istenilen kalite ve hızda üretilmesinde başat rollerden birisini de muhabir ve kameramanlar yerine getirmektedir. Her ne kadar muhabir ve kameramanların her birisinin haber üretiminde klasik habercilik anlayışında farklı görev tanımları olsa da günümüzde bu iki görev her geçen gün daha çok birbirinin içine girmektedir. Bu iç içe geçiş, haberin ekonomi politik koşulları ve değişen iş ortamıyla yakından bağlantılıdır.

Beyaz yakalı emekçiler neo liberal kapitalizm ile birlikte büyük bir dönüşüm yaşamaktadır. Bir zamanların imtiyazlı ve istikrarlı meslek mensupları hızla işçileşmekte (proleterleşme); habercilik mesleği değersizleşmekte ve vasıfsızlaşmaktadır. Bu süreçten muhabir ve kameramanlar da nasibini almaktadır.

Değişen haber teknolojisi ve yedek işgücü potansiyeli çalışma şartlarında aleyhlerinde işlemektedir. İstihbarat şefleri, editör ve haber müdürlerinin denetiminde muhabir ve kameramanlar gün geçtikçe orta sınıftan daha alt sınıfa doğru ekonomik ve toplumsal alanda zemin kaybetmektedir. Bu çalışmada, ortak paydaları güvencesizlik olan bu yeni işçilerin öyküsü anlatılmaktadır. Saha çalışması, sahayla kuramı, deneyim, sınıf ilişkileri ve mücadeleleri zemininde birbirine bağlamaktadır. Zanaat kökenli proleterleşme, nasıl ki 20.yüzyılın şekillenmesinde belirleyici olduysa, hiç kuşku yok ki, profesyonel meslek erbaplarının bugünkü durumu da 21.yüzyılı şekillendirecek başlıca etkenlerdendir.

Haber sektöründeki çalışanların çalışma koşullarının, ürettikleri ürünlerin niteliği ve içeriğini belirlediği düşüncesiyle "ekonomi politik yaklaşım" çalışmada kuramsal çerçeveyi belirlemiştir. Haber işletmesi, ekonomik, siyasal ortamdan etkilenerek üretim yapmaktadır. Bu üretim sürecinde çalışan gazeteciler, ekonomik ve siyasal koşullara bağlı çalışmak zorundadır. Çalışmada haber emekçileri, muhabir ve kameramanların özelinde mülkiyet sorunu, sermaye gücünün siyasal erk ile olan ilişkileri, yasal düzenlemelerin çalışanlara etkisi, örgütlenme güçleri, teknolojik donanım gibi farklı etkenlerin haber üretim sürecine direkt ve dolaylı etkilerine odaklanılmaktadır.

Tez çalışmasının araştırma kısmında Ulusal tez merkezi ve literatürde yayınlanmış yüksek lisans tezleri ve doktora tezleri incelenmiştir. Her biri yayınlandıkları dönem için önemli veriler içermekte, kimileri sadece gazeteleri, kimisi muhabirleri ve bazıları kurumları analiz etmektedir. 45 yılı aşkın devlet televizyonu ve 25 yıllık özel televizyon deneyimi olan ülkemizde konumuz ile ilgili alan çalışması eksikliği gözlemlenmiştir. Tüm bu çalışmalardan yararlanılmakla birlikte, bu tezi diğerlerinden daha özgün kılan unsurun iletişim teknolojilerindeki değişim, dönüşüm ve bunun gazetecilerin çalışma koşullarını doğrudan etkileyen yapısı olduğunu ifade etmemiz gerekmektedir. Ülkemizdeki eksikliklerden birisi de muhabir ve kameramanlığı bütüncül gören bir çalışma yapılmamış olmasıdır. Çalışma, muhabir ve kameramanların birlikte ele alındığı ilk tez çalışması özelliği taşımaktadır.

Gazeteciliğin ekonomi politiği, televizyonların kurumsal yapısı, habercilik içeriğine siyasetin etkisi vb. çalışmalardan bu tezi ayıran en önemli fark habercilik teknolojisinin, sayısal iletişim teknolojisi aracılığıyla geleneksel yayıncılık anlayışını dönüştüren etkisinin habercilere etkisinin alanda gözlemlenmesidir.

Çalışmanın ilk bölümünde tezin kuramsal temelini oluşturan ekonomi-politik perspektifin temelleri ve medya emek piyasasının yapısı açıklanmaktadır. Bu bölümde ara başlıklar ile medyanın ekonomi-politiği, emek ve sermaye kavramları, emeğin metalaşması, medya emek piyasası ve dönüşümü, yabancılaşma ve emeğin soyutlaşması, sınıf kuramı ve medya çalışanları işlenmektedir. Küreselleşme olgusunun gazetecilik mesleğine olan etkileri ve Türkiye'de yayıncılığın yapısal özellikleri analiz edilerek genelden özele, uluslararası ölçekten ulusal ölçeğe doğru bir konu sıralamasına gidilmiştir. Bölümün sonunda tekelleşme kavramı ve bunun habercilere etkisi anlatılmaktadır. Haber üretim sürecinde eleştirel ekonomi-politik perspektifin bakış açısından egemen güçlerin siyasal iktidar, sermaye sahipleri ve reklam verenler- etkisi çözümlenmektedir.

İkinci bölümde, haber üretim sürecine odaklanılmıştır. Değer zinciri kavramı ve üretimde yer alan tüm çalışanların oynadıkları rollerin incelenmesi, haber üreten kurumların özellikleri ve işleyiş yapıları, hiyerarşik ilişkiyle gazetecilik mesleğinin sosyolojisi ve işletme mantığı incelenmektedir.Kurum politikasının üretim yapan gazetecilere ve ürüne etkisiyle çalışma ilerlemektedir. Bölümün sonunda, yeni iletişim teknolojilerinin haber üretim sürecine ve habercilere etkileriyle, gazetecilik mesleğinin geçirdiği dönüşüm analiz edilmektedir. Bütün bunlar haber üretim sürecini biçimlendiren, son tahlilde de haberi etkileyen faktörler olması nedeniyle önemlidir.

Çalışmanın üçüncübölümünde, haber üretiminde "oto sansür" kavramı, habercilerin özerkliği, muhabir ve kameramanın haber üretim sürecindeki rolleri incelenmektedir. Bu bölümde Türkiye'de habercilerin çalışma koşullarına odaklanılmıştır. Habercilerin iş yasalarına göre çalışma şekilleri, mesleğe giriş, çalışma süreleri, izin hakları ve sağlık güvencesi konuları incelenmektedir. İlerleyen bölümde habercilerin ekonomik durumu, istihdam sorunları, mesleki eğitim ve iş güvencesi konuları açıklığa kavuşmaktadır. Kapitalist ekonomilerin neoliberal

dönüşümüne ve bunun da 1970'lerden beri süregelen çalışma ve istihdamın yeniden şekillendirilmesi ile sonuçlanmasına uyumlu olarak, kültür endüstrileri tam zamanlı, sabit istihdama dayalı üretimden yarı-zamanlı, geçici, sözleşmeli ve freelance gibi daha güvencesiz biçimlere kaymıştır. Genellikle bu çalışma düşük ücretli, sosyal yardımları olmayan, iş güvencesi ve sosyal güvencenin düşük olduğu, sendikal korumaya kısıtlı erişimin olduğu ve uzun çalışma saatlerine sahip bir çalışmadır. Çalışma koşullarındakibu değişimlerin, tekelleşme, yakınsama, taşeronlaştırma[1], sendika gücünün aşındırılması ve istihdamın güvencesiz biçimlerinin yaygınlaşması ve benimsenmesi gibi şirket stratejileriyle bağlantılı olduğu iddia edilmektedir.

Sermaye ilişkileri içerisinde önemli direnç noktalarından biri ticari medya için sendikalar olarak görülmektedir. Sendikaların bu süreçte nasıl bir işleve sahip oldukları, habercilerin çalışma koşullarının belirlenmesinde nasıl bir rol oynadıkları da çalışmanın konusu içerisinde yer almaktadır. Bilgi işçileri olduğu için gazeteciler orta sınıfa dâhildir ve davranış biçimleri bunu teyit etmektedir. Diğer işçilere göre birlikte hareket etmek yerine bireysel ilişkileriyle çalışma koşullarını düzeltme yoluna gitmektedirler. Bu nedenle sendikal örgütlenmeye sırtlarını dönüp sermayedarla ilişkilerinde işbirliği yoluna gidebilmektedirler. Habercilerin, emek-sermaye işleyişinde sendikalarla ilişkisi ve Türkiye'de gazetecilik alanında faaliyet gösteren sendikaların yapı ve işleyişlerinin incelenmesiyle bölüm sonlanmaktadır.

Dördüncü bölümde saha çalışması yer almaktadır. Çalışmanın evreni Ankara ve İstanbul'da görev yapan ulusal televizyon ve haber ajanslarında çalışan muhabir ve kameramanlardır. Saha çalışmasında yöntem olarak iki ayrı teknik kullanılmıştır. Bunlardan birincisi ulusal düzeyde yayın yapan televizyon ve haber ajanslarının muhabir ve kameramanlarına email yoluyla anket uygulanmasıdır. Ön çalışma olarak, anket çalışması yapılacak habercilerden yirmi haberciye, habercilerin çalışma koşullarını tespit etmek amacı ile hazırlanan anket formları gönderilmiş ve anket hakkındaki görüşleri alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda, haber merkezleriyle iletişime geçilmiş ve onlardan gelen yanıtlar kapsamında toplam 813 muhabir ile 400

---

[1] Taşeron: Büyük bir işin bir bölümünü yaptırmayı, asıl müteahhitten kendi üzerine alan ikinci müteahhit. TDK Büyük Sözlük,http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.55c85ce13116d1.15281351

haber kameramanı (1213 haberci) çalışma evrenini oluşturmuştur. Toplam olarak 100 haberciden (50 muhabir ve 50 kameraman) anket yanıtı alınmıştır.

Saha çalışmasının ikinci aşamasında, derinlemesine görüşme tekniğiyle deneyimli habercilerle yüzyüze görüşülmüştür. Bu aşamada, haber sektöründe fiili olarak çalışmaya devam eden, farklı haber ajansları ve haber kanallarında, haber merkezlerinde çalışan, her biri on yılın üzerinde meslek deneyimi olan, on haberci ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeden elde edilen bulgular ışığında çalışma atmosferi analiz edilmiştir.

Sonuç olarak çalışma, Türkiye haber ortamında çalışan muhabir ve kameramanlar özelinde, habercilik mesleğinin çalışma koşullarına ışık tutmaktadır. Haber sektörünün ağır işçisi olan haber emekçilerinin yasal, ekonomik, sosyal ve siyasal sorunları sektör çalışanlarının kendi görüşleriyle seslendirilmiştir.

1.TÜRKİYE TELEVİZYONLARINDA HABER ÜRETİMİNİN EKONOMİ POLİTİK ÇERÇEVESİ VE HABERCİLERİN KONUMU

İki alt bölümden oluşan bu bölümde, öncelikle çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan ekonomi-politik perspektif ele alınmakta ve medya çalışanlarının çalışma koşulları saptanmaya çalışılmaktadır. Ardından, bu perspektifle Türkiye özelinde medya endüstrisine ve çalışanlarına bakılmaktadır.

1.1. EKONOMİ-POLİTİK PERSPEKTİFİN TEMELLERİ

Bu bölümde çalışmaya temel oluşturan perspektif ayrıntılarıyla işlenmekte araştırmanın teorik çerçevesi kurulmaktadır. Bu bağlamda öncelikle ekonomi-politik perspektif ve medyanın ekonomi politiği ele alınmakta, emeğin metalaşması, sınıf ve sermaye çelişkisinin medyada nasıl kurulduğu sergilenmektedir. Medya alanında çalışan fikir işçilerinin yabancılaşma olgusuyla tanışmaları, sınıf kavramıyla yüzleşmeleri bölümün ana konularını oluşturmaktadır. Neo liberal politikalar bağlamında küreselleşmenin medyayı nasıl dönüştürdüğü açıklanmaktadır. Medyanın yeniden yapılanması, habercilik kavramının, kâr amaçlı işletme mantığına göre nasıl biçimlendiği ve devletin bu dönüşümdeki rolünün analiz edilmesiyle çalışma ilerlemektedir.

1.1.1. Ekonomi-Politik Perspektifin Temelleri

Ekonomi politik, Marx'ın ekonomiye ve liberal ekonomistlere eleştirileri üzerinden kurulan bir perspektiftir. Eleştirelliğini, ekonomiyi piyasa-odaklı, yani üretilmiş ürünlerin değiş tokuş alanına yönelmiş bir perspektiften farklılaşmasıyla; doğrudan üretime, üretim tarzına ve üretim ilişkilerine odaklanmasıyla edinir. Bu yüzden, liberal perspektif ile eleştirel ekonomi-politik perspektif, toplumsal kurumların ekonomik, kültürel ve politik analizini çok farklı pencerelerden yapar. Liberal perspektif, serbest piyasa, rekabet, arz ve talep ilişkisi, çoğulculuk, erkler ayrılığı ve yargının bağımsızlığı kavramlarıyla hareket eder. Toplumsal ilişkilerde her bireyin toplum içinde demokratik bir ortamda biçimlendiği ön kabulü vardır. Oysa eleştirel ekonomi-politik perspektif, emek ve sermaye çelişkisine odaklanır.

Emeğin metalaşması, altyapı, üstyapı kavramları, sınıf kuramı, yabancılaşma ve sermayenin artı değeri elde etmesi, buna karşılık emekçi sınıfın sermayeye bağımlı hale gelmesi temel kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eleştirel çözümlemenin, anlamlı bir sınır çizmemize kaynak olan, birincisi bilgi kuramsal; ikincisi tarihselci olmak üzere iki özelliği olduğu iddia edilmektedir. Eleştirel bakış açısı, incelediği duyularla algılanabilen her şeye dair gerçekçi bir kavrayışı benimser. Bu anlamda eleştirel kuram aynı zamanda maddecidir. İkinci olarak, eleştirel çözümlemenin konumlandırılışı tarihsellik üzerinden yapılır. (Golding and Murdock, 1991: 17).

Tarihsel maddeciliğin önermesine göre insan biyolojik bir canlıdır ve iş gücü ile somut materyali değiş tokuş etmek zorundadır. Tarihsel olarak doğa/iş gücü ilişkileri, üretimin gelişmesiyle analiz edilmesi daha zor olan bir konuma kaymıştır. Üretimde artı değer, ancak insanın farklı biçimlerde üretime katılması ile belirlenir. Bu önermeye göre, üst yapı ve insan ilişkileri, somut üretime bağımlı ve onun tarafından biçimlendirilmiştir (Garnham, 1979: 126). Kapitalizm bir yandan emeği, değişim değeri olan, para gibi soyut bir kavrama bağlamış, bir yandan da değişim değeri olarak her şeyi meta haline indirgemiştir. Bu süreçte kapitalizm mülkiyeti elinde bulunduranların kârlarını yükseltmek amacıyla meta haline getirilen işgücünü zaman ekonomisi ile biçimlendirmiştir. Bir fabrikanın üretim kapasitesi ne kadar fazla kullanılırsa, yani belli bir zaman diliminde ne kadar çok ürün üretilir ve bunun sonucunda sermaye ne kadar hızlı hareket ederse, üretimin birim maliyeti o kadar düşük ve işletmenin rekabet gücü de o ölçüde fazla olacaktır.

Marx'a göre emek gücü, "bir insanda varolan ve herhangi bir türde bir kullanım değeri ürettiği zaman kullandığı zihinsel ve fiziksel kabiliyetlerin toplamıdır**"**(Aktaran: Wayne, 2009: 23). Sermayeyi tanımlayan ve ona emek gücünden ayrılmaz bir durumda olan bedene, işgünü boyunca sahip olma ya da kontrol etme imkânını veren de üretim araçlarının (toprak, aletler, hammadde) mülkiyetidir. İşçinin günün kendisi için çalıştığı kısmın, en azından emeğiyle yarattığı değer kadarının kendisine ücret olarak geri ödendiği görülmektedir. Ancak, işgücünün bir kısmı içinse emek sermaye için bedavaya çalışmaktadır çünkü emek gücünün hayatta kalmak ve üremek (giysi, gıda, barınak vb.) için kendine gerekli

olandan daha fazla değer yaratmak gibi değişik bir yeteneği vardır. Buna artı değer denir, emeğin ürettiği metalarda vücut bulan bu değerdir (Aktaran: Wayne, 2009: 25-26). Bu yaklaşım, emeğin kapitalistlerce sömürüsü, işgücünün ürettiği artı değerin, sermayedarlar tarafından kendi hanelerine eklenmesini sorunsallaştırmaktadır.

1.1.2. Sınıf Kuramı, Emek ve Sermaye

Marksist yöntembilim ve toplumsal biçimlenme eleştirisi açısından kesinlikle merkezi öneme sahip olduğu söylenebilecek bir kavram varsa, bu sınıftır. Marksistler için toplumsal varlığın ve gelişmenin temeli olan emek ve üretimle tamamlayıcı bağlantıları nedeniyle sınıf birinci derecede önemlidir Genel olarak, ana akım sosyoloji, sınıf tanımı açısından meslek, gelir, eğitim ve tüketim kalıplarını kilit kıstaslar olarak kullanarak, sınıfı bir dizi katman olarak sunar. Herhangi bir sınıf haritasına önemli tonlar ve ince ayrımlar katarama sınıfın Marksizm'e göre temel gerçeğini karakteristik olarak dışarıda tutar: Toplumsal (ve iktisadi) üretim ilişkileri(Wayne, 2009: 19-22). Bu üretim ilişkilerine odaklanan Marksistyaklaşım, üretim araçlarını elinde tutan işveren ve emeğini satarak yaşamını devam ettiren emekçiler arasındaki ilişkileri açıklamak için sınıf kavramını kullanır.

İster para ister mal isterse üretim araçları, biçimi her ne olursa olsun, sermaye emektir. Kapitalist tarafından el konulmak ve daha fazla sermaye birikimi içinde kullanılmak suretiyle sermaye haline gelen yalnızca, üretim döngüsünün önceki evrelerinin cisimleşmiş ürünü olan geçmişte sarf edilen emektir. Ayrıca, kapitalist tarafından üretim sürecini harekete geçirmek için satın alınan canlı emek olarak da, emek sermayedir (Braverman. 2008: 345). Emeğini sermayenin emrine vermek, işçi sınıfını, sermayenin yaşayan parçası haline getirmektedir. Emeğiyle toplam sermayeye artı değer fazlalılığını veren süreci harekete geçirecek parçası olan işçi sınıfı, bu haliyle, öncelikle sömürünün hammaddesidir.

Sınıf bir toplumsal ve iktisadi konum belirtir ve sınıflar arasında uzlaşmaz bir ilişki içerir. Yukarda da belirtildiği gibi sınıfın Marksizm'e göre temel gerçeği, toplumsal ilişkiler ve üretim ilişkileridir. Marksizm, sınıf çatışmalarında dikkati kapitalist sınıfa çekmektedir. Kapitalist sınıftan bahsetmek ise, bir sınıf olarak eylemliliklerinin dünyayı kendi çıkarlarına göre düzenleme ve biçimlendirme

yönündeki bilinçli çabalarının üzerinde durmak anlamına gelir. Ama kapitalistler aynı zamanda bir anlamda "sermayenin kişileşmesidir". Çünkü onlar bile sermayenin mantığı tarafından belirlenen parametreler çerçevesinde ve onlara göre hareket etmek durumundadırlar. Bu mantığın iki ana özelliği vardır: Kâr birikimi sağlama güdüsü ve rekabet (Aktaran: Wayne, 2009: 24). Bu iki amaç yönünde düzenlenen piyasa koşullarına kapitalistlerin kendileri de uymak zorunda kalmaktadır. Bu mantık içinde kapitalistler yatırımlarının karşılığını alma, kar birikimini yükseltmek için daha fazla sermaye, daha fazla güç ve rakipleri karşısında avantaj sağlamak istemektedirler.

Sermayenin güçlerinin boyutları ve nüfuz derecesi, özellikle de üretim sürecini tekrar yapılandırması orta sınıfın geniş tabakalarını gündelikçileştirme ve vasıfsızlaştırma gibi yollardan etkilemeye başlamıştır (Wayne, 2009: 24). Bu süreçler yine kapitalizmin getirdiği farklılaşma ve ayrıcalıklarla çakışmakta ve çatışmaktadır. Kapitalistler, işçi sınıfı içinden sadece küçük bir azınlığa, kendi işlerine gözetmenlik etmek ve diğerlerini yönetmek için, diğerlerinde olmayan ayrıcalıklar vermektedirler.

Her ne kadar emek gücünü satmak için resmi bir zorlama olmasa da bu yapılmadan veya yapılamadığı sürece emek son derece zayıf ve sıra dışı bir şekilde var olmaya mahkûmdur. Dolayısıyla Marx'ın "iktisadın kör zorlaması" adını verdiği bu durum nedeniyle, emek hayatta kalmak için başka bir çıkar yolu olmadığı için, sermayeye tabi bir ilişkiye zorlanmaktadır (Wayne, 2009: 25). Bu kısır döngüyü kırmanın yolu da ancak üretim, dağıtım ve paylaşım alanlarında emek gücünün, sermaye ile eşit güce ve söz hakkına sahip olmasında yatar.

Emek sırasında insanlar seçimler yapmakta ve kararlar vermektedir. İnsan emeği özünde pratik yaratıcılıktır. İnsan yaşamını devam ettirmek için doğaya bağımlı olsa da, emeğiyle dünyayı bilinçli dönüştürmektedir. İnsan emeği aracılığıyla, yaşam koşullarını denetlemek ve dönüştürmek olanağını bulmaktadır. Emek gücünün ortaya çıkışı ve kullanımı işçinin kendi yaşam etkinliğidir. Ancak, kapitalizm, işçinin emeğini satın alarak, denetimi sermayeye bırakan bir yol açmıştır. Bunun sonucu olarak işçinin kendi yaşam etkinliğinin, sermayedara kazanç sağlamak olarak kullanılması, emeğin denetiminin işçinin elinden alınmasıdır. İşçi, kapitalizm ile sermaye sahibine bağımlı olmuş ve kendi yaşamını devam ettirmek, ihtiyaçlarını karşılamak için emeğini satmak zorunda bırakılmıştır (Wayne, 2009: 52). Marksist

görüş, kapitalistlerin işgücünün ürettiği emeğin üzerinde kontrol sağlayıp, üretimi yönlendirdikleri ve kendi çıkarları için emeği kullandıklarını öne sürmektedir.

Emek, insanın çabasıyla ortaya çıkan bir etkinliktir ve sonuçta maddi bir değişim gerçekleşir. Sermayenin de temel olarak, sadece ortaya çıkan hammaddeleri ve iş araçlarını değil, emeği de içerdiği anlaşılmaktadır. Mike Wayne, *Marksizm ve Medya Araştırmaları-anahtar kavramlar ve çağdaş eğilimler (2009)* kitabında ”Sermayeyi sermaye yapan parçası olduğu toplumsal ilişkilerdir’’ demektedir. Marksist anlamda sermayenin hem maddi, fiziksel cevher, para, hammadde, makineler, teknoloji ve aletleri kapsadığını hem de artı toplumsal ilişkiler anlamına geldiğini iddia etmektedir. Sermayenin, üretim sonrasında emeğin yarattığı metaya, kullanım değiş tokuşunda başka bir değer yüklediğini ve paraya dönüştüğünü ifade eder (Wayne, 2009: 155).

Kapitalist üretim, değişim ilişkilerini, metayı ve parayı gerektirir, ama onun esas özelliği emek gücünün alımı ve satımıdır. Bu amaçla üç temel koşul toplum ölçeğinde genelleşir. Birincisi, işçiler üretimin sürdürülmesini sağlayan araçlardan kopartılırlar ve bu araçlara yalnızca, emek güçlerini başkalarına satarak ulaşabilirler. İkincisi, işçiler, emek güçlerini elden çıkarmalarını engelleyen, serflik ya da kölelik gibi yasal sınırlamalardan özgürleşmişlerdir. Üçüncüsü, işçinin istihdam edilmesinin amacı işverene, yani kapitalist olarak işlev görmekte olan kişiye ait olan bir birim sermayenin genişletilmesi biçimine bürünür. O halde emek süreci, emek gücünün işçi tarafından satıldığı ve işveren tarafından satın alındığı koşulları yöneten bir sözleşme ya da anlaşma ile başlar (Braverman, 2008: 77). İşçi çalışma anlaşmasına, toplumsal koşulların kendisine, hayatını kazanacağı başka hiç bir yol bırakmaması nedeniyle girer.

İşveren, genişletmeye çalıştığı bir birimlik sermayenin sahibidir ve bunu yapmak için de bu sermayenin bir parçasını ücrete dönüştürür. Böylece, genel olarak kullanım değeri üreten bir süreç iken, artık özel olarak sermayenin genişlemesi,kârın yaratılması süreci haline gelmiş olan emek sürecini harekete geçirir. Emek süreci artık bir sermaye birikim sürecine dönüşmüştür. Bu nedenle, Marx’a göre emek süreci aynı zamanda bir sermaye birikim sürecidir. Üstelik emek sürecinin denetimini ele geçiren kapitalistin zihnine ve etkinliklerine hâkim olan da, işin bu

ikinci yönüdür (Braverman, 2008: 78). Kapitalistler bu emek sürecinin denetimini, her birimlik üretim için ne kadar emek gücü gerektiğini, hangi üretim araçlarının ne şekilde kullanılacağını ve bu ürünü üretmek için ne kadar süre harcanacağını emekçilere kabul ettirerek sağlarlar.

Marx'ın yazdığı gibi sermaye, metaları ve metaların ucuzlaştırılması yoluyla bizzat işçinin kendisini ucuzlaştırmak için, emeğin üretkenliğini yükseltmeye yönelik içsel bir dürtüye ve devamlı bir eğilime sahiptir. Bu süreç, yeni teknolojileri ve bilimsel yönetim ilkelerini emek sürecine uygulayarak, işi onu oluşturan parçalarına ayırarak, işçileri vasıfsızlaştırarak, kavramayı uygulamadan ayırarak ve işi yönetimin denetimine sokarak gerçekleştirilir (Braverman, 2008: 55). Bu süreçte sermayenin işsiz kalmış insanları yedek işgücü olarak kullanmak gibi bir avantajı da vardır.

Emek ve sermaye kapitalist toplumun karşıt kutuplarıdır. Bu kutupsal karşıtlık, her bir işletmenin içinde başlar ve sosyal yapıya hâkim olan devasa bir sınıfsal ikilik halinde ulusal ve hatta uluslararası ölçekte gerçekleşir (Braverman, 2008: 345). Emek gücünün kullanımı işçinin kendi yaşam etkinliğidir. Oysa kapitalizmde emek emek gücünü satarak- denetimi sermayeye bırakır. Bu görüşe göre emeği oluşturan insanın kol ve beyin gücü emeği ile değişim değerleri sermayenin kontrolüne geçerek sermaye oluşumunun bir parçası olmaktadır.

1.1.3. Emeğin Metalaşması

Kapitalist üretim tarzının ilk yenilikçi ilkesi manifaktür işbölümüydü ve işbölümü şu ya da bu biçimde sanayi örgütlenmesinin temel ilkesi olmaya devam etti. Manifaktür işbölümü, ürünü ortaya çıkartan süreçlerin, farklı farklı işçiler tarafından gerçekleştirilen türlü çeşitli işlemler halinde parçalanmasından oluşur. Kapitalist sanayideki işbölümü, hiçbir biçimde üretimle ilgili görevlerin, zanaatların ya da uzmanlıkların, toplum içinde dağıtılması olgusuyla özdeş bir durum değildir. Çünkü bilinen toplumların hepsi, çalışmayı üretken uzmanlık alanlarına göre bölmüşken, kapitalizmden önce hiç bir üretim tarzı, her bir üretken uzmanlık çalışmasını sınırlı işlemlerden oluşan altbölümlere sistemli biçimde parçalamış değildir (Braverman, 2008: 93). Kapitalizm bunu başararak hem işçinin sahip olacağı

vasfı, hem üretim için kullanacağı enerjiyi ve süreyi, hem işin niteliğini belirleyebilme şansına sahip oldu.

Adam Smith tarafından *Ulusların Zenginliği*'nin ilk bölümünde yapılan ünlü tartışmada, işbölümünün sonucu olarak aynı sayıdaki insanın gerçekleştirme yeteneğine sahip olduğu işin niceliğinde ortaya çıkan bu büyük artış, varlığını üç şarta borçludur; Birincisi, tek tek işçilerin sahip oldukları becerinin artmasına; ikincisi, genellikle bir iş türünden diğerine geçerken yitirilen zamanın kullanılmasına; son olarak da, işi kolaylaştırıp süresini kısaltan ve tek bir kişinin, birçok kişinin işini yapmasını mümkün kılan çok sayıda makinenin icat edilmesine (Aktaran: Braverman, 2008: 98). Üretim içindeki işbölümü emek sürecinin çözümlenmesiyle, yani üretme işinin kurucu öğelerine ayrılmasıyla başlar. Fakat parça işçisini oluşturan, başlı başına bu durum değildir. Bu tür bir çözümleme ya da parçalama, aslında işçiler tarafından kendi ihtiyaçlarına uyacak biçimde örgütlenen bütün emek süreçlerinin karakteristiğidir.

Braverman burada toplu iğne yapımını Adam Smith'ten alıntı yaparak tarif etmektedir. Toplu iğne yapımında verilen örnekte, işlemler birbirinden ayrılmakla kalmamış, ayrıca farklı işçiler arasında dağıtılmıştır da. Bu uygulamada, emek sürecinin çözümlenmesinin yanı sıra aynı zamanda parça işçisinin yaratılması da gerçekleşmiştir. Böylelikle her bir birim iş, parçalara bölünmüş, daha kısa sürede, daha basit işlemlerle yapılmış, zamandan tasarruf işlemlerin farklı işçiler arasında bölünmesiyle ortaya çıkmıştır.

Braverman'ın Charles Babbage'ın 1832 yılında yayınlanan *On the Economy of Machinery and Manufacturers (Makine ve Manifaktürlerin Ekonomisi)* adlı kitabından alıntıladığı üzere; emek gücünün alım ve satımına dayalı bir toplumda, zanaatın tekil parçalarına bölünmesi bu tekil parçaları ucuzlatır. Bir toplu iğneyi tek başına imal eden bir işçi yerine bu işi on bir işçi yaptığında işveren tarafından harcanan para yarı yarıya düşmektedir. Babbage ilkesi, kapitalist toplumdaki işbölümünün evrimi açısından temel bir nitelik taşır. Süreci gerçekleştirme yeteneğine sahip olan emek gücünün, parçalanmış öğeler olarak, tek bir işçide bütünleşmiş olan bir yetenekten daha ucuza satın alınmasının mümkün olduğu anlamına gelir.

Babbage ilkesine göre, kapitalist üretim tarzının her konuda bilgiye ulaşmış yetenekteki çok sayıda işçi yerine, her biri sadece üretimin belli konularında üretim yapabilme vasıfları olan çok sayıda ucuz insan gücüne ve onların arasından sadece bir kaç tane üretimi kontrol edebilecek özel bilgi ve yeteneğe sahip kişiye ihtiyaç duyacağı genel kabul görür (Braverman, 2008: 100-103). Örneği verilen toplu iğne üretimi en basit üretim parçalarına ayrılmıştır. Bir işçi sadece, her bir toplu iğnenin öngörülen uzunluğu kadar metal parçaları keserken, diğeri bu parçaların uç kısmını, bir diğeri baş kısmını, bir diğeri parlatmasını, diğeri paketlemesini vs. yapmaktadır. Böylelikle işin tümünü yapmak için yeterli bilgi elinden alınan işçi, işini kaybetmemek için, ustabaşları tarafından denetlenen ortamda, kendisinden istenen, en basit işi, en kısa sürede yapmak zorundadır.

İşçilerin ve işlerin niteliksiz olması için, parçalanma, rasyonelleşme ve mekanikleşme aracılığıyla uzun dönemli bir süreçten bahsedilmektedir. Bu durum hem mutlak hem de göreceli olarak geçerlidir. İşçiler zanaat ve geleneksel becerilerini yitirirler. Bilimsel bilgi daha baskın olmaya başlar. İşçiler geleneksel becerilerini korusalar bile ayrıştırılmış (parçalanmış) iş süreci bu geleneksel becerilerin kullanılmasını talep etmez. Böylece bir işçi, kişisel yetenekleri göz önünde tutulmadan ucuz ve kolay bir şekilde başka işçilerle kolayca ikame edilebilir (Zimbalist'ten akt. Savul, 2008: 80)

Emek gücünü, kapitalistlerin kullanım biçimi, meta haline getirmiştir. Kullanım biçimleri artık onu satanların ihtiyaç ve arzuları uyarınca değil, temelde, sermayelerinin değerini genişletmek isteyen işverenler olan emek gücünü satın alanların ihtiyaçlarına göre örgütlenir. Böylece metayı ucuzlatmak, satıcıların sürekli çıkarına olmaktadır.

En yaygın emek gücü ucuzlatma tarzı Babbage ilkesine, yani emek gücünün en basit ögelerine parçalanmasına dayalı yukarda değinilen tarzdır. Özetlersek, kapitalist üretim tarzı kendi ihtiyaçlarına uygun bir çalışan nüfus yaratırken, Babbage ilkesi, tam da bu "emek pazarının" kendi biçimi tarafından, kapitalistlerin kendisine dayatılır. Emek sürecindeki her adım, mümkün olduğu ölçüde, özel bilgi ve eğitimden kopartılarak basit emeğe indirgenir. Bu arada, az sayıdaki insana da özel bilgi ve eğitimin yolu açılarak, basit emeğin yükümlülüklerinden özgür kılınır. Bütün

emek süreçlerine, zamanları sonsuz biçimde değerli olanlarla, zamanları beş kuruşluk değeri olmayanları kutuplaştıran bir özellik kazandırılır (Braverman, 2008: 103). Bu durum kapitalist işbölümünün en kuvvetli, genel ve geçerli olan yasasıdır. Braverman'a göre bu genel ilkeler sadece çalışmayı değil, aynı zamanda nüfusu biçimlendiren kitlesel basit emeği yaratmaktadır.

1.1.4. Yabancılaşma ve Emeğin Soyutlaşması

Emek süreci, hem artı-değerin hem de egemenlik ilişkilerinin başlangıç noktasıdır. Marx'ta, emek sürecinin, kapitalizmin tahlilinin ve sınıf mücadelesinin ilk noktası olarak düşünülmesinin en önemli nedeni de budur. Kapitalist emek süreci, artı-değer üretme süreci ile birlikte bir bütün oluşturmuştur. Diğer bir deyişle, kapitalist emek sürecinde işçi, kullandığı üretim araçlarından tümüyle koparılmış olarak kapitalistin denetiminde çalışmakta ve artı-değer üretmektedir. Marx için artı-değer üretimi, yalnızca sermayenin karının kaynağını değildir; aynı zamanda acımasız egemenlik mantığını da içermektedir (Özdemir, 2010: 37). Kapitalist emek süreci, yalnızca üretim ilişkilerinin yeniden üretim alanını içermez; aynı zamanda siyasal süreçleri de içerir. Dolayısıyla, emek süreci teorisi, kapitalist emek sürecinin ve işyerinde üretilen ve yeniden üretilen teknik ve toplumsal ilişkilerin, sınıf ilişkileri ve kapitalizmin ekonomi politiği içinde anlaşılabileceğini vurgulamaktadır.

Zorbaemek rejimleri, baskının rızaya üstün geldiği rejimlerdir. Zor ve baskıyla yönetilen emek rejimleri, piyasanın anarşik yapısına tabidir. Piyasanın anarşik yapısı, kapitaliste istediği gibi işe alıp çıkarma ve istediği sürelerde çalıştırma imkânı sağlamaktadır. Marx'ın "piyasa despotizmi" olarak adlandırdığı bu durum, emeğin sermayenin mutlak egemenliği altına girmesini sağlarken, üretimin siyasetine de despotik bir karakter verir. Despotik emek rejimlerinde, emek gücünün yeniden üretimi devlet tarafından güvenceye alınmamıştır. Devlet, fabrika içindeki yapıya emek politikaları ve/veya sosyal politikalarla müdahale etmemektedir. Despotik emek rejimi, bir yedek işçi ordusunu oluşturan işsizlerin rekabeti altında yapıldığı bir arka plan içinde gerçekleşmektedir (Özdemir: 2010: 42). Yedek işsiz ordusunu oluşturan emekçilerin birbiriyle rekabeti, emeğin ucuzlamasına ve işgücünün sürekli sömürülmesine katkı sunmaktadır.

Marx'a göre, kapitalist sistemde, en güçlü derecede soyutlanma sergileyen, maddi gerçekliğin kendisidir. Elle tutulur ve kendine özgü olanla bağı kopmuş olan, maddi gerçekliktir. Emek aracılığıyla insanlar çevrelerindeki doğal ve toplumsal dünyayı ve dolayısıyla aynı zamanda kendilerini dönüştürürler. Marx'ın sözleriyle işte bu nedenle, her ne kadar "arılar peteklerini pek çok mimarı gölgede bırakacak ustalıkta yapsalar bile… en kötü mimarı en iyi arıdan ayıran özellik mimarın yapıları gerçeklikten önce kendi hayalinde inşa etmesidir'' (Aktaran: Wayne, 2009: 51). Ne var ki kendi elleriyle dünyayı dönüştürdükleri emek gücü, kapitalistlerce emekçilerin elinden alınır. Artık "Sanayi Devrimi" öncesi kendi ihtiyaçlarını kendisi üreten insan gücü, kapitalistlerin fabrikalarında diğer insanların tüketmesi için belirli ürünleri üreten bunun karşılığı olarak sermaye gücünü elinde tutan işverenin öngördüğü ücreti alan kişilere dönüşür. Kapitalizm ile birlikte emek gücü kapitalist üretim amacına göre dönüştürülmüştür.

Temel gereksinimleri karşılamak ve yaşamak için çalışma ile (zorunlu çalışma) insanın tüm yaratıcılığını ortaya koyduğu ve çalışmanın bir zevk haline geldiği çalışma arasında yabancılaşma olgusu durmaktadır. Yabancılaşma olgusunun temeli her ne kadar ekonomik ise de, bu, üst yapısal kurumların önemsiz olduğu ve yabancılaşmayı etkilemediği anlamına gelmez. Bu iki temel olgu, siyasal üst yapı ve ekonomik altyapı birbiriyle bağlantılı olarak birbirlerinin yaptıklarını pekiştirirler. Üretimin örgütlenmesinden, insanların yönlendirilmesi için kullanılan tüm araçlara kadar siyasal üst yapı, ekonomik altyapıyı pekiştirme görevini yapar(sosyalist forum web sitesi, 5.5.2014). Siyasal üstyapı ile toplum, ekonomik koşullara kendi rızası veya zorla tabi kılınmaktadır. Bu anlamda devletin örgütlenmesi, toplumsal ve siyasal kültür, devletin ideolojik aygıtları (okul, dini kurumlar, güvenlik örgütü), toplumsal sınıflar arasındaki farkındalık gibi unsurlar ekonomik altyapıyı doğrudan veya dolaylı etkilemektedir.

Marx 1844'de yayınlanan el yazmalarında emeğin yabancılaşmasına özel bir yer ayırmaktadır. Ona göre, işçi ne kadar zenginlik üretir, üretimi yapabilme gücü ve hacim bakımından ne kadar artarsa o kadar yoksullaşır. Ne kadar çok meta üretirse o kadar ucuz bir meta olur. İnsanların dünyasının değersizleşmesi, nesnelerin dünyasının değer kazanmasıyla orantılı olarak artar. Emek sadece mal üretmekle kalmaz, genel olarak aynı zamanda mal ürettiği ölçüde kendi kendini ve işçiyi de

meta olarak üretir. Bu olgudan şu çıkarsama yapılabilir; emeğin ürettiği nesne, onun ürünü, yabancı bir varlık olarak, üreticiden bağımsız bir erk olarak, ona karşı koyar. Emek ürünü bir nesne içinde saptanmış, somutlaşmış emektir, emeğin nesnelleşmesidir. Emeğin gerçekleşmesi, onun nesnelleştirilmesidir. Ekonomi aşamasında emeğin bu gerçekleşmesi, işçi için kendi gerçekliğinin yitirilmesi olarak, nesneye kölelik olarak, yabancılaşma, kendine mal etme, yoksunluk olarak görünür (Aktaran: Korkmaz, 5.5.2014).

1.2. MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ

Medya endüstrileri, hem diğer endüstrilere benzemekte hem de onlardan farklı bir boyut taşımaktadırlar. Bir yandan diğer üretim alanlarıyla birlikte ortak biçimde iktisadi mallar üretmekte, öte yandan bu mallar sembolik değer taşımaktadır. Bilinç endüstrisi (kültür endüstrisi) gibi adlandırmalar da bu ikili boyutla bağlantılıdır; bilişsel üretim ve kültürel ürünleri vurgulamaktadır. Aşağıda bu vurgular çerçevesinde düşünülebilecek ekonomi politik yaklaşıma yer verilmektedir.

1.2.1. Medya Çalışmalarında Ekonomi-Politik Perspektif

Liberal ekonomi politikçiler, pazardaki değiş tokuş meselesinin üzerine daha fazla eğilirler. Çünkü onlara göre tüketiciler, rakip ürünleri seçerken, fayda ve doyum üzerinden hareket ederek seçimlerini gerçekleştirirler. Buna karşılık, eleştirel ekonomi politikçiler, hem kültür endüstrilerinde hem de direkt mal değiş tokuş alanında, mülkiyetin ve üretimin örgütlenmesine odaklanmakta, kendilerine Marx'ın yolunu rehber edinirler. Eleştirel ekonomi politikçiler, kültürü üretenlerin de tüketenlerin de durmaksızın tercihler yaptıklarını kabul ederler, ancak bu kabulü daha geniş yapılar dâhilinde ele almayı önemserler. Ana akım ekonomi bilimi, kapitalizmin egemen bireylerine odaklanır. Eleştirel ekonomi politiğin işe başladığı ana nokta ise, iktidar oyunları ve toplumsal ilişkiler dizileridir (Golding and Murdock, 1991: 18-19). Bu toplumsal ilişkiler, içlerinde haberin, basın sahipleri, editörler ya da gazeteciler ile haber kaynakları arasındaki ilişkiler ağı tarafından yapılandırılma tarzından, televizyon izlemenin ve ev yaşantısının düzenlenmesi ve ailedeki iktidar ilişkileri tarafından etkilenmesi tarzına kadar uzanan geniş bir yelpazeyi içlerinde barındırırlar. Eleştirel ekonomi politik, iletişim etkinliğinin maddi

ve simgesel kaynakların eşit olmayan biçimde nasıl yapılandırıldığı ile de özellikle ilgilenir.

Eleştirel perspektife göre, düşünceler maddi etkinliklere, gerçek yaşam süreçlerine ve pratiğine, insan ilişkilerine bağlıdır. Eleştirel ekonomi politikçiler temel olarak kitle iletişim süreçlerinin mülkiyet ve kontrolle bağıntısı üzerinde durmuştur. Ekonomi politik perspektif, toplumsal süreçte yer alan aktörler ile bu aktörlerin toplumsal pratiklerini ve bu sürece ilişkin fikir ve düşüncelerini yapısal olarak ele alır. Kitle iletişim ürünlerinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarını bağlamları ile inceler. Bu nedenle, medyanın gelişmesi, büyümesi, metalaşma, küreselleşme, iletişim politikalarının saptanması, devlet ve hükümet politikaları ile reklam verenlerin rolünü bütünsel olarak ele almaya imkân verir (Yaylagül, 2010: 147). Kitle iletişimi alanında ekonomi politik yaklaşım, ekonomik, siyasal güçlerin ve üretim ilişkilerinin medyanın kurumsal yapısını ve içeriğini belirlediğine dikkat çeker. Bu yaklaşım ulusal ve uluslararası pazarda kültürel malların üretim ve dağıtımını belirleyen ekonomik ve politik güçleri açıklayarak eleştirir.

Çok temel olarak söylemek gerekirse ekonomi- politik, kapitalist toplumların, kurumları ve pratikleri metalaşmanın ve sermaye birikiminin mantığına göre düzenleyen hâkim bir üretim tarzına göre örgütlendiğinin, buna göre kültürel üretimin de kâr ve pazar yönelimli olduğunun altını çizer. Üretim güçleri (medya teknolojileri ve yaratıcı emek gibi unsurlar) ne tür kültürel nesnelerin üretileceği ve nasıl tüketileceğini belirlemede önemli olan egemen üretim ilişkilerine göre işler. Politik ekonomi sadece ekonomiye değil ekonomi, politika ve toplumsal gerçekliğin diğer boyutları arasındaki ilişkilerle de ilgilenir (Aktaran: Seçkin, 2004: 29).

Tarihsel açıdan baktığımızda, medya çalışmalarında Frankfurt Okulu'nun 1940'larda, kültür endüstrisi kavramlaştırması ve bu kavram aracılığıyla kültürün metalaştırılmasına dikkat çekmesi, kitle iletişim çalışmalarına yeni bir yol açmıştır. Frankfurt Okulu, kültürün metalaşması sürecine yönelik yorumlarıyla iletişim etkinliklerinin maddi süreçlerle bağlantılarına açıklık getirmiştir.

1960'lı yılların ortalarından itibaren ise, Herbert Schiller ve Noam Chomsky gibi yazarlar, kültür emperyalizmi ve uluslarası şirketlerin yeni tür sömürgecilikte 'rıza yaratma' statejilerinden yararlanmaları konusunda yaptıkları tartışmalarla

ekonomi politik yaklaşıma katkı sunmuşlardır. 1960'lı yılların sonu ve 1970'li yılların başında ise N.Garnham, G.Murdock ve P.Golding'in başını çektiğiİngiltere odaklı bir ekonomi politik yaklaşım gelişmiştir. Eleştirel ekonomi politik perspektifle aktör ve eyleme vurgu yapanlar ile yapı ve koşullara vurgu yapanlara göre araçsalcı ve yapısalcı yaklaşımlar ayrıştırılmaktadır. Örneğin Schiller ve Chomsky ekonomi politik yaklaşımlarında araçsalcı bir yaklaşım göstermişlerdir. Araçsalcılık kapitalistler ve onların pazarda ekonomik güçlerini kullanma biçimleri üzerinde durmaktadır. Araçsalcılar, medya sahiplerinin amaçları doğrultusunda müdahalelerine odaklanır. Herbert Schiller, uluslarası bağımlılık ilişkisi çerçevesinde gelişmemiş ülkelerin sömürülmesi sorununun medya ile bağıntısını incelemiştir. Sermayenin genişleme ihtiyacı dolayısıyla iç pazarların tükendiği durumda, dışarıya özellikle gelişmemiş ülkelere açılmayı zorunlu gördüğü savıyla, Schiller kültür emperyalizmi veya medya emperyalizmi kavramlarına zemin hazırlamıştır. Schiller'e göre, reklamın gücü ve yönlendirilen ihtiyaçlarla, insanların zamanı tüketime elverişli hale getirilmektedir. Makro-ekonomik ihtiyaçlar ve medya içeriği arasında doğrudan bir bağ kuran Schiller araçsalcı bir bakış açısını yansıtmaktadır (Adaklı, 2006: 24). Bu önermeye göre kapitalistler, üretimlerini, uluslararası pazarlarda yeni tüketiciler yaratarak kâra dönüştürmektedirler.

Schiller'e göre, medyanın gelişmesi kısaca kültürün endüstrileşmesi sürecidir. Şirket menzilinin genişlemesi, 20.yüzyılda yoğunlaşan iletişim endüstrisinin farklı iletişim alanlarının yanı sıra, farklı sektörleri de içine katması ve kültürel alana müdahale biçimlerini çeşitlendirmelerini içermektedir. İletişim endüstrilerinin kültürel alana müdahalesi iki biçimde olmaktadır. Birincisi, gazeteler, dergiler, televizyon, film, müzik ve eğlence mekânları vb, üretici olunan sektörlerde genişleme yoluyla ve ikincisi, reklamcı ve destekleyici roller aracılığıyla (Aktaran: Adaklı, 2006: 30). Schiller'in bu noktada odaklandığı, medyada tekelleşme ve medya sahipliği, uluslararası medya şirketlerinin etkinliklerinin dünya ölçeğinde artması ile finansal olarak kültürel alana etkileri olmaktadır.

Araçsalcılar, yapısal boyutu ihmal ederek, kapitalistlerin kamusal bilgi akışının kendi çıkarlarıyla uyumlu olmasını garantilemek amacıyla, ticari pazar sisteminin içinde ekonomik güçlerini kullanma tarzları üzerine odaklanırlar. Araçsalcılar, özel mülkiyetin çatısı altındaki iletişim araçlarını sınıf zorbalığının özel bir aracı olarak

görürler. Bu iddia, Edward S. Herman ve Noam Chomsky'nin *Manifacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (Rızanın Üretimi: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politiği)* (1988) adlı yapıtlarında başarılı bir biçimde savunulur. Herman ve Chomsky, Amerikan haber medyasının "propaganda modeli" adını verdikleri bir model geliştirmişlerdir ve egemen güçlerin "söylemin öncüllerini belirleme, halkın neyi göreceğine, duyacağına ve düşüneceğine karar verme ve düzenli propaganda kampanyaları aracılığı ile kamuoyunu "yönetme" yetisine sahip olduklarını" savunmaktadırlar (Golding ve Murdock, 1991). Hükümetin ve iş çevresinin seçkinlerinin haberlere ayrıcalıklı erişimlerinin olduğu yadsınamaz; büyük reklamcılar bazı gazeteleri ve televizyon programlarını destekleyerek, bize ertesi günün ruhsatını veren otoriteler gibi işlemektedirler. Ayrıca medya patronları sahip oldukları gazetelerin ve yayın istasyonlarının yorum çizgisini ve kültürel duruşunu belirlemekte fazlasıyla söz sahibi olabilmektedirler'' (Chomsky, 2010: 36). Bu anlayışa en büyük eleştiri, sağlıklı bir medya çözümlemesi için, medyanın sınırları ve kaynaklarının bilinmesi gerektiğidir. Bu sınırların doğasını ve kaynaklarını keşfetmek ve çözümlemek, eleştirel ekonomi politik için temel bir görevdir.

Araçsalcılar, sistemdeki çelişkileri gözden kaçırmakla eleştirilmiştir. Çünkü medya sahipleri, reklamcılar ve bazı önemli politik aktörler her zaman diledikleri gibi eylemde bulunamazlar. İçinde bulunulan şartlar fırsatlar sunduğu kadar sınırlamaları da beraberinde getirir. Bunun karşısında yapısalcılık da bu yapıları ve yapısal kısıtları aşırı abartma eğiliminde olmakla eleştirilir. Yapıları sabit ve katı biçimde düşünmek, toplumsal değişimleri dikkate almamak anlamına gelir. Yapıları, eylem yoluyla sürekli yeniden üretilen ama aynı zamanda değiştirilen esnek ve dinamik oluşumlar olarak görmek, eylemin de yapısal olarak oluşturulduğunu gözden kaçırmamak gereklidir (Golding ve Murdock, 1991).

İngiltere'de 1970'lerin başında başını Golding ve Murdock'un çektiği ekonomi-politik çalışmalar alana önemli katkı yapmıştır. Golding ve Murdock'un "Kitle İletişimin Ekonomi Politiği İçin" başlıklı makalelerinde şu temel varsayımlar vurgulanır; Kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği, herşeyden önce medyanın meta üretip dağıtan, endüstriyel ve ticari örgütler olduğu kabul edilmelidir. Fakat medya sektörleri birbirinden ayırt edilemez, çünkü bunlar şemsiyesi altında bulundukları şirketin kontrolündedir ve eylemleri ancak geniş ekonomik bağlamlı

ilişkiler dikkate alınarak anlaşılabilir. Medyanın ekonomik düşüncelerin yayılmasında ideolojik işleyişine de uzanarak çözümleme yapılmalıdır (Adaklı, 2006: 25). Aynı akademisyenlere göre, akademisyenlerden, politikacılara kadar herkes, artık kamusal iletişim olarak nitelenen sistemlerin, "kültür endüstrisinin" bir parçası olduğu konusunda fikir birliğine varmıştır. Popüler bir alan olma sebebi ile bu örgütlerin, öteki endüstri alanlarıyla benzerlik ve farklılıkları daha çok gündeme taşınmaktadır. Genel endüstriyel yapıyla gittikçe bütünleşen bu endüstrilerin, ürettiği ürünlerin, insanların dünyayı anlamlı kıldıkları imge ve söylemleri düzenlemede yaşamsal bir rol oynadıkları kabul edilmektedir. Eleştirel ekonomi politik bakış açısını, diğerlerinden ayıran temel nokta kamusal iletişimin bu simgesel ve ekonomik boyutları arasındaki etkileşime odaklanmasıdır (Golding and Murdock, 1991: 15). Bu nedenle BBC gibi bir kurum hem çalışan personel, şirket yapısı ile İngiltere için de etkin bir kitle etkileşim kurumu olarak işlev görürken, diğer yandan İngiltere'nin kültürel, politik yapısının yansıması olmaktadır.

Kitle iletişimi alanında ekonomi politik yaklaşım, ekonomik, siyasal güçlerin ve üretim ilişkilerinin medyanın kurumsal yapısını ve içeriğini belirlediğine dikkat çeker. Bu yaklaşım ulusal ve uluslararası pazarda kültürel malların üretim ve dağıtımını belirleyen ekonomik ve politik güçleri açıklayarak eleştirir. Medya kurumları ve bunların ürettiği metalar sosyo-politik, sosyoekonomik toplumsal çevrenin ve egemen ilişkilerin dışa vurumudur. Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre, kapitalist toplumlarda medya ve kültür endüstrileri, temelde kâr etmek ve kârı en çoklaştırmak için çalışan ve bunun için diğer şirketlerle rekabete giren firmalar, endüstriyel ve ticari çevrelerde reklamcıların belirlediği bir ekonomik yapı ile devletin yasal sınırlamaları arasında üretim yapar. Bunun sonucunda kitlesel bir izleyicinin, okuyucunun tüketim konusunda ortak noktalarını bulmak zorundadırlar. Kitle iletişim kurumları, kâr etmek için pazar koşulları ve ideolojik meşrulaştırma için devletin yasal düzenlemeleri arasında bir denge tutturmak zorundadır (Garnham, 1979: 123-146). Bu nedenle, medya şirketleri, üretimde süreklilik, üretimin güvenliğinin sağlanması, devletin yapılan ticari faaliyetleri yasal olarak desteklemesini gözettikleri gibi, toplumsal ilişkileri, rekabet koşullarını da dikkate alırlar.

Garnham kitle iletişim araçlarının toplumsal rol ve işlevine ilişkin iki başlık öne sürmektedir: İlk olarak; kitle iletişim araçları meta üretimi ve değişimi yoluyla artı-değerin yaratıcısı olarak doğrudan bir ekonomik role sahiplerdir. İkincisi, bu araçlar diğer sektörlerdeki artı değerin üretiminin yaratılmasında reklam yoluyla dolaylı bir rol üstlenmektedir (Garnham, 1979: 123-146). Bu tanımlamayla medyanın, üretilen ürünlerle hem doğrudan ekonomik, toplumsal üretim alanı, hem de toplumun ilişki içinde olduğu ve kapitalist ekonomik üretimin bir aracı olarak faaliyet gösterdiği ortaya çıkmaktadır.

İletişimin ekonomi politiğinin kapsamını tayin etmeye çalışan Vincent Mosco'ya göre ekonomi politiğin iletişim çalışmalarına uygulandığında öncelikle iletişim içeriklerinin endüstrileşmesi ve metalaşması üzerinde durmak gerekir. İletişim içerikleri endüstriyel bir yapı tarafından üretilmektedir. Üretilen ürünlerin tüketiciler açısından bir kullanım değeri ve endüstri açısından bir değişim değeri vardır. Bunun dışında ikinci bir kavramsallaştırma da uzamsallaşmadır. Çünkü kitle iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ile sosyal hayatta zamanın ve mekânın sınırları aşılmıştır. Ekonomi politik, toplumsal süreçte yer alan aktörler ile bu aktörlerin toplumsal pratiklerini ve bu sürece ilişkin fikir ve düşüncelerini yapısal olarak ele alır. Kitle iletişim ürünlerinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarını bağlamları ile inceler. Medyanın gelişmesi, büyümesi, metalaşma, küreselleşme, iletişim politikalarının saptanması, devlet ve hükümet politikaları ile reklam verenlerin rolünü bütünsel olarak ele almaya imkân verir (Yaylagül, 2010: 147). Mosco'nun bütüncül yaklaşımı, medyanın, ekonomik, toplumsal ve politik ilişkileri için bir çerçeve çizmektedir.

Neo liberal politikalar ve özelleştirme ile birlikte yeni teknolojilerin toplum yaşamına girdiği 1980'ler sonrasında, İngiltere'de Golding ve Murdock'un medya araştırmaları için önerdiği tarihsel materyalist yaklaşım, gerçekçi bir analizi mümkün kılmaktadır. Golding ve Murdock, *Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik* adlı eserlerinde kültürün eleştirel ekonomi politiği için dört tarihsel sürecin incelenmesi gerektiğini ileri sürerler. Bunlar sırasıyla, medyanın gelişmesi, şirket menzilinin genişlemesi, metalaştırma, devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolü, olarak sıralanmaktadır (Golding and Murdock, 1991: 16-30). Golding ve Murdock'un önerisine göre, kültür giderek, yatay ve dikey bütünleşme içinde olan endüstri ile

metalaşmaktadır. Vincent Mosco'ya göre iletişim,artı değer üretme yeteneğine ek olarak bilincin biçimlenmesine katkı sunan simge ve imajlar içerdiği için özel ve güçlü bir meta olarak ele alınmalıdır. Dallas Smythe, izleyicilerin medya şirketleri yoluyla üretilip, reklam şirketlerine satıldığı için kitle iletişim araçlarının birincil metası olduğunu öne sürse de, Garnham bu yaklaşımı eleştirmektedir. Ona göre, doğrudan değiş tokuş edilen kültürel metaların işlevi, devletin rolü, reklam sermayesinin işlevi ve en önemlisi kitle iletişim araçlarının izleyici üretim sürecinin, sınıf ve sınıf mücadelesi ile ilişkisinin hesaba katılması gerekmektedir (Garnham, 1979: 123-146).

1.2.2. Sınıf Kuramı ve Medya Çalışanları

Toplumsal sınıf üzerinde yakın zamanlarda gerçekleştirilen çalışmalar beyaz yakalı el emeğine dayalı olmayan orta sınıf ile mavi yakalı el emekçisi işçi sınıfı üzerinde durmaktadır. Çoğu zaman bu sınıflar mesleki kategorilere göre çeşitli tabakalara bölünmektedir. Tipik bir sınıflandırma örneğinde orta sınıf ile işçi sınıfı ayrılmaktadır. Orta sınıfı oluşturan kesimler, "üst düzey profesyonel, işletmeci ve yönetici, daha alt profesyonel, işletmeci ve yönetici ile rutin beyaz yaka ve ufak ölçekli gözetim" olarak nitelendirilmektedir. İşçi sınıfı ise kaba hatlarıyla, "vasıflı el emeği, yarı vasıflı el emeği, vasıfsız el emeği" olarak gruplandırılmıştır (Aktaran: Wayne, 2009: 23). Ehrenreich işçi sınıfını şöyle tanımlamaktadır: "Profesyonel, yönetici veya girişimci olmayan; maaş yerine ücretli çalışanlar; çalışma saatlerini, kaldırmak, bükmek, araç sürmek, gözetmek, elle veya klavyeyle yazmak, temizlemek, başkalarının fiziksel bakımını yapmak, yüklemek, boşaltmak, pişirmek, servis yapmak, vb. gibi farklı şekillerde geçiren herkes" (Aktaran: Wayne: 2009: 30) Burada yazarın tanımladığı işçi tanımının yanı sıra kültür işçileri de, beyin güçleriyle üretime katkıda bulunmaktadırlar.

Orta sınıfı toplumsal üretim ilişkileri açısından işçi sınıfından farklılaştıran en önemli özelliği "bilgi işçileri" olmalarıdır. Wright'a **(**Wayne, 2009: 25**)** göre başlıca faaliyetleri "düşüncelerin işlenmesi ve yayılmasıdır". Entelektüel işçiler başkalarının emeğini kontrol etmezler ya da "kendi emek süreçlerinin büyük bölümü üzerinde gerçek denetim" sağlayamazlar. Bu işçiler, tipik olarak ekonomik düzeyde çalışan

sınıf ile küçük burjuvazi arasında ve ideolojik düzeyde ise, çalışan sınıf ile burjuvazi arasında çelişkili bir sınıf konumu, işgal ederler.

Kültür işçileri çelişkili bir sınıf konumu işgal ederler, çünkü kapitalizmle bütünleşmişler fakat çalışan sınıftan "kültürel ayrıcalıklar, görece işyeri bağımsızlığı ve (çoğunlukla) aldıkları ücret seviyesiyle" ayrışmışlardır, ama kapitalist değildirler. Kapitalizm altında, kültür işçileri, düşüncelerin işlenmesi ve yayılması gibi en değerli bilgi tarzlarını tekellerine almışlardır. Toplumsal sermaye ve Bourdieu'nun "kültürel sermaye" olarak isimlendirdiği, beceri ve tercihlerin toplumsal olarak belirlenen şekilde edinilmesi, toplumda belli bir türde insanın insanın uzmanlığı haline gelmiş ve üstünlüklerini pekiştirmiştir. Bu beceri ve tercihlerin edinilmesi, sınıf farklılıklarının daha da artmasına neden olmuştur (Aktaran: Wayne, 2009: 32). Medya sektöründe kültür işçilerinin bu çelişkili konumu, sermaye sahipleri tarafından sıkça kullanılmaktadır. Kültürel ayrıcalıkları, eğitim durumları ve görece diğer medya profesyonellerinden daha yüksek ücret almaları bu çalışanların haklarını bireysel olarak aramalarını, sendika ile mesafeli olmalarını getirmektedir.

Kültür işçilerinin kendi çalışmalarının süreci ve ürün üzerinde denetim sahibi oldukları iddia edilmektedir. Pek çok kültür işçisinin kendiliğinden motive olduğu, az ücret karşılığında uzun saatler çalışarak, kültür alanındaki kariyerlerini sürdürmek için belirsizliği ve riski kabullenerek kendilerini işe koştukları öne sürülmektedir. Bu tez eğer doğruysa emek süreci kuramını zayıflatmaktadır. Bu bakış açısından, yöneticiler kültür işçilerini motive etmek veya üretkenliği artırmakla yükümlü değildirler ve kültür işçileri kendi kendilerini sömüren olarak kabul edilmektedir.

Fakat bu yaklaşım, kapitalist emek sürecindeki denetime odaklanırken, sömürü, üretim araçları üzerindeki sahiplik ve sınıf kavramlarını görmezden gelmektedir. Cohen'e göre, emek süreci "yönetsel hâkimiyet için devam eden bir iktidar mücadelesi" yüzünden değil, ama sömürünün ve artı değer üretiminin ana dinamiğinin alanı olduğu için politiktir (Cohen, 2014: 57-58). Bu alan, eğer sömürüye engel oluşturmuyorsa üretimin denetiminden feragat edilebilir. Sermayedarlar, işçilerin yaratıcı ve duygusal potansiyellerini, onların en özgür düşünce ve güdülerini gerçekleştirmek üzere çalışma ortamlarını eğlenceli ve hoşgörülü bir atmosfere dönüştürebilmektedirler.

Wayne bu ayrımda iki noktaya dikkat çekmektedir; Birincisi, entelektüel emek ile daha çok el emeğine dayalı ve teknik emeğin kültür sektöründeki işbölümü açısından kilit bir role sahip olduğudur. İkincisi, düşüncelerin ve anlamların işlenmesi ve yayılması alanında uzmanlaşmakla, üretim sürecinde nispeten bir miktar özerklik ve bağımsızlık kazanmak arasında yakın bir bağ vardır. Bunun nedeni, düşüncelerin zamanla bir süreç içinde gelişmesi ve sürekli gözetim ve kesintinin bu gelişim biçimini kesintiye uğratma ve bozma tehlikesi yaratmasıdır (Wayne, 2009: 33). Bu kuramsal yaklaşımın örneklerinin en iyi gözlenebileceği meslekler muhabirlik ve kameramanlıktır. Enformasyonun toplanmasında, işlenmesinde bir miktar özerkliğe sahip olan bu meslekler, yöneticilerin sıkı denetiminde çalışabilmektedir.

Kapitalizmde gazetecilerin gerçek konumunu anlamada problemin, kapitalistlerce, ücretli emekçi olarak istihdam edilen gazetecilerin, bu konumlarını ihmal ederek, asıl konudan uzaklaşacak kadar entelektüel çalışma boyutuyla ilgilenmeleri olduğu iddia edilmektedir. Yabancılaşmabu bağlamda işçinin bir yandan üretim araçlarından, diğer yandan kendi yaşam etkinliklerinden ayrılması anlamına gelir. Marx'ın açıkladığı gibi kapitalist toplumda yabancılaşmış bir işçi sonuç olarak o kişiye yabancı ve düşman bir güç olarak karşı duran bir ürüne hayat vermektedir. Bununla birlikte gazetecinin kimlik ve değeri doğrudan haber ürününe bağlandığı için yalnız çalışmalarının değil çoğu kez kendisini birey olarak kavrayışının da gerçek varlığından kopuk bir hale gelmesine neden olmaktadır (Aktaran: Seçkin, 2004: 50-51). Haber ürününe verilen değerle, değer kazanan işçi (medya profesyoneli), yaptığı işten uzaklaşmakta ve kendine yabancılaşmaktadır.

Bu anlamda haber üretiminin, alandaki bölümünü gerçekleştirmek için emek harcayan medya profesyonellerinin, üretimlerinin sürekli onları yöneten yöneticiler ve patronlar tarafından teşvik edilmesi ile üretilen ürüne harcanan emeğin, bir iki saat içinde değer yitirmesi örnek verilebilir. Haber sektöründe, üretilen habere meta değeri verilmesi, bu değerin bir veya iki haber bülteni içinde tüketilmesi döngüsü, medya profesyonellerini, yaptıkları üretimden soğutmaktadır.

1.2.3. Medya Emek Piyasası ve Dönüşümü

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (İLO), 1.Dünya Savaşı sonrası 1925-1926'da Avrupa ve Amerika'daki otuz üç ülkede, gazetecilerin çalışma koşulları üzerine yaptığı bir alan araştırması profesyonel gazetecilik modelinin güçlendirilmesi için ilginç sonuçlar göstermektedir; Mali tazminat, iş güvenliği ve kişisel refah bireysel gazeteci için yetersizdir. Bu anket beyin işçileri üzerine o zamana kadar yapılan en kapsamlı alan araştırmalarından birisidir. Gazeteciler toplumun bilgilenmesi için önemli bir iş yapmaktadır. Çalışma şartları, üst noktadaki gazeteciler hariç yetersizdir. Sendika ve üye oldukları sosyal kuruluşlarla ilişkileri, çalışma yaşamlarına etkisi de bu ankette sorgulanmıştır. Çıkan sonuçlara göre gazeteciliğin özel bir iş olduğu, zekâ gerektiren bir meslek olduğu için kırk yaşında bile insanın enerjisini tüketebileceği söylenmiştir. Gazetecilerin üç vardiya halinde çalışabildikleri, gece çalışmanın her türlü tehlikesine açık oldukları, buna karşılık yeterince hafta sonu izinlerini kullanamadıkları, bazı ülkelerde aynı işi yapan gazeteciler arasında bile büyük farklar olduğu dile getirilmektedir. Bazı ülkelerde maaşlar o kadar düşüktür ki gazeteciler ek iş yapmak zorunda kalmaktadırlar. Hatta gazeteciliği yan iş olarak yapmaktadırlar. Bir hastalık ya da sakatlık ya da iş kaybetme endişeleri mevcuttur. Çok az gazeteci gelecek için para biriktirebilmektedir. Maaşlar gazetecileri ancak hayatta tutacak ve dış görünüm ile bilgilerini güncellemeye ancak yetecek kadar olmaktadır (Hardt, 2005: 10-12).

Günümüzdeki gelişmelere bakıldığında Avrupa ve ABD, Kanada ve Avustralya'da medya profesyonellerinin temel haklarında 20.yüzyılın başından sonuna kadar önemli gelişmeler yaşansa da, son otuz-kırk yılda sürekli bir gerileme durumu gözlemlenmektedir. İkinci bölümde anlatılacağı üzere, içinde Türkiye'nin de olduğu ülkeler ise, gazetecilerin çalışma koşulları açısından yüz yıl önceki Avrupa ve ABD standartlarını bile hala yakalayamamıştır.

Aşağıdaki alt bölümde ele alınacak olan kapitalist ekonomilerin neoliberal dönüşümüne ve bunun da 1970'lerden beri süregelen çalışma ve istihdamın yeniden şekillendirilmesi ile sonuçlanmasına uyumlu olarak kültür endüstrileri tam zamanlı, sabit istihdama dayalı üretimden yarı-zamanlı, geçici, sözleşmeli ve freelance gibi daha güvencesiz biçimlere kaymıştır. Genellikle bu çalışma düşük ücretli, sosyal

yardımları olmayan, iş güvencesi ve sosyal güvencenin düşük olduğu, sendikal korumaya kısıtlı erişimin olduğu ve uzun çalışma saatlerine sahip bir çalışmadır. Bu değişimler yoğunlaşma, yakınsama, taşeronlaştırma, sendika gücünün aşındırılması ve istihdamın güvencesiz biçimlerinin yaygınlaşması ve benimsenmesi gibi şirket stratejileriyle bağlantılıdır (Cohen, 2014: 62). Küresel işbölümü yardımıyla üretim sürecinin bileşenlerinin dünyanın düşük ücretli bölgelerine kaydırılmasıyla ve esnek çalışma yöntemleriyle firmalar riskleri kendi açılarından en aza indirgemektedirler.

Dünyanın az gelişmiş ve çatışma yaşayan bölgelerinde Batılı büyük haber ajanslarının yerel büroları ve yerel medya profesyonellerinden oluşan çalışma ekipleri bulunmaktadır. Bu yöntemle o bölge ve ülkelerde olan gelişmeler yakından izlenebilmekte, abonelerine saati saatine enformasyon iletilebilmekte ve bunun karşılığında personel maliyetleri düşürülmektedir. Örneğin AP'nin Paris bürosunda onlarca medya profesyoneli çalışmakta iken Türkiye'de İstanbul bürosunda Türkiye vatandaşı üç medya profesyoneli ve Ankara'da bir medya profesyoneli istihdam edilmektedir. Batı ülkelerinden bir başka farkı da Türkiye gibi ülkelerde çalışan medya profesyonellerinin mesai ücreti alamaması ve daha uzun çalışma saatleri olmasıdır (A.Wieting, kişisel görüşme:25.3.2014**).** Türkiye'nin günlük haber üretimi açısından Fransa'nın üstünde bir ülke olduğu göz önüne alınırsa, dengesiz istihdam ve sömürü daha çarpıcı olmaktadır.

1.2.4. Küreselleşme ve Neo Liberalizm Tartışmaları

Son otuz yılın en çok tartışılan ve üzerinde konuşulan konularından birisi küreselleşme olmuştur. Küreselleşme, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak dünya toplumlarının ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak iç içe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin, yöresel ve ulusal sınırların dışında toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Uluç, 2008: 172). Bu kavramın ortaya çıkmasının ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal birçok nedeni vardır.

Habermas'ın dediği gibi (Akt. Castells: 2008: 397**)** "refah toplumlarının ekonomik sorunları, küreselleşme dediğimiz, dünya ekonomik sistemindeki yapısal değişim temelinde açıklanabilir". Bu değişim ulus- devletlerin etkinlik alanını o

kadar daraltmıştır ki, ellerinde bırakılan eylem olasılıkları, ulus üstü piyasaların istenmeyen etkilerine karşı çıkmalarına yetecek gibi değildir. Küreselleşme ile birbirine taban tabana zıt iki modelin ortaya çıktığına tanık olunmaktadır. İlki verimlilik ve yenilik kaynağı olarak, vasıf düzeyi yüksek işgücünün, kitlesel ithaline yaslanan Amerikan bilgi ekonomisi modelidir. Diğeriyse ülkedeki insan sermayesine yatırım yapmaya, yeni, bilgiye dayalı ekonomide verimliliğin toplumsal kaynaklarını güçlendiren hayat koşullarını geliştirmeye dayalı Fin, Kuzey Avrupa modelidir. Her iki modelde de, refah devletinin küreselleşmiş, karşılıklı bağımlılığın egemen olduğu bir ekonomide ayakta kalabilmek için, toplumsal yatırımla ekonomik büyüme arasında bir karşılıklı beslenme zincirine dayalı yararlı bir döngü yaratabilmek için, verimlilik artışını sağlaması gerektiği açıktır (Castells: 2008: 398-399). Günümüzde her iki model de, hâkim olduğu ülkelerde uygulanmakta ve bu konuda tartışmalar devam etmektedir.

Küreselleşme sürecinin ortaya çıkmasında ve hızlanmasında teknolojik gelişmeler, bilgi ekonomisinin öne çıkması, dünyada yaşanan neo liberal politikaların yükselişi, çok uluslu sermayenin küresel bir pazarda yayılışı etkili olmuştur. Küreselleşmenin üç temel özelliği olan insanların hareketi, ürün ve hizmetlerin dolaşımı ve bunun sonucunda gelen güç/iktidar ilişkilerinin değişim ve dönüşümü, ekonomi, kültür ve yönetim alanlarında yeni politika ve stratejileri de getirmektedir (Uluç, 2008: 173). Başlangıcından itibaren kırk yılı aşkın bir zaman geçmiş olan küreselleşme politikalarında, ulus devletler, ekonomilerini ve sosyal ortamlarını korumak adına, ürün ve hizmetlerin dolaşımında daha liberal politikalar izleseler de, insanların ülkeler arasındaki hareket özgürlüğüne kısıtlamalar getirmeye devam etmektedirler.

Küreselleşme söylemine "neo liberal ütopya" terimiyle atıfta bulunan Pierre Bourdieu'ya göre saf ve mükemmel bir piyasayı hedefleyen bu ütopya hayata geçirilirken, bütün kolektif yapılar sorgulanmaktadır. Yazara göre bu yapıların başında manevra alanı giderek daralan ulus devletler gelmektedir. İkincisi, ücret ve kariyerin bireysel yeterliliğin bir işlevi olarak kişileştirildiği emek gruplarıdır. Üçüncü sırada işçi haklarını savunan kolektif yapılar, sendikalar ve kooperatifler yer almaktadır. Son sırada ise piyasanın yaş gruplarına göre düzenlenmesi sonucu, tüketim üzerindeki kontrolünü kaybeden aile yer almaktadır (Aktaran: Adaklı, 2006:

48). Bu kavramın, ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel birçok alanda değişim yaratma, eski yapıları dönüştürme anlamında kullanıldığı gözükmektedir.

McChesney küreselleşme yerine neo liberalizm terimini kullanmaktadır. Neo liberal politikalar, hükümetlerin şirket çıkarlarına daha iyi hizmet verebilecek ölçeğe indirilmesini öngörmektedir ve bu politikaların merkezinde ticari medya ve iletişim pazarı için kuralların kaldırılması yer alır. Kuralların kaldırılması (deregulation) politikasının gerçek içeriği, şirket çıkarlarıyla uyumlu şekilde kuralların yeniden konulmasıdır (Adaklı, 2006: 49) . Bu anlamda başta ABD olmak üzere Avrupa ülkeleri piyasalarını kapitalist pazar gereklerine göre yeniden düzenlemekte ve büyük şirket çıkarlarına göre, kamunun kaynaklarını özel girişime açmaktadırlar.

Dünya kapitalizminin 1970'lerden itibaren içine girdiği tartışılan küreselleşme sürecine yön veren dinamikleri sıralayan Yeldan, ilk sıraya kapitalizmin altın çağı boyunca süren, yüksek birikim temposunun yarattığı aşırı üretime dayalı, krizi koymaktadır. İkinci dünya savaşı sonrası, sermaye/emek çelişkisine damgasını vuran, Fordist endüstriyel ilişkilerin beslediği kâr sıkışması, bir başka önemli dinamiktir. Uluslararası kapitalist rekabetin yoğunlaşması bir diğer önemli dinamik olmaktadır. Finansal sistemin serbestleştirilmesi sonucu yükselen finansal sermaye ve spekülatif birikim tercihlerinin sanayi yatırımlarının önüne geçmesi bir diğer dinamiktir (Aktaran: Adaklı, 2006: 51). Ekonomik durgunluğu, iç piyasalarının tüketemediği aşırı üretimi, düşük kâr paylarını ve güçlü sendikal örgütlenmenin getirdiği esnekliği yeterli olmayan işgücü piyasaları nedeniyle, çareyi dünya pazarlarına açılmakta gören ABD ve Batılı sanayileşmiş ülkeler, küreselleşme sürecinin baş aktörleridir.

Bu dinamiklerin varlığı yadsınamamakla birlikte küreselleşme sürecinin ortaya çıkmasında internet teknolojisinin gelişiminin yaygınlık kazanması, Doğu blokunun yıkılmasından sonra eski devletçi ekonomilerin liberal piyasa ekonomisine yönelik olarak, serbest ticaret ve yabancı sermayeden yararlanma istekleri, gelişmiş ülkelerde iç piyasaların doymuş olması, dış piyasalara açılma arayışı etkili olmuştur. Bunun ideoloji düzlemindeki sonuçları; özelleştirme, deregülasyon, açık pazarlar, denk bütçe, deflasyonist kemer sıkma politikaları ve sosyal devletin ortadan kaldırılmasıdır (Uluç, 2008: 180). Bu sonuçlar Türkiye gibi kapitalizmin kurumlarıyla tam oluşmadığı ülkelerde keskin ve dramatik sonuçlar doğurmuştur.

Ekonomik büyüme, kurulan şirket sayısı, dünya ticaretinden aldığı pay, kişi başına düşen milli gelir gibi kıstaslarda ilerleme kaydeden Türk ekonomisi, emek piyasası ve çalışma ekonomisi alanlarında dünya standartlarının gerisindedir.

Devletin iktidarı açısından belirleyici olan, medya ve iletişim alanında ülke çapında yasal düzenlemelere gitme, kontrol sağlama olasılığı gitgide azalmaktadır. Haber ve eğlencenin, bunlar üzerinden düşüncelerin ve hayalde canlandırmalarındenetimi, tarihsel olarak devlet iktidarını sağlamlaştıran bir araç olmuş, kitle iletişim çağında mükemmelleştirilmiştir. Bu alanda ulus devlet, mülkiyetin küreselleşmesi ve iç içe geçmesi, teknolojinin esnekliği ve yaygınlığı, medyanın özerkliği ve çeşitliliği gibi birbiriyle bağlantılı üç büyük engelle karşı karşıyadır (Castells: 2008: 401). Birçok ülkede ulus devlet bu engellere teslim olmuştur.

Enformasyon teknolojisi, bu dönemde, geçmişten çok daha yüksek getirili ve kendi dışında geniş bir etki alanı yaratan 'kilit teknolojilerden biri olmuştur. Arın'a göre kilit teknolojiler, çok geniş bir ürün, süreç ve endüstri ağından yararlandığı, esnek üretim, bilgi işleme gibi teknolojik ve örgütsel yenilikler bu alandan beslendikleri için kritik bir önem kazanmaktadır. Son dönemde bu alanda artan bir oranda Amerikan hâkimiyeti gözlenmektedir. Kablolu televizyon ve fiber optik hatların sağladığı, mal çeşitlendirmesi olanaklarının ve mülkiyet haklarındaki sınırlandırmaların kaldırılmasının sonucu, bu piyasaların uluslarasılaşması ve Amerikan kablo firmaları ve telefon şirketlerinin teknoloji üstünlüklerini de kullanarak Avrupa ve dünya piyasalarına hızla girmesidir (Aktaran: Adaklı, 2006: 54). En geniş kullanım piyasasının olduğu televizyon yayıncılığında, elinde uydu üretimi, bunların uzaya yerleştirilmesi, işletilmesi ve uydu kapasitesinin kullanıcılara dağıtımı alanlarında Amerikan şirketleri tekel olmanın avantajını kullanmaktadırlar.

Küresel değişim, teknolojinin güdümünde gerçekleşen bir değişimdir. İletişim biçimlerinin çeşitlenmesi, bütün iletişim organlarının dijital bir üst metinde birleşerek, interaktif çoklu medyanın önünü açması ve sınırların ötesini izleyen uyduları ya da telefon hattı üzerinden bilgisayara dayalı iletişimi kontrol etmenin imkânsızlığı, yasal düzenlemelere dayalı geleneksel savunma hatlarını yerle bir etmiştir. Telekomünikasyon patlaması, kablonun geliştirilmesi, görülmemiş bir yayın

gücü sağlamıştır. Girişimciler bu eğilimi görmüşler ve bu fırsatı yakalamışlardır. Büyük birleşmelerin gerçekleşmesi, bunun peşi sıra, sermayenin medya sektöründe, ekonomik, kültürel ve siyasi alanlardaki iktidarı birleştirebilen bu sektörde yer alabilmek için harekete geçmesini doğurmuştur. İnsanların medyada çeşitliliğin ve özgürlüğün özlemi içinde olduğu, yerel yayıncılığa getirilecek uluslararası rekabetin kaliteyi yükselteceği dillendirilmiştir. Simgesel siyasetle, medyanın serbestleşmesi teknolojik modernleşme söylemi içinde eritilerek, seçkin düşüncenin yeni medya sistemi lehine dönmesinde rol alınmıştır(Castells: 2008: 402). Küresel sermayenin bu görüşleri yine medya aracılığıyla köşe yazarları, gazeteciler, sermaye ile iyi ilişkiler içinde olan yerel siyasetçiler aracılığıyla seslendirilmiştir.

Uydu yatırım maliyetlerinin çok yüksek olması, 1970'lerden bu yana devletler arasında İntelsat ve Eutelsat gibi uydu anlaşmalarına gidilmesine neden olmuştur. Büyük altyapı yatırımlarını gerektiren yeni iletişim teknolojileri, iletişim şebekelerini kurabilmeyi gerektirmektedir. Bu büyük yatırımların özel kesim tarafından yapılabilmesi ancak büyük özel sermayelerin ortaklık kurması, buna ek olarak sermaye piyasasındaki hisse senedi yoluyla büyük miktarda sermaye elde etmelerini gerektirmektedir (Aktaran: Adaklı, 2006: 54). ABD gibi özel girişimciliğin öteden beri yaygın olduğu ülkeler dışında kalan, Türkiye gibi ülkelerde devlet, iletişim sektörünün altyapı yatırımlarını gerçekleştirmek durumundadır. Neo liberal politikalarla birlikte yükselen bir diğer olgu, iletişim sektöründeki devasa büyüme ve artankâr oranları olmuştur. İMF ve Dünya Bankasının çizdiği yörüngede üretilen bu politikalar, dünyanın farklı bölgelerinde (Latin Amerika, Asya-Pasifik) yanı sıra Türkiye'de 1980'lerde uygulanan politikalarla hayata geçirilmiştir.

İletişimde küreselleşme, sermaye piyasalarının ulus devletlerden bağımsızlaşırken, ulusal üretimin dünya pazarına artan bağımlılığı olarak tanımlanan mali küreselleşme ile birlikte başlar. Bu iki şekilde gerçekleşebilir; Birincisi bir firmanın, bir ülkenin sınırları ötesinde yatırım yapmasıdır. İkincisi ise, firmaların birbiriyle birleşerek (örneğin Time ve Warner Bross+AOL firmalarının birleşmesi) veya satın alarak ya da ortak girişimle ulus aşırılaşmasıdır. Bu yöntemle, üretim ve pazar kontrolü sayesinde kârların azamileştirilmesi olanağı sağlanır (Uluç, 2008: 207). Murdock ve Golding'e göre, son yıllardaki tartışmalar, pazarlaştırma politikalarının baskısı ve bilgisayar, telekomünikasyon ve görsel işitsel

endüstrilerinin hızla artan yakınsaması (birbirine yakınlaşması) üzerinde yoğunlaşmaktadır. Birbirine paralel olan bu iki hareket, şirket mantığı savunucularına, özel girişime, yeni alanlar sunmaktadır (Aktaran: Uluç, 2008: 207).

Yakınsama süreci, dört sektörü; yayıncılık, basılı yayımcılık, telekomünikasyon ve tüketici elektronik teçhizatı (kişisel bilgisayar ve televizyon) bir araya getirmektedir. Pazarlaştırma kavramı ile kamusal iletişim kaynaklarının ve kuruluşlarının hızla özelleştirilmesi, iletişimin her alanında rekabete açık politikalar izlenmesi, ister kamu ister özel sektör olsun, serbest piyasa kurallarına göre hareket ve yapılanmaya yönlendirilmesi anlatılmaktadır. Lisans ve ruhsat verme, frekans tahsisi işlemlerinde açık artırma yolu ile en çok fiyat verene dağıtılması, iletişim alanının yeniden düzenlenmesi süreci tamamlamaktadır (Uluç, 2008: 208). Yakınsamanın, belki de en önemli göstergesi, 1999 yılında o güne kadar yayıncılık alanıyla ilgisi bulunmayan AT&T'nin, küçük kablo şirketlerinin bileşiminden oluşan Media One'ı 56 milyar dolara satın alarak, bir anda kablolu televizyon sektörünün bir numaralı aktörü haline gelmesidir. Golding ve Murdock, liberal ve popüler basında yakınsama terimi için teknolojik determinizm görüşünün destek olarak kullanıldığını iddia etmektedirler. Teknolojik yakınsamanın, iletişim ve kültür alanınını son dönemde piyasalaştırılmasını haklılaştırmak için retorik unsur olarak kullanıldığını söylemektedirler. İletişim mecralarının yakınsamasıyla birlikte artan tekelleşmeye dikkat çekmektedirler. Yeni dönemde, sektörün yeniden yapılanmasının en can alıcı noktalarından birisini, kapitalist mülkiyetin ve üretim, dağıtım ve tüketim sürecinin kontrolünün sıkı sıkıya bütünleşmesi olduğunu vurgulamaktadırlar (Aktaran: Adaklı, 2006: 62).

1.2.5. Haber Medyasına Eleştirel Perspektifin Yaklaşımı

Ekonomi, politika, kültür ve ideolojiyle içiçe olan, örgütlü biçimde bilgi, haber, eğlence gibi kültürel ürünlerin/sembolik anlamların üretim ve dağıtımını yapan medya endüstrisi mal ve hizmetler piyasasının genel işleyiş kurallarının hâkimiyeti altındadır. Bu sektördeki üretim süreci de bir meta üretim ve dağıtım sürecidir ve daha çok toplumun genel ekonomik süreçlerince belirlenen diğer meta üretim ve dağıtım süreçleriyle pek çok ortak özelliği paylaşmaktadır. Garnham, kültürel mallar ve hizmetler (metalar) üretmek üzere kurulan medya kurumlarının diğer

sektörlerdeki endüstriyel işletmelerin üretim ve örgütlenme yapılarına benzer bir tarzda örgütlendiğini 1990 yılında yazdığı *Kapitalizm ve İletişim, Küresel Kültür ve Enformasyonun Ekonomisi* adlı eserinde vurgulamaktadır(Garnham, 1990: 155-157). Yazara göre, gazete, dergi, kitap yayımından, diğer pek çok sayısız kültürel üretim sürecine değin medya kurumlarının üretim örgütlenmesi, temelde diğer endüstriyel örgütlenmelerin yapılanış özelliklerini göstermektedir. Bu özellikler, sermaye yoğun, teknolojik kitle üretim ve dağıtım yöntemleri, çok gelişkin bir işbölümü ve kârı en üst düzeye çıkarmak değilse de, en azından hızlı ve verimli çalışmayı hedefleyen hiyerarşik yönetimsel örgütlenme yapıları olarak tanımlanmaktadır.

Geleneksel işlevi haber aktarmak olan medya kurumları, endüstriyel teknoloji ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin sunduğu geniş olanaklarla birlikte ürün/üretim yelpazesini genişletmiş, kültürel malların ve hizmetlerin başlı başına üreticisi, pazarlayıcısı ve dağıtıcısı durumuna gelmiştir. Bir başka deyişle kapitalist kültürel üretimi gerçekleştiren medya bu üretim örgütlemesinde, öncelikle piyasa koşulları ve ticari işletme yapısının gereksinimlerine göre hareket eden, doğrudan artı değer üreten ve bunun gerçekleşmesine aracı olan endüstriyel bir örgütlenmedir. Farklı işletme modelleri ve yayıncılığın amacı, üretimin kâr amaçlı mı yoksa devletin halk ihtiyaçlarını göze alarak yaptığı kamu yararına bir yayıncılık mı yapılacağını belirlemektedir. İngiltere'de BBC'nin yayıncılık biçimi kamu yararı amaçlı yayıncılığa bir örnek olarak verilebilir. Buna karşıt olarak medya endüstrisinin küresel sermayeye ekonomik ve kültürel eklemlenmesi medya atmosferini değiştirmiştir. İşgücü süreçleri, işletmenin en verimli ve kârlı yönetilmesi için gerekli olan profesyoneller ve işverenlerin etkisiyle farklı bir gelişim gösterir(Seçkin, 2004: 21). Emek burada işin örgütlü doğasına bağlı olarak işbölümüyle farklılaşır. Her medyanın, örneğin gazetenin ya da sinemanın, örgütleniş ve iş yapış biçimiyle birlikte emeği kullanış biçimi de farklılaşmaktadır.

Kültürel sektördeki kurumlar zaman içinde büyük endüstriyel gruplarca ele geçirilmiş ve bu endüstri örgütlenmelerinin iş mantığının kontrolüne girmiştir (Garnham, 1990: 57-59). Medya kurumları hem kültürel meta üretim ve mübadelesi suretiyle artı değer yaratarak doğrudan bir ekonomik rolü olması, hem de meta üreten diğer sektörler içinde, reklam yoluyla, artı değer yaratımındaki dolaylı bir rolü olması itibariyle ekonomik işletmelerdir. Kitle iletişiminin önde gelen geleneksel

kurumları basın ve yayıncılık, belli ifade farklılıkları sergileseler de, aynı zamanda somut kurumlar içerisinde ve ekonomik, ideolojik ve politik özgül meta biçimleri içinde ayrılmaz bir içiçelik gösterirler (Aktaran: Seçkin, 2004: 23). Kültürel sektörlerin, ekonomik ve ideolojik ürünleri üreten ikili yapısı, üretim sürecinde çalışanların nitelikleri ve çalışma koşullarında da belirleyici olmaktadır.

Üretim, pazarlama, finans ve muhasebe süreçleri ve teknikleri uygulamasını kapsayan, çok modern ticarî işletmelerce iyi bilinen, endüstriyel ve örgütlü yönetim ve işletim pratiklerinin gelişmesi medya işletmelerinin her alanında etkisini göstermiştir. Erken ekonomi politik çalışmasının bir bölümü büyük iletişim teşebbüslerinin yapı ve uygulamalarını sergileme işini üstlenmiş ve böylesine büyük teşebbüslerde gücün kullanımına ilişkin örnekleri ortaya koymuşlardır (Seçkin, 2004: 29). Kolay taşınırlık, çok işlevlilik, otomasyonayol açan teknolojik değişim, televizyon haberciliğinde örneğin daha dar bir bütçe ve (sanal stüdyo, imajinasyon araçları, video sistemleri vs. donatılmış) daha küçük bir ekiple iş yapmayı getirmiştir. Teknolojiyi verimli bir şekilde kullanacak donanıma sahip az sayıda çalışanla, örneğin daha küçük bir haber ekibiyle daha çok iş üretmek yoluna gidilmiştir. Birçok televizyon şirketi pahalı dış bürolarının bütçelerini ciddi oranlarda kısarken, bazılarını kapatmış ve WTN ve Visnewsgibi bağımsızlardan yararlanma yoluna gitmiştir (Seçkin, 2004: 36-37).

Liberal demokratik devletlerde birçok ideal fonksiyonu tamamlamak için politik sistem içinde haber medyası önemli rol oynar. Bunlar, geniş düzlemde vatandaşların görüşlerini sunmalarını, toplum ve devleti etkileyici gerçekçi tartışmalar için ortam oluşmasını, nesnel bilgi kaynaklarını tüm vatandaşlar için en geniş, uygun ortamı ve güçlü kurumsal yapıların ve vatandaşların gözlemci olarak kontrolünü sağlamayı içerir. Haber kültürel bir ürün olmasına karşılık demokratik toplumların ihtiyaçlarını karşılamak ve kontrol etmek için bireysel ve toplumsal olarak üretilir.

Haber medyasına üç radikal yaklaşım şunlardır; Liberal ve neoliberal anlatılara karşı radikaller, kapitalist demokrasilerdehaber medyasının nesnel olmakta, rasyonel tartışma sunmakta ya da eşit erişim sağlamakta başarısız olduğunu göstermeye çalışmışlardır. Radikal açıklamalar bu konuda farklı yöntemlere başvurmak,

vurgulamalar ve yaklaşım olarak değişiklikler gösterir. Bununla beraber birçok ortak öğreti noktasında hemfikirdirler. Haber medyası sosyal çatışma alanı olarak konumlandırılsa da yöneten sınıflarca baskın ideolojinin iletilmesini sağlar (Curran, 2000: 22). Gazeteci ve tüketiciler, özerk davrandıklarına inanırken, ekonomik koşullar ve yöneten sınıfın baskın ideolojisiyle sosyalleşir ve güdülürler.

Haber medyası çatışma alanı olsa dahi yöneten sınıfın egemen ideolojisini yayar. Radikallerin tutarlı bir yaklaşımı, haberleri üreten örgütlerin mülkiyet ve kontrolüne bakmaktır. Bağımsız gazetecilik de haber iş alanı olduğu ve ekonomik etkenlerden etkilendiği için aynı bağlamda işler. Bağımsız gazetecilik iş ve ekonomiye ilişkin bağlantılardan oldukça fazla etkilenmiştir. İlk olarak, şirket seçkinleri kâr ortaklıkları ve/veya medya kurumunun ya da reklam veren kurumların yöneticisi ya da yönetim kurulu üyeleridir. Bu nedenle belirli grup ve izleyicilerin yararına, haber metinlerine sansürün gerekli olduğunu düşündüklerinde ekonomik baskıya başvururlar. İkincisi, haber üretimi ve dağıtımı pahalıdır, bu nedenle büyük anonim şirketler tarafından en yüksek iletişim ağları kullanılarak yönetildiğinde ekonomik olarak gelişebilir. Reklamcıların talepleri pazar giriş maliyetleriyle bağdaştığında, ortaklıklar haber üretiminden artan oranda etkilenir, alternatif ve eleştirel haber üreticileri reddedilir ve daha az kazanç elde eder. Haber endüstrisi diğer kültür endüstrileri gibidir ama daha az payla, istikrarlı bir yoğunlaşma ve tekelleşme nesnesidir. Üçüncüsü, haber bir kültür ürünüdür, ama örneğin, hastalık gibi konular yerine kârlarını en yükseğe çıkararak, daha çok üretmek için başarılı ürünlere yönelir. Haber üreticileri, üretim kesintileri ile haber metinlerini tekrar dolaşıma sokar (24 saat haber yayıncılığı) ve izleyicileri çoğaltırlar, bu sayede reklam gelirlerini arttırırlar (Curran, 2000: 23). Eleştirel ve bazı liberal yorumcuların gözlemlediği gibi, haber daha çok bireysel ve ticari olmuştur, bu nedenle editoryal kalite azalmış ve eğlence artmıştır. Pahalı araştırmacı gazetecilik ve yabancı haber azalmış ve iş ve eğlence haberi artmıştır. Bu nedenle ekonomik bağlantılar habere erişimi, nesnelliği ve gerçekçi tartışma ortamını azaltmıştır.

Üçüncü genel, radikal yaklaşım haber medyasındaki muhabirleri etkileyen kültürel ve örgütsel faktörlere bakar. Birçok farklı çalışma gazetecilerin haber toplama ve haberleştirme eylemlerinde, şirket ortaklıkları ve hükümet seçkinlerinin girişimleriyle yönlendirildiklerini göstermektedir. Haber metinlerinin içerik analizleri

bu seçkinlerin sıklıkla haber gündemlerinde, karşıt fikir ve seçkin olmayanlara göre daha fazla yer aldığını göstermiştir. Sosyolojik çalışmalar haber yazımı ve gazetecilik eylemlerinde bu içeriği desteklemektedir (Curran, 2000: 23).

1.3. TÜRKİYE'DE MEDYA ENDÜSTRİSİNİN YAPILANMASI

1.3.1. Türk Medya Sektörünün Yeniden Yapılanmasında Devletin Rolü

Türkiye'de ilk televizyon yayını İstanbul Teknik Üniversitesi'nde 1952 yılında deneme niteliğinde yapılmıştır. Tüm ülkede yayıncılık görevi ise 1961 Anayasasına dayanılarak 359 sayılı Radyo Televizyon Kurumu Kuruluş Yasası çıkartılarak 1 Mayıs 1964 tarihinde Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'na (TRT) verilmiştir (Kejanlıoğlu,2004:174). 1968 yılında TRT'nin Türkiye'de tekel konumundayken ilk televizyon yayınlarını başlatması ile yazılı basın ve radyoya televizyon yayınları da eklenmiştir. 1970'lerin sonuna kadar yayıncılık faaliyetlerinin ekonomideki yeri hem küçüktür, hem Amerika Birleşik Devletleri haricindeki ülkelerde daha çok kamusal ve kültürel bir faaliyet olarak algılanmıştır. Bu anlayış 1980'li yıllarda ABD'den başlayarak, bütün dünyada uygulanmaya başlayan neo-liberal politikalarla değişmiştir (Bulut, 2009: 9 ve Pekman, 1997: 16-59).[2]

12 Eylül 1980 tarihinde yapılan askeri müdahale ile basın sistemine yasaklar konulmuş, özgürlükler sınırlandırılmıştır. 1982 Anayasası'nın dışında 1980-1983 döneminde "Muzır Yasası", "Sansür ve Sürgün Kararnameleri" olarak bilinen kararnameler ve "Terörle Mücadele Yasası", basının faaliyet alanının çerçevesini çizmiştir. Askeri yönetim döneminde televizyon kanal sayısı arttırılmıştır.

Türkiye'de özel televizyon yayınlarının başlaması medya ekonomisinde önemli bir milat olmuştur. Tüm dünyada radyo ve televizyon yayınlarının haberleşme uyduları üzerinden yapılması, 1980'li yıllarda bu yayınların Türkiye'den de izlenmesini ve izleyicilerin TRT dışında yayın olanaklarını fark etmesini sağlamıştır.

1987-1991 döneminde yayıncılık alanında girilen yapısal dönüşüm süreci ilk ürünlerini vermiştir. PTT'nin kablolu televizyon yayınına başlaması, TÜRKSAT

[2] Kamu hizmeti yayıncılığından tecimsel televizyon yayıncılığına dünya ve Türkiye'de geçişte siyasal, sosyal ve teknolojik dönüşümü daha detaylı görmek için bknz: Pekman, 1997: 8-22.

uydu ihalesinin yapılması, radyo televizyon vericilerinin PTT'ye devredilmesi yoluyla güçlendirilen PTT'nin sunduğu hizmetler yoluyla ve hükümet ile devlet bankasından aldığı teşvik ve kredileri de kullanarak yurtdışındaki şirketi aracılığıyla Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı kurulmuştur. Liberal politikaların taraftarı olan ANAP hükümetlerinin politikaları neticesinde, TÜRKSAT'ı beklemeden, 1990 yılında Türkiye'nin de kapsandığı EUTELSAT uydusundan, yasal altyapı kurulmadan Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlunun ortak olduğu Magic Box şirketi ve ilk özel kanal olan Star 1 Türkçe yayın yapmaya başlamıştır. TRT'den yaptığı personel transferleri ve futbol kulüpleriyle yaptığı anlaşmalarla gündeme gelen ve TRT'nin reklam gelirlerine ortak olan özel televizyon kanalı Star1 ile birlikte PTT üzerine yapılan hükümet hesapları, başka bir yolla işlemeye başlamıştır. 1982 Anayasa'sının 133.maddesinde yer alan radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki devlet tekeli, 8 Temmuz 1993 tarihinde çıkarılan 3913 sayılı yasa ile kaldırılmıştır (Kejanlıoğlu, 2004: 341-342 ve Aziz, 2013: 211). Böylelikle devletin yayıncılık tekeli sona ermiştir. [3]

1980'li yıllarda, Turgut Özal'ın Başbakanlığı döneminde ekonomi alanında izlenen liberal politikalar gazete işletmelerinin sahiplik yapısında bir dönüşüm yaşatmıştır. Gazete işletmeleri medyaya dönüşmüş, medya örgütü sahiplerinin, medyanın dışında bankacılık sektöründen, gıda sektörüne kadar farklı alanlarda faaliyet göstermeleri ve kâr yönelimleri, medya sistemini ve ilişkileri tümüyle değiştirmiştir. Bu dönemle birlikte medya örgütlerinin ekonomik olanaklarını genişletmek için siyasal iktidarlardan destek almaya çalıştıkları, medya ekonomisi için kaynak yaratılmasında kamu kaynaklarının tahsis edilmesinden yararlanıldığı gözlemlenmektedir. Bu çerçevede vergi muafiyeti ve indirimi, KDV indirimi, gümrük muafiyeti, fon kaynaklı kredi gibi teşvikler, ulaştırma haberleşme tarifelerinde indirimler, kâğıt tahsisi tarifelerinden yararlanılması, ilan ve reklam yardımları, taksitli satışlar yönetmeliği ve Milli Piyango İdaresi'nin Talih Oyunları Yönetmeliği önem taşımaktadır (Aktaran: Alver, 2011: 401).

Askeri araştırmaların sonucunda iletişim teknolojileri alanındaki gelişmeler yeni pazarların yaratılmasına, dünyada bütünleşik bir pazar mekanizması

[3] TRT'nin elinden yayıncılık tekelinin alınması ve 2954 sayılı yasa sonrası yayıncılıktaki değişimleri daha detaylı görmek için bknz. Cankaya, 2003: 217-254 ve Cankaya, 2015: 321-335)

oluşturulmasına imkân vermiştir. Değişen ve dönüşen endüstri ilişkileri, ABD ve Batı Avrupa'nın arkasından Türkiye'yi de 1990'lı yılların başında etkisi altına almıştır. TRT'nin elinden "yayın tekeli"nin alınması ardından hükümetlerin uyguladığı özelleştirme ve deregülasyon politikaları basın sektörünü de etkilemektedir. Tuncel'e göre, basın ve yayın dışı sermayenin 1990'lı yıllarda bu sektöre girişindeki birbirleriyle ilintili nedenlerin başında kitle iletişim araçlarının dördüncü güç olduğu yaklaşımı yatmaktadır. Medyanın siyasi çevrelerde itibar gören ve kamuoyunu etkileme gücüyle siyasetçilere ve diğer rakiplere karşı baskı unsuru olduğu bir başka ön kabuldür. Medya gücü toplumsal denetime ve diğer sektörlerdeki riskli sermayenin riskinin azaltılmasında da bir işlev görebilmektedir. Kredi alımında ve devlet ihalelerinde nüfuz elde edebilme potansiyeli sermayeyi cezbetmektedir. Reklam harcaması yapmak yerine gazete çıkartmak, radyo-tv kurmak başka bir nedendir. Pazarlama gücü ve para ticareti diğer nedenler olarak sıralanmaktadır (Aktaran Kejanlıoğlu, 2004: 421).

Sermayenin 1980 sonrası dönemde, medya sektörüne girişinin nedenlerini Alver de şu nedenlerle açıklamaktadır; medyanın gücünü paylaşma, siyasi çevrelerde itibar görme ve gerektiğinde elindeki medya gücünü kullanma, diğer sektörlerdeki yatırım etkinliğini arttırma (devlet ihaleleri alma, özelleştirmeden pay alma ve devlet bankası kredilerinden yararlanma), devlet teşviklerinden ve diğer getirimlerden öncelik alma, medyayı banka ve şirketlerinin reklamında kullanma, medyayı kullanarak pazarlama faaliyetlerini arttırma ve güven gerektiren finans sektöründe de medyadan yararlanmak (Aktaran: Alver, 2011: 403).

Görüldüğü üzere, akademisyenlerin, sermayenin medya sektörüne girmesinin nedeni olarak öngördüğü ortak görüş, kapitalist kâr etme mantığı, daha çok kişiye, ürünleri tanıtarak ulaşabilmek, bu amaç için de sermayeyi büyütmek isteğidir. Devlet bankalarından kredi alma ihtiyacı, teşviklerden yararlanma gibi hayati sermaye kanallarına ulaşmak için de medya diğer sektörlerden daha avantajlı bir konuma sahip gözükmektedir. Enformasyon teknolojisinin en ileri örneklerine teknoloji ve insan gücüyle sahip olan medyanın bir üyesi olmak, devlet, hükümet ve siyasi aktörlerle de ilişkilerin anahtarını elde tutmak anlamına gelmektedir.

Türkiye'de özel radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınlarına izin veren yasal değişiklik süreci 1993 yılında kamu yayıncılığı tekeline yasal dayanak oluşturan Anayasa'nın 133. maddesinin değiştirilmesiyle başlamıştır. [4]Ardından 1994 yılında 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun" yürürlüğe girmiştir. Teknolojinin hızla ilerlemesi ve 3984 Sayılı Kanun'un 2002 yılında 4756 Sayılı Kanun'la değiştirilmesi, özellikle medya sahipliğinin düzenlenmesini içeren maddelerinin Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmesi yeni bir kanunu gerekli kılmış ve 3 Mart 2011'de 6112 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun" yürürlüğe girmiştir (Aziz,2013:212-214).6112 Sayılı Kanun'un hazırlanmasının gerekçeleri arasında, Avrupa Birliği'yle düzenlemeler bazında uyum sağlanması hedefi de yer almaktadır.[5]Bu nedenle kanun hazırlanırken, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi'nin 3 Ekim 1989 tarih ve 89/552/EEC Sayılı Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi (Audiovisual Media Services Directive)önemli ölçüde dikkate alınmıştır (Sözeri ve Günay, 2011: 19). Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi 1997,2007'de yaptığı tekrar gözden geçirmeler sonrasında, Görsel-İşitsel

---

[4] Anayasa'nın 133.maddesindeki değişim ve 3984 Sayılı Yasa'nın çıkmasından sonra yayıncılıktaki değişimleri daha detaylı görmek için bknz. (Cankaya,2003: 321 ve Cankaya, 2015: 325-333)

[5] Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi (ASTS) en genel haliyle, sınır ötesi nitelikteki televizyon yayınları için Avrupa'da ortak bir yayın standardı oluşturma ve bu çerçevede yayınların serbestçe yapılmasını sağlama çabasının bir ürünüdür. Sözleşmeye uygun düzenlemeleri yapma ve uygulama sorumluluğu taraf ülkelere aittir. Taraflar, ASTS'ye uygun yayınların alınmasını garanti etmek ve yeniden yayınlanmasını kısıtlamamakla yükümlüdür. Türkiye ASTS'yi 7 Eylül 1992'de imzalamıştır. ASTS'nin onaylanması, 4 Kasım 1993'te 3915 sayılı yasayla uygun bulunmuş; Dışişleri Bakanlığı'nın 11 Kasım 1993 tarihli yazısı üzerine 22 Kasım 1993'te Bakanlar Kurulunca da kararlaştırılmıştır (Aktaran Kejanlıoğlu, 2004: 398). Cem Pekman'ınyaptığı incelemede çeviri hataları ve tanım sorunları da bulunduğu ortaya konulmuş haliyle dahi ASTS'nin onaylanması, Türkiye'de yayıncılığın Avrupa standartlarına yükselmesi, hukuki, toplumsal, vicdani bir yayıncılık altyapısı için çok önemlidir. Ne var ki sözleşmenin bir çok maddesi kâğıt üzerinde kalmakta ve uygulama örnekleri kamuoyunu tatmin etmemektedir. Bunun temel nedenlerinden birisi de 12 Eylül 1980 askeri darbesinin ürünü olan anayasadır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'sının, siyasal ve toplumsal tüm yaşamı, devlet güvenliği açısından yorumlayan maddeleri ASTS'nin özgürlükçü, rekabetçi, insan haklarına saygılı, kamu hakkını demokratik yöntemlerle koruyan mantığı ile temelde çelişmektedir(Aktaran Kejanlıoğlu, 2004: 429-434).Detaylı bilgi için bknz. C.Pekman'ın yazısı:http://www.cumhuriyetarsivi.com/katalog/192/sayfa/1994/5/28/2.xhtml
Kejanlıoğlu'nun konu hakkındaki yazısı için: 1980'lerden '90'lara Türkiye'de Radyo-TV Yayıncılığı,http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/3837/1980-lerden-90-lara-turkiye-de-radyo-tv-yayinciligi#.VtNCEvmLS00
6112 sayılı ''Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'' ve daha sonra yasalaşan 2954 sayılı yasada değişiklik yapan 5767 sayılı yasayı detaylı incelemek için bknz: Aziz, 2013: 214-220.

Medya Hizmetleri Yönergesi'ni tekrar düzenlemiş ve 10 Mart 2010 tarih ve 2010/13/EU sayılı kararı ile kabul etmiştir (Aziz, 2013: 221).[6]

Yeni kanunun hazırlanma sürecinde radyo ve televizyon yayıncılığı alanında faaliyet gösteren meslek örgütlerinden görüşler alınmış, tasarı yürürlüğe girdiği 3 Mart 2011 tarihine kadar Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) internet sitesinde yayınlanarak toplumun görüşüne sunulmuştur. Buna karşın bazı akademisyenler ve sivil toplum kuruluşları görüşlerinin dikkate alınmadığını, kanunun basın özgürlüğü ve çok sesliliği sağlamak yerine yalnızca ticari yayıncılığı düzenlediğini öne sürmüşlerdir (Sözeri ve Günay, 2012). Bu konuda Oya Tokgöz, yasaların yetersizliği ve medya sektörünün yapısındaki çelişkilere dikkat çekmektedir:

"Medya sektörünün yapısı, 1990'lardan itibaren sektördeki tekelleşmenin artmasıyla hatta kemikleşmesiyle birlikte sermaye/teknoloji ağırlıklı olarak değişime girmiştir. Bu değişim içinde sektöre yön veren yasal düzenlemeler, etik/ahlak ilişkileri bozulduğu gibi, sektördeki usta/çırak ilişkisi tümden ortadan kalkmıştır. Radyo ve televizyon alanındaki deregulasyonun getirdikleri, özel radyo/televizyon, kamu yayını yapan radyo-televizyon ayrımını getirmekle birlikte, toplumca istenilen çoğulculuk yerine tek sesliliğin devamını sağlamıştır" (Tokgöz, 2006: 20).

1.3.2. Türkiye'de Yayıncılığın Yapısal Özellikleri

Küreselleşme, neo kapitalist pazar arayışları ABD, Avrupa ülkeleri ve arkasından da Türkiye'yi 1990'lı yılların başında etkisi altına almıştır. Yayıncılık ve medya sektörü, teknolojik değişimle birlikte arkasında kaldığı birçok sektörü geride bırakmıştır. Küresel medya sadece kendi alanını değil ama ulaşabildiği muazzam etki alanı ile ulus devletleri bile tehdit eder hale gelmiştir. Medya sektörü, son otuz yılda internet teknolojisi ve dijital gelişimle birlikte kapitalizmin en kârlı sektörlerinden biri olmuştur. Türkiye'de bu eğilimden kaçamamış ve diğer sektörlerde iş yapan birçok şirket, medya sektöründe gazete, radyo ve televizyon yatırımlarıyla holdingleşmeye başlamıştır.

---

[6] Avrupa Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesiiçin bknz. Aziz, 2013: 221-222

Fakat Türkiye'de yayıncılık Avrupa ve ABD'e kıyasla çok farklı bir yol kat ederek günümüze gelmiştir. D. Beybin Kejanlıoğlu "Türkiye'de yayıncılığın yapısal özelliklerini; yasal kurum açıdan, öncelikli bir yasal düzenleme alanı değil ve fiili durumlara açık'' diyerek tanımlamaktadır. Bunun yanında devlet tekelinin mevcudiyeti, teknik-teknolojinin dışa bağımlılığı, programların, devlete, hükümete, dışa bağımlılığı vurgulanmaktadır. Finansmanın, hükümete (ve reklama) bağımlılığına dikkat çekilmektedir (Kejanlıoğlu, 2004: 196). Yazara göre, yayıncılık Türkiye'de hiç bir zaman öncelikli bir düzenleme konusu olmamış; radyo ve televizyon, hükümetlerin icraat duyurma ve kamuyu "güdüp yönlendirme" araçları olarak görülmüştür. Askeri tedbirler, yayın politikaları ve fiili durumlar, ulusal kimlik inşasındaki ideolojik işlevi sorunlu olan Türkiye radyo ve televizyonunun fiilen küresel kapitalizm bağlamına oturmasının göstergeleri olarak işlemiştir (Kejanlıoğlu, 2004: 201).

Türkiye'de yazılı basın sahipliğine ilişkin kısıtlayıcı herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Yazılı basın sahipleri yalnızca Basın Kanunu'nun 7. maddesi ile yapılan düzenlemeye göre, yayının yönetim yerinin bulunduğu yer Cumhuriyet Başsavcılığı'na, "yayının adı ve mahiyeti, hangi aralıklarla yayımlanacağı, yönetim yeri, sahibinin, varsa temsilcisinin, sorumlu müdürün ad ve adresleri ile yayının türü" gibi temel bilgilerin yer aldığı bir beyanname vermekle yükümlüdür (TTB web sitesi, 5187 nolu basın kanunu, 15.3.2014). Ancak radyo ve televizyon yayıncılığı yapan şirketler yazılı basından farklı olarak Anayasa'nın 26.maddesi gereği izin sistemine tabidirler. Bu sistemin gerekçesi bir kamu malı olarak tanımlanan frekansların sınırlı olmasıdır.

Dilek Kurban ve Ceren Sözeri TESEV için 2011 yılında yazdıkları ''Medya Politikaları özgürlük ve bağımsızlık sunuyor mu? Türkiye vakası" adlı raporda Türkiye'nin kanunlarında ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve haber alma özgürlüğü ile ilgili resmi bir ifade olmamasına rağmen, bireysel hakların üstünde milliyetçilik, devletçilik ve kültürel muhafazakârlık çerçevesinin yattığını ifade etmektedirler. Yazarlara göre; Anayasa ve basını yönetmeye yönelik yasalar, otoriter, kalıpcı ve muhafazakâr bir ruhla yazıldığı için ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğünü uygulamak geniş kısıtlamalardan ötürü son derece zordur. Bu özgürlüklerin

uygulanmasına yönelik istisnai yasal boşluklar da medya düzenleme ajansları ile kısıtlanmaktadır (Kurban ve Sözeri, 2011: 38).

AB ile Türkiye arasında 2005 yılından itibaren yürütülmekte olan tam üyelik müzakereleri nedeniyle kâğıt üzerinde ilerleme kaydetse de ne yazık ki uygulamalarda Türkiye'nin sicili ve görünümü Avrupa ülkelerine göre açık ara kötüdür. Kurban ve Sözeri, Türkiye'de yayıncılığın yasal altyapısını çarpıcı cümlelerle ifade etmektedirler. Medya sektörünü düzenleyen çeşitli kurullar, ideolojik ve kurumsal olarak devletten bağımsız değildirler. Bu kuruluşlar, basın ve ifade özgürlüğü ve haklı rekabeti güçlendirmek yerine, devletin bölünmez bütünlüğü, milli birlik ve genel ahlâk gibi anayasayla güvence altına alınan ilkeleri ihlal eden yayınlara cezaya dayanan, yaptırım uygulamak suretiyle, medya üzerinde polislik yapmakla görevlendirilmiş bulunmaktadır. RTÜK 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları hakkında kanundan yararlanarak 'ailenin korunması" ve "toplumun milli ve ahlaki değerleri" gibi muğlâk kavramların arkasından geniş bir takdir yetkisi ve hareket alanını kullanmaktadır. RTÜK sık sık bu yetkisini kulanarak medya kuruluşlarına karşı mali ve idari yaptırımların yanı sıra uyarı, para cezası, yayın durdurma ve yayın lisansının iptali gibi yaptırımlar uygulamaktadır (Kurban ve Sözeri, 2013: 3).

BİA Ekim-Kasım-Aralık 2014 Medya Gözlem Raporu'na göre, Türkiye hükümetinin medya, iletişim ve düşünce özgürlüğüne yaklaşımı, devleti güvenlik temelinde güçlendirdikçe, Avrupa Birliği (AB) standartları açısından ciddi çelişkileri ortaya koymaktadır. BİA Medya Gözlem Raporu'nda "öldürülen gazeteciler", "hapisteki gazeteciler", "saldırı, tehdit ve engellemeler", "soruşturmalar, açılan-süren davalar, kararlar", "hakaret, kişilik hakları ve tazminat davaları", "yasaklamalar, kapatmalar, toplatmalar", "AİHM" ve "RTÜK" bölümleri yer almaktadır.

Bu dönemde, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM), Türkiye'yi Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin ifade özgürlüğü hakkını düzenleyen 10. maddesini ihlal ettiği ve bu dosyalarda adil yargılama yapmadığı tespitiyle 3 kişiye toplam 28 bin 800 avro (yaklaşık 83 bin 520 TL) maddi ve manevi tazminat ödemeye mahkûm etmiştir. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Ekim-Aralık 2014 döneminde haber ve program yayınlarından dolayı TV kuruluşlarına 8 uyarı, 46 para cezası; radyo

kuruluşlarına 1 uyarı, 2 de para cezası vermiştir. Kurulun, Radyo ve TV'lere toplam 2.400.015 TL idari para cezası verdiği ifade edilmektedir (tgs web sitesi, erişim tarihi, 25.1.2015).

Türkiye'de sadece baskıcı yasalar ve devletin medya sektörünü sürekli denetim ve gözetim hakkında tutmaya çalışması yanısıra, 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonucu, çalışma yaşamında akamete uğrayan hak kayıpları da günümüze taşınmıştır. Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleriyle birlikte medyada yaklaşık beş bin kişinin işsiz kaldığı gözlemlenmektedir. 2000'li yıllar Türkiye basın sektöründe sadece niteliksiz değil nitelikli iş gücünün de işten çıkarıldığı ve iş bulmakta zorluk çektiği yıllar olarak hatırlanmaktadır. 212 sayılı Basın İş Kanunu kapsamında çalıştırılan emekçilerin yanında, büyük bir kesim de 1475 sayılı yasa kapsamında çalıştırılmaktadır (Özsever, 2004: 18). 9 Ağustos 2002 tarihinde çıkarılan "İş güvencesi yasası", işverenlerin sert muhalefetiyle uygulanması akamete uğramış ve iş güvencesinden yararlanabilme koşulu otuz ve daha fazla işçi çalıştıran işyerlerini kapsamıştır. Yeterli yasal koruma ve sendikal güvenceden yoksun olan bir ortamda iş güvencesi sembolik olarak var olmaktadır. Özsever'e göre günümüzde basın çalışanlarının yaşadığı önemli bir sorun da sendikasızlaştırma olgusudur (Özsever, 2004: 18). 1994 yılına kadar TGS, on sekiz iş yerinde örgütlü iken bugün sadece bir-iki küçük medya işletmesinde toplu sözleşme yapabilmektedir

RTÜK Yasası olarak bilinen 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş Yayınları" hakkında hakkında kanunun 38.maddesine göre, radyo ve televizyonların haber biriminde çalışanlar 212 sayılı yasa kapsamında olması gerekirken bu madde de büyük ölçüde uygulanmamaktadır. Çalışma Genel Müdürlüğü (ÇGM) tarafından 17 sayılı iş kolu kapsamına alındıklarından gazetecilik işkolunda, yani TGS bünyesinde örgütlenememektedirler. Bu kişilerin büro işkolunda örgütlenmesi istenmektedir (Özsever, 2004: 19). Halen Türkiye'de temel örgütlenme hakkı gibi haklar gözardı edildiği için, yüzlerce medya profesyoneli, basın mensubu olmanın gereği olan basın iş kanununun getirdiği haklardan yararlanması mümkün olamamaktadır.

Türkiye'de medyanın az sayıdaki şirketin hâkimiyeti altında olması, bu sektörde yeterli rekabet koşullarının oluşmasını engellemiştir. Reklam gelirlerinin

neredeyse tamamı, medyanın bütün alanlarında büyük şirketler arasında paylaşılmış durumdadır. RekabetKurumu, "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun" altında geniş yasal yetkileri haiz olmasına rağmen, medya alanında haksız rekabette bulunan şirketlere yaptırım uygulamaktan çoğu zaman geri durmaktadır. Türkiye'de medya sektöründe adil rekabeti sağlamayı amaçlayan özel bir yasa bulunmamaktadır. AB'ye üyelik sürecinde görece olarak iyileştirilmiş olmasına rağmen, medyaiçeriğine ilişkin yasal düzenlemeler ifade vebasın özgürlüğünü sınırlamaya devametmektedir. Yasalarda bağlı olunduğu belirtilen temel hak ve özgürlükler, milli birlik, ulusal güvenlik ve Atatürk ilke ve inkılâpları gibi devletin kurucu ilkeleri karşısında ikincil durumdadırlar. Türkiye'de basın ve ifade özgürlüğünün önündeki temel engeller, başta Ceza Kanunu ve Terörle Mücadele Kanunu olmak üzere, ceza hukuk sistemindenkaynaklanmaktadır (Kurban ve Sözeri, 2013: 4).

Türkiye'de gazetecilerin yaşadığı sorunlar uluslararası örgütlerin de dikkatini çekerek bu konuda raporlar yayınlanmasına neden olmuştur. Paris merkezli Uluslararası Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü (RSF), 2014 Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi yayınlamıştır. Afganistan, Ürdün ve Irak gibi ülkelerin gerisinde kalan Türkiye'den, raporda, "problem ülke" olarak bahsedilirken Gezi Parkı eylemlerinde 153 gazetecinin yaralandığı, 39' gözaltına alındığı hatırlatılmıştır. Rapora göre Türkiye 180 ülke arasında 154'üncü sırada yer almaktadır.Raporda Türkiye'de basın özgürlüğü konusunda hiçbir gelişme görülmediği, Türkiye'nin en büyük gazeteci hapishanelerinden biri olarak tanımlanmaya devam ettiği yer almaktadır (Hürriyet web sitesi, 9.6.2014).

1.3.3. Medya Sektöründe Tekelleşme

1970'li yıllarda özellikle Batı Avrupa'da görülen deregülasyon eğilimleri teknolojik gelişmelerle desteklenerek yeni eğilimleri ortaya çıkarmıştır. Thomson bu eğilimlerin meydana getirdiği değişimleri dört ana bölümde toplamaktadır; Medya sektöründe artan tekelleşme, medya sektörünün giderek çeşitlenmesi, medya sektöründe artan küreselleşme, medya sektöründe kuralların kaldırılmasına ilişkin genel eğilim-deregülasyon (Aktaran: Aydoğan, 2011: 20).

Geleneksel medya mecraları gelişen teknolojinin yardımıyla internet ile bütünleşmiş ve faaliyetlerini yeni iletişim biçimleriyle gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu bütünleşme medya endüstrisi ile kültür endüstrisinin ortak bir paydada buluşmasına neden olmuştur. Bu ortak payda bir yeni ekonomik düzen oluşturmuş ve medyanın bütün alt mecraları birbiri ile sinerji kuracak şekilde birleşmiştir. Medyanın bütün bütünleşmelerinden faydalanmak ve medyanın tüm mecralarında üretim yapmak isteyen yatırımcılar birden çok mecraya yatırım yaparak çapraz yönde büyüme göstermiştir (Kuyucu, 2013: 145). Çapraz medya sahipliği medyanın teknoloji ve kültür endüstrisi ile sinerjisini arttırmış ve sermaye sahibine farklı avantajlar getirmiştir.

Bir kişinin ya da bir grubun, bir ülkede birkaç gazeteyi ve dergiyi, televizyon ve radyo istasyonlarını ele geçirmesine yoğunlaşma ya da tekelleşme denilmektedir. İletişim alanında, bu tür gelişmeler endişeyle karşılanmakta ve bunlara karşı bazı önlemler alınmaya çalışılmaktadır. Alınan önlemlerin başarıya ulaşma şansı ya da sıkıntıların ortadan kalkması için yapılan faaliyetler ise, sermaye sahipleri tarafından 'yerleşik düzenlerine' yönelik bir tehdit olarak algılandığından, gerek ekonomik gerekse de siyasi anlamda birçok engelle karşılaşmaktadır (Aktaran: Bulunmaz, 2011: 243). Sermaye sahipleri bu konuda siyasilere özellikle 3 Mart 2011'de yürürlüğe giren 6112 sayılı yasa konusunda baskı yaparak yerli veya yabancı sermaye açısından, gazetesi, televizyonu, radyosu, medya şirketi olan her sermaye grubunun rahatlıkla kamu ihalelerine girebilmesinin yolunu açmışlardır.

Adaklı'ya göre giderek sayıları azalan medya şirketlerinin genişleme stratejileri temel olarak üç tip bütünleşmeyi hızlandırmıştır; Birincisi, yatay bütünleşme; Şirketler belirli bir alt sektörde birden fazla ürünle/kuruluşla o sektördeki farklı hedef kitleleri ve dolayısıyla piyasayı kontrol etmeye çalışır. Örneğin, genel izleyiciye seslenen bir televizyon kanalının yanı sıra bir de haber kanalı kurmak ya da farklı seslenen gazeteler çıkarmak bu tip bütünleşme örnekleridir. İkincisi dikey bütünleşme; Hammadde kaynağının ya da temel üretim girdilerinin temininden, nihai malın tüketiciye ulaştırılmasına kadar süren üretim zincirinin bütün halkalarını kontrol etmeye dönük bir yoğunlaşma biçimidir. Üretim sürecinin tamamı tek bir merkezden kontrol edilmeye başladığında tekelleşme eğilimi güç kazanmaktadır. Üçüncüsü çapraz bütünleşme; Belirli bir araç (medium) üzerindeki kontrolün,

medyanın diğer sektörlerine de el atarak güçlenmesidir. Örneğin, müzik piyasasında söz sahibi bir holding kitap ya da kablolu televizyon piyasasına da girebilir ve böylece bir sektördeki konjonktürel gerileme eğilimini, diğer sektördeki gelişmeyle giderebilir. Sonuncusu ultra-çapraz bütünleşme: Türkiye'de örneğine sık rastlanan ve medya dışı yatırımları ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Genelleşmiş bir eğilim olarak Türkiye'de medya şirketleri, medya dışı yatırımların bir tür garantörü gibi çalışmaktadır. Kamu ihale, tahsis ve teşvikleri, özelleştirmeler bu tip genişlemenin en önemli kaynaklarıdır (Adaklı, 11.4.2014: 18).

Türkiye'deki ülkesel/yaygın ticari medya küre-yerelleşmenin bu modellerine değişik biçimlerde ayak uydurmuştur. Şimdilik, CNN-Türk olarak karşımıza çıkan model, Fox Tv ve El Cezire Türk kanallarıyla ivme kazanmıştır. CNN-Türk televizyonu, ulus-aşırı medya kuruluşlarının yerelleşme arayışları ile Türkiye'deki medya tekellerinin küreselleşme arayışlarının buluştuğu noktada ortaya çıkan modeldir. Böylelikle Doğan Medya Grubu, yukarıda anılan ulus-aşırı medya tekellerinin yerelleşmesine aracılık ederek, aşağıdan yukarıya küresel pazara eklemlenmiş olmaktadır. Diğer yandan Türkiye'de ulusal pazarda tekel durumunda bulunan ticari medya kuruluşları, bir başka küreselleşme eğilimini de, yayınlarını Avrupa'da yaşayan ve kendileri için ihmal edilemeyecek bir pazar oluşturan Türkiye kökenlilere taşıyarak göstermişlerdir. Show Tv, Star Tv gibi televizyon kanallarıyla, Hürriyet, Sabah gibi gazetelerin Türk kökenlilerin yaşadığı Avrupa ülkelerindeki yayınları/basımları buna örnek verilmektedir (Alankuş, 2001: 104).

1980'lerde başlayan sermayenin medyaya yönelimi basının birkaç patronun elinde toplanmasıyla sonuçlanmıştır; 2013 itibarıyla medyası da olan grupların hangi sektörde, neler yaptığına bakıldığında bu tespit açıkça görülmektedir. Medya pazarının Çukurova grubunun medya şirketlerine Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından el konulmasının ardından sayısı dörde düşen en büyük medya gruplarının hemen hepsinin enerji, madencilik, finans ve inşaat alanlarında büyük yatırımları bulunmaktadır. Doğan grubu, Çalık grubu, Doğuş grubu, Ciner grubunda oluşan bu dörtlünün hepsinin en az bir hidroelektrik santrali vardır (Sözeri, 2015: 30).[7]

[7] Türkiye'de tekelleşmiş medya gruplarını, Ek 1'de, ''Türkiye'de Medya Sahiplerinin Medya İçi ve

Reklam gelirlerinin büyük bölümünü elinde tutan bu grupların bazıları 2001 krizinin etkisiyle el değiştirse de gelirlerin paylaşımı değişmemiştir. Ancak buna rağmen medyanın sermayedarlar için kârlı bir alan olduğunu söylemek zordur. 2011 yılında TESEV için hazırlanan raporda pek çok medya şirketinin, özellikle de gazetelerin ekonomik olarak rasyonel olmayan şartlar altında faaliyet gösterdiğini, çoğunun zarara katlanılarak yayınlandığı ortaya konulmuştur. TBMM Darbe ve Muhtıraları Araştırma Komisyonu'nun 2012 yılında yaptığı görüşmelerde, medya patronları bu sektöre siyasilerin ricası / baskısı nedeniyle girdiklerini ve zararlarını azaltmak için çoğunlukla televizyon satın almak yoluyla büyümek durumunda kaldıklarını ifade etmişlerdir (Sözeri, 2013, erişim tarihi, 18.11.2013). Kapitalizmin yüksek kâr oranı istediği ve girişimcinin kâr elde edemediği bir alana ne için girdiği böylece anlaşılmaktadır. İktidar kaynaklı bu tür ricaların bugün de sürdüğü iktidara yakın sermayedarlar arasında sürekli el değiştiren medya şirketlerine bakılarak dahi söylenebilmektedir.

Dilek Kurban ve Ceren Sözeri, 2013 yılında TESEV için hazırladıkları "Türkiye'de Özgür ve Bağımsız Bir Basın İçin Siyasa Önerileri" adlı raporda Türkiye'de medya sektörünün, ekonominin diğer alanlarında da yatırımları bulunan az sayıdaki büyük holdingin hâkimiyetine bağlı olarak, yüksek düzeyde tekelleşmenin yaşandığı bir sektör olduğu tesbitini yapmışlardır. Bu şirketlerin birleşmesini ve kamu ihalelerine girmelerini engelleyecek yasal düzenlemeler son derece yetersizdir (Kurban ve Sözeri, 2013: 3). Medya sahiplerinin kârlarını yükseltmekamacını gütmesi, onları siyasi baskı karşısında zayıf kılmakla kalmayıp, kamuoyu üzerinde sahip oldukları gücü hükümetler aleyhine kullanmak yoluyla, kendilerine dediledikleri̇nde siyasi baskı uygulama gücü vermektedir.

1.3.4. Tekelleşmenin Basın Çalışanlarının Hakları Üzerindeki Etkisi

Şubat 2011 tarihinde kabul edilen radyo ve televizyon yayıncılığıyla ilgili yeni yasayla getirilen bazı ilerlemelere rağmen, medya piyasasına girmenin önündeki engellerin kaldırılmasının benimsenmesi fiiliyatta zor uygulanmaktadır. Türkiye'nin medya sektörünün son yıllarda, dinamik bir izleyici kitlesi nedeniyle, yabancı

Medya Dışı Yatırımları-2015''(Sözeri, 2015: 30) tablosunda inceleyebilirsiniz.

yatırımcılar açısından daha çekici hale geldiği gözlemlenmektedir. Ne var ki medya aracılığıyla elde ettikleri siyasi kazanımların ekonomik kayıplarını telafi etmediği şirketlerin pazardan çekilmesi nedeniyle, medya kuruluşlarının satış yoluyla el değiştirmesi sıklıkla yaşanan bir durumdur. Medya kuruluşlarında editoryal bağımsızlığı sağlayacak yasal güvenceler bulunmadığından, bu satışlar çoğu kez toplu işten çıkarmalarla sonuçlanmaktadır (Kurban ve Sözeri, 2013: 4). 22 Şubat 1999 tarihinde MNG Medya grubu bünyesinde yayına başlayan Tv 8'in Mehmet Nazif Günal tarafından, 13 Kasım 2013 tarihinde %70 hissesi Acun Ilıcalı ve %30 hissesi Doğuş Yayın Grubu'na satılması sonrası, kanalın format değişimine gitmesi sonucu tüm haber merkezi ve spor merkezinde çalışan personel işten çıkarılmıştır (Semercioğlu, Hürriyet web sayfası, erişim tarihi, 15.7.2014). İşten çıkarmalar sonrası, haber merkezi personelinin de içinde olduğu 100'ün üzerinde TV 8 çalışanının mahkemeye gittiği söylenmektedir.

Medya, siyaset ve ticaret birleşmesinin bir yansıması olan basın sektöründeki tekelleşme ile holding sahibi patronlar mevcut siyasi iktidarın olumsuz karşılayacağı haber ve yorumların yapılmaması için medya çalışanlarını baskı altına almaktadırlar. Aksi takdirde gerek kamusal gerekse de özel sektörde birçok işkolunda faaliyet gösteren holdinglerin, ticari anlamda büyük bir risk ile karşı karşıya kalma ihtimali büyük bir olasılık olarak gözükmektedir (Bulunmaz, 2011: 244). Tekelleşme neticesinde medya ve siyaset arasındaki ilişkinin gazeteciler üzerinde ortaya çıkardığı baskılar, hem kamusal hizmetin ifa edilmesi noktasında hem de demokrasinin işlerliğinde çok ciddi problemler yaratmaktadır. Haluk Şahin bu konuda, 2011 yılında yayınlanan *Can Çekişen Bir Meslek Üzerine Son Notlar* adlı kitabında iktidar-medya ilişkisi için karamsardır. İktidarın 2007 seçimlerinden sonra medya üzerinde baskıya devam edeceğini beklemektedir. Bu iktidarın medyaya kendi isteklerini kabul ettirmek için patrondan, yöneticiye kadar her kademede baskı yaptığını, tek tek kuruluşların ve kişilerin sicillerini tuttuğunu, havuç-sopa yöntemini denediğini söylemektedir (Şahin, 2011: 166-167).

Tekelleşmenin yarattığı medya düzeni içerisinde zamanla, paralel bir iktidar düzeni de oluşmaktadır. Bu düzen neticesinde, holdingin sağladığı gücün etkisiyle medyanın hem kamu sektöründe hem de özel sektörde yer alan yöneticiler üzerinde bir baskı rejimi oluşturdukları görülmektedir. Medyanın sahip olduğu gücün etkisinin

farkında olan ve bunu bir holdingin 'kanatları' altında sürdürdüğünü bilen farklı kademelerdeki yöneticiler ve 'karar alıcılar' da, direnç gösterseler dahi belirli bir süre sonra üzerlerinde oluşan baskının şiddetine bağlı olarak güdülemeyi kaybetmekte ve sistemin bir parçası olabilmektedirler (Bulunmaz, 2011: 244).

Eldeki veriler, büyük medya kuruluşlarının bünyesinde yer aldıkları şirketler grubunun, finansal çıkarlarına karşı olabilecek her türlü bilgiye ve enformasyona yer vermeye yanaşmadıklarını göstermektedir. Aynı araştırmalar, medyanın sadece bünyesinde yer aldığı şirketler grubunun çıkarlarına karşı olan bilgileri aktarmaktan kaçınmakla kalmadıklarını; aynı biçimde, destekleyici(sponsor)lerin, reklam verenlerinin ya da patronun dost ve yakınlarının çıkarlarına uygun olmayabilecek; siyasal iktidar ya da kamu otoriteleri ile ilişkilerini zedeleyebileceği düşünülen bilgi ve haberleri de bir biçimde karartmakta olduklarını göstermektedir (Kaya, 2009: 302-303).

24 Ocak 1993 tarihinde bombalı saldırı ile katledilen Uğur Mumcu'nun 30 Haziran 1983 tarihlerinde Cumhuriyet gazetesindeki yazısı, holdingleşme ve tekelleşmenin yarattığı sorunlara yıllar öncesinden işaret etmektedir. Devletin basın özgürlüğü üzerindeki kısıtlayıcı ve yasaklayıcı tavrı ile basın organlarını ele geçireceği ve basında tekelleşme yaratacak olan holdingleşmenin, basın özgürlüğünü sona erdireceğini dile getirmektedir (Aktaran: Bulunmaz, 2011: 245).

Tekelleşmenin yarattığı başka büyük bir problem de sendikacılığın ortadan kaldırılmasıdır. Medya sektörü içinde yer alan çalışanların kendi mesleklerine yönelik temel hak ve hürriyetlerini örgütsel bir çerçeve içerisinde savunmalarını sağlayan sendikacılık, büyük sermaye sahiplerinin medya dünyası içinde yer almasından ve bu sistemin de giderek tekelleşmeyi yaratmasından dolayı büyük bir darbe almıştır. Özellikle Aydın Doğan'ın 1991 yılında Milliyet gazetesinde, 1994 yılında ise Hürriyet gazetesinde başlattığı sendikasızlaştırma çalışmaları, günümüzde basın sektörü içerisinde sendikasız çalışan kültürünün egemen olmasında ilk tohumların atılmasını sağlamıştır (Bulunmaz, 2011: 243-244).

Basın sektöründe ortaya çıkan holdingleşmenin zaman içerisinde tekelleşmeyi meydana getirdiğini ve bu durum neticesinde de ortaya çeşitli sorunların çıktığını ileri süren Topuz, bunları şöyle sıralamıştır. Medyadaki tekelleşmenin düşünce ve

anlatımda çoğulculuğa karşı olması, kitle iletişim araçlarının paralı ellerde toplanması, düşünce ve anlatım özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Bu eğilim sonucunda ve tekelleşmelerin sendikaya karşı olması nedeniyle, medyada çalışanların sayısı azalmakta ve medya tekdüzeliğe mahkûm olmaktadır. Tekellerin başındaki kişiler, iktidarı paylaşmak ve hükümetten çeşitli çıkarlar sağlamak için türlü türlü ödünler vermekte ve medyada çalışan gazetecileri baskı altında tutmaktadırlar. Küçük ve orta çaptaki yayın organları zamanla yok olmakta ve holdinglerin sınırsız egemenliği kurulmaktadır. Türkiye'de medya zamanla bir paralel iktidar mekanizması oluşturmaktadır. Yöneticilerin medyadan gelen baskılara karşı koyamadıkları da zaman zaman görülmektedir. Büyük sermayeye dayanan medya, magazin programlarının ve magazin haberciliğinin de gelişmesine yol açmış, bu da bir kültür yozlaşmasına neden olmuştur. Tekelci sermaye ve holdingler dışa bağımlıdır, IMF'den çıkarları vardır. Böyle bir bağımlılık da ülkenin bağımsızlığıyla bağdaşmamaktadır (Aktaran: Bulunmaz, 2011: 243).

Mehmet Sağnak, *Medya Politik-1983/1993 Yılları Arasında Medya Politikacı İlişkileri* kitabında, "demokratik her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de 'kamuoyunun serbestçe oluşmasını' sağlamakla görevli bulunması gereken habercilik anlayışı, bazı medya organlarında hiçbir kapitalist ülkede görülmeyen biçimde yozlaşmış ve sermayenin hizmetine girmiş görünüyor" demektedir. Çağdaş iletişim/bildirişim teknolojileri artık düne oranla astronomik yatırım gerektirdiği için, medyanın sermaye ile bütünleşmesinin belirli sınırlar içinde kalınması koşuluyla makul görülebileceğini, ancak siyasal haberciliğin bazı çıkar/sermaye gruplarının güdümüne girmesi ile eğlence sanayinin, sermayenin denetim ve yönetimine girmesinin aynı şey olmadığını vurgulamaktadır (Sağnak, 1996: 136).

Medyanın kârlarını en yükseğe taşıma amacı güden ve bu yüzden devletle reklam ilişkileri geliştiren şirketler tarafından yönetildiği bir çevrede, bağımsız bir medya'nın ortaya çıkması ve hayatta kalmasının zor olduğu görülmektedir. Hassas politik meseleleri ele alan bir medya yayınını cezalandıran otoriter yasal bir çerçevenin oluşu bu mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Toplumun gerçeklere ulaşmasına çabalayan bir avuç medya kuruluşu ise maddi zorluklarla karşılaşmakta ve yasal suçlamalarla taciz edilmektedir. Gerçekte bütün gazeteciler, ana yayın ve bağımsız medya aynı şekilde, düşük ücret, sosyal güvenlik yoksunluğu, uzun çalışma saatleri

ve iş güvenliği yoksunluğu gibi çok zor şartlar altında çalışmaktadır. İş sendikalarına katılan gazeteciler işverenlerinin tehditleri, tacizleri ve baskıları ile karşılaşmış ve karşılaşmaktadırlar ve çoğunlukla hakları ve işleri arasında seçim yapmak zorunda kalmaktadırlar (Kurban ve Sözeri, 2011: 39). Gazetecilerin politik güçler ve isverenlerinin karşısındaki savunmasız pozisyonlarının, aynı zamanda gazeteciler arasındaki yatay birliğin eksikliğinin sonucu olduğu da iddia edilmektedir. İşgücü arasındaki rekabet ve işsizlik korkusunun, medya aracılığıyla bile problemlerin dile getirilmesini önlediği gözlemlenmektedir.

1.3.5. Gazetecinin Kamusal Sorumluluğu ve İfade Özgürlüğü

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ)'na göre gazeteci asli, sürekli ve ücretli bir işi bir veya bir kaç yazılı veya görsel-işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunarak yapan ve kazancının çoğunu bu işten sağlayan kişi olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Özsever, 2004: 30). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (İLO) 1981 tarihli mesleklerin uluslararası standart sınıflandırmasında da gazeteci, yazılı basında ya da radyo ve televizyonda yayımlanmak üzere güncel olaylar hakkında bilgi veren, haber toplayan, röportaj yapan kişi olarak ifade edilmektedir (Aktaran: Özsever, 2004: 30).

Gazeteci, bir ücret karşılığı emeğini sattığından çalışan kesimin, yani işçi sınıfının genel tanımı içinde yer alır. Ancak gazetecinin ürettiği ürünle diğer çalışanların ürünleri arasında toplumsal niteliği açısından, kamuoyunu etkilemesi nedeniyle önemli bir fark bulunmaktadır. Basın çalışanlarının ürettiği ürünün kamuoyunu etkileyen toplumsal niteliği, gazeteciyi bu anlamda işlevsel özelliğiyle diğer çalışanlarından ayırmaktadır (Özsever, 2004: 53). Bu nedenle gazetecinin tanımı ve hakları, sadece kendisi için değil toplumun hak ve özgürlükleri için de büyük bir öneme sahiptir.

Liberal profesyoneller kaçınılmaz olarak kişisel sorumluluk altında, uzun kuramsal eğitim ve gerekli uygulama pratikleri altında, gerekli donanımları kazanırlar. Sosyal bilimlerde profesyonellik üzerine yazılarda gazetecilerin herhangi bir meslek durumuna uymadığı yanıtı alınır. Gazeteciler hızlı kırtasiyecilik gerektiren, karmaşık işletmelerde görev alırlar. Sosyolojik bakış açısından kişiler ve

topluluk arasında gizemli bir çaba içindedirler. Gazetecinin sorumluğu kavramı, hukuk bilim açısından, herhangi bir önceliğe vurgu yapmamaktadır. ABD ve Avrupa yasalarına göre medya yasaları, sakıncalı yazıyı yazan gazetecinin değil, sorumlu editör ve yayıncının sorumluluğunu kabul eder. ABD'de yüksek mahkeme ilk değişiklik kanunu uyarınca, tüm medya holdinglerine serbestçe yayın yapma ve korunma hakkını vermiştir (Svennik ve Epp, 2003: 11). Buna karşılık Türkiye yasaları "devlet kavramı ve ulusal yarar" kavramları doğrultusunda işlemektedir. Bu nedenle medya kurumları, devletin sıkı denetimi altındadır.

Medya kurumları kamusal alanın önemli bir parçasıdır. Kamunun doğru bilgilendirilmesi, toplumun yöneticilerini seçerken seçim dönemlerinde adayları tanıması, kamuyu ilgilendiren tüm devlet, hükümet ve bürokrasinin yaptığı ve yapamadığı işler için düzgün bir tartışma platformu oluşturulması gereklilik olarak uluslararası toplumca kabul görmektedir. Gazeteciler toplumun doğru bilgilendirilmesi için çok önemli bir rol üstlenmektedir. Raşit Kaya medya mülkiyetini özünde kamusal bir emanetin kullanılması olarak yorumlar. Kaya'ya göre "kitle iletişim alanında özel mülkiyet mutlak bir hak değil, verilmiş bir ayrıcalıktır" (Özsever, 2004: 142). Gazetecilik mesleğinin yerine getirilmemesi, sadece gazetecinin özgürlüğünün kısıtlanması anlamını taşımaz, aynı zamanda doğru bilgilendirilmeyen ve eleştirel yaklaşıma sahip olamayan vatandaşların ifade özgürlüğünün de engellenmesi demektir. Gazetecilerin ve medya kuruluşlarının siyasal iktidara, her türlü güç odağına ve kendi sahibinin çıkarlarına karşı gazeteciliğin temel ilkeleri, etik değerleri ve kamusal hizmet anlayışı gereği haber ve yayın politikası açısından bağımsız olması önemli bir ilkedir.

Ne var ki gazetecilerin bu toplumsal mesleği yerine getirirken içinde çalıştıkları meslek atmosferi tek başına kendilerinin belirlediği bir seçenek olmaktan daha çok, bir çok faktörün bir araya gelmesiyle oluşan bir kesişim alanıdır. Adaklı, etik davranmak üzere samimi bir çaba gösterecek kişilerin salt bireysel bir edimle bunu başaramayacaklarını iddia etmekte ve özellikle 1980 sonrası radikal biçimde değişen medya sahipliği ve kontrol ilişkilerine dikkat çekmektedir. Gazetecilik etiği üzerine yazan Richard Keeble, daha ziyade İngiliz medyasından örneklerle gazeteciyi sınırlayan altı unsur sıralamaktadır; ölüm tehlikesi ya da cinayet, yasal sınırlılıklar, reklamcılar, sahipler, polisiye uygulamalar ve gizli devlet (Adaklı, 2010:

61-62). Bu sınırlamaların Türkiye gazetecilik atmosferinde de var olduğu, kamusal vicdanın en önemli ayaklarından birisi olması gereken gazetecilerin, çalışma koşullarını belirlemekte etkili olduğu gözlemlenmektedir.

Gazeteciliği sınırlayan en önemli konu olarak öne çıkan "ölüm tehlikesi ya da cinayet" başlığında Türkiye'nin ne yazık ki kötü bir sicili vardır. Türkiye dünya üzerinde en fazla gazeteci cinayet ve ölümlerinin olduğu ülkelerden birisidir. Örnek vermek gerekirse Abdi ipekçi (1.2.1979), Çetin Emeç (7.3.1990), Uğur Mumcu (24.1.1993), Ahmet Taner Kışlalı (21.10.1999) ve Hrant Dink (19.1.2007) cinayetleri belli başlılarıdır. Bunun dışında savaş bölgelerinde (2001 yılında Afganistan, 2003 Irak, 2008 Gürcistan gibi) birçok Türk gazetecisi yaralanmıştır. Yüzlerce gazeteci yurt içinde de özellikle toplumsal olay ve gösterilerde ölüm tehlikesi yaşamaktadır.

İkinci sınırlama konusu olan gazetecilere karşı yasal sınırlılıklar konusunda, Türkiye Anayasa'sının 25. maddesi, kişilerin ifade özgürlüğünü devletin müdahalesine karşı güvence altına alır. Basın özgürlüğüne anayasal güvence sağlayan 28. madde ise, bu özgürlüğü sağlayacak gerekli tedbirleri alması için devlete pozitif sorumluluk yükler. Anayasa'nın 26. maddesi kişilerin düşünce ve kanaatlerini tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma, resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir alma ya da verme özgürlüklerini korur. Ancak gerçekte bu özgürlükçü görüntünün ardında, bireysel özgürlükleri kısıtlayan, milliyetçi, devletçiliği ve kültürel muhafazakârlığı, yüce değerler olarak kutsayan bir çerçeve yatmaktadır. Anayasa'nın 41. ve 58. maddeleri bir taraftan Atatürk ilkeleri, diğer taraftan ailenin kutsallığı, kamu güvenliği ve devlete gençleri kötü alışkanlıklara karşı koruma görevlerini vermesiyle, özgürlük alanı daraltılmaktadır (Kurban ve Sözeri, 2012: 39). Anayasa'nın devlet merkezli yaklaşımının, çoğulculuğun ve ifade özgürlüğünün önünde en temel engellerden birisi olduğu, yukarda da yer verildiği gibi Avrupa Birliği'nin her yıl yayınlanan Türkiye raporlarında sıklıkla ve güçlü ifadelerle yer almaktadır.

Medya kurumlarına, gazetecilere ve insan hakları savunucularına karşı açılan davaların Türk Ceza Kanunu'na göre yasal dayanakları; Hakaret (madde 125), anayasal düzeni sona erdirmek için suç örgütü kurmak (madde 134), askeri personeli itaatsizliğe teşvik etmek (madde 319), halkı askerlikten soğutmak (madde 318),

Türklüğü, Cumhuriyet'i, devleti, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ni, hükümeti veya yargı organlarını aşağılamak (madde 301), suç işlemeye tahrik etmek (madde 214), suçu ve suçluyu övmek (madde 215), halkı suç ve düşmanlığa tahrik etmek (madde 216) ve müstehcen görüntü, yazı ve sözleri basın yoluyla yayımlamak (madde 226) olduğu görülmektedir (mevzuat.gov.tr web sitesi, Türk Ceza Kanunu, erişim tarihi, 22.6.2014).

Devlet görevlileri ve siyasetçiler, eleştirel yazı ve haber yazan gazeteciler için sıklıkla hakaret davası açmaktadırlar. Sadece 2011 yılında, 24 gazeteci bu suçtan dolayı toplam yirmi bir yıl dokuz ay hapis ve kırk sekiz bin Türk lirası para cezasına çarptırılmıştır (Aktaran: Kurban ve Sözeri, 2012: 44). Savcılar ve üst düzey askeri yetkililer haklarında haber yapan gazetecileri cezalandırmak, böylelikle basını sansürlemek için özellikle soruşturmaların gizliliğini ihlal etmek (madde 285) ve adil yargılamayı etkilemeye teşebbüs etmek (madde 288) suçlarından yargılamaktadırlar (Hammarberg raporu, 2011, erişim tarihi, 22.6.2014).

Yargıtay Başkanlığı, Danıştay Başkanlığı, Adalet Bakanlığı ve Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulu'nun Avrupa Konseyi ile ortaklaşa yürüttüğü proje kapsamında düzenlenen "Türkiye'de İfade ve Medya Özgürlüğü" konulu konferansta Avrupa Konseyi Genel Sekreteri Thorbjorn Jagland, AİHM'de Türkiye aleyhinde ifade özgürlüğüyle ilgili 450 dosya bulunduğunu ve bunun çok yüksek bir rakam olduğunu söylemiştir (BİA Medya Gözlem ve Ifade Özgürlüğü Raporu, erişim tarihi, 21.5.2014).

Meclisin Kabul ettiği yeni internet düzenlemesi, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na mahkeme kararı olmaksızın sitelere erişimi engelleme yetkisinin verilmesi eleştirilmektedir. 2013 yılında binlerce internet sayfasının kapatılmasından sonra, hükümetin tutumunu daha da sertleştirdiği ifade edilmiştir. Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütü yöneticilerinden Christian Mihr, Türkiye'de şu anda 60 gazetecinin hapiste olduğunu hatırlatarak, terörle mücadele yasasının suistimal edilmesinin bir sonucu olarak Türkiye'de hala çok sayıda gazetecinin hapiste olduğunu, Kürt sorunu hakkında haber yapan gazetecilerin terörist olmakla suçlandığını ifade etmektedir (Deutche Welle web sitesi, erişim tarihi, 15.5.2014).

Reklamcılar ve medya sahipleri, diğer unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konular ileride, "Türkiye haber üretim sürecinde egemenlerin etkisi, işverenler ve reklamverenler " konu başlıklarıyla detaylı olarak incelendiği için burada ayrıca değinilmeyecektir.

Bütün dünyada polisin gazetecilerle hasmane ilişkisi salt polis adliye vakalarından kaynaklanmamaktadır. Devletin kolluk gücü olan polis pek çok yerde gazetecilere fiziki saldırılarda bile bulunmakta, daha da kötüsü bu tip saldırılar Türkiye gibi devlet güvenliğinin insan haklarından üstün tutulduğu ülkelerde vahim sonuçlar doğurabilmektedir. Türkiye'de 1996 yılında bir gösteriyi takip ederken polis şiddetiyle dövülerek öldürülen İstanbul Alibeyköy'de Evrensel Gazetesi muhabiri Metin Göktepe (8.1.1996) bu konuda verilebilecek en acı örneklerden birisidir. Türkiye İşçi hareketlerinin en önemli günü kabul ettiği 1 Mayıs gösterileri, gazetecilerin ve işçilerin devletin kolluk kuvveti olan polisler tarafından şiddete maruz bırakılması ve gösteri haklarının engellenmesi süreci şeklinde geçmektedir.

27 Mayıs 2013 tarihinde başlayan beş milyonun üzerinde göstericinin katıldığı Gezi Parkı gösterilerinde sadece dokuz gösterici hayatını kaybetmekle, sekiz bin yirmi bir kişi yaralanmakla kalmamış, aynı zamanda üç adet naklen yayın aracı Taksim Gezi Parkı önünde yakılmış ve yüzlerce gazeteci gaz bombası, plastik mermi ve basınçlı su ile cezalandırılmıştır. Türkiye Gazeteciler Sendikası, Gezi olayları sırasında yüzden fazla gazetecinin yaralandığını iddia etmektedir (BBC Türkçe web sitesi, erişim tarihi, 22.6.2014).

Bunun yanında hükümeti kızdırmak istemeyen medya işverenlerinin gazeteciler üzerinde yoğun bir baskı kurduğu ulusal ve uluslararası birçok kuruluş tarafından ifade edilmiştir.TGS İstanbul Şube Başkanı Gökhan Durmuş,Gezi olaylarının başlangıcı olan 27 Mayıs'tan 22 Temmuz 2013 tarihine kadar elli dokuz basın çalışanının işsiz kaldığını ve ondört kişinin durumunun belirsiz olduğunu, bu elli dokuz gazetecinin yirmi ikisinin işten çıkarıldığını, otuz yedisinin ise istifa etmek zorunda bırakıldığını söylemiştir (bianet web sitesi, erişim tarihi, 22.6.2014).

28 Şubat 1997 Milli Güvenlik Kurulu kararlarında devlet baskısıyla gazetecilerin brifinglerle yönlendirilmesi ve akredite gazeteci, medya kuruluşu uygulamasının yapılması gibi pratikler söz konusu olmuştur. Son zamanlarda

Türkiye'de "Susurluk" ve "Ergenekon" adıyla anılan devlet, istihbarat, mafya ilişkileri hakkında araştırma komisyonu raporları ve dava dosyalarından sızan belgeler "gizli devlet" olarak kodlanan antidemokratik yapıların ne denli tehlikeli uygulamalara zemin hazırladığını göstermektedir (Adaklı, 2010: 67). Ekonomi politik yaklaşıma göre, bu unsurlar analiz edildiğinde sermaye ve reklamverenleri "sermaye" başlığında, polis ve gizli devleti "devlet" kategorisinde birleştirmek mümkündür. Adaklı'ya göre, yasalar, salt teknik anlamda hukuk metinleri değil, herhangi bir politik coğrafyadaki tarihsel sosyolojik eğilimlerin sızdığı, medyayı sınırlandıran veya ona izin veren bu normları, yaptırımları ya da hakları belirli meşruiyet kalıpları içerisinde sunan ideolojik metinlerdir (Adaklı, 2010: 68). Bu alanda ekonomi politiğin odaklandığı, mülkiyet ilişkileri, ekonomik, siyasi egemenlerin etkisi, işveren-emekçi ilişkisi ve yazılı olmayan toplumsal, mesleki ilişkilerdir.

2. TÜRKİYE'DE HABER ÜRETİM SÜRECİNDEKİ BAŞLICA ETMENLER

Bu bölümde habercilerin çalışma koşullarının çerçevesini çizen haber üretim sürecindeki başlıca etmenleri ortaya koyabilmek üzere toplumdaki egemen kesimlerin kurumlara müdahalesi; kurumsal yapı, politikalar, süreçler ve ilişkiler; yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar ve kısıtlamalar ele alınmaktadır. Bu etmenler, haber üretim süreci özetlendikten sonra, üç ana başlık altında incelenecektir.

Habercilik sektörü finans, haber üretimi öncesi, haber üretimi süreci, üretim sonrası ve yayın gibi aşamalara ayrılır. Her aşamabirbirinden farklı işgücü (bazı aşamalarda farklı işleri aynı kişi yapabilir) ve teknoloji kullanımı gerektirebilir. Haberin türüne göre (dış, yurt, spor, magazin, diplomasi, istihbarat vs.) maliyet, süre, ekip ve teknik donanım gibi temel unsurlar değişebilir. Süreç tüm haber türleri için bu dizgede işler ve bu değer zinciri sonunda ortaya çıkan her bir haber ürünü benzersiz olur. Her ne kadar, habercilik sadece enformasyonun medya profesyonelleri tarafından aranması, bulunması, derlenmesi, düzenlenmesi ve sunulması ile sınırlandırılsa da, haber ürününün düşünsel, toplumsal, ideolojik boyutları nedeniyle bu üretimde tam bir işbirliği gerekmektedir. Haber üretim sürecini oluşturan bileşenlerden birinin eksikliği üretimi ve ürünü doğrudan olumsuz etkilemektedir.

Haber sektöründe bu anlamda haber üretim sürecinin her aşamasında görev alan kişiler, bu değeri üretmek için bir araya gelmiş medya profesyonelleridir. Ortak amaç olarak bu zincirin herbir halkasını oluşturan herbir görev tanımının bu üretimde bir değeri vardır. Haberin, sermaye sahipleri ile toplumda yer alan tüm sınıflar arasında ekonomik, ideolojik, kültürel ve toplumsal kesişim sağlaması gereken bir ürün olmasından dolayı bu değerleme de, sermaye sahipleri, siyasal iktidar, toplumca genel kabul görmüş değerler üzerinden yapılagelmektedir.

Genel işletme kurallarına göre, işletme içinde değer zincirinin halkalarını oluşturan her profesyonelin üretilen ürün veya hizmette payı olmasına karşılık,

medya işletmelerinde bu değerleme biraz farklı olmaktadır. Siyasi egemenler ile işverenlerin ortaklığı ve çıkar birliği, medya işletmesinde değer zinciri üzerinde etkili olmaktadır. Medya işletmesinde üretilecek ürün üzerinde planlama, karar verme süreçlerinde en yetkili pozisyonda olan genel müdür ve genel yayın yönetmeni başta olmak üzere yönetici pozisyonlarında bulunan profesyonellere gerek işletme sahipleri gerekse siyasi egemenlerin daha fazla değer biçtiği gözükmektedir. Bunun nedeni ise enformasyon üretiminin, diğer üretilmekte olan ürün süreçlerinden farklı olarak, çok ani kararlar ile insiyatif kullanılan bir özelliği olması ve bu verilen kararların gerek siyasal, gerek toplumsal ve ekonomik karşılığının daha büyük olmasıdır. Ekonomik veya siyasal bir haberin medyayı izleyerek, durumunu belirlemeye çalışan milyonlarca insan üzerindeki etkisi, bu haberin belirlenmesinde en yetkili olan kişilere farklı bir değer biçilmesini getirmektedir.

Kabaca haber üretim sürecinde en yetkili pozisyonda olan medya profesyonelleri, en çok sorumluluğu üstlenmekte, karar verme merciinde olmakta, saygınlık ve ekonomik olanakların en yükseğine deonlar erişmektedir. Televizyonların icra kurulu üyeleri, genel müdürleri ve genel yayın yönetmenleri bunlar arasında sayılabilir. Onların ardından ara kademe yöneticileri gelmektedir. Haber koordinatörleri, haber müdürleri, ana haber sunucuları (anchorman), istihbarat şefleri ve editörler haber üretim sürecinde ara bir rol üstlenmektedir. Son grupta ise zihinsel ve bedensel emekleriyle haber üretiminde gerek medya işletmelerinin merkezlerinde, gerekse alanda katkı veren muhabir, kameraman, kurgu operatörleri, ışıkçı ve sesçiler, fikirişçileri ve beden işçileri olarakyer alır.

2.1. HABER ÜRETİMİNE İKTİSADİ VE SİYASİ MÜDAHALE

Haber üretim sektörünü çevreleyen kurumlar ve bu kurumların sektöre müdahalesine bakıldığında, karşımıza özellikle siyasal ve iktisadi aktörler çıkmaktadır. Aşağıda siyasal iktidar, sermaye sahipleri ve reklamverenler başlıkları altında bu aktörler ve müdahale biçimleri incelenmektedir.

2.2.1. Siyasal iktidar

Devletin ne olduğu konusunda liberal ve marksist görüş arasında farklar vardır. Liberal teori devleti farklı çıkar grupları arasında siyasi bir hakem olarak görürken, marksizm, devleti egemen sınıfların çıkarlarını gözetmek durumunda olan bir aygıt olarak değerlendirir. Bu görüş doğrultusunda da devlet genel çıkarları temsil eden tarafsız bir güç değildir. Aksine, tüm insanların değil, baskın sınıfın çıkarlarını gözetir (Hall ve Ikenberry, 2000: 19). Devlet gücünün altyapısal boyutu, yani topluma nüfuz etme ve sosyal ilişkileri örgütleme yeteneği oldukça önemlidir. Devletin gücü, karar verme aşamasındaki seçeneklerin çoğaltılmasıyla en yüksek noktaya ulaşır. Esnek olabilme kapasitesi, müdahale etme, geri çekilme, reform ya da kaçınma, devletinelindedir (Hall ve Ikenberry, 2000: 144). Yasama, yürütme ve yargı üçlüsü devletin hükümdarlığını ve devamlılığını sağlıklı yürütmesini sağlar. Devlet erki, bu gücünü ve yapabilme yetisini siyasal iktidar aracılığı ve yasalar ile yürütür. Parlamenter demokrasi rejimlerinde ulusal meclislerde çoğunluğu sağlayan ve yürütme organı içinde hükümeti kuran siyasal iktidar, halk adına uygulamaları yapmaktan sorumludur.

Toplumu oluşturan farklı çıkar gruplarının, konumlarını oluşturmak için toplumsal, ekonomik ve siyasal değişim ve dönüşümleri takip etmeye nasıl gereksinimi varsa, devlet erki ve siyasal iktidarın toplumun tüm kesimlerinden daha fazla bu gereksinimi olduğu gözlemlenmektedir. Medyanın kontrolü, enformasyonun elde edilmesi, işlenmesi ve yorumlanarak topluma sunulması işlemleri yaşamsal önemdedir. Ne var ki bu alanda geçen yüzyılda rakipsiz olan siyasal iktidara çok önemli bir rakip çıkmıştır. Küresel şirketler, yatırım yaptıkları ve her geçen gün teknolojik değişimle birlikte zemin kazandıkları iletişim mecrasında siyasal iktidarlar ve devletler ile müzakere sürecine girmişlerdir.

Golding ve Murdock'un işaret ettiği devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolü bu nedenden çok önemlidir. 1980'li yıllarında, önce ABD ve İngiltere'de uygulanmaya başlayan 'kuralların kaldırılması' (deregülasyon), devletin yayıncılık alanına müdahalesinin sınırlandırılması ve özellikle televizyon yayıncılığında kamu tekellerinin sonlandırılması süreci öne çıkmaktadır. İngiltere'de devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolüne odaklanan Golding ve Murdock, ilginç saptamalara

ulaşmıştır. İlk olarak ordu ve polis gibi devlet organları hem gözetimi sağlamak hem de kumanda ve kontrol sistemlerinden yararlanmak adına iletişim teknolojilerinin başlıca kullanıcıları olmuşlardır. İkinci olarak, hükümetler ve devlet kuruluşları; resmi istatistikler ve günlük basın bilgilendirmelerinden kamusal reklam kampanyalarına dek uzanan çeşitli türlerdeki kamusal bilgi ya da enformasyonun en önemli üreticileri haline gelmişlerdir. Üçüncü olarak, hem medya endüstrilerinin yapısına (sahiplik ve fiyat belirleme üzerindeki sınırlamalar aracılığı ile) hem de izin verilebilir kamusal anlatım dizisine ilişkin olarak (müstehcenlik, tahrik, ırkçı düşmanlık ve "milli güvenlik" gibi alanlarla ilgili düzenlemeler aracılığı ile)düzenleme yapabilme işlevlerini genişletmişlerdir. Sonuncusu, liberal demokratik hükümetler dolaylı olarak yani gazetelere katma değer vergisi uygulamayarak ya da doğrudan, çeşitli bağış biçimleri aracılığı ile kültürel etkinlik alanlarını fazlaca genişletmişlerdir (kamusal bütçeden maddi destek sağlamak yolu ile). Müzeler, kütüphaneler ve tiyatrolar için sağlanan paralardan, BBC'ye maddi kaynak sağlayan TV seti sahipliğine getirilen zorunlu yıllık ruhsat ücretlerine kadar uzanan geniş yelpaze, bu maddi desteği oluşturmak için üretilen kaynaklar olarak değerlendirilebilirler(Golding and Murdock, 1991: 24). Bu örneklerle İngiltere'de hükümetlerin kuralların kaldırılmasıpolitikaları yanısıra doğrudan ekonomik teşviklerle, kitle iletişimin denetlenmesinde önemli bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır.

Siyasal iktidarlar, toplumları yönetmek ve yönlendirmek için gün geçtikçe daha çok medya gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu yönlendirme işlemine günümüzde kısaca "toplum mühendisliği" denilmektedir. İktidarlar bu uğraşta en güçlü aracın medya olduğunun farkındadır. O nedenle kafa yorup, ince planlanmış stratejiler üretmekte ve medyayı ele geçirmek için uzun mesailer harcamaktadırlar (Mavioğlu, 2012: 2). Türk medyasının siyasal iktidarlarla ilişkisi ve medyanın iktidar taraftarı yayın yapması Cumhuriyet tarihi boyunca tartışılan bir konu olmuştur.

Tarihsel olarak Türkiye medyası siyasal iktidarın etkisinden ve iç ideolojik kutuplaşmalardan hiçbir zaman ayrı tutulmasa da, son on yılda yaşanan keskin bölünmeler ve aşırı siyasallaşmanın daha önce görülmemiş düzeyde olduğu söylenebilir. Türkiye'nin siyasal ve sosyal dönüşümden geçtiği bir süreçte ne derece kilit bir aktör olduğu bir kez daha anlaşılan medya, 2000'li yıllarda hükümet ile ordu arasında yaşanan gerginlikte ikiye bölünmüştür. Medya kuruluşlarının bu çatışmada

kimin yanında yer alacaklarına dair yaptıkları seçim, sadece bir siyasi tercih meselesi değil, aynı zamanda 1980'lerden bu yana süregelen sosyal, ekonomik ve siyasi dönüşümün de bir yansıması olmuştur. Birbirinin peşisıra veya eşzamanlı olarak gerçekleşen ekonomik liberalleşme, küreselleşme ve demokratikleşme süreçleri, kendisi de yapısal, teknolojik ve ideolojik bir değişimden geçen medya sektörü açısından çeşitli sonuçlar doğurmuştur (Kurban ve Sözeri, 2012: 15).

Medya-siyasal iktidar ilişkilerinde zaman zaman çatışmalar ortaya çıkmıştır. Bunların belli başlıları 1996 yılında RP-DYP koalisyon hükümetinin ana akım medyanın hükümete muhalefeti nedeniyle özendirmeyi (promosyon) yasaklama çabası, 2001 yılında Sabah grubu sahibi Dinç Bilgin'in cezaevine girmesi, 2002 seçimlerinde elinde bulunan medya örgütlerini de kullanarak genel seçimlerde %7 civarında oy alan Genç Parti başkanı Cem Uzan'ın seçim sonrasında tasfiye olması sayılabilir. Son yıllardaki en açık örnek ise AKP ile Doğan grubu arasındaki gerilimdir. 2002 yılında yapılan genel seçimler sonrasında iktidara gelen AKP ile Doğan grubu 2008 yılına kadar iyi ilişkiler kurmuş, Doğan grubunun 2005 yılına kadar ödemesi gereken POAŞ borcu, AKP hükümeti tarafından 2007 yılının sonuna kadar ertelenmiştir. Ancak Doğan grubu medyasında Deniz Feneri Derneği'nin yurt dışındaki işçi Türk'lerden topladığı milyonlarca euro ile ifade edilen parayı Türkiye'ye yasadışı olarak aktarması nedeniyle Almanya'da açılan davaya geniş olarak yer vermesi ve bu olayı AKP hükümeti ile ilişkilendirmesi iplerin kopmasına neden olmuştur.

Medya-siyaset ilişkilerini inceleyen Adaklı'ya (2014) göre, AKP dönemi, medya şirketleri üzerinde kamu ilanları gibi desteklerden mahrum bırakmaya da devasa vergi cezalarıyla uygulanan ekonomik şiddetin ağırlığının arttığı bir dönem olmuştur. 2010'da Doğan grubuna kesilen 3,7 milyar TLvergi cezası ve Taraf gazetesinin eleştirel tutumuna karşılık yaşadığı ekonomik açmaz, iki önemli örnektir. AKP'yi destekleyen medya, 2007 yılından itibaren belirgin bir bünyeye kavuşmuş, medya üretiminin Batılı örneklerinde gördüğümüz rasyonel kâr mantığından oldukça uzak biçimde, kamu ihalelerine yoğunlaşmış, yayın organlarını tamamen iktidarın hizmetine sunmuştur (Adaklı, 2014: 19, 11.4.2014). Adaklı başka bir tespitte de bulunmakta ve sadece iktidar ile aynı dünya görüşlerini paylaşan medyanın yanısıra,

ticari kâr mantığıyla hareket eden liberal iş âleminin de, ekonomik çıkar karşılığı, iktidarla ilişkiye girdiğini örneklerle sergilemektedir.

Türkiye'de medya sektörüne yabancı yatırımcıları çekme girişimi hükümetin desteğiyle 90'lı yıllarda başlamış olsa da o dönemde lisans anlaşmalarının ötesinde bir gelişme gerçekleşmemiştir. Bu alanda hareketlilik telekomünikasyonda özelleştirmeler ve 2001 krizinden sonra el konulan medya kuruluşlarının satış sürecinde baş göstermiştir. 2002– 2008 yılları arasında Türkiye'de medya sektöründe 35 ulusal, 30 uluslararası düzeyde birleşme ve satın alma işlemi gerçekleşmiştir. Bunların en yoğun olduğu yıllar 2005 ve 2006 yıllarıdır (Sözeri ve Günay, 2012: 42). Türk medya sektöründe, birleşme ve satış işlemleri 2011 yılı sonrasında azalsa da sürmektedir.

Adaklı, 3684 sayılı RTÜK Kanunu'nun değiştirilmesi için başta Doğan grubu olmak üzere medya şirketlerinin kamu ihalesine katılabilmeleri ve medya sermayesine yönelik hem ihale hem de hisse oranları sınırını kaldırmak için lobi faaliyeti yaptıklarını dile getirmektedir. Adaklı, 3 Mart 2011'de yürürlüğe giren 6112 sayılı yasaya kadar mevzuatın belirsiz, dolayısıyla sermaye açısından, özellikle yabancı ortakların güvensiz olduğuna dikkat çekmektedir.Lobiler sonucundagazetesi, televizyonu, radyosu, vesair medya şirketi olan her sermaye grubunun rahatlıkla kamu ihalelerine girebilir olduğu ve bunun nedeninin, sermayenin ortak çıkarları için yürüttüğü politik girişimler olduğunu iddia etmektedir. Adaklı'ya göre, Çalık ya da Kalyon gruplarının "işbirlikçi kartel" yapıları olarak, medya gibi hassas bir sektöre girebilmelerinin nedeni, gerekli hallerde bütün ayrılıklarını bir yana bırakıp inşaat, taahhüt, enerji gibi stratejik yatırımların önünü açabilecek politik girişimlere destek vermeleridir (Adaklı, 2014: 20, 11.4.2014).

Türkiye'de medya pazarı içinde finansal ve politik gücü barındıran son derece rekabetçi bir alandır ve 2000'li yıllar itibariyle diğer sektörler arasında başat bir konum kazanmıştır. Türkiye'de rekabetin korunması ve pazarda çok seslilik için, AB'nin Roma Antlaşmasının 81.ve 82. maddeleriyle uyumlu şekilde 1994 yılında yürürlüğe giren 4054 sayılı kanun yasal bir temel oluşturmaktadır. Ancak bu kanunla kurulan Rekabet Kurumu bu konuda pasif bir konumdadır (Kurban ve Sözeri, 2012: 24). Türkiye'de kurumsal yapısı oturmamış örneklerden birisi olan Rekabet Kurumu,

siyasal iktidarca yönlendirilmekte ve piyasa şartlarından daha çok, egemen siyasi ideolojiye yönelik uygulamalar yapmaktadır.

4054 sayılı kanun kapsamında Rekabet Kurumu, rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan girişimcilerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını ve rekabeti azaltacak birleşme ve devralma niteliğinde işlemler yapmalarını mercek altına almaktadır. Kurumun istatistiklerine göre 2008-2010 yılları arasında Rekabet Kurumu'nun medya sektörü ile ilgili almış olduğu kararların yüzde 50'sini rekabet ihlali, yüzde 33'ünü ise birleşme ve satın almalar oluşturmaktadır. Kurum, 5 Nisan 2011 tarihinde Doğan grubuna ait Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Doğan Gazetecilik A.Ş., Doğan Daily News Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin ve iştiraki olan Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş.'ye reklam satışında uyguladığı indirimler ve medya planlama ajanslarıyla yaptığı anlaşmalarda hakim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle oy çokluğu ile toplamda 6.500.000 (altı milyon beş yüz bin) TL para cezası vermiştir (Aktaran: Kurban ve Sözeri, 2012: 24). Rekabet Kurumu'nun Doğan grubuna verdiği bu cezaların, siyasi iktidardan bağımsız olmadığı, medya-siyaset ilişkilerinde ceza ve ödül araçlarının birlikte kullanıldığı kamuoyunda yaygın bir görüştür.

2.2.2. Sermaye Sahipleri

Golding ve Murdock, kapitalist ekonomilerde kitle iletişimi denetiminin kaynaklar ve işlemler düzeyinde olduğunu belirtirler. Kaynak denetimi; genel politika ve stratejinin formülleştirilmesini, genişleme kararlarını, yatırım yapılmış kısımların nasıl ve ne zaman satılacağını veya işçilerin işlerine son verme kararlarını, temel finans politikasının geliştirilmesini ve kârların dağıtımı üzerindeki denetimi içerir. İşlem denetimi ise, sağlanan kaynakların etkili kullanılması hakkındaki kararları ve belirlenmiş politikaların uygulanmasını kapsar (Tekinalp ve Uzun, 2006: 154). Murdock'a göre şirketlerde ekonomik sahiplik sadece en çok payı alan grubun büyüklüğüne değil, aynı zamanda diğer pay sahiplerinin dağılımına ve birlikte davranma gücüne bağlıdır (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2006: 154). Denetimin çözümlenmesi, şirketin paydaşları arasındaki güç dengesini gözetmeyi gerektirir.

1980'lerle birlikte yaşanan süreçte, medya sektöründeki sahiplik yapısı; şirket evlilikleri, satın almalar, yatay ve dikey bütünleşme gibi makro stratejilerle değişmekte, çalışanların konumları bu durumdan etkilenmektedir. İletişim holdinglerinin bu yükselişi, mülkiyet sahibinin gücünü kötüye kullanması, editoryal kararlara müdahalesi ya da onların politik düşünceleri ile uyuşmayan anahtar personeli işten çıkarabilme yetkisine sahip olmaları dışında daha da büyük bir sorun ortaya çıkartmaktadır. Kültürel üretim, şirketin farklı medya çıkarları çevresinde kurulan ticari stratejilerden de güçlü bir biçimde etkilenmektedir. Holdingin yatay ve dikey tekelleşmesi sonucu, örneğin gazeteler, kendi televizyon istasyonlarına ücretsiz reklam imkânı verebilirler ve bu yaklaşım, piyasada dolaşımda yer alan malların çeşitliliğini azaltmaya başlayan bir sonuç doğurur(Golding and Murdock, 1991: 23-24). Aynı tema ve ürünlerin tekrar üretimi niteliği taşıyan bu yaklaşım, çoğulculuğu öldürmektedir.

Türkiye'de karasal frekansta ulusal yayın yapan yalnızca 24 şirket bulunmaktadır. Yayın yapabilen 24 ulusal televizyonun çoğu, büyük medya gruplarının bünyesinde faaliyet göstermektedir. Yeni lisans verilmemesi, karasal yayın yapan yeni bir televizyon kanalının kurulmasını engellemiş, bu alana girmek isteyen yatırımcılar için düzenleyici kurumlar eliyle bir piyasaya giriş engeli yaratılmıştır. Bu durumda televizyon gelirlerinin %80'inden fazlasını karasal frekansta ve ulusal ölçekte yayın yapan bu 24 televizyon yayıncı kuruluşu paylaşmaktadır. Ancak diğer taraftan çoğul sahiplik ilişkileri göz önüne alındığında televizyon yayıncılığı alanında birden fazla kanala sahip medya gruplarının pazarın büyük bölümüne hâkim olduğu bir başka deyişle tekelleşmiş bir pazar yapısının varolduğunu belirtmek gereklidir (Sözeri ve Günay, 2012: 54).

Karasal yayın yapan televizyon kanalları, gelirlerini genellikle reklam ve sponsorluk gelirlerinden elde etmektedir. Bu gelirlerin yanı sıra sms gelirleri, ürün satışları gibi değişik gelirlere de sahiplerdir. Kazanılan cironun finansal işletimi ile elde edilen gelirler ve hazırlanan yapımların yurtdışına satılması ise 2000'li yıllarda Türk medya sektöründe faaliyet gösteren televizyon işletmelerinin yeni gelir kaynakları olmuştur. Televizyon mecrasında yazılı basın mecrasından farklı olarak ek bir tüketiciye ulaşma maliyeti yoktur. Erişimi gerçekleştirecek standart bir maliyet yeterli olmaktadır. Karasal yayın yapan televizyon kanalları reklam gelirine

dayandıkları ya da başka sektörlerdeki faaliyetleri sübvanse ettikleri için, içeriklerini tüketiciye bedelsiz sunmaktadır. Kablolu yayın yapan televizyon kanallarında ise durum farklıdır. İzleyiciler bu kanallar için "izledikçe öde" veya aylık abonelik ödemeleri yaparak o kanalları izleyebilmektedirler (Kuyucu, 2012: 120).

Televizyon mecrasının ekonomik yapısında ölçek ekonomisi, özellikle bünyesinde birden fazla televizyon kanalı barındıran işletmelerde kullanılmaktadır. Uluslararası arenada bir televizyon kanalının hayata geçmesinden başa baş noktasına ulaşması için ortalama dört ya da beş yıla ihtiyaç vardır. Türkiye'de ise durum daha farklıdır. Kurulduğu günden bu yana sürekli zarar yapan işletmeler de bulunmaktadır. Buna örnek olarak CNN Türk adlı televizyon kanalı gösterilebilir. Sürekli zarar etmesine karşın CNN Türk televizyonu bağlı bulunduğu Doğan Yayın Holding'in ölçek ekonomisinden faydalanarak ayakta kalmıştır (Aktaran: Kuyucu, 2012: 120).

Türkiye'de ulusal çapta yayın yapacak bir televizyon kanalı kurmak istediğimizde karşımıza çıkacak olan maliyetin en büyük bölümü frekans maliyetidir. 1990-1994 yılları arasında Türkiye'nin frekans kapasitesi doldurulduğu için RTÜK bu alanda yeni lisans vermemektedir. 2007 itibariyle, RTÜK tarafından frekansların 19'u özel sermayeli işletmelere, 5'i de TRT'ye tahsis edilmiştir.2007 yılının ikinci yarısında karasal yayın yapan Flash Tv-Kral Tv gibi ulusal televizyon kanallarının frekansları için minimum 80 milyon dolar fiyat biçilmiştir. Doğuş Yayın grubu 2008 Haziran ayında içinde Kral Fm'in yer aldığı Kral Medya grubu ihalesinde Kral Tv'yi 95 milyon dolara satın almıştır (Aktaran: Kuyucu, 2012: 121).

Türkiye'de bugün bir kanal kurmak ve kâra geçirmek için üç ile beş milyon dolarlık bir sermaye miktarına gereksinim duyulmaktadır. Uzmanlar asıl giderin kanalın yaşatılması sırasında ortaya çıktığını belirtmektedir. Bugün rating sıralamasında önde olan kanalların aylık ortalama yedi-on milyon dolar para harcadığı söylenmektedir Türk medya ekonomisi tarihinin ilk, büyük karasal-ulusal televizyon kanalı satışı, 2006 yılının Eylül ayında gerçekleşmiştir. TMSF tarafından yapılan satışta Doğan grubu 306 milyon 500 bin dolar karşılığında Star Tv'yi satın almıştır (Kuyucu, 2012: 122).

Doğan grubu yaklaşık beş yıl Star Tv'nin işletmesini yaptıktan sonra kanalı Doğuş grubuna satmış, Doğan Yayın Holding A.Ş'nin Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) bu konuyu açıklamıştır. Yayımlanan özel durum açıklamasında, 3.11.2011 tarihinde, bünyesinde Star Tv'ye ait tüm hakları, yayın lisans ve ruhsatlarını, Işıl Televizyon Yayıncılık A.Ş'nin, tamamı ödenmiş 391 milyon 500 bin lira olan sermayesinin tamamını temsil eden hisse senetlerinin toplam 327 milyon doları bedel ile Doğuş Yayın grubuna satışı ve devri konusunda anlaşma sağlandığının 17 Ekim 2011 tarihinde kamuya açıklandığı hatırlatılmıştır (CNN Türk web sayfası, erişim tarihi, 20.5.2014).

Türkiye'de 1990 sonrası medyalaşma sürecine girildiği, bir kaç kuşaktır basın sektöründe gazete yayınlayan aileler döneminden, holding sahibi ve kapitalist pazar şartlarına tabi şirketlere dönüşüm olduğu gözlemlenmektedir. Medya dışından gelen bu sermayedarların, devletin yeniden medya piyasasını özel girişime açması ile televizyon sahibi olabilmesi ve habercilik işine girmesi ile sağlıksız bir ortam oluştuğuiddia edilmektedir. Çünkü bu medya sermayesinin yeni sahipleri habercilik ve haberi, rakiplere karşı bir ok ya da kalkan olarak kullanmaktadır. Bunun sonucunda çapraz medya mülkiyetinin körüklediği holdingleşme, hükümetle iş yapan ya da banka sahibi olan iş adamlarının çarpık ilişkileriyle birleşince habercilik adına ortada bir savaş kaldığı öne sürülmektedir (Şahin, 2011: 63). Şahin, bu medya sahiplerinin hem gazetecilik, radyo-tv mülkiyetine sahip olup hem de diğer sektörlerde iş yapması sonucunda, gazetecilerinde bu yaklaşımın etkisinde kaldığını savlamaktadır.

Siyasal iktidar ile büyük medya şirketlerinin 2007'den sonra, nasıl bir ilişki içinde oldukları Sabah-ATV medya grubunun el değiştirmesinde uygulanan yöntemle örneklenmektedir. ATV ve Sabah'a el konulması süreci, TMSF'nin 27 Ekim 2000 yılında Dinç Bilgin'in de ortak olduğu Etibank'a el koyması ve 880 milyon dolarlık borç çıkartmasıyla başlamıştır. Ardından Turgay Ciner'in sahip olduğu Merkez Yayıncılık, 17 Kasım 2003'te Dinç Bilgin ile 15 yıllık bir lisans sözleşmesi imzalamış ve Sabah ile ATV'nin marka ve imtiyaz haklarını yıllık 10 milyon dolara kiralamıştır. 2005'te Turgay Ciner TMSF ile anlaşarak Sabah ve ATV'yi satın almıştır. Yapılan anlaşmaya göre Merkez grubu, on yılda altı aylık taksitler halinde toplam 433 milyon dolar ödeyeceğine güvence vermiştir. Fakat bu

satışta kefil olan Turgay Ciner'in Park Enerji Yatırım Merkez grubunun taahhüt ettiği 433 milyon dolar Bilgin'in TMSF tarafından el konulan varlıklarının borçlarını ödemeye yeterli olmamıştır. Medya grubunu Ciner'e kaptırmak istemeyen Bilgin, elindeki belgelerle 2007 yılının Mart ayında TMSF'ye başvurarak aslında satış olmadığını ve gizli protokolle Ciner ile ortak olduklarını itiraf etmiştir. Bu başvuru üzerine TMSF, Sabah-ATV ile birlikte Ciner'in 63 şirketine el koymuştur. Sonraki süreçte el konulan bu medya varlıklarının kime satılacağı gündeme gelmiştir.

İnşaat ve tekstil alanlarında faaliyet gösteren Çalık grubu, Sabah-ATV'nin 1.1 milyar dolarlık ihale bedeli için 2008 yılında her ikisi de kamu bankası olan Halkbank ve Vakıfbank'tan toplam 750 milyon dolar kredi almıştır. Mavioğlu, grubun kasasından çok cüzi bir miktar para çıktığını, kamu bankalarından alınan krediyle Sabah-ATV'nin Çalık grubuna altın tepsi içinde hediye edildiğini iddia etmektedir. Başlangıçta sekiz grubun Sabah-ATV ihalesiyle ilgilendiği, fakat ihale sürecini üç grubun tamamladığı bilinmektedir. Beş dakika içinde yapılan ve biten ihalede en yüksek teklifi veren Çalık grubu satışı kazanmıştır. Şirketin genel müdürünün Başbakan Tayyip Erdoğan'ın damadı Berat Albayrak olması nedeniyle, hükümetin bu satışta doğrudan etkisi olduğu dile getirilmiştir(Mavioğlu, 2012: 30). Zaman içinde büyük zarara uğrayan Çalık grubunu bu açmazdan kurtaran yine hükümet olmuştur. Aralık 2013'te, Sabah-ATV, AKP döneminin yükselen inşaat devi Kalyon grubuna satılmıştır.

Çukurova Grubu medya şirketlerinin el değiştirmesinde benzer bir uygulama yapılmış ve medya şirketleri siyasal iktidara yakın olan iş adamlarına, bedellerinin altında ve uygun koşullarda medya şirketleri TMSF aracılığıyla sunulmuştur. 2002'de bankacılık faaliyetlerinden el çektirilen Mehmet Emin Karamehmet'in en büyük iştiraki, Turkcell ve Digitürk'tür. Show Tv, Skytürk, Akşam gazetesi gibi yayın organları ise sürekli zarar eden ve çalışanların aylarca ücretlerini alamadığı medya şirketleridir. 24 Mayıs 2013'te, TMSF grubun medya şirketlerine el koymuş ve bu işlemin hemen ardından Show Tv çok ucuz bir fiyata iktidarla yakın ilişkisini koruyan Turgay Ciner'e devredilmiştir. İçinde Akşam Gazetesi ve Skytürk'ün yer aldığı diğer medya varlıkları ise önce, 3. köprü ihalesini de alan Cengiz-Limak-Kolin inşaat ortaklığına satılmıştır. Bu haberin yayılmasından çok kısa bir süre sonra, Limak'ın sahibi Nihat Özdemir söz konusu şirketleri almaktan vazgeçtiklerini

açıklamıştır. 2007'de Star Medya Grubu'nu kurarak sektöre girip bir süre sonra ayrılan Ethem Sancak, 21 Kasım 2013 itibariyle tamamlanan satışla birlikte, Show Tv dışındaki Çukurova Grubu'na ait medya şirketlerine 62 milyon dolara sahip olmuştur (Adaklı, 2014: 20-21, 11.4.2014).

2.2.3. Reklamverenler

Medya ürünü diğer endüstri ürünlerinden temel olarak bir noktada farklılık göstermektedir. TV programları, filmler, kitaplar, dergiler salt ticari ürünler olmaktan ziyade kültürel ürünlerdir. Bu anlamda, medya ürününün değeri, onun içeriğinden yani taşıdığı bilgi veya mesajdan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle medya ürününün tüketimi diğer ürünlerin tüketimi gibi fiziksel bir tüketim değildir. Medya firmalarınca üretilen tek bir ürün iki ayrı mal ve hizmet piyasasına sunulmaktadır. Bir piyasadaki kârlılık diğerini etkiler. Medya ürününün sunulduğu birinci piyasa, üretilen medya ürünü için talep edilen piyasadır. Bu ürün, bir gazete, dergi veya kitap, bir radyo veya tv yayını, kablo hizmeti veya bir film ya da video üretimi biçiminde tüketiciye sunulan bilgi, haber ve eğlencedir. Çok sayıda medyanın katıldığı ikinci piyasa ise, reklam piyasasıdır. Bu piyasa birinci piyasa ile doğrudan bağlantılıdır. Medya ürününün iki tip alıcı (izleyiciler ve reklamverenler) tarafından farklı amaçlar için kullanılmasından dolayı okur/izleyici talebi reklam gelirlerine yansır. Birçok medya araştırmacısına göre medya firmaları asıl olarak reklamverenlere reklam yeri satmaktadır. Çoğu kez birinci piyasada (izleyici/okuyucu piyasası) maliyetlerinin altında çalışan medya firmaları reel kârlarını ikinci piyasadan (reklam yeri/zamanı satışı) elde etmektedirler (Aktaran: Geçgil, 2005: 11-12, 20.4.2014). Bu nedenle gazeteler baskı sayılarını, televizyonlar ise izlenme oranlarını artırma çabası içindedirler.

Televizyonun en önemli gelir kaynakları; reklamlar, yan gelirler (sms gelirleri, ürün satış gelirleri, tv shopping ve yapım satışı), finansal gelirleri olarak sayılabilir. Televizyon mecrasının içeriği genellikle topluma bedava sunulmaktadır. Bu durum kablolu şebekeler dışında kalan karasal yayın yapan kanallar için geçerlidir. Ekonomik yapısı büyük olan televizyon endüstrisinin en büyük gelir kalemini reklamlar oluşturmaktadır.

Türkiye'de reklam gelirlerinin önemli bir bölümü televizyonlar tarafından paylaşılmaktadır. Bunun en önemli nedenleri, Türkiye'de televizyon izleme oranının yüksekliği, dolayısıyla kamuoyunu etkileme gücünün fazla olduğuna dair inançtır (Sözeri ve Günay: 2012, 45). Yazılı basın mecrasında ürün ya da hizmetin reklamları bir yayında sadece bir kez tekrarlanırken, televizyon da ise istenildiği kadar tekrarlama olanağı sağlanmaktadır. Bir program ya da haber bülteni içinde birkaç kez reklamlar verilebilmektedir. Ana yayın kuşağı denilen reklamcıların izleyici sayısına en çok önem verdiği akşam saatlerinde reklamın birden fazla yayınlanması tüketicinin ürünü hatırlama düzeyini arttırmaktadır (Aktaran: Kuyucu, 2012: 124). Bu özellikleri televizyonu diğer basın yayın araçlarına göre avantajlı kılar.

Televizyon reklamının bazı dezavantajları da vardır; Reklam kirliliği nedeniyle izleyici tarafından zaplanması (başka bir televizyon kanalına geçilmesi) riski yer almaktadır. Televizyonda reklam mesajının ömrü kısadır. Bu nedenle sık aralıklarla tekrarlanması gerekebilir. Televizyon reklamının maliyetinin yüksek olması bir diğer dezavantajdır. Bu nedenle bu alanı kullanmak isteyenler için maliyet önemli bir engel olabilir.

Reklam verenler, para harcadığı, yatırım yaptığı markaların, reklamların etkisini ve kaç para harcayarak kaç kişiye ulaştıklarını ölçmek istemektedir. Medya ve reklam ajansları bu ölçüme para ödeyerek bulguları satın almaktadır (Kuyucu, 2012: 131).İzlenme oranı temel önemdedir, çünkü medya girişimlerinde ana gelir kaynağı reklamlardır.

İzlenme oranının yüksek olması için yayınların çekici olması gerekir; haberler için ise gereken temelfaktör, güvenilirliktir. Parasal anlamda da, güçleri bakımından da güvenilir değillerse eğer, haberler değersizdir. Güvenilirliğin korunması, medya şirketleri için yaşamsal önemdedir. Bu nedenle başlıca siyasi ve ahlaki değerler çerçevesinde, haber kuruluşlarının, belli siyasi seçeneklere nispeten mesafeli olması gerekir (Castells, 2008: 474).

Türkiye'de medya sektörü, 2002'den itibaren reklam gelirlerindeki artış ve teknolojideki hızlı ilerlemeyle yeniden cazip hale gelmiştir. Medya sektörünün en önemli gelir kalemi olan reklam harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Ekonominin iyiye gittiği dönemlerde kâr eden şirketler

reklam harcamalarını artırmaktadır, ayrıca yine bu dönemlerde artan alım gücü yazılı basında baskı sayısını artırmakta ve baskı sayısı artışı yine reklam gelirleri üzerinde olumlu etki yapmaktadır. Dolayısıyla medya ekonomik krizlerden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmekte, bir bakıma krizin barometresi işlevi görmektedir (Sözeri ve Günay, 2012: 40). 2002 krizi ve 2009 yılında Avrupa ve ABD'nin ekonomik kriziyle Türk medyası da reklam harcamalarını kısmış ve kısa süreli durgunluk dönemlerine girmiştir.

Ekonomideki olumlu seyirle ve istikrarla birlikte reklam gelirlerindeki artışın sürmesi ve pazarın henüz doygunluğa ulaşmamış niteliği medya sektörünü yatırımcılar, özellikle de yabancı yatırımcılar açısından cazip hale getirmektedir. Türkiye'de medya sektörünün büyüme potansiyeline yönelik bir başka öngörü de PricewaterhouseCoopers Küresel Eğlence ve Medyaya Bakış 2008-2012 Raporu'nda dile getirilmiştir (Sözeri ve Günay, 2012: 42). Karasal link frekansları dolu olmasına karşın, farklı televizyon mecraları yeni yatırım fırsatları sunmaktadır. Bu konuda özellikle son yıllarda muhafazakâr tüketici kitlelerinin tüketim talebini, iktidar partisinin desteğiyle arttırmak yönünde bir çaba da gözükmektedir.

Türkiye'de reklam gelirleri 2000'li yıllara kadar 1 milyar doların altında gerçekleşmiştir. 2000 yılında ilk kez 1 milyar doları bulmasının ardından, 2001 yılında ekonomik kriz kendini göstermiş ve reklam gelirleri bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %50'lik bir düşüş kaydetmiştir. Reklam gelirleri 2002 yılının ilk çeyreğinde başlayan düzelmeyle birlikte 2007'ye dek her yıl ortalama %20'lik bir artış göstermiştir. 2007'nin ikinci yarısından itibaren hissedilmeye başlanan küresel mali kriz reklam gelirlerini de etkilemiş, 2007 yılında 3.308 milyon TL olan reklam gelirleri 2008 yılında %2,1 azalarak 3.241 milyon TL'ye düşmüştür. 2009 yılında krizin etkisi devam etmiş, reklam gelirleri %15 azalmıştır. 2010 yılında ise, krizin etkilerinin azalmasıyla birlikte reklam gelirlerinde 2009'a oranla dolar bazında %35'lik bir artış gözlenmiştir (Sözeri ve Günay, 2012: 40).Ancak reklamcılık sektörünün uzmanları tüm diğer sektörlerde olduğu gibi hızlı büyümenin bir getirisi olarak ekonomideki fazla ısınmanın medya sektörünü olumsuz etkileyebileceğine dikkat çekmektedirler.

Televizyon yayıncıları reklam taleplerinin neredeyse %30'unu geri çevirdikleri halde reklam gelirlerinde büyüme yaşanmadığını ve bunun kendi aralarındaki rekabetin sonucu olduğunu ifade etmektedirler. Özellikle daha küçük kanallar, reklam pastasından pay alabilmek, büyük grupların reklam tarifelerinde yaptıkları indirimle rekabet edebilmek için reklam birim fiyatlarını düşürmektedir. Uzun dönem televizyon izleyici ölçümü yapan AGB Anadolu adlı kuruluşun denetçiliğini yapan Ali Atıf Bir, izlenme payı en yüksek ulusal kanalların reklam saniye fiyatları 75-100 dolar arasındayken, daha küçük kanallarda bu oranın bir dolara kadar inebildiğini belirtmektedir (Aktaran: Sözeri ve Günay, 2012: 53). Bu dengesizliklere karşın Türkiye medya pazarı canlılığını korumaktadır. Kapitalist pazar şartlarında rekabetin artması ve kârın azalmasına karşılık, çalışanlar açısından ekonomik ve sosyal şartlarda sürekli bir kötüleşme olduğu gözlemlenmektedir. Televizyon işletmecileri, esnek çalışma şartlarını medya profesyonellerine dayatarak, ücretleri ve harcamaları dondurarak kendileri açısından sermaye birikimlerini korumaktadırlar.

Reklamcılar Derneği üyesi medya ajanslarının verileriyle hazırlanan 2013 reklam yatırımları, 4 Nisan 2014 tarihinde açıklandığında; 2012 yılında 4 milyar 652 milyon TL olan medya yatırımlarının 2013 yılında %9,2 oranında arttığı ve 5 milyar 80 milyon TL olarak gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Yatırımların %57.25'ini televizyon, %22.43'ünü basın, %9.74'ünü dijital, %6.85'ini açıkhava, %2.61'ini radyo, %1.13'ünü sinema reklamları oluşturduğu belirlenmiştir. 2013 yılında bir önceki yıla göre %9,2 olarak gerçekleşen büyüme, Reklamcılar Derneği üyesi medya ajanslarının ilk yarıda yaptığı yıllık %10'luk büyüme tahminine yakın gerçekleşmiştir. Reklamcılar Derneği Başkanı Alper Üner, 2013 yılında dijital reklam yatırımları pazar payının dünyada %23,2 olduğu buna karşılık Türkiye'de bu oranın, %9,74 olduğunu belirtmiştir. Dijital yatırımların, büyümenin lokomotifi olmayı sürdürmesi beklenmektedir (Reklamcılar derneği web sayfası, erişim tarihi: 15.4.2014).

Sektörde 2014 yılının ilk 6 ayındaki reklam harcamalarına bakıldığında, bir önceki yılın aynı döneme kıyasla %2,69 büyüme gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Medya yatırımları2.979 Milyon TL olarak gerçekleşmiştir.Televizyon ilk sıradaki mecra olmayı sürdürürken, en hızlı büyüyen dijital mecralar olmuştur. Yatırımların %52'sini televizyon, %19.40'ını basın, arama motoru reklamları dâhil %18.20'sini

dijital, %6.70'ini açıkhava, %2.20'sini radyo ve %1.10'unu ise sinema reklamları oluşturmuştur. Sıralamanın 2014'te de değişmediği gözlemlenmektedir (Reklamcılar Derneği web sayfası, erişim tarihi: 27.2.2015).bkz.Tablo 1

Tablo 1: Türkiye'de Medya Yatırımları (mio TL)- 2014-Nisan

TV	BASIN	AÇIKHAVA	RADYO	SİNEMA	DİJİTAL	TOPLAM
TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM	
3.052.28	1.118.57	385.50	136.43	62	1.182.86	5.937.64
ÖLÇÜLEN	GAZETE				DİSPLAY	
2.436.64					507.79	
ÖLÇÜLMEYEN	DERGİ				MOBİL	
615.64					57.07	
					SEARCH	
					618	
Türkiye	Reklam	Yatırımları	TL 1.979.21	USD 879.65		
Açıklamalar	Dolar Kuru	2.25 TL 'dir				
Toplam Yatırımlar			TL 7.916.85	USD 3.518.60		

Liberal görüşe göre, bağımsız olması medyanın itibarının kilit bileşenlerinden biridir; yayın kuruluşlarının itibarı yalnızca kamuoyu nezdinde değil, birçok hissedar ve reklamverenin gözünde de önemlidir, çünkü medya sektörünün ekonomik temelini reklamcılık sektörü oluşturmaktadır. Belli bir iletişim aracı, ağırlıklı olarak

bir siyasi görüşün ifadesiyle ilişkilendirilir hale geldiğinde ya da belli türden bilgileri sistematik olarak bastırdığında hitap ettiği kitle de küçük bir kesimle sınırlı kalacaktır; ayrıca bu iletişim aracı piyasada kâr getirmeyecek, bir seçmenler çoğulluğunun çıkarlarına hitap etmeyecektir (Castells, 2008: 403). Türkiye farklı bir görünüm vermektedir. Başta uluslararası kurumlar, küresel medya aktörleri ve kapitalizmin yayıncılığa devlet müdahalesini sınırlandırma düşüncesi taşıyan tüm siyasal aktörleri tarafından, Türkiye'de devletin siyasal iktidar aracılığıyla sıklıkla medya mülkiyeti ve yayıncılık alanında müdahil olması sert bir şekilde eleştirilmesine neden olmaktadır.

2.2. Haber Üretiminde Kurumsal Yapı, Politikalar, Süreçler ve İlişkiler

Çok geniş kitlelere ulaşmak durumunda olan ve faaliyetlerini sürdürebilmek için reklam gelirlerine ihtiyacı büyüyen medya alanı büyük sabit sermaye yatırımları gerektiren, işletme sermayesi gereksinimi yüksek, kârlılık oranı göreli olarak düşük ve pazara yeni girişimlerin kısıtlı ve çok zor olduğu bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmiştir (Kaya, 1999: 7). Bu rekabetçi alanda en kısa sürede yatırılan sermayeyi geri almakTürkiye'de, yayın tekelinin kalktığı 1990'lı yılların başına göre çok daha zordur.

Elektronik yayıncılık söz konusu olduğunda pek çok etken piyasaya giriş engellerini artırmaktadır. Bu piyasalarda, büyük oranda sermaye gereksinimi, geniş ölçek ekonomilerinin varlığı ve hükümetlerden gelen sınırlamalar, önemli birer giriş engeli teşkil etmektedir. Piyasaya yeni giren bir firma için, bir yandan gerekli olan yatırımlar için finansman sağlamaya devam etmek, diğer yandan izleyicilerin beğenisine uygun popüler programları sağlamak oldukça zordur. Piyasaya yeni giren firmanın piyasada yerleşik olan firmalarla her gün veya gün içinde sık program yapma konusunda çok yönlü bir rekabete girmesi halinde ise, nakit akımı ve program dökümü problemi daha da büyüyecektir (Aktaran: Geçgil, 2005: 13). Bu tür yapısal sorunlar yayın ağını gerçekleştiren firmalar arasındaki üretim ve gösterim aşamalarında sağlanan dikey bütünleşmelerle çoğalmakta ve giriş engellerinin iyiden iyiye artmasına neden olmaktadır.

2.2.1. Haber Ajansları ve Haber Televizyonlarının Çalışma Yapısı

Dünyadakine benzer süreçler, Türkiye'de özel televizyonlarda yaşansa da TRT devlet bütçesinden ayrılan pay ve siyasetle içiçe geçmiş yapısıyla bu dönüşümlerden şimdilik uzak durmaktadır. Yayıncılık teknolojisini analog sistemden, dijital sisteme geçiren TRT'de işletme yönetimi rasyonel işletme biliminden çok uzak bir anlayışla sürdürülmektedir. Buna, TRT haber bölge ofislerinin çok sayıda personel istihdam etmesi ve yurtdışı bürolarının çok az haber üretmeleri, yabancı dil bilen haberci azlığı ve çok az haberin diğer ülke televizyonlarına satılması örnek olarak verilebilir. Ne var ki TRT kurumunun, devlet bütçesinden ayrılan pay ile işlemesi söz konusudur. Bu nedenle TRT yönetim ve çalışanlarının, kaliteli yayıncılık, haber etki alanını genişletmek, uluslarası bir yayın kurumu olmak vb. hedefleri kâğıt üzerinde kalmaktadır. İşletme mantığına göre, giderlerin gelirlerden az olması kuralı TRT için bu nedenle önemini kaybetmektedir. [8]

Medya piyasasında üretim yapan her kuruluşun, içinde faaliyette bulunulan ülkenin ekonomik, siyasal ve sosyal koşulları, sermaye büyüklüğü, hedef kitlesi ve yayın türü olmak üzere temel belirleyici kısıtlamalara göre bir organizasyon yapısı, çalışma düzeni ve yayın politikası vardır. Örneğin uluslararası yayın yapan küresel ölçekte bir organizasyonu olan ABD gibi dünya politikasında çok etkin bir ülkenin haber televizyonları ile Türkiye ölçeğinde yayın yapan bir haber kanalının doğaldır ki belirgin farkları olacaktır. Bu konuda örnek olarak, Turner-AOL ortaklığı olan CNN International ile Türkiye'nin en büyük medya grubu olan Doğan grubunun ortak kurduğu CNN-Türk Televizyonuarasındaki niceliksel farklarbize genel bir fikir vermektedir.

CNN International kanalını elinde bulunduran Time Warner şirketinin 31 Aralık 2014 tarihli yıllık raporda verilen bilgilere göre, Turner yayıncılığı 2014 yılı için (TNT, TBS, Adult Swim, Cartoon Network, CNN, HBO, Cinemax, Warner Bros. ve New Line Cinema) $27.359 milyarAmerikan Doları gelir elde etmiştir. Dünya üzerinde yaklaşık 25,600 (yirmi beş bin altı yüz) çalışanı mevcuttur. CNN 31 Aralık 2014tarihi itibariyle, dokuz tanesi ABD'de, 31'i yurt dışında konuşlanmış

[8] TRT'nin Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının yeni hukuki düzeninden sonraki durumunu daha detaylı görmek için bknz. Cankaya, 2003: 304-308)

toplam 40 haber bürosu ve editoryal (yazı işleri) harekât merkezi ile İngilizce yayını,20'den fazla servisi (kablo kanalı, uydu, radyo, telsiz ve internet) içeren çeşitliliğiyle 200 ülkeye hizmet vermektedir (Time Warner Annual Report, 3-21, erişim tarihi, 22.02.2016).

CNN International, beş ayrı bölgede ağ beslemesine sahiptir; Avrupa/Ortadoğu/Afrika, Asya Pasifik, Güney Asya, Latin Amerika ve Kuzey Amerika. CNN Espanol, İspanyolca yayın ile sadece Latin Amerika'da hizmet verirken, HLN Kanada, Karayipler, Latin Amerika'nın bir kısmı ile Asya Pasifik bölgelerinde yayın yapmaktadır. CNN, CNN-IBN aracılığıyla, kar zarar ortaklıklarıyla dünya üzerinde, 24 saat haber yayını yapan ortaklıkları ve Hindistan'da bir haber kanalı ile İngilizce yayıncılık yapmaktadır. Sadece CNN International kanalında 4000 (dört bin) gazeteci çalışmaktadır (Time Warner Annual Report, 3-21, erişim tarihi, 22.02.2016).

CNN-Türk Tv'nin Türk ortağı Doğan Medya grubunun ise 30 Eylül 2015 tarihi itibarıyla yurt içinde 7.694 personeli olup, yurt dışı iştirakleri dâhil edildiğinde personel sayısı 8.938'e ulaşmaktadır. Toplam sermayesi ise 2.616.938 TL'dır (Doğan Holding web sayfası, erişim tarihi, 22.02.2016). Yayın hayatına 1999 yılında, Doğan Yayın Holding ve Time Warner'ın ortak girişimiyle Türkiye'de yabancı bir medya kuruluşuyla ortak kurulan ilk televizyon kanalı olarak başlayan CNN-Türk, İstanbul, Ankara ofisleri ve dış haber bürolarındaki temsilcileriyle birlikte toplam üç yüz personelle yirmidört saat habercilik yapmaktadır. CNN-Türk o dönemden başlayarak DHA bürolarından yararlanma yoluna gitmektedir.

Kuruluş aşamasında 1999 yılında muhabirlerine montaj ve kamera kullanımı konusunda CNN International'dan gelen bir haber ekibi aracılığıyla kurslar verdirten CNN-Türk Televizyonu, ayrıca Türk medya ve televizyon mecrasında, haber stüdyosunda robot kameralar kullanan ilk haber televizyonudur. Canlı yayınların canlı yayın ekipleriyle değilhaber kameramanlarıtarafından yapılması, Türk medyasında farklı bir anlayış getirmiştir. CNN-Türk Televizyonu, ABD'li ortağınyapılandırmasıyla rakibi olan NTV'ye göre de personel sayıları açısından daha az profesyonelle çalışmaktadır. Ortalama olarak NTV 550-600 personelle üretim yaparken, CNN-Türk Televizyonu hiç bir zaman 300 çalışanı geçmemiştir.

Mark Deuze'ın medya sahasının gelecekte büyük şirketler yerine, yüzlerce küçük şirket ve yatırımcı tarafından kontrol edileceği ve üretimde paylarının artacağı (Deuze, 2009: 8) öngörüsüne karşılık haber alanı, diğer kültürel üretim yapılan medya bölümlerinden farklı bir görünüş sergilemektedir. Haber içeriğinin, devletlerin politikaları, hükümetlere etkisi, toplumsal yaşamdaki enformasyona birinci elden doğrudan ulaşabilme olanağının olması nedenleriyle diğer kültürel ürünlerden daha hassas ve farklı bir yapısı vardır. Bu anlamda uluslararası haber ajanslarının küresel ölçekte gelişmelere yön verebilmek, hükümetlerin siyasi ve ekonomik karar almalarında etkili olmak gibi özellikleri vardır. İngiliz kökenli Reuters, ABD kökenli AP, Fransız AFP, Rus Itar Tass ve son olarak Çinli Xinhua haber ajansları şu anda dünyada haber akışına yön veren en büyük beş haber ajansını oluşturmaktadır.

Küresel ölçekte haber üreten televizyon kuruluşlarında farklılıklar olduğu gibi, haber ajanslarında da büyük farklılıklar vardır. Bu farklılıklarda ekonomi, işletme biliminin temel gerçeklerinin yanı sıra uluslararası ilişkiler ve devlet politikalarının da etkisi olmaktadır. Bu konuda en iyi örnek verilebilecek kurum İngiliz kökenli küresel haber ajansı Reuters'tir. Reuters'in birincil haber kaynağı, dünya ölçeğinde yayılmış kendi gazetecilerinin haber ağıdır. Her ülkedeki merkez büroda televizyon gazetecileri, editörler, kameraman ve haber fotoğrafçısı mevcuttur. Haber ajanslarının öncelikli işlevi olan günlük haber akışını müşterilerine ulaştırmak dışında, Reuters özel müşterilerinin haber ihtiyaçlarını karşılayan bir haber ajansıdır. Reuters, diğer küresel ajansların müşterileri olan normal gazetelerden ve yerel haber ajanslarından daha yüksek ücret ödeyen, ana müşterilere sahiptir vebankalar, mali işler ve menkul kıymetler borsaları, gibi müşteriler Reuters'in organizasyonunu dolaylı olarak biçimlendirmiştir (Jansen, 2013: 93).

Reuters'in muhabirleri politik haberleri araştırıp, görüntülediklerinde, o ülkede gelişmelerin yatırımcıları nasıl etkileyeceğini de haberleştirmiş olurlar ve yatırımcıların da bunu tam olarak bilmesini sağlarlar. Reuters, bürolarının olduğu ülkelerde ileriye dönük politik ve ekonomik analizler yapar. Süreç şu şekilde işler: Genel politik haber üretimi güncel olan olayla ilgiliyken, Reuters finansal muhabirleri dikkatli şekilde ticari şirketlerin günlük hareketlerini izler, denetler, araştırır, yatırım ve faaliyet alanlarını değerlendirir (Jansen, 2013: 102). Bu nedenle

Reuters küresel ölçekte haber üretiminde diğer haber ajanslarıyla rekabette kazançlı çıkmaktadır.

Haber ajansları televizyonlardan farklı olarak gelirlerini direkt müşterilerden elde ettikleri için habere önce ulaşmak ve onu en hızlı ve kapsamlı biçimde servis etmek yarışındadırlar. Bu nedenle uluslararası haber ajansları kıyasıya bir yarış içindedirler. Bu alan haber ajansları için gelir zenginliği, yetişmiş işgücü ve pahalı teknik donanım gerektiren bir sahadır.

Haber sektörünün başta belirttiğimiz diğer kültürel üretimlerden en büyük farkı da geleceğe dönük beklentilere karşılık verebilme güvencesi olmaktadır. Eğer haber ajansının, en zor şartlarda bile habere erişebileceği, haberi en hızlı, yetkin ve zengin içerikte müşterisine ulaştıracağı güveni var ise, habercilikte bir adım öne çıkmaktadır. AP ve Reuters'in dünya üzerinde küresel gücünü oluşturan yüzlerce abonesi olmasının asıl nedeni müşterilerine verdikleri bu güvendir. Türkiye ölçeğinde habercilik yapanajansların ise hem sektördeki rolleri, hem yapılanmaları, hem de haber üretiminde etkileri küresel ölçekte yapılanan uluslararası haber ajanslarına göre daha dar bir alanı kapsamaktadır. Türk haber ajansları gerek mali kaynaklar, gerek organizasyon yapılarında insan kaynağı kullanımı olarak geride kalmaktadırlar. Bu nedenle uluslararası haber ajanslarından haber almaktadırlar. Örneğin AA'nın günlük 120 dış haberinin ortalama %30'unu AP (Associated Press) haberleri oluşturur. AP'den AA'ya gönderilen haber sayısı günlük ortalama 300 civarındadır. AP'den gelen haberler çevrilerek AA abonelerine iletilmektedir (Şahin, 2012: 207). Kısaca haber kaynağı bakımından Türk haber ajansları, dünya haberleri için yurtdışına bağımlıdır.

Türk haber ajansları, gerek mali kaynakları, gerek yetişmiş insan gücü ve gerekse donanım olarak küresel haber ajanslarına kıyasla geride kalsa da, ülke içinde ve Ortadoğu, Kafkaslar ve Balkan bölge coğrafyasında etkili yayıncılık yapabilmektedir. Türk haber ajansları dönemsel olarak, 2001 Afganistan, 2003 Irak 2.Körfez, 2008 Temmuz-Ağustos Gürcistan-Osetya savaşlarında, 2008 yılında Mumbai'de terör saldırıları, 2009 Gazze Dökme Kurşun Operasyonu, 2011 yılı Tunus, Mısır ve Libya'da halk hareketlerinde, uluslararası ölçekte haber üretimi

yapmışlar ve küresel kanallara haber üretimi, canlı yayın desteğiyle önemli katkı sağlamışlardır.

Türk ajansları, Türkiye'nin kültürel olarak Ortadoğu ülkeleriyle olan sıkı bağları, küresel haber ajanslarının canlı yayın araçlarının savaş ortamında konuşlandırılmasındaki fiziki zorluklar, can güvenliği sorunu, yerel bağlantılarının güçlü olması, bölgede Arapça, Kürtçe bilen muhabirlerinin olması nedenleriyle avantaj sağlamaktadırlar. İHA'nın Irak Savaşından 3 milyon dolar tutarında Türkiye ölçeğinde rekor operasyon kârı elde ettiği iddia edilmektedir. 1.Körfez savaşında CNN International'ın Saddam Hüseyin'den özel izin alıp Bağdat'ta tek yayın yapan tv kanalı olarak kalabilmesinden alınan ders sonucu İHA, 2.Körfez Savaşı öncesi Irak Enformasyon Bakanlığıyla yaptığı anlaşmayla savaşın başlaması esnasında(20.3.2003) Bağdat'ta canlı yayın geçiş olanağı bulan tek yayın kuruluşu olmuştur. Bu avantajını iyi kullanan İHA, Bağdat üzerinden küresel ölçekte canlı yayın yapmıştır. Bu olanağı diğer ajans ve kanallar ancak bir ay kadar sonra, 2003 Nisan ayının ortasına doğru bulabilmişlerdir.

Haber televizyonları ve haber ajanslarının çalışma yapılarında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Haber ajansları günün 24 saati abonelerine haber akışını sabah ve akşam bültenleriyle verdiği gibi, gerekli görülen, sıcak ve gündemi etkileyen önemli haber anlarında canlı yayın olanakları sağlamaktadır. Haber ajansları gerek yurt içi ve gerek yurt dışı haber yapılanmalarında televizyonlara göre daha hızlı harekete odaklı bir çalışma yapılanması içindedir. Örneğin, İstanbul merkezli Türk haber ajanslarının merkez büroda haber akışını izleyen editör, muhabir ve kameramanlarının yanısıra, İstanbul'un farklı bölgelerinde gezici ekipleri de vardır. Son yıllarda ekonomik kısıtlamalar nedeniyle bu ekipler bazen tek kişi ile hizmet vermektedir. Burada haber-kamera denilen bir görev tanımı içinde kamera kullanabilen muhabir veya haberi kısaca yazıp, merkeze bildirebilecek kameramanlar tek başlarına haber takibi yapmaktadır. İstanbul için istihbarat muhabirlerinin nitelemesi ve polis kodlamalarına paralel olarak A, B ve C bölgeleri olmak üzere üç ayrı görev alanı tespit edilmiştir. Bu bölgelerde haber ajanslarının gündüz ve gece birer tane ekibi gezici olarak görev yapmaktadır. Bu çalışma yönteminin en büyük nedeni, 17 milyon nüfuslu büyükşehirin trafik sorunu nedeniyle sıcak habere uzak kalmamaktır.

Habercilikte doğrulukla birlikte en önemli kavram olan hız kavramı, ajansların çalışma yöntemlerini dönüştürmüştür. Geçen yüzyılda ajans ve haber merkezlerinden talepler karşılanabiliyor iken günümüzde hem teknoloji hem de çalışma yöntemleri yaşamın akış hızına uygun hale getirilmektedir.

2.2.2. Haber Üretim Sürecinde Hiyerarşik İlişkiler

Kapitalizmin kendini yeniden yapılandırdığı 20. yüzyıl ile birlikte önce ABD, sonrasında Avrupa medya endüstrisinde yaşanan yapısal değişimin ardından gazeteciliğin zanaat olmaktan uzaklaşarak profesyonelleştiği gözlemlenmektedir. Haber üretim sürecinde önce küreselleşme, bunun devamı olarak holdingleşme ve tekelleşme ile birlikte keskin değişimler yaşanmıştır. Mülkiyet yapısının değişmesiyle birlikte kontrol ve denetim mekanizmalarının artması sonucu gazeteciliğin eleştirel ve yaratıcılık boyutunun zayıfladığı; profesyonelleşen gazetecilik mesleğinin grup çıkarları ve iktidar/güç odakları ile bağlantılı bir gazetecilik anlayışına dönüştüğü gözlemlenmektedir. Toplumsal sorumluluktan yoksun, yabancılaşmış ve uzmanlaşmış, teknolojiyle daha uyumlu bir gazetecilik her geçen gün daha çok genel kabul görmüştür. Bu dönemle birlikte günümüzde gazetecilerin sosyal ve ekonomik statülerinin değiştiği, gerek yazılı basın, televizyon gibi sektör içinde farklı iletişim mecralarında gerekse aynı mecradaki yönetici ile personel arasında ekonomik, sosyal ve felsefi önemli kırılmalar yaşandığı bir gerçektir.

Türkiye medya ortamında bu dönüşüm ve değişim 1980'li yılların ortalarında uç vermeye başlamıştır. Bab-ı Ali diye isimlendirilen Sultanahmet çevresinde yapılanmış mütevazı, klasik gazetecilik kavramı yerini İkitelli'deki medya plazalarına konuşlanmış neo-liberal politikaların takipçisi olmaya niyetli gösterişli ve daha çok sermayenin söz sahibi olduğu bir gazeteciliğe bırakmıştır. Gülseren Adaklı'nın altını çizdiği gibi, "zanaat benzeri' üretim ilişkilerinin, hâkim olduğu basın sektöründe, 1980'lere dek gazeteci kökenli patronların sahipliğinde bir üretim yapılanması mevcuttu. Gazetelerin haber merkezlerinde muhabirden genel yayın yönetmenine kadar her aşamadaki gazeteci üretim sürecinde birlikte hareket ediyordu (Adaklı, 2006: 13). Ancak bu görüntü hızla değişmeye başladı ve gazetecilik piyasa ekonomisini önceleyen bir yapıya dönüştü.

Türkiye'de '24 Ocak Kararları' ve '12 Eylül 1980' darbesiyle birlikte hayata geçirilen neoliberal politikalar ile medya sektörü şekillenmiştir. Medya sektöründeki değişen çalışma anlayışı ve piyasa ekonomisinin oluşturduğu yeni yapı ister istemez kültürel bir pratik olarak gazetecilik mesleğinde önemli değişimler yaratmıştır (Toktaş, 2010: 147). Asıl amacı haber ve bilgi aktarımı olan 'geleneksel medya yapısı' gazetecilikle hiçbir ilgisi bulunmayan ticaret ve sanayi burjuvazisinin sahipliğinde, yatay, dikey ve çapraz tekelleşmenin olduğu yeni bir yapıya bürünmüştür. Atilla Özsever'in belirttiği gibi "geleneksel gazetecilik neredeyse yok olmuş ve holding sahibi patronların çıkarlarına hizmet ederken, siyasi iktidarla ve bürokrasiyle olan bağlarını da ihmal etmeyen gazeteci kavramı ortaya çıkmıştır" (Özsever, 2004: 149). Geleneksel basın anlayışının aksine "basından medyaya" geçiş ile birlikte şirket yönetimini esas alan ilkelerin benimsendiği yeni bir yönetim ve yöneticilik anlayışı gündeme gelmiştir. Artık yazı işleri ile kaynaşmış, çıkar ve kâr merkezli bir medya planlaması söz konusudur (Adaklı, 2006: 294). Bu durum gazetecilerin mesleklerini icra etme biçimlerini doğrudan etkilemektedir.

Michael Buroway, "kapitalizmin erken dönemlerinde baskının rızadan üstün olduğu despotik rejimlerin, yerlerini artık rızanın baskıya üstün geldiği "hegemonik fabrika rejimleri'ne bıraktığını söylemektedir (Aktaran Toktaş, 2010: 154). Medya sektöründe de sermayedarlar ilk olarak yönetimin üst kademesinde bulunan gazetecilerde ve dolaylı olarak muhabir, kameraman ve foto muhabiri gibi üretim sürecinin tabanını oluşturan kesimde rıza üreterek, onları edilgen bir konuma yerleştirmektedirler. Bunun içindir ki editoryal bağımsızlığın olduğunu savunanlar, sermayenin etkisini inkâr etmekte, mülkiyet ve kontrolün birbirinden ayrıldığına işaret etmektedirler. Oysa mülkiyet sahiplerinin geri planda, yöneticilerin ise ön planda olduğu yapılanma yanıltıcı olmaktadır. Genel yayın yönetmenleri, medya kuruluşlarında oluşturulan farklı kurullarda yer alarak yayın politikalarına işletme yönetimlerinin görüşleri doğrultusunda yön vermektedirler. Pazar stratejilerinin tasarlanması ve işletmede görev alan medya çalışanlarının ikna edilmesi yöneticilerin gözetiminde yapılmaktadır. Mülkiyet sahibinin çıkarları doğrultusunda fikirler geliştirdiği ve uygulanmasına aracılık ettiği sürece, yönetim kadroları maddi ve manevi ödüllendirilmektedir. Holdinglerde çalışan üst düzey yöneticilerin aldıkları

ücretler ile üretim sürecinin alt kademesinde görev yapan çalışanların ücretleri arasında on katı aşan oranda farklar bulunmaktadır.

Günümüzde medya plazalarının fiziksel görünümüne kabaca bakmak bile haber hiyerarşisini ve statü farklılığının ne boyutta olduğunu anlamamıza olanak tanımaktadır. Genellikle binanın en gösterişli, en büyük ve en üst kattaki odasında genel müdür, genel yayın yönetmeni ve genel müdür yardımcıları yer bulmaktadır. Onun altındaki katlarda mali işler ve personel işleri, muhasebe, insan kaynakları ve bölüm müdürleri bulunmaktadır. Onun alt katında veya daha kenarda, köşede haber emekçilerinin olduğu haber merkezleri yer almaktadır. Hemen hemen tüm televizyonlarda eski sistemde her bölüm ayrı odalarda ve eşit statüde yer alırken şimdi çalışanlar büyük ofis katında, aynı katta bulunan haber stüdyosunun yakınında birbirine bitişik masalarda, arada duvar olmadan oturmaktadırlar. Sadece belirli haber bölümleri (yurt haber, dış haber, spor, hava durumu vb.) cam veya plastik ayırıcılar ile masa seviyesinden, birbirlerinden ayrılmıştır.

İlk kurulduğunda önemli ve saygın bir haber kanalı olma ümitleri yüksek olan CNN-Türk, yeni ofis ve televizyon haber merkezi tasarımını ilk uygulayan kanallardan biridir. Doğan Medya Center adı verilen devasa binalar yan yana inşaat edildikten sonra 2005 yılı içinde CNN-Türk, Star, Kanal D aynı bina içinde her biri bir kata yerleşmişken, Star televizyonunun Doğuş grubuna satılmasıyla birlikte günümüzde CNN-Türk, Kanal D, Galaksi Teknik, DHA, televizyon stüdyoları ve radyolar ile hizmet vermektedir. Günümüzde CNN-Türk TV, yarım kata sığıştırılmış ve üst düzey yöneticiler hariç, haber emekçilerinin üst üste oturduğu sıkışıklıkta bir oturma düzenine sahiptir. Bu fiziksel durumun haber üretim sürecine de yansıması olumsuz olmaktadır. Yine benzer bir kötü örnek, Haber Türk televizyonudur. Günümüzde haber üretiminde alt tabakayı teşkil eden haber kameramanları televizyonun bodrum katında küçük bir odada kendilerine yer bulabilmişlerdir.

Haber üretim sürecinde rol alan her medya çalışanının üretim sürecinde bir görev tanımı ve buna uygun olarak yetki ve sorumlulukları vardır. Önceki bölümde bahsettiğimiz üzere bu yetki ve sorumlulukları günümüzde çalıştığı kurum için ne kadar önemli olduğuna göre azalmakta, çoğalmaktadır. Medya işletmeleri açısından değer zincirinde en tepede genel müdür sonra genel yayın yönetmeni yer alır. Bu iki

ünvân sahibi üst düzey yönetici büyük oranda holdingin icra kurulunda yer alırlar ve direkt işletme sahibiyle görüşebilme ayrıcalığına sahiptirler. Geleneksel gazetecilikten hızla holding medyasına dönüşen ve kâr-zarar mantığına göre hareket eden işletmelerde üst düzey yöneticilerin sosyo ekonomik statüsü de değişmiştir. Artık ay sonunu zar zor getiren yönetici tipinden bir hayli uzaklaşan bir durum söz konusudur.

Medya işletmesinde genel müdür ekonomik alanda tam söz sahibi iken genel yayın yönetmeni daha çok editoryal politikaların tasarlanması ve haber, program içeriklerinin yapılandırılmasından sorumludur. Haber üretim süreci işletme mantığına göre dikey ve yatay pozisyonlar ile kurgulanmıştır. Yukardan aşağıya büyük (makro) politikaların, nüfuz etmesi ve ara yöneticiler aracılığıyla da tüm haber çalışanlarının ikna edilmesi, bilgilendirilmesi ve kurum politikasının kavranmasının sağlanması, gerçekleştirilir. Gerek ekonomik, gerekse moral takviyesi işletme sahibi tarafından kendilerine verilen üst düzey yöneticiler çalışan haberci kadrolarından kopmuştur. Eski düzende beraber aynı masanın çevresinde haber yazan genel yayın yönetmeni-muhabir arasında şimdi aşılması güç engeller vardır.

Haber merkezlerinde dışarıdan bakıldığında düzensiz, her çalışanın kendi başına karar verdiği bir çalışma ortamı olduğu düşünülebilir. Aslında gerçek bundan biraz daha farklıdır. Tasarlanan işletme yönetiminin politikasına uygun olan haber enformasyonu üst düzey yöneticiler tarafından mikro düzeyde nadiren haber müdürlerine doğrudan söylenir. Genel yayın yönetmenleri ancak güç dönem ortamlarında, büyük felaketlerde veya siyasi seçim günlerinde doğrudan yayın akışına müdahale eder.

Rutin işleyişte sorumluluk haber koordinatörü ve haber müdüründedir. Haber koordinatörü haber merkezindeki haber bültenleri ve haber programlarından genel olarak sorumludur. Genel yayın yönetmeninin olmadığı durumlarda haber merkezinde en yetkili yöneticidir. Haber politikasının biçimlendirilmesinde belli oranda etkilidir. Genellikle haber koordinatörleri uzun yıllar muhabirlik yapmış gazetecilerden seçilmektedir. Haber politikasını haber müdürü, istihbarat şefi ve editörlere aktarmak, görev alacak personelin alımı, yurt içi ve yurtdışı iş seyahatlerine onay vermek başlıca işleri arasındadır. Türkiye'de haber

koordinatörleri yöneticilik görevi yanısıra kendi haber programlarını yapabilme olanağına sahiptir. Haber kurumunun yapısı, büyüklüğü ve haber merkezinde günlük işleyişi yürütebilecek editoryal gazeteci sayısına göre politikalarda farklılıklar olabilmektedir.

Haber merkezinde çalışan tüm habercilerin sevk ve idaresinden ise haber müdürü sorumludur. Haberin hem editoryal kısmı hemde insan kaynakları kısmıyla doğrudan ilgilidir. Günlük haber akışı, bülten akışı, canlı yayın yapılması kararları onay için haber müdürünün sorumluluğundadır. Haber müdürü tüm editör, muhabir ve haber kameramanlarının amiridir. Muhabir kökenli olması ona, muhabirlerin metinlerini düzeltme, kontrol etme olanağı da vermektedir. Günlük işleyişteki sıkıntıları çözmek, haber merkezinde çalışan haber emekçileri ile haber koordinatörü ve genel yayın yönetmeni arasındaki iletişimi sağlamak gibi köprü bir görevi vardır. Beyaz yakalı sınıfına uygun bir ekonomik geliri olmasına karşın, sosyo-kültürel yanı daha çok orta seviyede kalmaktadır. Bunun nedeni haber akışının çok yoğun olduğu, yurt içi ve yurt dışı ajanslardan, yurt muhabirleri ve diğer çevrimiçi tüm kaynaklardan beslenildiği, günlük sabah, öğle, akşam, gece bültenlerinin olduğu yoğun iş yükü olan bir ortamda yaşamasıdır.

İstihbarat şefi ve editörler daha sınırlı bir görev tanımı içinde görev yapmaktadır. İstihbarat şefi günlük haber akışından sorumludur. Günlük işleyişte tüm muhabirler ve haber kamera şefi olmak üzere kameramanların sevk ve idaresinden sorumludur. Haber müdürünün olmadığı zaman haber merkezinin haber işleyişinden sorumludur. Haber müdürüne göre daha dar bir çalışma alanı ve sorumluluğu vardır. İmza yetkisi olan yönetici haber merkezinde haber müdürüdür. O nedenle, istihbarat şefi, haber müdürüne bağlı çalışmaktadır. Muhabirlerin alanda iletişim kurduğu ilk yetkilidir. İstihbarat şefi editör masası ve alanda çalışan haber emekçileri arasında iletişimi sağlamaktadır.

Haber editörleri ise beyaz yakalı fikir işçileri olarak kendilerini kabul etmektedir. Görev tanımları bültenleri yapmak, gerektiğinde muhabirlerin metinlerini düzeltmek, haber rejisine gönderilecek tüm editoryal veriyi göndermek, reji yönetmeni ile koordineli olarak haber akışını kontrol etmek, canlı yayın vs. gibi teknik detayları haber yapımcılarına aktarmaktır. Özellikle nöbetçi editörler saat

21.00'den sonra haber müdürü görevini de yaptıkları için alanda çalışmaya devam eden bir olayın, haberin tüm akışından da sorumludur. Bu nedenle alandaki muhabir ve kameramanla da akşam saatlerinde onlar iletişime geçer ve alandaki ekipten aldıkları bilgileri metinleştirirler. Editörlerin ekonomik ve sosyo-kültürel olanakları muhabirlerden biraz daha yukardadır. Bunun temel nedeni daha önce bahsettiğimiz haber enformasyonunun filtrelemesini direkt yapan kişilerdir. Bir haberin bültene girip girmeyeceği editörlerin tasarrufundadır. Ama bu özerk bir karar değil, haber müdürü, haber koordinatörü ve genel yayın yönetmeninin içinde olduğu hiyerarşik bir zincirin sonucudur. Editörlerin genellikle muhabirlikten gelmesi tercih nedenidir. Ama Türkiye'de direkt haber merkezlerinde editörlükten işe başlamış habercilere de rastlanmaktadır.

Haber yapımcıları ve kurgu elemanlarının bağlı olduğu kişi yapım müdürüdür. Ama bazı televizyonlarda direkt haber müdürüne bağlı olarak da çalışabilmektedirler. Yapımcılar hem kurgucuların yaptığı işten anlamak, hem de haber müdürü veya yapım müdürünün onayıyla, canlı yayın organizasyonu yapmak, canlı yayın ekiplerine yayın yapılacak adresi vermek, reji personeline o gün yapılacak, kanal için gerekli görüntü indirmelerinin uydu bağlantı bilgilerini iletmekle yükümlüdürler. Eğer yapım asistanları mevcut değilse haber stüdyosuna canlı yayın veya bant kaydına gelen konukların ulaşım bilgilerini ulaştırma birimlerine aktarmak da onların görevleri arasındadır. Hazırlanan bültendeki haberler için yapılacak tüm görsel video-grafik vs. görsel malzemeyi yapmak veya yaptırmak yapımcıların sorumluluğundadır. Haber bültenleri ve haber programlarında editör ile yönetmenin iletişimini sağlamak, vtr operatörü, kj operatörü, teknik yönetmen, sesçi, grafikçiler ile haber yayını esnasında iletişimde olmak, onların görevidir. Haber yapımcıları ve kurgu elemanları yüksek vasıflı, teknik işçilerdir. Bu nedenle ekonomik gelir düzeyleri ve sosyo-ekonomik seviyeleri editörlerden ve muhabirlerden daha aşağıdadır. Buna karşın tecrübeli yapımcı ve kurgucular işe yeni başlamış muhabirlerden daha yüksek ücret almaktadır. Kurgucuların başlıca görevi ajanslardan veya kanalın personeli tarafından elde edilmiş görsel malzemeyi en hızlı yolla, anlaşılır, düzgün ve estetik bir biçime sokmak, yayına hazır hale getirmektir.

Haber üretimi sürecinde haber politikası günümüzde çoğunlukla kurumların icra kurullarında planlanmakta ve haber merkezlerinde gerçekleşmektedir. Genel

yayın yönetmeninden, haber koordinatörüne, haber müdürüne, istihbarat şefi ve editörlere kadar bu çalışma zincirinin halkalarının her birinin bu üretimde sorumluluk ve yetkileri bulunmaktadır.

2.2.3. Haber Üretim Sürecinde Kurum Politikası

Schudson'a göre ekonomi politik görüş, devletin ve ekonominin yapısıyla ve haber organizasyonunun ekonomik tabanıyla ilintilidir. Bu yaklaşım haber organizasyonunun sahiplik ve haber içeriği ile toplumdaki etkisi arasında bağlantı kurmaktadır. Schudson, söz edilen ticari düzenin, medya sahipliği ve kontrolü ile halk arasındaki ilişkinin bulanık olması nedeniyle, sahiplik ile ürünün arasındaki bağlantının her zaman kolaylıkla ölçülemeyeceğini kabul etmektedir. Kitlesel medya kurumu toplumun geri kalanından, daha doğrusu kültürel düzenden soyutlanarak çalışmaz (her ne kadar gazeteciler bağımsızlık ve nesnellik sözcüklerini kullansalar da), medya çalışanlarının üretimiyle anlamlar oluşturulur ve emek-sermaye çelişkisi ortaya çıkar (Jansen, 2013: 92). Bu anlamda haber örneğinde, ürüne ruh kazandıran veanlam veren gazetecilerdir. Gazeteciler bu ürünü üretirken ekonomik, politik ve kültürel süreçlerden ne kendilerini ne de ürünü soyutlayabilir.

Ekonomi politik yaklaşıma göre, medya içerikleriyle mesajlarının taşıdığı anlamlar esas olarak içinde üretildikleri örgütlerin ekonomik yapısıyla belirlenir. Haber kuruluşlarının mülkiyet yapılanmaları, bu bağlamda ekonomik kaygıları ve çıkarları haber üretim sürecindeki temel belirleyicilerden biridir. Karını maksimize etmeye çalışan mülkiyet sahiplerinin haber içeriklerine kendi ekonomik ve siyasi çıkarları doğrultusunda müdahale etmeleri ve bu çıkarlara bağlı olarak 'genel yayın politikası' adı altında politikalar geliştirmeleri olağandır. Kurumsal önceliklerin sıralandığı kurumsal habercilik ilkelerinin belirlenmesi kaçınılmazdır. Bu süreçte muhabire, editöre ya da genel yayın yönetmenine düşen görev, bu ilkelere bağlı kalarak habercilik yapmaktır (Öztekin, 133: 14.6.2014). Basın sektöründeki yayın kuruluşlarının hemen hemen hepsinde durum böyledir.

Böyle bir yapı içinde mülkiyet sahipleri de aynen diğer sektörlerde olduğu gibi sermaye sahibi olmanın verdiği yetkiyle ürünlerin türüne, içeriğine, biçimine müdahale etme hakkını kendilerinde görmektedir. İngiltere'de Mirror grubunun

sahibi olan Robert Maxwell grubun tüm yayın politikasını kendisinin belirlemesini şu sözlerle ifade etmiştir: "Bu işe doksan milyon pound yatırdım ve bunu hayır duası almak için yapmadım. Bu işin sahibi benim, patron benim" (Öztekin, 133: 14.6.2014). Avustralya'daki medya yatırımlarından sonra İngiltere'ye gelerek London Times'ı satın alan Avustralyalı işadamı Rupert Murdoch, gazeteyi satın aldıktan hemen sonra gazetenin yazı işlerine gidip yayın politikasına ilişkin emirler vermiştir. Yayın içeriklerine karışarak çalışanları Thatcher yanlısı yayın yapmaya zorladığı için toplu istifalarla karşılaşan Murdoch, bu olaya tepkisini "Ben bunca yolu gazetenin işlerine karışmamak için mi teptim?" sözleriyle dile getirmiştir (Öztekin, 133: 14.6.2014). Ne var ki, çalışma yaşamında iş güvencesi zayıf olan ülkelerde gazetecilerin, "gazeteci özerkliği" adına, işverenlere tepki vermesi kolay olmamaktadır. Türkiye örneğinde olduğu gibi, mülkiyet sahibinin çıkarları doğrultusunda habercilik yapma işi, çalışanlar arasında öylesine kanıksanmıştır ki haberciler, yaptıkları işin doğasını sorgulamaksızın, haberleri nesnel bir şekilde profesyonel haber ölçütlerini temel alarak seçip yorumladıklarına kendilerini inandırmaktadırlar.

Diğer endüstri alanlarına göre medya işletmeciliği farklı ölçülerde bazı mantıksız uygulamaları daiçermektedir. Örneğin personel kaynaklarının, yıldız ve yetenek kalitesine önem vermesi, klasik ekonomi kuramının ekonomik değer ve mantıklı pazar davranışı kuramıyla, ne benimsenebilir ne de açıklanabilir. Aynı zamanda medya işpazarı gibi alanlarda deneysel bilgide önemli farklar bulunması, medya yapısında birleşik, toplam bir kuramsal anlayışı geliştirmeyi zorlaştırmaktadır. Sektörün değinilmesi gereken bir yanı da, diğer sektörlere göre bambaşka bir yapısı olmasıdır. Çünkü yaratıcı süreçteki işletmenin, işletme bilimi modelleriyle değil, akıldışı niteliklerle (içgüdü, iyi hissetmek) açıklanabilir olması, akademisyenlerin neden bu alanı açıklarken zorlandıklarını ve medya uygulayıcılarının yapması gereken türde bir araştırma meselesi olduğuna inanmalarını açıklamaktadır (Doyle ve Frith, 2004: 2-11). Modern işletme mantığına aykırı olarak haber organizasyonu planlamalarında bütçeler tutturulamamakta ve haber merkezleri sene başlarında önemsiz seyahatler için bolca para harcarken, haber açısından dünya ölçeğinde değeri olan gündem haberlerini parasızlık ve plansızlık nedenleriyle ajans haberiyle geçiştirmektedir.

Klasik ekonomik teorilerinin, medya şirketlerinin medya pazar statejilerini hatta başarı ve başarısızlıkların nedenlerini ortaya koymakta zorlandıklarına, gazeteciliğin profesyonel kodları ile habercilik yapan kuruluşun kurum politikası açıklık getirmektedir. Haber Türk TV ekibinin 3 Şubat 2014 günü, Swiss Otel'de "Gazeteciler ve Yazarlar Vakfı"nın basın toplantısı takibi güncel bir örnek oluşturmaktadır. Otelde muhabir ve haber kameramanı haricinde, canlı yayın aracı ile birlikte teknik yönetmen ve uplink operatörü hazır olmasına karşın canlı yayın kararı verilmemiştir. Toplantıda, iki saat süreyle takip ve kamerayla çekim yapılmasına karşın, haberin sarf edilen emeğe göre kanalın yayınında çok az bir zaman verilerek, bir dakikadan az, tek bültende sadece görüntünün üzerine okunan metin biçiminde değerlendirilmesi konuya ilişkin analize ihtiyaç duyulan bir habercilik tercihi olmaktadır. Basın toplantısı sonucu çıkan metnin canlı yayın yapacak kadar haber değeri olmadığı iddia edilse bile, siyasal iktidarla ilişkiler ve medya kuruluşunun diğer sektörlerdeki yatırımlarını riske atmak istememesi gibi nedenler, kurumsal kararları yönlendirebilmektedir.

Bu konuda diğer Türk haber kanallarının tersine, yeni kurulan El Cezire Türk kanalı farklı bir yöntem uygulamaktadır. El Cezire'de haber önerileri, gündemde seçilecek haber, yapılacak haberin neleri içermesi gerektiği ve bütçesine planlama masası karar vermektedir. Muhabirler bir haber önerdiğinde, planlama masası o haberin yapmaya değer olup olmadığına bakmaktadır. Üretim aşamasının her adımı planlanmakta, haberin boyutu sadece muhabirin bakış açısı ve yeteneğiyle sınırlı kalmamaktadır. Planlama masasında farklı haber deneyimleri olan haberciler ortak akıl oluşturmaktadır. Haber amacı, içeriği ve diğer haber televizyonlarından farklı hangi temalara bakılacağı tespit edilip muhabire geri dönüş yapılmaktadır. Bu sayede hem kaynakların verimli kullanılması sağlanmış olmakta, hemde yıllarını haberciliğe vermiş, deneyimli gazetecilerin bilgilerinden yararlanılmış olmaktadır (G4, 27.3.2014)[9]. Ne var ki, El Cezire Türk'ün Katar kökenli El-Cezire International'ın küçük ortağı olduğu ve uluslararası habercilik anlayışını öngören BBC kökenli bir gazeteci grubunun işletme anlayışıyla yönetildiği göz ardı edilmemelidir. El Cezire

[9] Derinlemesine görüşme yapılan kişiler Görüşmeci 1,2,3 biçiminde kodlanmıştır. Metinde kısaca G1,G2 vs. biçiminde gösterilmektedir.

Türk'ün işletme mantığıyla yaptığı haber organizasyon planlaması, Türk işletme kökenli televizyonlar için hala ulaşılması zor bir hedeftir.

2.2.4. Yeni İletişim Teknolojilerinin Haber Üretimine Etkileri

Çok uluslu şirketler iletişim sayesinde yaşar. Dünyaya yayılmış bir girişim kimliğini bu şirketlere kazandıran, iletişimdir. Bu şirketlerin işlerini yürütmeleri açısından bilgisayarlar ve uydular, mal ve hizmetlerini üreten işçiler ve fabrikalar temeldir. Naisbitt, 1970'lerin ortalarından itibaren Amerika Birleşik Devletlerinde enformasyon çalışanlarının sivil işgücü içerisindeki en büyük işçi grubunu (yaklaşık yüzde 47) oluşturmaya başladığını belirtir. 1980'li yılların başında ABD'deki işgücünün yüzde 65'ten fazlasının enformasyon ekonomisinde çalıştığını hesaplar (Aktaran Kumar, 2004: 25). Enformasyon toplumu, yandaşlarına göre yeni bir üretim tarzını başlatır. Tam da zenginlik yaratımının kaynağını ve üretimdeki egemen etkenleri değiştirir. Sanayi toplumunun merkezi değişkenleri olan emek ve sermayenin yerini, temel değişkenler olarak enformasyon ve bilgi alır. Locke ve Smith'den Ricardo ve Marx'a dek birbirinin peşisıra gelen düşünürler tarafından formülleştirilen klasik emek–değer kuramı, yerini 'bir bilgi-değer kuramı"na bırakmalıdır. Şimdi "değerin kaynağı emek değil, bilgidir". Hazel Endorson, "mikro işlemcinin sonunda emek değer kuramını iptal ettiğini söyler (Kumar, 2004: 25).

Bilişim çağına olumlu yaklaşan akademisyenler kadar, onu eleştiren görüşler de kamuoyunda seslendirilmektedir. Bu görüşlerin temel eleştirisi bilginin kapitalizm tarafından satılıp, alınabilir bir meta olarak kullanılmasıdır. Bu görüşe göre, bilgi özgün bir maldır, tüketilip biten bir ürün değildir. Bireysel olarak değerini kaybetmeden, sonsuz derece paylaşılıp, kopyalanabilir. Birçok insan aynı bilgiye aynı anda sahip olabilir. Fiziksel yıpranma ve yok olması mümkün değildir. Marx'ın söyleyişiyle, bilginin ancak manevi değer yitimi söz konusudur. Kolaylıkla ve daha ucuz kopyalanabilir ve aktarılabilir. Sosyal bir ürün olarak, sosyal etkileşimler ve bilimsel tarihi yansıtır.

Hary Cleaver, sermayenin tüm boş zaman, eğlence zamanı etkinliklerini kendi yararı için biçimlendirmeye çalıştığını tartışır. Bunun için, sermaye kendi biriktirme süreci içinde bu sistemi de kendine birleştirmek için çaba sarfeder ve ücret

ödenmeyen, emek harici zaman, otomatik olarak özgür zaman veya tamamiyle etik dışı olarak, sermayeye gözükür. Kapitalizm yazara göre, bilişim çağıyla sosyal bir fabrika yaratmıştır. Böylece sermaye, bireysel tüketimi üretken tüketim haline dönüştürmeye çalışmıştır. Kapitalist medya ve kültür, ev işçileri, malları alan emtialar için tüketici dükkânları, aktif olarak yeniden üretilebilen emek, izleyicilerin medya için çalışması, internet için veri ürünü oluşturan kullanıcılar, donanım üretimi için gerekli olan mineralleri çıkarmak için fakir ülkelerdeki köle işçiler, düşük ücret ödenen çocuklar, bilgisayar donanımı ve telefonların montajında, aşırı tehlikeli ortamlarda, aşırı çalıştırılan, Çinli ve diğer ara mamul üreten şirketlerdeki kadınlar, Google ve Microsoft gibi şirketler için bilgisayar programı yazılımı yapan, yüksek ücret alan mühendisler, gelişmekte olan ülkelerde taşeron firmalarda, kültürel ürünleri ve yazılımları, yaratan, dönüştüren, işleyen ve montajlayan, nispeten daha düşük ücret alan ve Batı medyası ve iletişim şirketleri için çalışan bilgi işçileri, arama merkezlerinde ve diğer hizmet firmalarında, düşük ücret alan emek gücü olarak çalışan kadın işçilerle, küresel üretim yöntemi biçimlenmiştir (Fuchs, 2012: 720).

Bilginin ilk baştaki üretim değeri nispeten daha yüksektir(geliştirme maliyetleri için bir hayli saat içermesi nedeniyle), ikinci kopyanın değeri ise nispeten daha düşüktür (çalışma saati ürünün sadece kopyalama ve dağıtma süresini kapsadığı için).Bilgi, kendi değerinden daha yüksek bir fiyata satılır (üretim için gerekli olan çalışma saatleri ölçüsünde). Değer ve fiyat arasındaki farklılık sonucu oluşan kâr, bilgi endüstrisinin kalbidir. Kapitalist pazarda, rekabete neden olması nedeniyle firmalar daha fazla sermaye birikimi elde etmek için yeni ipod ve ipad'in yeni biçimlerini üreterek sanatçının, reklamı ve tanıtım yoluyla, yeni ürünlerin biçimsel üstünlüğünü kabul ederek, eski bilgi ürünlerin modası geçmiş görünmesini sağlarlar (Fuchs, 2012: 721-722). Yeni iletişim teknolojileri bu anlamda kitlelerin daha fazla tüketmesi için daha fazla fırsatlar sunmaktadır. Popüler kültürün etkileri yeni iletişim mecraları yoluyla toplumlara yayılmaktadır.

Bilişim çağı için iddialı sözler dile getiren Bell, bunu bir devrim olarak nitelemekten kaçınmamaktadır. Bell'e göre; "Eğer ilk iki devrim buhar gücü ve elektriğe dayalı enerji devrimleridiyse, üçüncü devrimin bir enformasyon devrimi olduğu konusunda genel bir fikir birliği vardır. Nasıl sanayi toplumu mal üretimine

dayanan bir toplumsa, sanayi sonrası toplum da enformasyon toplumudur" (Aktaran Kumar, 2004: 21-22). Bu dönemle ilgili görüşlerde hala bir birlik olmamasına karşılık, sanayi devriminin kas gücünü etkisizleştirdiği, ikincisinin rutin zihinsel işi değersizleştiği gibi, üçüncü sanayi devrimi denilebilecek bu çağın da insanın düşünmesini, gerçek beyin gücünü değersizleştirme sürecini doğurduğu, iddia edilmektedir.

Bell, enformasyon toplumunu doğuranın bilgisayar ile telekomünikasyonun patlayıcı eş yönelimi olduğunu savunur. Bu nokta bilginin işlenmesi ile iletilmesi arasında uzun bir süredir yapılmakta olan ayrımı çökertmiştir (Aktaran Kumar, 2004: 22-23). Hatta bazıları daha da ileri gitmiş ve makineleşme sanayi devrimi açısından neyi ifade ediyorsa, bilgisayar teknolojisinin de enformasyon çağı açısından onu ifade ettiğini iddia etmiştir. Uyduların, televizyonun, fiber optik kablonun ve mikro elektronik bilgisayarın bileşiminin, dünyayı birleşik bir bilgi ağı halinde iç içe geçirdiğini ve bu bileşimin enformasyon akışını çökerttiğini söylemişlerdir (Aktaran Kumar, 2004: 23). Bu akademisyenlere göre, tarihte ilk kez yerküre üzerinde anında paylaşılan bilgi vardır.

Bilgideki artış yalnızca nicel değil, aynı zamanda niteldir. Eski kitle iletişim araçları standartlaştırılmış iletileritekdüze bir izleyici kitlesine aktarırken, yeni iletişim kanalları hem kablolu ve şifreli yayıncılığa hem de sayısal yayıncılığa elverişlidir. Bilgisayara bağlanmış olan kablolu ve uydu yayını, hem göndericilerin hem de alımlayıcıların birbirinden ayrı ve kopuk birimler halinde, bölünmelerine izin verir. Bu durumda enformasyon en uzmanlaşmış, en bireysel ihtiyaçlara göre işlenebilir, seçilebilir ve elden geçirilebilir. Böylece 3.Dalgakitlesellikten arındırılmış medya çağını başlatır (Aktaran Kumar, 2004: 24).

Yaşamımızın her köşesine giren elektronik cihazlar insanın maddi ve manevi tüm değerlerine etki etmektedir. Zamansal açıdan geçmiş yüzyıla göre inanılmaz hızlanan bilgi akışı sayesinde, her şeyi kısa zamana sığdırmak düşüncesi, uzun dönemli düşünme kapasitesini azaltmaktadır. İnternet, internette dolaşma, cep telefonu mesajları, Facebook, Twitter ve diğer sosyal medya alanları beynin tekrar yapılandırılmasına neden olmaktadır. Bu dijital dünyanın düşünmeye hiç saygısı yoktur; anlık uyarı ve tatmin sağlamakta ve beynin kısa dönemli karar ve tepkiler

vermesine yol açmaktadır. Farklı bilgi, deneyim ve öğrenme biçimlerine sahip bireylerden oluşmuş bir toplumdan pek çok insanın toplumsal olarak kurulmuş ve çabucak edinilmiş, orijinallik ve yaratıcılıktan farklı olarak grup onayına dayalı görüşlere sahip olduğu bir topluma doğru gidişat gözlemlenmektedir.

Yeni medya denilen bu mecrada, yetişmiş gazeteci, güçlü bir finansman ve geleneksel bir yönetim biçimi yoktur ama ana akım medyada olmayan başka bir özellik vardır. Bu mecra ücret karşılığı çalışan, belirli bir hiyerarşi içinde hareket eden muhabirler, kameramanlar yerine çok daha esnek bir çalışma modelini uygulamaktadır. Bu modelde çalışanlar iş güvencesinden yoksun, parça başı iş üretmekte ve günün sadece belirli bölümlerinde değil, gündüz ve gece, hafta içi ve dışı haber üretiminde bulunabilmektedir. Bu tür habercilik, yaşları 20 ile 40 arasında değişen genç ve orta yaş nüfusu, sağladığı manevi tatmin nedeniyle maddi kazançtan çok daha fazla cezbetmektedir. Yarı amatör ve istek üzerine vatandaşların bireysel ve toplumsal, duruş ve tutumlarını yansıtan videolar, sanal ortamda binlerce kez seyredilmekte ve beğeni alarak paylaşılmaktadır.

Bu yeni ortam, tüketiciye televizyonun sunduğu içeriği daha geniş ve zaman limiti olmadan sunmakta ve izleyicilerin bireysel ihtiyaçlarına karşılık vermektedir. Tüketici aradığı içeriği reklamsız izleyebilirken, içeriğe, internet, akıllı telefon, mobil araçlar ve benzer tüm mecralardan geleneksel televizyonun aksine mobil olarak erişebilmektedir (Kuyucu, 2013: 173).

Pavlik'e göre, üç önemli değişim görsel hikâye anlatımında, paradigmatik değişime yol açmıştır. Dijital videonun olgunlaşması, yeni üretilen görüntü ve ses edinim aygıtları ve ağ tabanlı medyanın büyümesi (Pavlik, 2001: 13). Bilişim teknolojisinde devrim niteliğinde bu değişim sonrası, bireysel kullanıcıların internet üzerinden önce yazılı veri, sonrasında ise hem ses hem de görüntü içeriklerini paylaşmalarının yolu açılmıştır.

Bilişim teknolojisindeki dönüşüm nedeniyle, vatandaşın da eskisine oranla çok daha rahat elde edebildiği CCD'li el kameraları ve sonrasında cep telefonlarının fotoğraf çekebilme ve video özellikleri kazanmasıyla, habercilik mecrası daha da çok etkilenmiştir. Öncelikle sosyalleşme aracı olarak kullanılan bu fotoğraf ve video çılgınlığı, yeni bir habercilik türünün ortaya çıkışına temel olmuştur; "Yurttaş

gazeteciliği". Ortalama vatandaşlar ve diğer geleneksel olmayan aktörler tarafından dönüm noktalarında yaratılan görüntülerle, cep telefonu kayıt kültürü hızla evrilmiştir. Küresel izleyicilere 11 Eylül saldırıları (2001), Londra bombalamaları (2005), Myanmar'da (Burma) hükümet karşıtı gösteriler (2007), İran'da seçim sonrası gösterileri (2009) ve Arap ayaklanmaları (2011–2012) gibi yaşamsal önemde şahitlik sağlayan görüntüler sunulmuştur **(**Kari Andén-Papadopoulos, 2014: 754**)**. Öncelikle bilişim teknolojisinin ürünü olan bu yaklaşım biçimi, toplumsal olarak haberin ideolojisine doğrudan etki yapmıştır.

İnternet, Pavlik'e göre, haber ve bilgiye de erişim sağlamaktadır; aksi takdirde hükümet veya diğer geleneksel iletişim medyasının kontrolünde sansürlenmektedir (Pavlik, 2001: 53). 31 Mayıs 2010 Mavi Marmara Gemisi baskını haberleri ve anaakım medyanın protestoları vermektense "Penguen Belgeseli" yayınlayarak direnişi görmezden geldiği 27 Mayıs 2013 tarihinde başlayan beş milyonun üzerinde göstericinin katıldığı "Gezi Parkı" eylemleri, internetin gücünü gösteren, dünyaya gerçeğin farklı boyutlarını ulaştıran ve çok sesliliğe olanak veren habercilik örnekleridir.

Yalnızca ana akımın çevrimiçi siteleriyle ve bloglarla değil fakat yurttaş medya kurumları aracılığıyla, sadece haber makalesi değil, fotoğraf, ses ve videoları paylaşarak büyüyen yurttaşlar, yurttaş gazeteciliğinin parçası olmaktadır. Çevrimiçi haber siteleri üzerinden, profesyonel ve yurttaş gazeteciler ile karşılıklı iletişime geçen sıradan yurttaşlar, gazeteciliği ve bilgi ağlarını inşa etmektedir (Nah and Chung, 2012: 714-715). Bu süreçte, çevrimiçi haber kullanıcıları topluluğun profesyonel ve yurttaş gazetecileri olarak rol oynarken, yerel topluluklardaki sosyal güven ve medya itibarı yaşamsal bir rol oynamaktadır.

Medya profesyonelleri, zaman içinde evrilerek gazetecilik kavramının değişen rol modeli olmuşlardır. Kesin roller, sorgulayıcı(hükümet beyanlarını soruşturma), yayımcı (halka bilgiyi en kısa sürede ulaştırmak) ve reklamcı (hükümet ve iş çevrelerine) olarak esnekleşmiştir. Bu roller, soruşturmacılık rolü gibi sürekli var olurken, halkın kültürel ilgisi, eğlence üretimi, politikacılara denetim ve sıradan vatandaşlara görüşlerini açıklama fırsatı verme olanağından dolayı, sayısal medyanın kullanımı başlamıştır. (Nah and Chung, 2012: 718). Son yapılan araştırmalar, yurttaş

gazetecikavramınınitibarının yükseldiğini göstermektedir. Buna ilaveten, dağıtımcı rolünün azaldığı ve halkın katılımcı rolünün keskin bir artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Medyada evrilen rol, günümüz medya iklimindeki değişimleri yansıtmaktadır.

Seçkinlerin, siyasal ve ekonomik egemenlerin görüşlerine daha fazla önem veren ana akım medyaya alternatif bir mecra oluşmuştur. Egemen sisteme karşı muhalif duruşu olan, kendi sesinin toplumda daha yüksek çıkmasına inanan sivil toplum temelli bir anlayış üzerinde internet haberciliği gelişmiştir. Bu mecrada üretimde bulunmak, fotoğraf çekmek, yazı yazmak için gazetecilik eğitimi fiiliyatta aranmamıştır. Önce bu değişimi şaşkınla izleyen ve bildiği hiç bir gazetecilik biçimine ve haberciliğe uymayan bu garip habercilik türünü küçümseyen, ana akım medya gazetecileri bu tavırlarını, kısa sürede değiştirmek zorunda kalmıştır.

Bileşim sektöründeki gelişmelere paralel olarak internet iletişim ağına medyanın verdiği önem her geçen gün artarak devam etmektedir. Bu önemin temelinde hiç kuşkusuz maliyeti düşürecek ekonomik etkenler yatmaktadır, internet kanalı ile veri alışverişinin çok daha ucuz ve pratik olması, medya sektörünün haber taşıma aracı olarak internet bilgi ağını tercih etmesinde önemli faktörlerdendir (Güller, 2007: 219). Büyük medya holdingleri, internetin özelliklerini keşfettikçe bu alanın onlara da iyi kâr getirebilecek bir alan olduğuna ikna olmuşlardır. Hemen hemen tüm büyük gazete, televizyon ve kurumların bir yayın mecrası da kısa zamanda internette oluşturulmuştur.

Comscore'un internet siteleri takip araştırmasına gore, Ağustos ayı 2014 itibariyle, Türkiye'de ortalama 156 milyon adet-internette dolaşan video sayısına ulaşılmış durumdadır. CNN-Türk 10 milyon adetle liderliği sürdürürken, NTVMSNBC-1 Milyon 882 bin, A Haber-2 milyon 631 bin, Habertürk-1 milyon 47 bin kişi, Samanyolu Haber-1 milyon 33 bin adet ile onu takip etmektedir (Milliyet web sayfası, erişim tarihi, 1.1.2015). Türkiye'de toplam gazete okuru sayısının 3 milyon kişi civarında olduğu düşünülürse, internetin kısa sürede ne kadar çok insanın önemli bir kitle iletişimi tercihi olduğu görülmektedir.

Kablo ve uydu servisleri ve internetin haber kaynakları olarak önemleri büyümektedir. Kapsama enginliği, etkileşimlilik, halkın en çok ilgilendiği kalem ve

yayınlara ulaşma imkânı artmaktadır. Bununla beraber, sayısal iletişim teknolojileri, yerkürede beklenen bir gelecekte, ancak refah içindeki bir azınlık tarafından kullanılıyor olacaktır. Yeni medyanın büyük bir geleceği vardır ama dünyayla ilgili haber bültenlerinin yanına gelebilmesi için gitmesi gereken uzun bir yolu olduğu iddia edilmektedir (Tait, 2000: 53).

Maliyetlerin düşmesi kadar önemli olan diğer avantajda yeni teknolojilerin habercilerin en önem verdikleri öğe olan hız faktörüne kattıkları ivmedir. Gelişen teknolojiyle, küresel bilgi akışında hız, yaşamsal önem kazanmıştır. Yeniçağda hızlı olan, daha çabuk bilgiye ulaşan daha güçlüdür ve daha çok takip edilmektedir. Bu nedenle haber televizyonları büyük yatırımlar ile yayıncılık altyapılarını, analog sistemlerden dijital sistemlere dönüştürmektedir.

Televizyonculukta dijital devrim yaratan bilgisayar tabanlı montaj programları nonlinear(doğrusal olmayan, çok yönlü) sistemle çalıştığı için analog sistemlere göre çok ciddi avantajlarının olduğu iddia edilmektedir. Dijital sistemde montajı (kurgu) bitmiş bir haberin görüntülerini, seslerini değiştirmek saniyelik iş olurken, analog sistemde ise bu değişiklikleri yapmak çok vakit alan bir iştir hatta bazen, baştan haberi montajlamak demektir. CNN-Türk Televizyonunda başlangıçta (1999 Ekim) yarı dijital, yarı analog olarak yayına başlanmış, quick cutter denilen bilgisayar tabanlı montaj seti de, lap top şeklinde olay yerinde, sahada montaj yapılan analog sistemler de kullanılmıştır. Alman patentli cinegy sistemi 2005 yılında kurulduktan sonra yapım ve yayın sistemleri olarak full dijitale geçilmiştir. Bu dönüşüme 2012 yılında haber kameraları da dâhil olmuş ve CNN-Türk Televizyonu 4 yıldır tüm sistemleriyle dijital yayıncılık yapmaktadır (H. Durmuş, kişisel görüşme, 12.12. 2014).

Teknolojik değişim yalnızca sayısal kamera ve kurgu ile sınırlı kalmamış ve canlı yayın teknolojisini doğrudan etkilemiştir. Uplink sistemleri SNG (Haber toplama sistemi) ve Flyaway olarak ikiye ayrılmaktadır, SNG'lerde haber amaçlı kullanım dışında küçük programlarda yapılmaktadır. Bunun içinde kanalın isteği oranında kamera bağlanır, bazı kanallar BNC (Broadcasting News Cable) ile çalışıp bazılarıda triax sistemlerle çalışmaktadır, zamanla bu sistemlerde seri dijital sisteme geçilip görüntü kalitesi arttırılmıştır, Broadcast'teki gelişmelere uplink sistemleride

paralel olarak birlikte ilerlemektedir (A. Yiğit, kişisel görüşme, 11.12. 2014). Cihazlarda ufak maliyet artışları, uydu kapasitesindeki düşüşler nedeniyle, uzun süreli kullanımlarda kanalları kârlı duruma getirmektedir.

Türk televizyonları 2008 yılından itibaren 3G teknolojisinin nimetleriyle tanışmıştır. Günümüzde, hemen hemen tüm haber kanalları bu teknolojiyi kullanmaktadır. Böylece haber, doğrudan izleyiciye sunulmakta iletim kanallarında kaybolan iletiler en aza indirilmektedir. 3G teknolojisi, GSM operatörlerinin sağlamış olduğu bir hizmettir. Bu sistemin çalışma özelliği, üzerinde 6 tane GSM hattınınolması ve EFP (elektronik görüntü ve veri dosyası) olarak görüntü geçebilmesi, röportaj yapılabilmesi ve canlı yayın imkânıdır. Uplink'e göre avantajları ve dezavantajları vardır. En önemli avantajı, habercilerin olay yerine ulaşmalarının çok kısa sürede olması ve personel giderlerinin az olmasıdır. Çünkü bir haber kameramanı, uplink operatörü, teknik yönetmenin üstlendiği canlı yayın aracı ile yaptıkları tüm işleri, 3G cihazı ile yapabilmekte ve kamerasını istenildiği gibi konuşlandırabilmektedir. SNG aracının park yeri sorunu olmaması diğer bir olumlu yöndür. Dezavantajları ise aynı GSM operatöründen hizmet alan vatandaşların aynı anda hizmet kullanmalarından dolayı video kalitesinin düşük olması ve zaman zaman kesintiler olmasıdır (A. Yiğit, kişisel görüşme, 11.12. 2014).

Değişen iletişim teknolojisi günümüzde haberciliği de dönüştürmektedir. Yeni tip habercilikte, haber toplama tamamen değişmektedir. Artık ellerinde telsiz ya da klâsik fotoğraf makinesi taşıyan muhabirlerden farklı yeni nesil bir gazeteci kimliğiyle karşı karşıya kalınmıştır. Gazeteciler, artık diz üstü bilgisayarları, uydu kanalıyla veri alış verişi yapabilecek cep telefonları ile hastanelerde, adliye koridorlarında ya da dünyanın en sıcak veya soğuk bölgelerinde görev yapabilmektedir. Haberlerini, fotoğraflarını, görüntülerini tamamen dijital araçlarla gazetelerine, dergilerine ya da televizyonlarına yansıtabilmek gazeteciler için olağan hale gelmiştir.Haberi hazırlayan kişi olayları ve yorumlan diz üstü bilgisayarında olay yerinden gazetesine geçmektedir. Dijital fotoğraf makinesiyle çektiği fotoğrafı, bilgisayarına bağlı cep telefonunun modem hattı ile doğrudan elektronik gazetenin sayfasına yerleştirmekledir (Güller, 2007: 215-218). Ya da hafıza kartına kaydettiği görüntüyü diz üstü bilgisayarındaki kurgu programıyla kesmekte, düzenlemekte ve

dünyanın neresinde olursa olsun haber merkezine dakikalar içindegönderebilmektedir.

Haberin güncelliğinin kaybolduğu bu ortamın değiştiğini ilk olarak 1991 yılı başlarında 1.Körfez Savaşı'nda Bağdat'tan canlı yayın ile CNN International ekibi başarmıştır. Artık cephede yapılan bir savaş bile gözümüzün önünde yaşanmaktadır. Geçen on yıl içinde CCD'li dijital kameraların devreye girmesi, çekim kolaylığı getirmesinden çok elde edilen verinin kolaylıkla aktarılmasını sağladığı için habercilikte bir devrime yol açmıştır. Artık akıllı hafıza kartlara kaydedilen görüntüler, bir kart okuyucu yardımıyla dizüstü bilgisayara aktarılabilmekte, kurgu programıyla kesilip, düzenlenmekte ve internet üzerinden istenilen adrese dakikalar içinde gönderilebilmektedir. Bağdat'tan savaşın yayınlanmasına, 1991 yılının başlarında hayret eden dünya, on yıl içinde yaşanan teknolojik dönüşümle şaşkına dönmüştür. Bu değişime haberciler genellikle olumlu yaklaşmıştır.

CNN Türk'ün 2001 Kasım ayında Afganistan'a yapılan ABD ve koalisyon güçlerince yapılan savaşı izlemek için, 750 kilogram canlı yayın malzemesi ve iki uplinkçi göndermesini düşününce, iki yıl sonraki malzeme hafifliği haber teknolojisi açısından bir mucizedir. Teknolojik dönüşüm sahada görev alan gazetecilere farklı olanaklar sunmaya devam etmiştir. CNN International'ın 2001 yılında uygulamaya koyduğu videophone teknolojisini, 2003 yılının Nisan ayında 2.Körfez savaşı ertesi CNN-Türk Televizyonu, Kuzey Irak'ta ve Kerbela'da habercileri aracılığıyla uygulamıştır. Bu teknoloji canlı yayın için ederi onbinlerce dolar olan canlı yayın malzemesi, aracı, çanak anten ve diğer pahalı araç gereci boş verip, çok daha pratik bir uygulamaya olanak vermiştir. Beş kilogram ağırlığında bir cihaza kameradan çıkan video out kablosu bağlanıp, iki uydu cep telefonuyla İstanbul merkezle bağlantı kurulmuştur. Bu sistemle, iki haberciyle rahatlıkla bir anons ve canlı yayın olanağı mevcuttur. Kameraman aynı zamanda video phone operatörü olarak, canlı yayından sorumludur. Çalışan ekip sayısı böylece, uplink operatörü ve teknik yönetmen gerektirmediği için yarıya düşmüştür.

3. TÜRKİYE'DE HABERCİLERIN ÇALIŞMA KOŞULLARI

Önceki bölümde dikkat çekildiği gibi, esnek üretim koşulları medya çalışanlarının çalışma koşullarını da ciddi biçimde etkilemiştir. Bu bölüm, habercilerin Türkiye'deki çalışma koşullarına odaklanmaktadır. İş yasaları, staj, kadro tahsisatı, çalışma süreleri, izin hak ve süreleri, mesleki eğitim, sağlık güvencesi, iş güvencesi ve sendikal örgütlenme konuları çalışma yaşamını belirginleştirmek üzere ele alınmaktadır.

Dünya ekonomisinin her sektöründeki işgücü gibi medya çalışanları da editoryal bütçeleri kesen, işleri daraltan, iş yasalarına uymayan, sendikal örgütlenmeleri tümden çökertme çabası içinde olan, kâr arayışındaki işverenlerin baskısı altındadır. Gazetecilik meslek çalışanlarının beklenti ve endişe içinde yaşadığı kötü ücret ve çalışma koşulları medya içindeki bozulmayı hızlandırmakta, mesleği yapan işgücünün ekonomik, sosyal haklarını, sendikal örgütlenme haklarını daha da zayıflatmakta ve mesleki sorunları ağırlaştırmaktadır. Dünyada sendikal örgütlenmeye en çok yönelen işçi grupları arasında yer alan gazeteciler, özlük hakları veçalışma standartları konusunda ciddi sorunlar yaşamaktadır. Avrupa'da her bir gazetecilik sendikasının ana kaygısı, öncelikle iş güvencesi ve çalışmayla ilgili garanti altına alınan haklarını kaybetmektir. Türkiye'de de son yirmi yıldır meslek profesyonellerinin ekonomik ve sosyal haklarını savunma araçları zayıflamış, özlük hakları konusunda uygulamalar çalışanların aleyhine güçlenerek devam etmiştir. Uluslararası GazetecilerFederasyonu (IFJ)ve bölgesel bir örgütlenmesi olan Avrupa GazetecilerFederasyonu(EFJ)ve Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS)Türkiye'deki bu duruma birlikte ve ayrı ayrı dikkat çekmiş, sorunlar ve çözümler konusunda değerlendirmeler ortaya koymuşlardır (Seçkin, 2004: 111).

Profesyonel gazetecilik üzerine yapılan erken çalışmaların çoğunluğu, medyanın işleviyle ilgili kesin belirlenmiş inanç sistemlerini ve gazeteciliğin rolünü tartışmıştır. McLeod and Hawley, 1960'larda mesleğin özelliklerini;"benzeri olmayan ve gerekli bir hizmet veren bir iş, öylesine yapılmayan bir iş, düşünsel davranış talep eden bir şey ve esaslı özerklik alanı''olarak saptamıştır. Profesyonel

gazeteciler ayrıca, bilişsel karar vermenin basmakalıp örneklerini ve belirli davranış kalıplarını sergilemektedirler. Sosyal yükümlülüklerin genişlemesiyle, uzun bir sosyalleşme vasıtasıyla profesyonel meslek kültürünün, aktarıldığı da gerçektir (Bruin, 2000: 221). Bu tanımlamalardan anlaşılacağı üzere, meslek ilkeleri, idealist yaklaşım, toplumsal sorumluluk, toplum adına bilgiye ulaşma ve yayınlama çabası ve bunun için özgür bir çalışma ortamı gazetecilerin çalışma sahasının temel taşlarıdır.

*The Paradoxes of the Journalistic Profession*kitabının yazarları Svennik ve Epp'in ABD ve Avrupa gazetecileri üzerine yaptığı araştırma, ilginç noktalar içermektedir. Yazarlara göregazetecilikte yapılan iş, nesnel tanımlama ve zihinde tasarlanan hayal arasındaki karşıtlık ile oluşur. Gazeteciler küresel ölçekte haber fabrikalarında uzun çalışma saatlerine, iş güvenliği yoksunluğuna ve içlerinde tanınmış yayıncıların da olduğu şirketlerin kendilerini sömürmesine tahammül ederler. Gazeteciler ofis çalışanları ve matbaacılarla aynı birlik içinde kabul edilir ve sınırlanırlar. Fakatgazetecileri işçi yapan, seyrek olarak düşük ücret almalarıdır. Gazeteciler, içerikten ve gazetenin halk gözündeki izleniminden sorumlu olurlar, seçkinlere haber yaparken yakın olabilirler, aynı zamanda diğer gazete endüstrisinde çalışanlara göre halk tepkilerine yakın olurlar. Acil olarak moral desteğe ihtiyaçları vardır. Gazeteciler nadir olarak hali vakti yerinde olan öğretmenler, avukatlar, doktorlar gibi tanımlanmaktadırlar (Svennik ve Epp, 2003: 4). Bu tanımlar, gazetecilerin işçilik ile tanımlanan işleri yaparken aynı zamanda, toplumsal saygınlık ve maddi güç basamaklarını da kuracakları ilişkilerle değiştirebilecek esneklikte bir işle uğraştıklarına işaret etmektedir.

Willig'e göre gazetecilik alanı, yarı özerk, ileriye doğru, kendi pratik mantığında devam eden bir oyun ya da mücadele olarak anlaşılabilir. Gazetecilik, gazetecilik uygulamalarına rehberlik eden haber oyununun, konuşulmayan, sorgulanmamış, bahşedilmiş alanıdır. Bu gazetecilik hülyası, bu mesleği yapmak için temel inancı oluşturmaktadır ve gazetecilik yaşam sahası, sermayesi bilgi olan, birbirine rakip birçok oyuncunun bulunduğu, kendi konumunu belirlediği özgül bir yerdir (Willig, 2012: 374). Gazetecilik yaşam alanı, ikincil mesleki bir yaşamsal alandır. İyi haberin oluşması gazetecinin onu deneyimlemesi ve tecrübesiyle ilintilidir. Gazeteciler bu haber oyununu kendi bildiği gibi sürdürmek istese de,

kendisini kuşatan sosyal alanın yapısıyla sınırlandırılmıştır (Willig, 2012: 379). Gazeteciler kendi içinde bulundukları yaşam alanlarının özelliklerine göre davranmaktadırlar.

3.1. "HABERCİLER" OLARAK MUHABİRLER VE KAMERAMANLAR

Gazete yarı kamusal bir kuruluştur. Muhabirin profesyonel olarak çalışmasına gelince, muhabir kendi yararı için değil, başkaları (gazetenin sahibi, editörü, yayıncıve kamu) için çalışmaktadır. Birçok meslekte yapılan işin ekonomik değerini belirleme olanağı ve kariyer basamakları muhabirler açısından geçerli değildir. Muhabirlerin konumu yirminci yüzyılın başlarından beri meslekte sürüp giden bir ikilemdir. Muhabirler çok geniş grupları, geniş kesimleri giderek daha çok bilgilendirme ve etkileme gücüne sahip olurken diğer alanlardaki profesyonellerin elde ettikleri ekonomik yararlardan yoksundurlar. İşverenler, gazetecilerin yüceltilmiş gazetecilik vurgusuyla kendi ürününe saygınlığı ve satışını arttırmaya çalışmaktadır. Gazeteciler ise emek gücünü ücret karşılığı satarak çalışan, ekonomik ve sosyal haklar konusunda kendi aralarında ve diğer işçilerle ortaklaşa bir durumu paylaşan fikir işçileridir. İşverenler işte bu durumu gözlerden saklamaya çalışarak gazetecileri diğer emekçi medya çalışanlarından ayırmaya çalışmaktadır (Salcetti'den aktaran Seçkin, 2004: 60). Muhabirlerin iş yaşamları konusunda mesleki bir esneklikleri yoktur, her ne kadar çalışmalarının kamuya ait bir yanı olsa da, emek gücü çalıştıkları medya kuruluşunun sahibi tarafından satın alınmaktadır. Sonuçta yayıncılık ile endüstri tarafından desteklenen kamuya seslenen ve sonucunda kâr elde edilen bir meslek yapılmaktadır.

Kaya, gazetecilerin konumları itibariyle ikiye bölünmüş olduklarını ileri sürmektedir. Yönetim gözünde reyting (izlenme oranı) getirdiğine inanılan ya da siyaset çevrelerinde etkisi olduğu düşünülen köşe yazarı, yorumcu ya da üst düzey yöneticilerin, yüksek astronomik ücretler aldıklarını söylemektedir. Diğerleri ise, alt kesim olarak, daha düşük ücretlerle çalışan, hiç bir iş güvencesi olmayan, 212 sayılı yasaya tabi olmayan, iş akdi olmayan haber yapımcıları, mesleğin amatörleridir. Birinci kategorideki gazetecilerin gazetecilik mesleğinin değerlerine, ikinci kategorideki çoğunluğun ise mesleğin pratiklerine yabancılaştıkları iddia

edilmektedir (Kaya, 1999: 651). Bu öngörüyü destekleyen örnekler, Türk haber sektöründe gün geçtikçe artmaktadır. Karar vermek ve yönetmek gücünde olan üst düzey yöneticiler ve köşe yazarlarının birçoğu tarafından, güçlü olmak, çok para kazanmak, siyasetçiler tarafından övgü almak, onlarla özel gezilere ve yurtdışı seyahatlerine gitmek bir saygınlık derecesi olarak sunulmaktadır. Bunun yanında, haberin temel özleri olanistihbarat yapmayı bilmeyen, röportajda sorulacak soruları, danışman onayına sunmayı gazeteciliğin olağan davranışı kabul eden, yaşadığı coğrafya ve dünyayı içselleştirememiş, haber metni yazamayan muhabirler, gün geçtikçe artmaktadır.

Haber üretim sürecinde alana çıkan ve haberin, bulunması, toplanması ve işlenmesinden sorumlu olan kameramanlar ve muhabirlerin günümüzdeki uygulamalarla hiyerarşik ilişkisi tamamıyla bozulmuştur. Eski sistemde birbirlerine çok yakın statüleri olan muhabir ve kameramanların gittikçe farklılaşan sosyo-ekonomik durumunun nedeninin değişen haber anlayışı olduğu öne sürülmektedir. Görev tanımları birbirinin işini kapsayan ya da tamamlayan haber kameramanları yasalar önünde tıpkı muhabirler gibi aynı haklara sahiptir. Basın İş Kanunu her iki grup için de geçerlidir. Özlük hakları, izin durumları, çalışma saatleri, yıpranma hakları vs. farklılık göstermemekle birlikte haberin istihbaratı, toplanmasından sorumlu olan muhabir ve kameramanların günümüzde farklı bir davranış biçimiyle karşılaştıkları ve verilen değerin muhabirler lehine bozulduğu gözlenmektedir.

Türkiye'de toplumun sosyo-kültürel yapısı bu ayrımda başlıca rolü oynamaktadır. 1990'lı yıllar itibariyle özel televizyonların yayın hayatına başlaması, televizyon haberciliğine yönelik bir ilgi patlaması yaşatmış ve gerek iletişim fakültesi mezunları gerekse usta-çırak yöntemiyle yetişerek gazetelerden gelen gençler televizyonlarda kameramanlık ve muhabirliğe eşit ölçüde ilgi göstermişlerdir. Kameramanların ise çalıştıkları mecra televizyon olduğu için görsel yetkinlikleri nedeniyle başlangıçta çok önemli oldukları genel kabul görmüştür. O dönemlerde kameraman ve muhabirlerin gerek ücretleri, gerekse sosyal-statülerinin çok yakın olduğu bilinmektedir.

Haberlerin işletmenin çıkarlarına göre seçilmesi, haber değerinin siyasal-ekonomik ilişkiler doğrultusunda verilmesi, haberin sahada filtrelenmesi işlevlerinde

muhabirler görevleri gereği daha fazla sorumluluk almaktadırlar. Dönüşen medya mecrasında işletmeler için enformasyonun kontrolünde muhabirlerin önemi bu nedenle artmaya başlamıştır. Televizyonun izlenme oranı yani reyting kavramı kadar önemli başka bir öğe haberciliğe 2000'li yıllarla giriş yapmıştır; siyasi iktidarla ilişkileri bozmamak ve farklı ekonomik dallarda holdinglerin yeni yatırımlarının önünü açmak. Bu nedenle kameramanların eskisi gibi habercilikten anlaması beklenmemeye başlamıştır. Yeni iletişim teknolojileri nedeniyle muhabirlere küçük kameralarla çekim yapmak öğretilmiş ve kameraman sayısı azaltılmıştır. Bunun yanısıra artık televizyonların siyasi baskılar nedeniyle Başbakanlık basın toplantılarını akredite olarak izleme zorunluluğu, siyasilerin gazetecilerin icraatlarını eleştiren ve kamuoyu önünde sorgulayan sorulara izin vermemesi, ekonomik rekabetin Türkiye haber mecrası için çok şiddetli olması ve reklam gelirlerinin azalması da personel azaltılmasına yol açmıştır. Bu gelişmeler haber mecrasının en alt tabanını oluşturan kameramanları, sonra kurgucuları daha sonra da muhabirleri olumsuz etkilemiştir.

Muhabirlerin bizzat takip ettiği olaylarla ilgili haberler, yayın kuruluşunun içerik ve donanımda olduğu gibi personel kalitesini de gösterir. Bu nedenle habere hızla ulaşma, ulaşılan haberi en kısa zamanda izleyiciye aktarma, haberleştirme sürecinde farklılık yaratma gibi konular, bireysel yetenek ve donanımlarla da ilgilidir. Ne var ki yeni medya anlayışı, alanda çalışan muhabir ve kameramanları yayın merkezinde haberi tasarlayan ve kontrol eden, haber koordinatörü, haber müdürü ve haber editörlerinin gerisinde görmektedir. Bu manzara karşısında Türkiye medya ortamında, çok iyi bir haberci de olsa alanda çalışan haberciler genç yaşta, merkezde görev almaya çalışmaktadır.

Muhabirlerin editörlük ve haber spikerliği, haber program yapımı ve sunumuna yöneldiği gözlenirken, haber kameramanları haber yapımcılığı ve görüntü yönetmenliğine aday olmaktadır. Uluslararası medyada bir muhabirin değerli hale gelmesi 40'lı yaşları bulurken, Türkiye'de bu yaşlar mesleğin bırakılması gerektiğinin işletme yönetimlerince düşünüldüğü yıllar olmaktadır. Haber kameramanlarının çoğunluğu 40 yaş itibariyle mesleği haber ajansı ve televizyon ortamında sürdürememektedir. Eğer yapımcılık veya yönetmenlik gibi az sayıda istihdamın yaratılabildiği alanda ihtiyaç var ise çalışma olanağı bulabilmektedir.

Muhabir ve kameramanların arasındaki mesleki konum ve ücret makasının giderek açılmasının tek nedeni değişen ve dönüşen haber anlayışı değildir. Teknolojik değişim, diğer endüstri dallarıyla birlikte en çok medyayı etkilemiştir. Özellikle görsel medya, bilişim alanındaki ilerlemeden doğrudan etkilenmiştir. Sanal iletişim ortamlarının yaygınlaşması bir sonraki bölümde detaylı inceleneceği üzere, çalışanlara istihdam politikası, ücret, çalışma yaşamında hiyerarşi ve çalışma süresinde değişim olarak etki etmiştir. Bu dönüşümlerin muhabirler ve kameramanlar özelinde ortak etkileri olduğu gibi, birbirlerinden farklı etkileri de söz konusudur.

Ekonomik ve sosyal haklar bakımından koşullar, genel çalışma koşulları muhabirlerinaleyhine olduğu gibi bütün bu yapının muhabir için yabancılaşmayı daha daderinleştiren başka önemli boyutları da vardır. Gazetecilik fiziksel yorgunluğu, zihinselyoğunluğu çok fazla, stres düzeyi çok yüksek bir meslektir. Mesleği yapan kişininöncelikle özel yaşamına yer bırakmayan, tüm fiziksel ve zihinsel kapasitesini, enerji vezamanını talep eden bir meslektir. Gazeteciler herşeyi yakından takip eder diyebilinseler de gerçekte belli bir haber alanına çok dar biçimde odaklanmış, kendideyimleriyle hapsolmuş bir halde neredeyse uyanık olduğu tüm zamanı habere ayırarakyaşamaktadır. Çalışma koşulları sosyal bir yaşam yürütmeye, dinlenmeye, okumaya, azda olsa başka uğraşlarla fiziksel ve zihinsel olarak yenilenmeye olanakbırakmamaktadır. Gazeteciler arkadaşlarına, özel ilişkiler kurmaya ve yürütmeye, evliolanlar eş ve çocuklarına zaman ayıramadıklarını ifade etmektedirler. Kadın gazetecilerçocukları ve evleriyle ilgilenememek, bakıcı ve yardımcılara para ayırmak durumundakalmakla duygusal ve maddi bakımdan ağır bedeller ödediklerini vurgulamaktadırlar. Emeğin yoğunluğunda ve üretkenliğinde artış isteyen iş koşullarının yaşam temposunaegemen olması iş alanının dışına çıkarak dinlence ya da etkinliklere katılmakkonusunda plan yapmayı güçleştirmektedir (Seçkin, 2004: 193).

3.1.1. Habercilerin Özerkliği ve Otosansür Tartışması

Küresel ölçekte yapılan araştırmalarda gazetecilerin, profesyonel meslek ölçütlerinin birçoğunu destekledikleri tespit edilmiş ve gazeteci olmak için duyulan istekliliğin kariyer için gerekli olan eğitim için baskı yapmakta olduğuna işaret edilmiştir. Benzer şekilde gazeteciler meslek birliklerinin bir parçası olmayı takdir

etmekte, konu başlığı ile ilgilenmeksizin, doğruluk, titizlik, kamu yararı ve bilgiye erişim ilkelerine bağlı olmaya söz vermektedir. Sonuç olarak mesleki ödülleri kazanma azmi, hırsı vardır.1994-95 yıllarında Tampere Üniversitesi, Gazetecilik ve Kitle İletişimi Bölümü Atlantik'ten Urallara otuz bir Avrupa ülkesinde gazetecilik şifrelerini düzenlemek için gazeteci birlikleri tarafından kabul edilen mesleki kuralları toplamıştır. Bu belgelerin en geniş kabul edilmiş kısmı, gazetecilerin kamuoyuna, kaynaklara sözü edilen konuda hesap verebilirliğidir. Otuz bir ülkenin en az yarısı tarafından kabul gören belli başlı altı kural Nordenstreng tarafından, Avrupa görüşbirliği olarak listelenmiştir. Bu etik şifreler; "açıksözlülük, ifade özgürlüğü, eşitlik ve ayrımcılık yapmamak, insaflı olmak ve doğruluk, kaynakların doğruluğuna saygı ve son olarak gazeteciliğin özerkliğine saygı" olarak sıralanmaktadır (Svennik ve Epp, 2003: 10). Gazetecilerin ilk beş etik şifreyi uygulayabilmesinin ön koşulu özerk olmalarıdır.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü, özerk sözcüğünü; "Bir üst organa bağlı olmakla beraber ayrı bir yasayla kendini yönetme yetkisi olan (kuruluş, devlet vb.), muhtar, otonom" olarak tanımlamaktadır. "Özerklik" sözcüğü ise; "Bir topluluğun, bir kuruluşun ayrı bir yasaya bağlı olarak kendi kendini yönetme hakkı, muhtariyet, otonomi, otonomluk" sözleriyle açıklanmaktadır (TDK Sözlüğü, erişim tarihi, 29.01.2015). Gazeteciler, meslek yapıları gereği, yaptıkları haberlerde özgür olmak istemektedir. Bu özgürlüğün, sonsuz bir özgürlük olmadığı gerek yasalara, gerek meslek ilkelerine ve toplum kurallarına uygun olması gerektiği bilinmektedir. Gazeteciler, bu kurallar içinde çalışmayı, gerek eğitimleri gerekse, deneyimleriyle benimsemişlerdir. Sorun, bu kuralların dışında, kişisel, grupsal, siyasal ve ekonomik nedenler ile istek, talep, çıkarların, yapılan veya yapılacak haber ile uyuşmamasıdır. Bu uyuşmazlığın nedeni olan etkenler, doğrudan veya dolaylı olarak gazetecinin özerkliğini tehdit ettiği, kısıtladığı zaman sorun ortaya çıkmaktadır.

Gerçekte basın ve örgütlü emek arasındaki gergin ilişki, medya sahiplerinin emek karşıtı tutumlarında kendini ortaya koymaktadır. Bu düşmanlık, ne yeni, ne de sürpriz bir durumdur, iş dünyası durduğu yerden işçi sendikalarına, çalışmanın ayrıntılarına, çalışma koşullarına dair örgütlü mücadeleye ve sosyal avantajlar istenmesine daima direnmiştir (Seçkin, 2004: 47-48). Basının kapitalist karakterini anlamak için emekle ilgili rolüne bakmak yeterlidir, günlük olayları hem yorumlayan

konumunda, hem de işveren konumundadır. Medya örgütlenmeleri iş dünyasının önemli bir parçasıdır.

Eğer kültür işçilerini görece özerk kabul edersek, o zaman sermaye buna nasıl tepki verir? Birçok örnekte firmalar, kültür endüstrilerindeki işçiler arasında statü, iş kalitesi ve maddi koşullarda farklılık yaratarak üretimde görece özerklik gereksinmeyen işçiler üzerinde denetimi sıkılaştırırlar. Gitgide artan oranlarda ve teknolojiler değiştikçe, kültür işçilerinin görece özerkliği gasp edilmektedir.

Editoryal bağımsızlık, sadece yazıişleri veya genel yayın yönetmeninin değil aynı zamanda muhabirin de, habercilik ilkeleri çerçevesinde bağımsız olmasını, haberinde söz sahibi olmasını gerektirir. Haberin özü itibariyle haberi yazana ait olması gerekirken bu ilkenin ve temel hakkın, kapitalist pazar koşullarında çiğnendiği gözlemlenmektedir. Türkiye'de gazetecilik bir yandan siyasal ve ekonomi gibi sosyal sistemler tarafından yönlendirilmeye çalışılırken diğer taraftan ise, karşılıklı çıkar ilişkileri nedeniyle yönlendirilmeyi kendi rızası ile kabul edebilmekte veya kendisi muhalif bir tavırla siyasi ve ekonomik sistem üzerinde etkili olmaya çabalamaktadır.

İşini kaybetme korkusu, çoğunlukla profesyonellik ya da yöneticilik ideolojileri biçiminde hem çalıştıran, hem de çalışanlarca başından beri içselleştirilmiştir ve profesyonelliğin gereklerini temellendirmede azımsanmayacak bir etkisi olduğu açıktır (Seçkin, 2004: 24). Medya ekonomisinde, çalışanlar açısından işini kaybetme ihtimali başlı başına bir sorundur. Bu sorunu aşacak ölçüde örgütlü ve güçlü olamayan medya işçilerinin, işverenler karşısında çalışma ortamında bazı tavizler vermeleri kaçınılmaz olmaktadır.

Bu tavizlerin başında oto sansür gelmektedir. Oto sansür, söylenecek, yazılacak, yayınlanacak haberin yazılmaması, çekilmemesi, yayınlanmaması sonuçlarını getirmektedir. Ya da yapılan bir röportajda haberciliğin gerektirdiği soruların sorulamamasına, gazetecinin özgürce çalışmasına ket vurmasına yol açmaktadır. Haber merkezlerinde genel yayın yönetmeninden muhabir ve haber kameramanına kadar profesyoneller, bireysel olarak doğrudan çalışma yaşamlarını etkileyeceğiiçin, kurumsal politika doğrultusunda yapmaları ve yapmamaları gereken haber türlerini bilmekte, bilmiyor ise de deneyim kazandıkça öğrenmektedirler.

Mavioğlu, asıl olanın masanın başında kimin oturduğu olduğunu söylemektedir. Editör masasında yeni duruma uyacak, akıllı insanların oturtulduğunu iddia etmektedir. Editörler gazete ve televizyonlarda muhabirlerden daha yetkili gibi görünen, mutfak işçileridir. Gazete yönetimlerine daha yakın oldukları için haber havuzunun içinde kendilerinden ne istendiğini bilirler ve ancak isteneni yaptıkları sürece koltuklarını koruyabilirler. Kendi fikirleriyle bir gazete yapmaya ya da bülten hazırlamaya yeltenmezler bile. Böyle bir şey yapmaya kalktıklarında yerlerini yeni gelene terk etmek zorunda kalacaklarını çok iyi bilirler. Bu yeni durumda uyumsorunu olursa bunun çözümünün kolay bir şekilde bulunduğu söylenmektedir. Mavioğlu, direnme ihtimali olanların birer birer ayıklandığı, böylelikle tehdit unsurlarının ortadan kaldırıldığı bir ortamda tüm gazetecilere "ya bu deveyi güdeceksin, ya bu diyardan gideceksin" denildiğini ifade etmektedir (Mavioğlu, 2012: 110-112).

Gazetecinin ekmeği ile tehdit edilmesinin, ciddi bir eşik olduğu kadar, fazlasıyla ikna edici olduğu söylenmektedir. Evine ekmek götürmek zorunda olan, çocuğunun okul taksitini, gıda, sağlık harcamalarını düşünmek zorunda olan gazeteci, kurumunun ve yöneticilerinin isteklerine çok fazla direnememektedir. Çarkın dişlisi olmanın akli ve meşru gerekçeleriyüksek sesle savunulduğu için, kimsenin durumdan rahatsız olmadığı, önceki alışkanlıklarını terk etmek, kendisinden bekleneni yapmak durumunda kaldığı ifade edilmektedir.

Esra Arsan, 2011'de Türk medyasında farklı gazete ve televizyonlarda çalışan 67 gazeteciyle bir anket yapmıştır. Arsan'ın basında en çok hangi haberlerin sansürlendiği ya da otosansüre uğradığına ilişkin sorusuna gazetecilerin %81,8'i "hükümetin yanlış işleri, belediye ve bürokraside yolsuzluğa ilişkin haberler" yanıtını vermiştir. Mavioğlu, "dolayısıyla artık ihale dosyalarını karıştıran, bu dosyalar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları irdeleyen, kaybeden firmalara söz hakkı veren, ihaleyi kazanan firmaların iktidarla yakınlığını sorgulayan gazeteci kalmadığı gibi, iktidarı suçüstü yakalayacak bilgi ve belgeleri yayınlayacak bir medya da yoktur" demektedir (Mavioğlu, 2012: 23). [10]

[10] Oto sansür ve sansür konusunda daha güncel bilgi için bknz. NTV eski genel müdürü Cem Aydın'ın 2008 yılında Başbakan'ın danışmanı olan Akif Beki tarafından arandığında yaptığı konuşması (Demokrat haber web sayfası, erişim tarihi: 17.2.2014).

Haber süreci, positivist yaklaşımda öngörülen biçimde halkın aydınlatıldığı, tarafsız, nesnel bilginin paylaşımı olmaktan çok, egemenlerin çıkarlarını gözeten, toplumda bulunan çıkar grupları arasında bir uzlaşma süreci olarak işlemektedir. Bu noktada oto sansürün sadece tek tek gazeteciler düzeyinde ya da kişisel değil, kurumsal boyutta da işlediğini belirtmek gerekir. Örneğin bir maden kazası olduğunda bir haberci merakıyla 5N 1K diye bilinen habercilik unsurlarına değil, bu maden işletmesinin siyasilerle veya kurumla ilişkisi varsa, bu haberi yapmanın menfaatlere zarar verip vermeyeceği düşünülmektedir. Muhabirin bu haberi yapmaya cesaret etmesi durumunda ise önce editörler, sonra haber müdürü, daha sonra genel yayın yönetmeni tarafından haberin filtrelenmesiyle sorun çözülmektedir. Bu filtreleme işleminin haber üretiminde farklı yöntemlerle işlediği gözlemlenmektedir. Bazen haber görmezden gelinmekte ya da gündemin arkalarına atılmaktadır. Fakat haber bastırılamayacak kadar büyük ise bu sefer haber metinleri ve görüntüler üzerinden kurumsal yarar gözetilerek yeniden kurgulanmakta, zararlı öğeler ayıklanarak söylem yumuşatılmaktadır.

3.1.2. Muhabir ve Kameramanın Haber Üretim Sürecindeki Rolü

Gazeteciler 1980'lere gelinceye kadar üretim sürecinde aktif bir role sahipken, mesleğin dönüşümü ile birlikte pasif bir konuma geçmişlerdir (Toktaş, 2010: 152). Bu oluşan yeni durum Braverman'ın *Emek ve Tekelci Sermaye* kitabında dile getirdiği, kapitalizmin 20.yüzyılın sonlarında işletme anlayışında, üretim sürecinin tasarlanması ve uygulanması süreçlerinin birbirinden ayrıldığına ve çalışanların işin tasarlanması sürecinde geri planda bırakıldığına dair vurgusuna denk düşmektedir. Braverman'a göre yeni iletişim teknolojilerinin çalışma yaşamına girmesiyle birlikte emek sürecinin tasarlanması ve uygulanması birbirinden ayrılmıştır. Böylelikle sermaye, üretim sürecinin tasarlanmasını ve dolayısıyla kontrolünü tamamen ele geçirmiştir (Braverman, 2008: 35). Günümüz haber üretim sürecine bakıldığında Braverman'ın tezi doğrulanmaktadır.

Genel yayın yönetmeni ve üst düzey editoryal kadro gibi yönetimin üst kademesinde bulunan gazeteciler, üretim sürecini tasarlarken, muhabir, kameraman, foto muhabiri gibi alt kadro işin sadece uygulanmasına yönelik sürece dâhil olmaktadır. Çalışmanın 4.bölümünde elde edilen veriler, yönetimin vazgeçilmez

olarak nitelediği, kaynakları zengin, tanınmış, yüksek maaş alan birkaç kişi dışındaki oldukça büyük sayıda muhabir ve kameramanın bu gupta yer aldığını onaylamaktadır.

Muhabirlerin ve kameramanların habercilikten uzaklaşarak adeta birer "haber satıcısı" olarak algılanmaya başlamasıyla birlikte etik ilkelere yönelik ilgi ve algıları da bu yönde değişmiştir. Gazeteciler arasında süregelen tartışma tamda bu noktada dikkat çekicidir. Geçmişte ağırlıklı olarak "gazeteci kamu yararını gözeterek mesleğini icra eden kişi" olarak kabul edilirken günümüzde "mesleğini icra ederek para kazanan kişi" olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. "Kamu yararı" kavramının tıpkı ABD'de hâkim olan gazetecilik yaklaşımı doğrultusunda Avrupa gazeteciliğinin değişen felsefesiyle birlikte Türkiye'de de daha az önemli kabul edildiği gözlemlenmektedir. Gazetecinin "egemen sınıfın çıkarlarını koruyan ve üreten kişi" olduğu gerçeğini ise hala çok az sayıda gazeteci yüksek sesle dillendirmektedir.

1990'li yıllarla birlikte muhabir, foto muhabiri ve kameraman gibi üretim sürecinde çok fazla söz sahibi olmayan gazeteciler değer kaybederken, yönetici kadro ile oldukça sıkı ilişkiler içinde olan köşe yazarları önem kazanmaya başlamıştır. Bunun en temel nedeni de grup çıkarlarının öncelendiği yeni yapının ideolojik tabanının köşe yazarları tarafından oluşturulmasından kaynaklanmaktadır. Edward Said'e göre bu değişimin ardında "profesyonelleşme" olgusu yatmaktadır. Said'e göre entelektüele yönelik en büyük tehdit ne akademi, ne varoşlar, ne ticarileşmiş basın ve yayınevinden değil "profesyonelizm" denilen tutumdan gelmektedir. Bu kavram ile anlatılmak istenen şey; "geçim kaygısıyla, bir gözünüzü saatinizden ayırmadan ve profesyonel standartlar içinde kalmaya çalışarak, kabul edilmiş yaklaşımların ve sınırların dışına çıkmadan, pazarlanabilir ve teklif edilmeye, sergilenmeye uygun olmak uğruna kendinizi, apolitik ve nesnel biri haline getirmenizdir" (Said, 2013: 76). Bağlı olduğu kurumun çıkarlarını gözeten bir gazetecilik anlayışını benimseyen gazeteciler, günümüzde "medya profesyonelleri" olarak adlandırılmaktadır.

Muhabir ve haber kameramanları bu sistem içinde düşük maaşla, istenilen görevleri yerine getiren, kolaylıkla vazgeçilebilecek, yedek işgücünün sırada

beklediği fikir işçileri, profesyonel emekçi olarak kabul edilmektedir. Yaptığı iş ile gurur duyan, düşünsel faaliyet ile yaratıcı bir ürün çıkaran zanaatkâr gazeteci gün geçtikçe azalmaktadır. C.Wright Mills zaanatkarı tanımlarken "kendi içinde yer aldığı ve kendisi için yaptığı bir işle ilgilenir; yaptığı işten duyduğu memnuniyetler kendi ödülleridir" demektedir. Mills'e göre, zanaatkârın gündelik emeği, zihninde ortaya konulan ürünle bağlantısı üzerinden kurulur. Beceri iş sürecinde gelişir ve iş de deney yapma özgürlüğüyle bağlantılıdır (Aktaran Toktaş, 2010: 156). Çalışması pamuk ipliğine bağlı medya emekçileri ise haber üretim sürecinde düşünsel faaliyetten uzaklaşarak sadece belirli sınırlar içerisinde mesleklerini icra etmektedirler. Artık yaptıkları işin ödülleri kendi memnuniyetlerinden çok, bağlı bulundukları medya grubunun memnuniyetine bağlı olmaktadır.

Süre sınırı olan görüntü merkezli TV haberleri için gazetelere göre daha az sayıda haber üretilir. Televizyon haberciliğinde az sayıdaki muhabir belli alanlar yerine rutin haber ağırlıklı olmak üzere pek çok farklı haberi izlemek durumundadır. Tecrübeli ve geleneksel haber değerlerine ağırlık vererek haber yapan tvmuhabirleri fazla değildir, bu yönde de yetiştirilmeleriyle ilgilenmekten kaçınılmaktadır. Çok izlenirlik (rating ve reklam) sağlayan haber sunumlarında çalışan muhabirlerin birçoğu kendi deyimleriyle üretimden yoksun mikrofon tutucu ve çok kolay yeri doldurulur konumdadırlar. Çok az tecrübeyle kolay biçimde kamera önüne çıkarılıp bir o kadar da çabuk işten çıkarılabilmektedirler (Seçkin, 2004: 150).

Muhabirler ve haber kameramanları görev tanımları ve çalışmaları içiçe geçmiş, alanda birlikte çalışan haber emekçileridir. Yapılacak haberler sabah haber toplantısında haber müdürleri tarafından dağıtılmakta ya da muhabirlerin yapmak istediği haber önerisi kabul edilirse, görev verilmektedir. Gündemde olan birçok haberin tartışıldığı, önce haber değeri, sonra yapılabilir olup olmadığı ve haberi yapmak için hangi açıdan bakılacağının konuşulduğu bu toplantılar, kurum değerleri ve haber politikası açısından muhabirlere bir eğitim vermekte ve haber çerçevelerinin sınırlarını bir kez daha onlara hatırlatmaktadır.

Haber istihbaratı yapılırken, muhabir ilk sorumludur ama işiyle özdeşleşmiş tecrübeli kameramanlarda bu safhada muhabire yardımcı olmaktadır. Yapılacak haber için muhabirler şef haber kameramanından, kameraman talep etmekte ya da

önceden konuşulmuş ve haber müdürünün bilgisi varsa belirlenen kameramanla çekime çıkılmaktadır. Bu noktada muhabir ve kameramanlar arasında adı konulmamış bir anlaşma yürürlüğe girmektedir. Daha çok birlikte çalışma yöntemleri benzeşen ve alanda anlaşabilen ekipler birlikte çekime gitmektedir. Alanda merkeze bilgi aktarılması gerekiyorsa öncelikle muhabirler haber müdürleriyle veya editörlerle bağlantı kurmaktadır. Haber yapımında alandaki tüm görsel anlatım ve çekimden kameramanlar sorumlu olmaktadır. Haber çekiminden sonra merkeze dönülmekte ve görüntülerin izlenmesine bağlı olarak metin yazımı muhabir tarafından yapılmakta, kurguya geçilmektedir. Haber merkezinde işleyişte kameramanların daha edilgen bir görevi vardır. Buna karşın alanda kameramanın iş yükü muhabirden daha ağırdır:

Gazetecilik eskiye göre daha çok haber merkezinde masa başından yapılan bir meslek haline gelmiştir. Sokakta toplumla iç içe olan, sahici bir haberciliğin olduğu günlerin aksine haberler masa başında işletmenin çıkarlarını, siyasi bağlantıları hesap ederek tasarlanmakta ve genel yayın yönetmeninden, haber koordinatörü, haber müdürü ve istihbarat şefine doğru giden bir yönetim zinciriyle yukardan aşağı dikte ettirilmektedir. Günümüzde "pijamalı gazetecilik" denilen öncülüğünü köşe yazarlarının yaptığı anlayış, gün geçtikçe muhabir ve televizyon haber kameramanlarına doğru yayılmaktadır. Hızlanan bir süreçte artık muhabirlere ajanslardan gelen haberlere "takla attırması" yani parlak cümlelerle ilgi çekici hale getirilmesi istenmektedir. Haber kameramanlarının yeni işi de işletmenin önem verdiği siyasi, ekonomik egemenlerin basın toplantılarını takip etmek ve sermayedarın çıkarlarına hizmet eden haberleri çekmektir.

3.1.3. Yeni İletişim Teknolojilerinin Haber Profesyonellerine Etkisi ve Video-Journalism

Gazetelerin ve gazeteciliğin dönüşümüne etki eden önemli bir unsur olarak yeni iletişim teknolojilerinin çalışma yaşamına girmesi, üretim sürecindeki birçok işi standartlaştırıp, önemsiz hale getirmektedir. Braverman'ın "vasıfsızlaştırma" olarak adlandırdığı bu süreç, dört önemli unsurdan kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki, mülkiyet yapısının da etkisiyle kontrolün el değiştirmesidir. Kontrolün neredeyse tamamının kendilerinde olduğu zanaatkârlar ile günümüz çalışanları

karşılaştırıldığında zanaatkârların daha vasıflı oldukları görülmektedir. Bunun en temel nedeni de çalışanların üretim sürecinde belli ve sınırlı bir role sahip olmalarından kaynaklanmaktadır.

Vasıfsızlaşmaya neden olan ikinci etmen, Braverman'a göre üretimde tasarlama ve uygulama süreçlerinin birbirinden ayrılmasıdır. Önceleri akıl ve el becerileri birlikte işlerken şimdi bu süreç parçalanmıştır. Zanaate dayalı üretimde işçinin beceri ve vasıfları, tasarlama ve uygulama süreçlerinin birlikteliğine dayanmaktaydı. Kapitalist üretim tarzında ise işçinin becerileri akıldan uzak, fiziksel aktivitelere dayanmaktadır. Dolayısıyla Braverman zanaatkârın temel bilgi ve becerisi olarak adlandırdığı "tasarlama ustalığı'nın kaybolduğunu söylemektedir (Braverman, 2008: 135-145). Haber üretim sürecinin tasarlanması üst düzey gazeteciler tarafından gerçekleştirilirken, uygulanması süreci muhabir, foto muhabiri, kameraman ve kurgucular tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun içindir ki, üretim nesnelerine yabancılaşma süreci vasıfsızlaşma ile birlikte daha da artmaktadır.

Braverman'a göre vasıfsızlaşmaya neden olan üçüncü etken ise, yeni iletişim teknolojilerinin çalışanlar üzerinde oluşturduğu baskıdır. Muhabir, kameraman ve foto muhabiri gibi gazetecilere daha çok iş yüklenerek, bu işleri kısa zamanda bitirmeleri istenmektedir. Dolayısıyla çalışma saatlerinin esnekleşmesiyle birlikte, daha hızlı ve üretken olma gerekliliği gibi unsurların ön plana çıkması gazeteciler üzerinde yoğun baskı oluşturmaktadır (Aktaran Toktaş, 2010: 159).

Son olarak yeni iletişim ve bilgi teknolojileri, beraberinde yeni becerileri gerektirmektedir. Braverman'ın "vasıfsızlaşma" olarak adlandırdığı bu süreçte sermayedarlar birden fazla makineyi kontrol edebilecek çalışanlar aramaktadırlar. Düşük vasıf, az fiziksel güç gerektiren işler için düşük maaşla çalıştırılabilecek çalışanlar tercih edilmektedir (Aktaran Toktaş, 2010: 159). Pek çok firma çalışanların becerilerini dikkate alan uzun dönemli yatırımlar yapma eğiliminde değildir. Firmalar, daha masraflı olan eğitim süreçleriyle uğraşmak yerine hâlihazırda ihtiyaç duyulan yeni becerilere sahip insanları işe almayı tercih etmektedirler (Sennet, 2013: 111-115). Dolayısıyla medya kuruluşlarının saygınlık ve kalitesini, arttıracak yönetici kadro ve belli sayıdaki gazetecinin dışındaki kadro, meslekte

deneyimli ve donanımlı olan gazeteciler yerine, üretim sürecini kolaylaştıran, hızlandıran ve ucuz emek gücüyle çalışmaya razı olan emekçilerden oluşmaktadır.

Haber üretiminde, muhabirlik ve kameramanlık mesleğinin dönüşümü son yıllarda hızlanmıştır. Haber istihbaratı, haber merkezlerinde haber müdürleri ve üst düzey yöneticilerin yetkisi ve alanına girerken, kameraman ve muhabirler, verilen görevleri yapan, bunun dışında karar verme yetkisini kullanamayan basit birer robota dönüştürülmektedir. İşletme uygulamalarında bir diğer eğilim ise, günümüzde, bu iki mesleğin, bir üçüncü meslek olan kurgu (montaj) operatörlüğünü de içererek, "video-journalism" denilen bir mesleğe dönüşmüş olmasıdır. Daha fazla sorumluluk almak, daha çok beceri gerektirmek gibi özellikleri içeren bu görev tanımına uygun olan gazeteciler genellikle yurtdışı ofislerinde haber ajanslarınca ve yabancı televizyonların haber bölümlerinde görevlendirilmektedir.[11]

Haber merkezlerinde teknolojinin getirdiği yenilikler haber organizasyonlarında değişiklikler oluşturup, görev tanımlarını, habercilerin işbölümünü yeniden tanımlatırken, toplumun haber alma ihtiyacını ve içeriğini de yönlendirmektedir. Artık habercilik sadece eğitim almış, belirli bir yazılı, işitsel ya da görsel kuruma bağlı olarak çalışan profesyonellerin elinde değildir. Yeni teknolojilerin gazeteciliği hızlandırdığı, parmağınızın ucundaki bir telefonla, dünyanın birçok noktasına ulaşabildiğiniz gazeteciler tarafından da kabul edilmektedir. Tablet telefonuyla yüzlerce televizyonun izlenebildiği, Twitter'dan takip edilen birçok siyasetçi, bilim adamı, dernek, vakıf, hâkim, savcıyla memlekette ne oluyor, bitiyor, yurtdışında ne oluyor bitiyor, görülebildiği vurgulanmaktadır. Aynı şekilde yapılan bir haberi muhabir tweet ettiğinde, Facebook'a koyduğunda belki gazetecilere hiç ulaşmayacak bir yerde olan insanların bile habere ulaşabildiği söylenmektedir. Ancak bu yaratılan hızın, doğruluk konusunda büyük sıkıntılar yarattığı da ifade edilmektedir. Çabuk verelim, hızlı verelim derken habercilerin doğruluktan sapabildiği, ölmemiş insanları öldürebildiği, olmamış olayları yanlış aksettirebildiği ifade edilmektedir.

---

[11] Teknoloji bir taraftan malzemeleri değiştirirken, habercilere yeni görevler de vermektedir. Birçok haberin gidildiği yerden çekilip, montajlanıp, merkeze ses ve görüntü olarak internet üzerinden gönderilebildiği bir gerçektir. Günümüzde"çek, röportaj yap, montajla, metin yaz, merkeze yolla" işleri, daha önceleri bir kaç kişinin yapmasına karşı, şimdi bir kişi tarafından yapılabilmekte vebu işleri yapanlara video-journalist denilmektedir.

Türkiye'de yayın yapan uluslararası bir kanalın muhabir kökenli haber müdürü, sosyal medyayı kullanırken dikkatli olmanın önemini, Ekim 2011, Van depremiyle ilgili hikâyesiyle paylaşmaktadır. Van depremi sırasında, Twitter'dan bir çocuğun sürekli enkaz altındayım, üçüncü kattayım, beni kurtarın tweetlerine karşılık kısa bir araştırma yaptığını söylemektedir. Bu araştırma ile çocuğun Adana'da ikamet ettiği ve o anda attığı diğer tweetlerle Adana Demirspor'un maçını izlediğini anladığını ifade etmektedir. Bu kişiye ulaşıp, niye bu tweetleri attığı sorulduğunda ise, "insanlara yardımım olsun diye tweet attım", yanıtını vermiştir. Ne yazık ki attığı yanlış bilgi veren tweetleri yüzünden birçok arama-kurtarma ekibini, boş yere meşgul etmiştir (G4, 27.3.2014) Bu bilgi kirliliği nedeniyle sosyal mecrada haberlerin mutlaka farklı kaynaklardan onaylanması ve doğrulanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Televizyon basın odasındaki sayısal görüntü işleme ve potansiyel bilgi çarpıtmanın (dezenformasyon) bir sonucu olarak, haber içeriğini çeşitli kaynaklar aracılığıyla doğrulamanın geleneksel değeri, her zaman olduğundan daha kritiktir. Haber içeriği doğruluğunun korunmasının önemi, Times tarafından gerçekleştirilen kamu görüşü anketinin sonuçlarıyla örtüşmektedir. Çalışma, medya güvenirliliğinin en düşük seviyede olduğunu göstermektedir. Sayısal basın odası ortamı çağında, haber kuruluşları sayısal veya her türlü güvenilir haber videosu arayışında dikkatli olmalıdırlar (Pavlik, 2001: 135).

Teknolojinin sosyal medyada gelişigüzel, kontrolsüz kullanımlarının yol açtığı sorunlar bir yana demokrasi, toplumsal bilinçlenme, şeffaflık ve halkın yetkililerden hesap sorabilmesi anlamlarında çok işlevsel olduğu habercilerin ortak görüşüdür. Görüşmeci 5, gazeteci Ahmet Şık'ın duruşmasında, kamera ile çekim yapmanın yasak olduğu bir ortamda, mahkeme koridorunda, özel güvenlik görevlileri ile davaya tanık olmak isteyen protestocuların arasında çıkan kavgayı kullandığı akıllı telefonu ile çektiğini, teknolojiyi bir haberci olarak nasıl kullandığını anlatmaktadır. Yasalara saygılı bir gazeteci olduğunu, mahkemeyi haber yapmak ve yasağı delmek maksatlı değil ama önünde olan bir haberi yapmak amaçlı telefon kullandığını ve haberi yaptıktan sonra tüm dünyaya haberi gönderdiğini ifade etmektedir (G5, 3.4.2014).

Değişen ve dönüşen teknolojinin kullanımıyla birlikte, toplumların yapısının, düşünme biçiminin dönüşmesi farklı bir kültür oluşturmaya başladığına kanıt teşkil etmektedir. Artık 21.yüzyıl görsel kültürün önemli olduğu bir yüzyıldır. Televizyonun 20.yüzyılın ikinci yarısı itibariyle önce ABD ve Avrupa sonrasında ise Uzakdoğu ve dünyanın çevre ülkelerinde, eğitimden, değişen eğlence kültürüne, kamusal haberden tecimsel ve magazin haberciliğine evrildiği bir sır değildir. Dönüşen habercilikte teknolojinin getirdiği bir diğer yenilik ise mobese kameralar denilen güvenlik kameralarıdır. 20 yüzyılın sonlarında küresel büyük şirketler ve kamu kurumları tarafından, güvenlik amacıyla kullanılmaya başlanan bu kameralar, günümüzde haber ajansları ve kanallarının önemli bir kaynağı olmaya başlamıştır. Bilişim çağıyla birlikte, şirketlerin güvenlik ihtiyaçları için düşündüğü bu kameralar bir sistem zinciri içinde, merkezi bir kontrol ünitesine bağlıdır ve uzun süreli kayıt yapılabilmektedir. Öncelikle emniyet kuvvetlerinin, soruşturma vakalarında kanıt olarak başvurulan bu kameralar günümüzde, haberciler içinde bir kaynak oluşturmaktadır.

Taksim Gezi Parkı gösterilerine destek amacıyla katıldığı yürüyüşe müdahale eden polis ve karşıt görüşlü gruplar tarafından darp edilmesi sonucu 19 yaşında öldürülen üniversite öğrencisi Ali İsmail Korkmaz'ın Kayseri'de görülen mahkemesinde mobese kamera görüntüleri, haberciler ve dava için çok önemli yeni bilgiler ve deliller getirmiştir. Mobese kameralardan elde edilen ve internet medyası aracılığıyla yayınlanan görüntüler davanın seyrini değiştirmiştir (Hürriyet web TV, 14.12.2014). Haberciler için, ülkenin ve dünyanın her tarafında görüntüye ulaşabilmek on-on beş yıl öncesine oranla çok daha kolaylaşmaktadır. Bu tür video görüntüleri, demokratikleşme süreci açısından da önemli bir görev yüklenmektedir.

3.2. HABERCİLERİN YASAL, İKTİSADİ, TOPLUMSAL VE SİYASAL KONUMLARI

Bu bölümde habercilerin içinde bulunduğu çalışma ortamının yasal altyapısı, işveren-işçi ilişkisinde yasaların durumu, iktisadi, toplumsal ve siyasal ortamın, habercilere etkisi incelenmektedir.

3.2.1. Habercilerin İş Yasalarına Göre Çalışma Şekli

Kamu yararı adına yayın yapan devlet destekli medya dışında, tüm medya kuruluşları, yaptıkları yayınların daha çok okunması, dinlenmesi, izlenmesini ve dolayısıyla daha çok kâr elde etmek isterler. Bunu gerçekleştirmek için de, eğitilmiş insan gücü, ileri teknoloji, doğru yayın politikası ve profesyonel bir işletme modeli uygulamak gereklidir. Kültür ve bilgi endüstrisi için üretim yaptığı göz önünde bulundurulduğunda medya sektörüdiğer meta üretimi yapan endüstrilere göre daha farklı yapıda çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Bundan dolayı, bilgi endüstrilerine uygun, vasıflı işgücünün, niteliklerine bağlı olarak farklı çalışma şekillerinde değerlendirildiği görülmektedir.

Türkiye haber sektöründe çalışanlar farklı yasalar çerçevesinde çalışma yaşamında yer almaktadır. Yasa koyucu, işçi olarak gazeteciye özel bir önem vermiş ve gazetecinin hukuki durumunu İş Kanunu dışında ayrı bir yasa ile düzenlemiştir. Kısaca Basın İş Kanunu olarak adlandırılan bu yasanın tam adı; **"**5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun**''**dur. Gazeteci sıfatını taşıyan, haber müdürleri, editoryal çalışanlar, muhabir ve haber kameramanları kapsayan bir kesim Basın İş Kanunu'na tabidir (Basın İş Kanununa Göre Gazeteci Kavramı, erişim tarihi, 12.2.2015).

13.6.1952 tarihinde kabul edilen 5953 sayılı Basın İş Kanunu, fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanları gazeteci olarak kabul etmektedir.5953 sayılı kanuna göre gazeteci sayılmanın bazı koşulları vardır. Birincisi, Türkiye'de yayınlanan gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda, haber ve fotoğraf ajanslarında çalışmaktır. Gazeteci sayılmanın ikinci koşulu, fikir ve sanat işlerinde çalışmaktır. Gazete, dergi gibi yazılı eser basan işletmelerde ya da haber, fotoğraf ajanslarında çalışan yazar, muhabir, redaktör, fotoğrafçı, ressam, karikatür, çevirmen, düzeltmen gibi gazetecilik mesleğiyle doğrudan ilgili, fikren çalışanlar gazetecidir. Ancak 5953 sayılı Basın İş Kanununun bu maddesinde 4.1.1961 tarih ve 212 sayılı yasa ile değişikliğe gidilmiş ve gazeteci yeniden tanımlanmıştır. Buna göre, "Bu kanun hükümleri, Türkiye'de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu'ndaki "işçi" tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu

kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir." Bu madde bugün de geçerlidir. Basın İş Kanunu, özel türde bir fikir veya sanat işçiliğini esas almakta, diğer bir deyişle konusunu, fikir işçiliği içinde özel bir yeri olan gazetecilik mesleği oluşturmaktadır (Basın İş Kanununa Göre Gazeteci Kavramı, erişim tarihi: 12.2.2015).

08.06.1984 tarihli ve 232 sayılı Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü'nün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin 2'nci maddesinin 1'nci fıkrasının (i) bendine dayanılarak hazırlanan Basın Kartları Yönetmeliği, yerli ve yabancı basın kuruluşlarının Türk uyruklu gazeteci çalışanlarını, yabancı uyruklu gazetecileri, yurt dışında herhangi bir basın-yayın kuruluşuna bağlı olmadan serbest gazetecilik yapan Türk uyruklu gazetecileri, gazeteci olarak kabul etmektedir (Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Müdürlüğü Basın Kartı Yönetmeliği, erişim tarihi:28.3.2016).

Televizyon yayınları üzerinde devlet tekelinin 1990'lı yılların başında kalkması, iş dünyasının dikkatini çekmiştir. Sayıları hızla çoğalan özel televizyonlar bir süreliğineyazılı basındaki istihdam krizini önlemiştir. Yazılı basında korumasız kalan yüzlerce gazeteci televizyonlarda iş bulmuştur. Bu yıllarda editoryal bölümde yer alan gazeteciler ve diğerleri arasında bağlı oldukları çalışma yasalarına göre farklılıklar oluşmuştur. Editoryal kısımda çalışan haber müdürü, editör, muhabir ve haber kameramanları, 5953 sayılı yasaya bağlı çalışırken, düz işçi kabul edilen diğer çalışanlar ise 22.5.2003 tarihinde tekrar gözden geçirilen 4857 sayılı iş yasasına göre çalışmaktadır. Bunların dışında, 11.11.1983 tarihinde kabul edilen Türkiye Radyo Televizyon Kanunu diye isimlendirilen, TRT çalışanlarının bağlı olduğu ve çalışma esaslarını belirleyen temel 2954 sayılı yasa mevcuttur. Bunun dışında o yıllarda çok yaygın olmayan ama medya sektöründe yavaş yavaş ortaya çıkan "telifli çalışma" modeli de, bir alternatif olarak çalışma yaşamına girmiştir.

3.2.1.1. Serbest Gazeteciler ile Stajyer Gazetecilerin Konumu

Türkiye'de serbest gazetecilik uygulamasıkurumsallaşmış olarak bulunmamakta, ancak serbest gazetecilik yapılmaktadır. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'na (IFJ) göre serbest gazeteci; tek bir işveren için çalışmayan, süreli

sözleşme ilişkisine bağlı olarak esnek çalışma koşullarında bağımsız faaliyet gösterengazetecidir (Akt. Yöyen, 2007: 25).

Serbest gazeteci dışında Türk medya sektöründe sorunlu bir kavram stajyer gazetecilik kavramıdır. 5953 sayılı Basın İş Yasası'nın 10.maddesine göre stajyer gazeteci; mesleğe ilk giren ve en çok üç ay süren deneme süresince çalışan gazeteciye denilmektedir. Stajyer gazeteci kavramı, mesleki öğrenimin bir parçası olarak staj yapan öğrenciyi değil, mesleğe ilk girişte deneme süresi içinde olan gazeteciyi ifade eder:

"Mesleğe ilk intisap eden gazeteciler için tecrübe müddeti en çok üç aydır. Bu müddet içinde taraflar iş akdini ihbar müddetine ve tazminat mükellefiyetine tabi olmaksızın feshedilebilirler. Bu müddetin sonunda mukavelenin yazılı olarak yapılması mecburidir. Stajyer adedi, mukaveleli yazı işleri kadrosunun yüzde onunu geçemez"(Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetlerin tanzimi hakkında kanun. Madde 10, erişim tarihi 2.6.2015).

Yasalarda açıkça tanımlanan stajyer gazetecilik Türk medya sektöründe yasaların öngördüğünden farklı şekilde uygulanmıştır. Kurumlarda mevcut mevzuata aykırı olarak staj sürelerini dolduran, serbest gazeteci olarak çalışmayan ama Basın İş Yasası'na göre kadroya da alınmayan gazetecilerin yıllarca kadrosuz çalışmaları stajyer gazetecilik olarak adlandırılmıştır (Akt. Yöyen, 2007: 26).

5953 sayılı Basın İş Yasası'nın hükümlerine tabi olmayan basın çalışanları 4857 sayılı İş Kanunu hükümlerine göre çalışmaktadır. Bu kanunda "Deneme süreli iş sözleşmesi" 15. maddede şu şekilde açıklanmaktadır: "Taraflarca iş sözleşmesine bir deneme kaydı konulduğunda, bunun süresi en çok iki ay olabilir. Ancak deneme süresi toplu iş sözleşmeleriyle dört aya kadar uzatılabilir. Deneme süresi içinde taraflar iş sözleşmesini bildirim süresine gerek olmaksızın ve tazminatsız feshedebilir. İşçinin çalıştığı günler için ücret ve diğer hakları saklıdır" (İş Kanunu, erişim tarihi 10.6.2015). Bu da demek oluyor ki deneme süresini işveren keyfine göre uzatamaz ve en fazla dört ay sonra çalışanı kadroya almak zorundadır.

3.2.1.2. Kadrolu/Kadrosuz Çalışma Koşulları

Türkiye'de istihdam politikalarının belirlenmesinin küresel ölçekteki koşullardan bağımsız olduğunu düşünmek mümkün değildir. Türkiye ekonomisi 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte, liberal ekonomi uygulamalarına izin vermiş ve devletin öncülüğü ve kontrolündeki karma, devletçi ekonomi politikaları terk edilmiştir. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrasında Türk ekonomisinin düştüğü finansal krizden kurtulma yolu olarak, kısa vadede dış borç almak düşünülmüş ve İMF ile anlaşma yapılmıştır. İMF yönetiminin istekleri üzerine Türk ekonomisinde yapısal dönüşüm başlamıştır. Bu dönüşümün en belli başlıları, devletin hızla ekonomiden çekilmesi, devletin elinde bulunun Kamu İktisadi Teşekküllerinin özelleştirilmesi, çalışma yaşamında sermaye lehine teşvik edici kararlar alınması ve istihdam politikalarının tekrar düzenlenmesidir.

Çalışma yaşamında dengeler hızla sermaye lehine değişirken, çalışan kesimlerin örgütsüzleştirilmesi politikaları hız kazanmış ve esnek istihdam politikaları Türkiye gündemine girmiştir. Türk medyası, ekonomideki genel eğilimin dışında kalmamıştır. Devlet teşvikleriyle, Cağaloğlu'nda küçük bürolarda istihdam edilen medya çalışanları, İkitelli'de yükselen plazalarda, sermayeye daha bağımlı bir model altında çalışmaya başlamışlardır. Bu modelin Türk medyasındaki öncülerinin başında Doğan Grubu gelmektedir. 1991 yılında Milliyet gazetesinde, 1994 yılında ise Hürriyet gazetesinde başlattığı sendikasızlaştırma çalışmaları ile Aydın Doğan, işgüvencesinin olmadığı, medya patronlarına daha düşük maliyetle işçi çalıştırma olanağı veren bir modeli hayata geçirmiştir.

Türk medya sektörünün temel özelliklerinden birisi, kadrosuz gazetecilerin yıllar geçtikçe kadrolu gazetecilerin yerini almalarıdır. Kadrosuz gazeteci, fiili olarak gazetecilik yapan ve sanki işveren ile aralarında yasal bir sözleşme varmış gibi çalışan gazetecilere denilmektedir. Kadrosuz gazeteciler çoğunlukla telifli çalışma denilen ödemelerle sigortasız ve kadrosuz olarak istihdam edilmektedir. Medya sektöründe "kaşeli" de denilen kadrosuz gazeteciler basın çalışanları arasında en korumasız gruplardan birini oluşturmaktadır (Akt. Yöyen, 2007: 27). İstihdam güvencesi ve emeklilik, sağlık, izin, ek mesai vb. gibi tüm sosyal haklardan mahrum olan bu gazetecilerin çalışma yaşamındaki sorunları çözümlenmeyi beklemektedir.

Bir diğer sorun "naylon" gazetecilerdir. İşveren ile aralarında herhangi bir iş sözleşmesi olmayan, fiili olarak medya sektöründe çalışmayan, genellikle işverenin yakını ya da akrabası olan bu gazeteciler sadece kayıtlarda gazeteci olarak görünmektedir. Medya kuruluşunun kadrosunda görünme nedenleri ise sadece sarı basın kartı almak ve saygınlık aracı olarak gazeteci olduklarını toplumda göstermektir. Ancak bu uygulamanın asıl nedeni Basın İlan Kurumu'ndan resmi ilan alabilmektir. Günlük olarak yayınlanan ve satış rakamı birkaç yüzü geçmeyen naylon gazetelerde, Basın İlan Kurumu'nun yasal olarak tarif ettiği, belirli bir satış rakamı ve belirli sayıda gazeteciçalıştırmak zorunluluğunu aşmak için gerçekleştirilen bir uygulamadır. Bu şekilde devletin resmi ilanlarından ve sarı basın kartı avantajlarından yararlanılmaktadır (Akt. Yöyen, 2007: 28).

5953 sayılı Basın İş Yasası'na göre hizmet sözleşmesi ile çalıştırılmalarıgerektiği halde, daha önce 1475 sayılı İş Yasası'na göre, yasanın 2003 yılındadeğiştirilmesinden sonra da 4857 sayılı İş Yasası hükümlerine göre istihdam edilengazetecilere uygulamada taşeron gazeteci denmektedir(Akt. Yöyen, 2007: 28). Geniş bir uygulama alanı bulan taşeronlaştırma ile Türk medya sektöründe yüzlerce gazeteci basın iş kolu dışına çıkartılmaktadır. Bazen başkasına ait işyerleri bazen de bizzat işverenin başka bir işyerinde iş yasası dışında kadrosu yapılan basın çalışanı, gazetecilik yapmasına karşın hukuken gazeteci sayılmamaktadır. Bu uygulama ile Basın İş Yasası'nın gazeteciye tanıdığı yıllık izin, kıdem tazminatı vb. birçokhakkını kullanamayan gazeteciler aynı zamanda sendikalara üye olamamakta ve toplu iş sözleşmelerinden yararlanamamaktadır.

Maddi kayıpların yanı sıra, Basın İş Yasası'na göre kadrosu olmayan bir gazetecinin sarı basın kartı taşıması mümkün olmamakta ve bu durum özellikle haberci olan medya çalışanlarını olumsuz etkilemektedir. Sarı basın kartı olan diğer medya kuruluşunun muhabir ve kameramanları uluslararası toplantılarda kolaylıkla etkinlik izleme hakkı alırken bu karttan yoksun basın mensupları işyerlerinden her seferinde onaylı, ıslak imzalı belgeleri almak ve iletmek zorunluluğundadır.

3.2.2. Habercilerin Çalışma Süreleri

Yasalarla düzenlenen basın mensuplarının çalışma saatleri ve fazla mesailer Basın İş Kanunu uygulanan işyerlerinde ek madde 2'de düzenlenmiştir. Bu maddeye göre günlük çalışma süresi gece veya gündüz vardiyasında sekiz saattir. Sürekli gece çalışanların hafta tatili 2 gün olduğundan (md.19) haftalık çalışma süresi bunlar için 40 saat; gündüz çalışanlar için ise haftada en az bir gün tatil ile haftalık çalışma süresi 48 saattir(Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetlerin tanzimi hakkında kanun. Madde 10, erişim tarihi2.6.2015).

Günlük çalışma süresi yasaya göre en fazla üç saat arttırılabilir ve fazla mesai diye adlandırılır. Fazla mesainin günlük ücreti normal mesaiden %50 fazladır.Gazeteci, fazla çalışmanın saat 24.00'den sonraya rastlayan saatlerinin ücretini %100 zamlı alır.Fazla çalışma ücretlerinin, bir sonraki ücret ile birlikte ödenmesi zorunludur. Fazla mesaiücretlerinin ödenmemesi durumunda her geçen gün için ücretlerde oldugu gibi %5zamlı ödenmesi zorunludur. Yine Ek 1. maddeye göre fazla mesai saatlerininhesabında yarım saatten az süreler yarım saat, fazlası ise 1 saat sayılır (Karahisar, 2006: 35).

Çalışma süreleri sözleşmeyle azaltılabilir. Ek 1. maddenin 5. fıkrasında fazla mesailerin gece saat 24'den sonrasında ücretin bir misli fazlasıyla ödeneceği kuralı getirilmişse de bu hüküm de sadece fazla mesailerin ücretinin hesabıyla ilgilidir. Gece çalışması ile ilgili boşluğun İş Kanunu'nun 69. Maddesi hükmüne göre, uygulanmak suretiyle doldurulmasının yerinde olacağı ileri sürülmüştür. İş Kanunu madde 69'a göre: Çalışma hayatında "gece" en geç saat 20.00'de başlayarak en erken saat 06.00'ya kadar geçen ve en fazla on bir saat süren dönemdir (Karahisar, 2006: 35).

4857 sayılı İş Kanununun 41. maddesi ve Fazla Çalışma ve Fazla Sürelerle Çalışma Yönetmeliği hükümlerinden görüleceği üzere; fazla çalışmanın karşılığı kural olarak zamlı ücret olup işçi isterse gerçekleştirdiği fazla çalışmanın karşılığını serbest zaman olarak kullanabilir. Gerçekleştirdiği fazla saatlerle, çalışmaların karşılığını, zamlı ücret olarak almak isteyen işçiye bunun asıl ücretin ödeme zamanında ayrıca ödenmesi gereklidir (Ayrıca bkz. Yönetmelik md. 10). Ancak uygulamada kimi iş sözleşmelerinde fazla çalışma ücretlerinin asıl ücret içinde

belirlendiği yani asıl ücrete fazla çalışma ücretlerinin de dâhil olduğunun kararlaştırıldığı görülmektedir. Fazla çalışma (mesai) ücretinin, asıl ücretin içinde belirlendiği sözleşmelerin geçerliliği için, fazla çalışma ücretinin asıl ücrete dâhil olduğuna dair sözleşmelerde açık hüküm bulunması gereklidir. Fazla çalışma süresinin; günlük en çok çalışma süresi olan 11 saati ve yıllık en çok fazla çalışma süresi olan 270 saati geçmemesi lazımdır. Fazla çalışma ücretini de içeren ücretin asgari ücretin üzerinde belirlenmesi ve iş görme-ücret arasında açık orantısızlık olmaması gerekir (Alomaliye.com sitesi, erişim tarihi: 15.6.2015).

Özellikle haber sektöründe çalışma süreleri çalışanlar için sorunlu bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Habercilik, rekabet ve hıza dayanan bir alan olduğu için zaman zaman medya çalışanları haberleri yetiştirmek, çok önemli bir haberi sonuçlandırmak için fazla mesai yapmaktadır. Ne var ki, Türkiye medya ortamında bu fazla mesailerin her gün talep edilmesi ve talep edilen sürenin kayıt altına alınması işçi-işveren ilişkisinin hassasiyeti ve işverenlerin bu konuya soğuk bakması nedeniyle mümkün olamamaktadır. Rutin olan uygulama ise işyerinden ayrıldıktan sonra basın çalışanının fazla mesai davası açması ve Yargıtayca kabul edilen günlük ortalama 2 saat üzerinden standart bir mesai ücreti belirlenmesidir. Ne var ki bu hesaplanan ücretten %90-95 oranına kadar kesinti yapılmaktadır. Bunun nedeni ise çalışan kişinin çalıştığı süreye oranla daha fazla geliri olamayacağı içtihatının 2003 yılından sonra genel kabul görmesidir.

Sorunlu bir alan olan çalışanların mesai ücretleri konusunda Yargıtay, sık sık yerel mahkeme kararlarını bozmaktadır. 13.5.2015 tarihli Bugün gazetesinin İnternet sayfasındaki haberde, mavi yakalı işçilere fazla çalışma ücretinin %100 zamlı, bayram ve genel tatil ücretinin %200 zamlı ödenmesine karşın ayrımcılığa uğrayan beyaz yakalı işçilerin açtığı davada Yargıtay 9.Hukuk Dairesinin kısmen işçilerin talebini kabul ettiğiyer almaktadır. "Yargıtay9. Hukuk Dairesi, iş mevzuatında beyaz yakalı işçimavi yakalı işçi ayrımı bulunmadığına, bu sebeple çalışanlar arasında fazla çalışma ve bayram genel tatil ücretleri bakımından farklı oranların uygulanmasının İş Kanunu'nun 5. maddesine aykırılık oluşturduğuna dikkat çekerek yerel mahkeme kararını bozdu" denilmektedir (bugun.com.tr sitesi, erişim tarihi: 11.5.2015).

3.2.2.1. Ücretli İzin Hakları ve Kullanımı

5953 Sayılı Basın İş Kanunu basın çalışanlarının izin haklarının ne olduğu ve nasıl kullanabileceklerini düzenlemiştir. Her altı günlük çalışmanın sonunda gazeteciye bir günlük ücretli hafta tatili izninin verilmesi zorunludur. Eğer gazeteci sürekli gece çalışması yapıyorsa hafta tatili iki gündür. 2.1.1924 tarihli Hafta Tatili Hakkında Kanun'un 2. maddesine göre işçiyihaftada 6 günden fazla çalıştırmak yasaktır. Bu yasaya göre önceleri Cuma günü olarakbelirlenen hafta tatili günü 27.5.1935 tarih ve 2739 Sayılı Yasa ile Pazar günü olarak değiştirilmiştir (Karahisar, 2006: 36). Buna göre gazetecinin Pazar günü tatil yapmaya hakkı vardır. Bununla birlikte Pazar gününden başka bir gün de hafta tatili iznini kullanabilir. (Ek 1. madde)Hafta tatilinde çalışma fazla çalışmaya girerken Pazar günü dışında başka bir gündehafta tatili yapan gazeteci fazla çalışma yapmış sayılmaz. Basın İş Kanunu'nun 19.Maddesinde "Birinci fıkra hükmü dışında gazeteci, çocuğu dünyaya geldiği zaman üç; eşi veya çocuğu, anası veya babası öldüğü zaman dört; çocuğu evlendiği, kardeşi, büyük anne veya büyük babası veya torunu öldüğü zamanlar iki gün olağanüstü ücretli izine hak kazanır. Bu izinler senelik izinden sayılmaz"denmektedir (Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetlerin tanzimi hakkında kanun. Madde 19, erişim tarihi: 2.6.2015).

Basın çalışanlarının yıllık izin hakları ise aynı yasanın 21.maddesinde düzenlenmiştir. Günlük bir süreli yayında çalışan bir gazetecinin, en az bir yıl çalışmış olmak şartıyla, yılda dört hafta tam ücretli izin hakkı vardır. Gazetecilik mesleğindeki hizmeti on yıldan yukarı olan bir gazeteciye, altı hafta ücretli izin verilir. Gazetecinin kıdemi aynı gazetedeki hizmetine göre değil, meslekteki hizmet süresine göre hesaplanır.

Günlük olmayan süreli yayınlarda çalışan gazetecilere her altı aylık çalışma devresi için iki hafta ücretli izin verilir. Yıllık ücretli izinlerin hesabında bu Kanunun 1 inci maddesindeki "Gazeteci" tabirine girenlerin kıdemleri, iş sözleşmesinin devam etmiş veya aralıklarla yeniden birikmiş olmasına bakılmaksızın, gazetecilik mesleğinde geçirdikleri hizmet süresi dikkate alınarak belirlenir. İzin hakkından vazgeçilemez (Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetlerin tanzimi hakkında kanun. Madde 21, erişim tarihi 2.6.2015).

Bunların dışında resmi tatil ve dini bayramlarda basın çalışanlarının izinli sayılması gerekmektedir. 2429 Sayılı Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun'a göreçalışanların Ulusal Bayram günü olarak bilinen 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nda 28 Ekim günü saat 13.00'den başlamak üzere 1.5 gün tatil yapma hakkı vardır (md. 1). Bununla birlikte 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'üAnma ve Gençlik ve Spor Bayramı ile 30 Ağustos Zafer Bayramı'nda birer gün olmaküzere ayrıca Ramazan Bayramı'nda arefe günü saat 13.00'den itibaren 3.5 gün, KurbanBayramı'nda arefe günü saat 13.00'den itibaren 4.5 gün, 1 Ocak yılbaşı günü bir güntatil yapma hakkı vardır (Karahisar, 2006: 37). Habercilik sektörünün şartları nedeniyle çalışanlar bu izin haklarını kısmen kullanabilmektedir. Gazeteciler, bayram ve genel tatillerde de çalışırlar. Bu günlerdeki çalışmalar fazla mesai sayıldığından (Basın İş Kanunu md. 1) haberciler fazla mesai ücretine hak kazanırlar.

Türkiye'nin gerek diğer iş kolları gerekse basın iş kolunda OECD ülkeleri arasında en uzun çalışılan ülke konumunda olduğu gazete haberlerine her yıl yansımaktadır. İstihdam edilenlerin ortalama haftalık çalışma süresi bakımından Türkiye 47.8 saatle ortalama haftalık çalışma süresinin en uzun olduğu ülke konumundadır. Türkiye'de her çalışan haftada ortalama 3 saate yakın fazla mesai yapmaktadır. Bunun yanında yine OECD verilerine göre Türkiye'de çalışanların yüzde 43.3'ü haftada ortalama 50 saatin üzerinde çalışmaktadır. Çok uzun sürelerle çalışanların toplam çalışanlara oranı ve iş dışındaki zamandan kişisel bakım ve boş vakte kalan süre ölçütleri gözetilerek OECD ülkelerinin çalışmahayat dengesinin değerlendirildiği indekste Türkiye bütün OECD ülkeleri içerisinde en son sırada yer almaktadır (Kılıç, Milliyet web sitesi, erişim tarihi 15.6.2015).

3.2.3. Habercilerin Ekonomik Durumu

1990'lı yıllar itibariyle hem yazılı basın hem de radyo ve tv alanlarında yatırım yapmış işverenler süreç içinde personel maliyetlerini düşürmek için havuz yöntemini geliştirmişlerdir. Star Televizyonu'nun 1990 yılında, o dönemdeki Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal ile Cem Uzan ortaklığıyla yayına başlaması Türk medya tarihi için bir milat oluşturmuştur. Yapılan yatırımın ekonomik boyutundan çok daha fazla bir etkisi olmuş ve yayın tekeli TRT'nin elinden çıkmıştır. Günümüze

kadar olan süreçte özel girişimin hâkim olduğu bir piyasa oluşmuştur. İlk yıllarda ellerinde yetişmiş ve yeterli teknik personel olmayan özel televizyonlar, TRT'den yüksek ücretler ödeyerek muhabir, kameraman, yönetmen, kurgucu vb. transferleri yapmıştır.

Bugün de tv haberlerinde çalışanların ücretleri genellikle gazete çalışanlarından nisbeten daha yüksektir. 1-2 haber kanalı dışında tv kanalları uzmanlaşmaya çok fazla önem vermemekte ve haber büroları az sayıda muhabir ve kameramanla çalışmakta, taşrada da gazete çalışanları kadar yaygın çalışmamaktadırlar. Her ne kadar televizyon muhabir ve kameramanı ile gazete muhabir ve foto muhabiri arasında teknik iş tanımlarında farklılık ve yaptıkları işle ilgili teknik farklılık olsa da, gazete ve televizyon çalışanlarının ücret farklılığının nedeni, sermayenin bakış açısı ve iki medya arasındaki gelir ve etki farklılığıdır. Reklam sektöründeki rakamlar ve medya gruplarının açıkladığı gelir-gider bilançoları televizyon lehine gelir üstünlüğünü göz önüne sermektedir. Tabii bu gelir farkı çalışanlara yansımaktadır. Diğer neden ise popülerlik ve toplum üzerindeki etki farkıdır. Yazılı basın ile görsel basının kamuoyu üzerindeki etkisi karşılaştırıldığında yine görsel basınının daha etkili olduğu göze çarpmaktadır.

Gitgide sayıları artan iletişim fakültelerinden ve her yıl mezun olan binlerce genç ve kısıtlı sayıdaki ulusal ve yerel medya kuruluşları nedeniyle, medya sektöründe işgücü ile sermaye arasındaki arz ve talep dengesi daha da bozulmuştur. Zaman içinde tam istihdama ulaşan medya sektörünün 2000'li yılların başından itibaren teknik medya personeline eskisi kadar ihtiyacı kalmamıştır. Bunun doğal sonucu olarak istihdam politikaları değişmiştir.

Bu çerçevede bir araştırma sonucunu anmak yerinde olacaktır TÜRK-İŞ Haber Bülteni'nde 26 Mart 2015 tarihinde yayınlanan "Açlık ve yoksulluk sınırı" araştırması çarpıcı veriler sağlamaktadır. Dört kişilik ailenin açlık sınırı 1301 TL, yoksulluk sınırı ise 4238 TL olarak tespit edilmiştir. Bir kişinin geçim maliyeti ise aylık 1587 TL olarak hesaplanmıştır. Net asgari ücretin 949 TL olduğu belirtilen araştırmada, aradaki farkın 638 TL olduğu ve önceki yıla göre durumun daha da kötüleştiği ifade edilmektedir (Türk-İş Haber Bülteni, erişim tarihi: 8.7.2015).

Pek çok işletmenin yanı sıra, gazete, tv, radyo, dergi ve ajans gibi çok sayıda medyakuruluşunun da sahibi olan büyük holdingler çalışanlara genellikle benzer artışlar uygulamaktadır. Gazetelerde ücret artış oranları özel televizyon kanallarının kurulmasından sonra çok daha düşük kalmıştır (Çaplı'dan akt. Seçkin, 2004: 149).

Birkaç televizyon ve haber kanalı dışındaki medya kuruluşları çok dar kadrolarla çalışmaktadırlar. Bu kadrolar içinde ekran yüzü denilen, kanalın tanınan birkaç sunucusu ve deneyimli muhabiri yüksek ücretler alabilmektedir. Haber alanında rahat çalışmanın, saygı görmenin ve çalışılan kuruluşu temsil etmenin de gereği olarak muhabirin dış görünümü önemli olmaktadır.

Diğer sektör çalışanlarında pek rastlanmayan habercilerin bir başka sorunu ise harcırah ve iş avansı uygulamasının, sadece bir muhasebe organizasyonu olarak sürdürülme çabasıdır. Haberciler yurt içi ve yurt dışı seyahatlerinde ulaşım, konaklama, yeme, içme, gerekirse çevirmen ücreti, iletişim donanımı (kamera, dizüstü bilgisayarı vb.) kiralama vs. ihtiyaçları için harcırah ve iş avansı almaktadır. Habercilik açısından geriye gidişin olduğu bu alanda habercilerin aldığı harcırah ve iş avansları da son yıllarda çok düşük bir duruma gelmiştir.

Çalışanlar üzerinde işten çıkarmalar bir tehdit aracı halinde kullanılmaktadır. Düşük ücret artışlarına rıza göstermeleri konusunda çalışanlar baskı altında tutulmaktadır. Genellikle her haber bürosunda kuruluşun önceliklerini takip eden ve diğerlerinden daha önde tutulan personel bulunmakta ve ödüllendirilmektedir. Bu personelin maaş artışı diğerlerinden daha yüksek tutulmakta ve örnek gösterilmektedir.

3.2.4. Habercilerin İstihdam ve İş Güvencesi Sorunları

Ulusal medyada özellikle basın iş kadrolu muhabirlerin sayısını azaltmak, yarı telifle çalıştırmak, kadrosuz telifle çalıştırmak ve iyi olmayan koşullarda işten çıkarmak değişmez bir eğilimdir. Bu bilinç içinde haber çalışanları, hâlihazırda bulundukları medya kuruluşu ve medya grubunun haber havuzu için daha üretken, daha yoğun ve gerilimli çalışmak ancak giderek daha az ücret almak durumundadır. Çok boyutlu bir emek sömürüsü sürerken çalışma şansını yakalamış olanlar bu kontrol yapısına uyumlanarak daha çok çalışmaktadır (Seçkin, 2004: 133).

1990'lı yıllarda yayıncılığa başlayan televizyonlarda günümüzde azami istihdama ulaşılmış ve uzun yıllar çalışabilecek kadrolar oluşturulmuştur. Çok gösterişli ve cazibesi olan televizyon haberciliğinde günümüzde az sayıda muhabir ve kameraman istihdam edilmektedir. Ankara haber büroları bir yönetici ya da temsilci ile 10-15 arasında değişen muhabir-kameraman havuzundan oluşmaktadır. Bürolarda bir ya da iki montajcı ve yapımcı çalışmaktadır. Eğer siyaset haberciliği yapılmıyorsa bu personel sayısı 3-4'e kadar düşmektedir. Türk haber sektöründe genellikle daha tecrübeli ve uzman olan az sayıda muhabir özellikle yargı, parlamento, ekonomi ve dış politika alanında istihdam edilmektedir. Medya sektörüne sadece iletişim fakültelerinden değil, tüm alanlardan akan bir işgücü arzı vardır. Bu nedenle haber medyası mücadele ve rekabetin çok zor ve sert olduğu dar bir istihdam alanıdır.

Böylece, Türk haber televizyonları son yıllarda ajanslardan biraz daha az personelle çalışma seçeneğine yönelmiştir. Bunun ekonomik nedenleri olsa da bir başka önemli faktör, siyasal iktidarın akredite gazeteci uygulamasına gitmesidir. 2003 yılından beri uygulanmakta olan başbakanın katıldığı toplantılara muhabir ve kameraman olarak sadece sarı basın kartı olan gazetecilerin alınması yöntemi haber televizyonlarını zorlamaktadır. Haber televizyonlarının zorlanmasının bir başka nedeni ise personel politikalarıdır. Son on yılda tecrübeli, sarı basın kartı sahibi olan muhabir ve kameramanların işsiz kalması, bunların yerine ikame edilen çalışanların ise 5953 sayılı Basın İş Kanunu yerine 4857 sayılı yasa ile çalıştırılıyor olmasısorun yaratmaktadır. 4857 sayılı yasa yukarıda değinildiği gibi, basın işçisi yerine işçi kavramını kapsadığı için, Başbakanlık Basın Yayın Genel Müdürlüğü bu medya çalışanlarına basın kartı vermemektedir. Haber televizyonlarının bu engeli aşması için yasal olarak haber sektöründe çalışanlarını 5953 sayılı Basın İş Kanunu ile çalıştırmaları bir yol olarak durmaktadır. Ne var ki işverenler, bu kapsamda çalıştırdıkları basın işçileri içinyasaların koyduğu daha kapsamlı ve maliyetli işçi haklarını üstlenmek istememektedir. Maliyetlerin kısılmasının gazeteci sayısını azalttığı iddia edilmektedir. Türk haber televizyonları, haber ekiplerini küçültmek ve çok gerekli görülmedikçe basın toplantılarını ve Başbakanın resmi programlarını abone oldukları haber ajanslarının yayınlarından takip etmeyi tercih etmektedirler.

Mevcut yasal düzenlemelerin yetersizliği, örneğin Basın Kartları Yönetmeliği'nde gerekli değişikliklerin yetişmemesi nedeniyle özel radyo ve televizyon kuruluşları, sarı basın kartlı çalışan istihdam edebilmek için ayrı birer haber ajansı oluşturmuştur. Örneğin Doğan grubu CNN-Türk televizyonuyla birlikte Doğan Haber Ajansı'nı kurmuş ve Hürriyet Haber Ajansı ve Milliyet Haber Ajansı'nı da (MİLHA)bu ajansla birleştirmiştir. Bu esnada pek çok çalışan, özellikle taşradaki muhabirlerin birçoğu işten çıkarılmış, yöresel haberlere eski önem verilmemiştir. Ajans, medya grubunun televizyonlarına, gazetelerine, dergilerine, haber portallarına haber servisi yapmaktadır (Seçkin, 2004: 134). Böylece, medya grupları sahip oldukları gazete ve televizyonların haber ajanslarını birleştirerek yine haber havuzuna benzer şekilde başta grubun tüm kuruluşlarına haber, görüntü, fotoğraf servisi veren ve dışarıya da haber satan bir havuz-ajans yapılanmasına yönelmiştir.

Büyük medya gruplarının gazeteleri ve televizyonları için çalışan habercilere ortak bir çalışma havuzu oluşturmaları, bu ortamda çalışmak istemeyenleri işten çıkarmaları, hem gazete hem de televizyon için haber metni yazmalarını istemeleri, fotoğraf ve görüntü alınmasını istemeleri habercilerin şikâyetine neden olmaktadır. Havuz sisteminin habercileri günlük haber peşinde koşan ve söylenileni yapan edilgen robotlar olarak biçimlendirmesinin yanı sıra, havuz haberciliğinin yeknesaklığı ve kamuoyunun tek haber kaynağından beslenmesinin sakıncaları eleştirilmektedir.

Medya çalışanları mesleğin hiçbir evresinde işverene karşı kendilerini yeterli güçte görememektedirler. Genel ekonomi ve medya sektörü ortamında, emek piyasasının durumu çalışanları daha uyumlu olmaya yöneltmektedir. Kendi emek gücünü satamama korkusu, emek gücüne olan ihtiyacın bir anda sona erebileceği kaygısı haber çalışanlarınıbirlikte hareket etmekten alıkoymakta ve bireysel çözümler aramaya yöneltmektedir (Seçkin, 2004: 141-142). Çalışma yaşamında özlük haklarını ve diğer haklarını alamayan gazeteciler için tek çıkış yolu olarak, kurumdan ayrılınca iş mahkemesinde kurum aleyhinde dava açmak kalmaktadır. Bununla birlikte gazeteciler mahkemeye başvurduklarında dava süreci çok uzun sürmektedir.

Medya grupları arasında var olduğu ifade edilen "centilmenlik anlaşmaları" nedeniyle, bir gruptan kovulan bir gazetecinin diğer gruplarda iş bulması mümkün olamamaktadır. Yazdığı bir kitap nedeniyle Oda TV davası kapsamında tutuklanıp bir yıldan fazla cezaevinde kalan Ahmet Şık, medyadaki bu centilmenlik anlaşmalarına dair deneyimlerini paylaşmıştır. 2005 yılında dünya basın özgürlüğü gününde sendikal faaliyetleri nedeniyle Doğan Grubu'ndan kovulan Şık, uzun bir süre sektörde iş bulamadığını ifade etmiştir. Hatta işveren temsilcilerinin kendisine sendikadan ayrılmasını aksi takdirde hiçbir yerde iş bulamayacağını söylediklerini de belirtmiştir. Şık açtığı davanın ancak altı yıl sonra sonuçlandığını söylemiştir (Kurban ve Sözeri, 2012: 58).

Havuz haberciliğinin bir başka biçimi de 'grup gazeteciliği'dir ve gazetecilerin belirttiğine göre pek çok örneği vardır. Çalışılan medya grubu içerisinde aynı anda pek çok değişik medya formatı için haber yapma, haber sunuculuğu, yorumculuğu yapmak, haber programı yapmak, gazetede köşe yazmak gibi çok sayıda üretimde bulunan tanınmış gazeteciler, köşe yazarları, profesyonel yönetici gazeteciler az sayıda değildir. Böylelikle medya patronu elinde bulunan personelin tümünün fikir gücünden yararlanmakta ve kendi kadrosunda olmayan gazetecilere ayrıca para ödemek yerine, daha makul ücret artışlarıyla kendi açısından sorunu çözmektedir. 1999-2005 yılları arasında CNN-Türk genel yayın yönetmenliği yapan Mehmet Ali Birand, aynı sürede hafta içi her gün "Manşet" programını içyapım olarak hazırlamış ve sunumunu gerçekleştirmiştir. Yine aynı şekilde aynı kanalda haber koordinatörü olarak görev yapan Çiğdem Anad 1999'dan görevden ayrıldığı süreye kadar, hafta içi her gün saat 13.00'te "Ajans" programını hazırlamış ve sunmuştur. En son örnek ise CNNTürk'te uzun yıllardır "5 N 1 K" programı yayınlanan Cüneyt Özdemir'in aynı grubun televizyonu olan Kanal D'nin haber müdürlüğünü fiilen bir süre yapmış olmasıdır. Grup içinde televizyonlarının programlarına gazeteciler genellikle para istemeden katılabildikleri halde diğer televizyonlara telif ücreti karşılığında katılmaktadır.

Muhabir ve kameramanların, Basın İş Kanunu uyarınca işveren tarafından kendilerine verilen sözleşmelerini genellikle incelemeden imzaladıkları görülmektedir. İşveren, kadrolarını başka bir şirkete aktardığında yeni sözleşmeleri de çoğu zaman sorgulamadan imzalamaktadırlar. Basın İş kadrosundaki muhabir ve

kameramanın tüm fikri hakları işverene aittir. Medya işvereni izin vermediği durumda başka bir iş ile uğraşamamakta ve herhangi bir fikri üretimde bulunamamaktadır. Kitap bastırması ve çalıştığı kurum dışında görsel bir yapımda çalışması izine bağlı olmaktadır (Seçkin, 2004: 142). Bu durum kişisel ilişkilere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Genel yayın yönetmeni veya genel müdürle sıkı bağları olan gazeteciler her türlü kolaylığı yaşarken, grup politikasını eleştiren ve biat etmeyenler ile yollar ayrılmaktadır.

Aynı kurumda uzun süre çalışarak patron zamlarıyla geçinemeyen haber çalışanları, başka bir kuruma daha yüksek ücretle geçerek gelirini yükseltebilmektedir. Fakat bu yol son yıllarda kapanmaya başlamıştır. Sektörü kontrol eden gruplar kuruluşlar arasında iş değiştirmelerin önünü kesmek ve personel ücretlerini kontrol etmek için yukarda söz edildiği gibi aralarında centilmenlik anlaşmaları yapmaktadır. Medya rekabeti içinde personel ücretleri konusunda medya sermayedarlarının birbirlerine yakın politikalar izledikleri gözlemlenmektedir. 2000'li yılların başında daha iyi ücretler ödeyen Doğuş Medya Grubu gibi birkaç grubun personel politikalarında Doğan Medya Grubu'nu takip ettiği ve git gide ücretlerin, sosyal hakların, sağlık harcamalarının düştüğü gözlemlenmektedir.

Muhabirlerin bazılarının işe alınırken, habercilik özelliklerine göre değil holdingin özel işlerine fayda sağlayabilecekleri için tercih edildikleri iddia edilmektedir. Muhabirlerin haberciliğine değil ilişkilerine geçici olarak yüksek ücretler ödenmekte ve emeğinden artı bir değer yaratılmaya çalışılmaktadır. Habercilerin bu tür bir çalışma konumunda çalışmayı kabul etmesi halinde, meslek yaşamı esnek kimlikli çizgide ve bireysel ilişkilerle yürümektedir.

Haber üretim sürecinde tasarlama bölümünden sorumlu olmak, üst düzey yöneticilere şirket politikalarının belirlemesinde görüşlerinin dinlenilmesi olanağı verdiği için, eski ortamdan çok daha güçlü bir yer elde etmeleri, buna uygun olarak da daha fazla şirket politikası ve sermayedar ile kişisel ilişkiye girmelerinin yolu açılmıştır. Klasik gazetecilik dönemlerinde patron ile çalışanlar arasında bir denge unsuru olan, emekçilerin hakkını savunan genel müdür ve genel yayın yönetmeni görüntüsü anılarda kalmıştır. Günümüz ortamında medya sahipleri tam sadakat ve tüm ruhuyla kendileri için çalışan yöneticiler istemektedir. Ne yazık ki devletin, 12

Eylül 1980 darbesi sonrası yapılan çalışma kanunları da, sermayeyi önceleyen ve çalışma yaşamında işçiler için bir denge kuran sendika, grev, toplu sözleşme vb. araçları ya ortadan kaldırmış ya da etkisiz hale getirmiş olduğu için işletme sahipleri istedikleri gibi medya yönetimini değiştirebilmektedir.

3.2.5. Habercilerin Sağlık Güvencesi Sorunları

Gazetecilik mesleğinin çalışma koşulları yıpratıcı ve ağırdır. Son yıllarda siyasi iktidarın 5953 sayılı Basın İş Kanunu'na uygun olmayan biçimde gazetecilerin yıpranma payları nedeniyle her çalışılan dört yılda bir yıl yıpranma payı kazanmasını iptal etmesine karşı gazetecilik bütün dünyada riskli meslekler grubunda yer almayı sürdürmektedir. İtfaiyecilik, madencilik, polislik gibi gazeteciliğin de kendine özgü koşulları vardır. Çok uzun çalışma saatleri, uzun yolculuklar, çok uzun süreler ayakta kalmak, yemek düzensizliği, stres gibi faktörler yanında tehlikeli alanlarda haber izlemek, fiziksel şiddete uğramak karşılaşılan sorunlardan belli başlılarıdır. Özellikle alanda çalışan muhabir ve kameramanlar zaman zaman ciddi risklerle karşılaşmakta, yaralanmalar ve ölümler olmaktadır (Seçkin, 2004: 192). Alandaki sorunlar dışında kalabalık gruplar içinde çalışmanın getirdiği oksijensizlik, grip, nezle gibi bulaşıcı hastalıklara daha sık yakalanmak, uzun süre sabit ortamda hareketsiz çalışmak zorunda olmak hem fiziksel(boyun fıtığı, aşırı kilo almak, eklem problemleri vs.) hem deaşırı stres, gelecek kaygısı, güven sorunları, huzursuzluk, bunalım vb. psikolojik sorunlara yol açmaktadır.

Haber sektöründe çalışanların, her birinin çalıştıkları bölümle ilgili olarak sağlık sorunları da çeşitlenmektedir. Örneğin Ankara'da televizyon ve ajans muhabir ve kameramanlarının çalışma saatlerinin uzunluğu ve haber izlerken, haber beklerken soğuğa, sıcağa ve diğer pek çok rahatsız koşuladayanmak durumunda olmaları ciddi olaraksağlıklarının bozulmasına neden olmaktadır. Başbakanlık önünde bekleyen muhabirleraşırı sıcak ya da soğuk günlerde de haber için uzun saatler bu bekleyişi sürdürmekdurumundadırlar. Aşırı soğuklar ve korunaksız koşullarda beklemekten dolayı böbrekve idrar yolları hastalıklarına yakalananlar olmuştur. Haberciler, DSP lideri Bülent Ecevit'inbaşbakanlığı döneminde gazetecilerin beklemeleri için bir bölme yaptırması ve çay, kahvemakinesi konulmasıyla bir parça korunaklı çalışabilme imkânı bulabilmişlerdir (Seçkin, 2004: 192).

Ne yazık ki bazı haber mensupları daha da büyük bedeller ödemek zorunda kalmaktadır. Özellikle kameramanların fiziksel yıpranmaları, muhabirlere oranla daha büyük olmaktadır. Kameramanlar genellikle ortalama ağırlıkları 6-7 kilogramdan başlayan omuz kameraları kullanmaktadır. Bu kameraların değerleri iyi bir otomobil fiyatı ile bir kameramanın bir yıllık maaşı arasında değişmektedir. Kameramanlar maddi değeri kendi ücretlerine kıyasla çok yüksek olan iş araçları dışında yükler de taşımaktadır. Üzerlerine zimmetlenen bu pahalı aygıtlara gelebilecek zararlar, düşük ücretlerle çalışan kameramanlarda (işyeri mutlaka hasarı ödetmek için zorlamasa da), ciddi bir stres oluşturmaktadır (Tılıç ve diğerleri, 2002: 134).

Meslek hastalığı basitçe işin neden olduğu ya da kötüleştirdiği hastalık olarak tanımlanabilir. Tılıç'ın ABD Ulusal İş Güvenliği ve Sağlık Kurumunun 1997 yılında 600'dan fazla epidemiyolojik araştırmayı gözden geçirerek verdiği tanıya göre; iş ve işyeri şartlarında maruz kalınan zorla çalıştırma, tekdüze çalışma, uygunsuz duruş/poziyon ve titreşimle boyun, omuz ve üst kollar hastalıkları arasında nedensel ilişki vardır. Yapılan ayrıntılı epidemiyolojik çalışmalar, zorlama, tekrar, vibrasyon ve belirli postür(pozisyon)'lerin bu hastalıkların çoğunun gelişmesinde risk faktörü olduğunu göstermektedir (Tılıç ve diğerleri, 2002: 137). Profesyonel Haber Kameramanları Derneği'nin Ankara'daki 44 üyesiyle 2000 yılı Ekim ve Kasım aylarında yapılan kapsamlı bir araştırma, bize bu konuda detaylı veriler sunmaktadır. Kameramanlara uygulanan detaylı fiziksel ve ruhsal testler edebiyatta rastlanmayan, kameramanlara özgü meslek hastalıklarının saptanmasına yol açmıştır.

Teste tabi tutulan kameramanların belirli bir çalışma düzenleri yoktur. Onlardan, toplumsal olaylar ve haber bültenlerine konu olabilecek her tür olay ve durumla ilgili görüntüyü çekmeleri beklenmektedir. Hemen hiç biri sendikalı değildir ve iş güvenceleri yoktur. Çalışma saatlerini, yer ve koşullarını "haber değeri" taşıyabilecek durumlar belirlemektedir. Kameramanların günde ortalama 11 saatten haftada 6 gün çalıştığı, alkol ve sigara kullanımın Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu, %86'sının fiziki şiddete maruz kaldığı, yarısından fazlasının mesleğini yaparken kaza geçirdiği görülmektedir. Fizik muayeneler sonucu; boyun, omuz, sırt ve bel ağrılarının oldukça sık görüldüğünü ortaya koymuştur. Kameramanların üçte birinin depresyon geçirdiği, ortalama değerlerin çok üstünde stres verici yaşam olayı

sayısının 10'dan çok olduğu görülmektedir. Bunun başlıca nedenlerinin psikolojik olarak zor ortamlarda sürekli çalışmak mecburiyeti, iş güvencesizliği, değer verilmeme hissi, maaşlarının düşüklüğü, muhabir ve diğer çalışma arkadaşlarının kameramanlara yeterince değer vermemesi, muhabirlerle maaş farkı olduğu görülmektedir (Tılıç ve diğerleri, 2002: 147-150).

Habercilerin büyük çoğunluğu genel sağlık sigortası dışında özel bir sağlık güvencesinesahip değildir. Basın iş kadrosuna göre sigortalıdır ve sağlık sorunu olduğunda diğer ücretli çalışanlar gibi Sosyal Sigortalar Kurumu'na bağlı sağlık kuruluşlarındanyararlanmak durumundadır. Haberciler, gerekli olduğunda dasigortaya bağlı kurumlardan çoğu zaman mesleki ilişkilerini, konumunu kullanarakhızla yararlanma yolunu tercih etmektedir. Diğer yandan meslek çalışanları yoğuntempodan dolayı sağlık hizmeti almak için zaman bulamadıklarını da belirtmektedirler. Zaman zaman medya grupları bazı kuruluşlarında muhabir ve kameramanlaraözel sağlık sigortası yapılır, kabul ederlerse primlerinin bir kısmını kendileri bir kısmını işveren ödemektedir. Ancak bu daimi bir durum değildir**.** Ayrıca, kendileri özel sağlık sigortası yaptırmayı da tercih edebilmektedir. Bazı kurumlar reklamını aldığı hastanelerle özel anlaşmalar yaparakçalışanların tedavisinde indirim yapılması sağlanmaktadır (Seçkin, 2004: 192-193).

3.2.6. Habercilerin Mesleki Eğitim Durumu

Gazete üretimindeki teknolojk değişimler yazı işlerinde işbölümü gerektirmiş, muhabirler haber toplamak ve yazmaktan sorumlu ayrı bir işgücü haline gelmiştir. Muhabirlik gazetelerde özellikli, uzmanlık isteyen bir görev haline gelirken, muhabirlerin eğitimi de aynı biçimde önem kazanmıştır. Gazetecilerin eğitim süreci farklı evrelerden geçerek standartlaşmış ve kurumsallaşmıştır. Üniversite kimliği, gazeteci kimliği ve toplum içinde saygın bir konum gazetecilerin 20.yüzyıl içinde profesyonelleşmesini desteklemiştir (Salcetti'den akt. Seçkin, 2004: 58). Eğitim durumu değişse de, farklılaşmayan nokta, gazetecilerin iş yaşamlarıdır. 19.ve 20.yüzyıldagazetecilik işletme yapısı, teknoloji kullanımı, çalışan insan gücünün eğitimi, finans yapısı itibariyle gelişirken medya holdinglerine dönüşen basın kurumlarında ister gazete ister televizyon işletmelerinde olsun, gazetecilerin temel işlevleri ve çalışma yaşamları değişmemiştir.

Gazeteciler için bir yaşama ücreti, makul çalışma saatleri ve koşulları, iş güvencesi ve yaptığı iş üzerinde kendi kontrolünün olması ulaşılmaz çalışma faktörleri olarak kalmıştır. Muhabirler modern gazetelerin makinelerindekolayca değiştirilebilen bir küçük dişli konumunda kalmaya devam etmiştir (Salcetti'den akt. Seçkin, 2004: 58). Bununla birlikte daha çok editoryal iş bölümünü yansıtan muhabirlerin işi öğrenme süreci gazetecilik eğitimi verilen okullara kaydırılmıştır.

Gazetecilik mesleğinin önem verildiği ve kurumsallaştığı başta ABD olmak üzere İngiltere, Almanya, Fransa vb.gelişmiş ülkelerde gazetecilerin eğitimi konusunda anlayış farklılıkları olmuştur. Meslek eğitiminin nerede ve nasıl yapılması konusunda tartışmalar yaşanmış, ticari ve meslek okullarının hangisinin gazeteci eğitiminde daha önemli olduğu sorgulanmıştır. Ticarî okulların daha çok yayıncıya hizmet etme idealine uygun standartlaştırıcı bir eğitim vermesinden endişe edilirken, meslek okulları, entelektüel ve etik boyutlu eğitim veren, gazetecilikte en önemli şeyin mevcut durumu korumak değil insanların çıkarlarını öne almak olduğunu vurgulayan türden bir gazetecilik eğitimi verme iddiasıyla öne çıkmıştır. Teknoloji, mekanik araçlarlayayıncılara toplumla ilgili artan bilgiye ulaşma ve hızla basma olanağı sunarken, gazetelerde bilgi toplayacak ve yazacak, nisbeten daha az hata yapacak gazeteci adaylarını da bu tip okullardan istihdam etmek olanağını fazlasıyla bulmuşlardır **(**Seçkin, 2004: 59). Aynı tartışmalar Türkiye için de 50-60 yıl gecikmeyle yaşanmıştır. Gazetecilerin akademik eğitimi ve meslek yüksekokulu çelişkisi, uygulama sahasında hâlâ çözülememiştir.

Haber sektöründe yönetici konumunda çalışanlar, iletişim fakültelerinin kuramsal eğitimi yanı sıra, sektörde çalışacak ara eleman ihtiyacını gidermesini savunurken, akademik çevreler ise üniversite eğitiminin meslek yüksekokulu seviyesinde yapılamayacağını dile getirmektedir. Görünen tabloda medya sektörü, iletişim fakültesi mezunlarına sıcak bakmamaktadır. İşe alacakları kişilerin değişik fakültelerden olması, hatta üniversite mezunu olmaması bile onlar için önemli değildir. Usta-çırak ilişkisi içinde mesleğin öğrenileceğine inanmaktadırlar. Ayrıca çalışacak kişileri, iletişim fakültelerinin evrensel ölçütlerine göre değil, kendi siyasi ve ticari çıkarlarına göre yetiştirmek istemektedirler (Korkmaz, 2012: 10) .

Oya Tokgöz, günümüzde Türkiye'nin iletişim eğitimi ve medya sektörüne karamsar bakmaktadır. Medya sektörünün gazetecilik/iletişim eğitimi verilmesinde istekli olmakla birlikte, iletişim eğitimi almayı makbul saymadığı, iletişim mezunlarını işe almakta zorluk çıkardığını iddia etmektedir. Asıl sorunun medya sektörünün, net bir biçimde istediği iletişimci görüntüsünü tanımlamaması olduğunu söylemektedir. Sektör iletişim eğitimini kendince denetim altında tutmak isteğinde olmakla birlikte, eğitimin üniversite düzeyinde olmasından dolayı bu isteğini yerine getirememektedir (Tokgöz, 20).

Günümüzde gazetecilik eğitimi, medyanın değişen iş gücü ihtiyacı ve bu ihtiyaca karşılık verebilecek profesyonellerin uygulamalı yetiştirilmesinde sorunlar medya sektörü içinde tartışılmaktadır. Ne var ki bu konuda sadece akademi çevreleri ve sektör temsilcileri arasında değil, sektör içinde de bulanıklık devam etmektedir. Bu tartışmalar yaşanırken sektörde haber yazmasını, soru sormasını bilmeyen muhabirler ve beyaz ayarından haberi olmayan kameramanlar ucuz işgücü politikası doğrultusunda istihdam edilmektedir.

Eğitimle ilgili olarak değinilebilecek son bir nokta da, haber emekçilerinin mesleğe başladıktan sonra mesleki gelişimlerine ve eğitimlerine devam etme olanağı bulamamalarıdır. Haber sektörünün insanı tüketen çalışma hızı, temposu ve özel yaşamı da kapsayan esnek çalışma yapısı habercilerin istek duymasına karşın kişisel gelişimlerini aksatmaktadır. Bunun yanında ekonomik olarak son yıllarda diğer sektörlerden daha düşük ücret artışı alan haber sektörü elemanları bilgi ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmaktadır.

3.2.7. Sendikalar

Sendikalar en genel tanımıyla işçi sınıfının ekonomik, siyasal, kültürel haklarını korumak ve geliştirmek amacıyla uzun yıllar süren mücadeleler sonucunda ortaya çıkmış toplumsal örgütlenmelerdir. Toplumun ana aktörlerinden işçi sınıfının örgütleri olmaları itibarıyla sendikalar toplumsal yapı içerisinde diğer sivil örgütlenmelerden (dernekler, vakıflar vb.) farklı, sınıfsal çözümlemeler açısından belirleyici bir konuma sahiptirler (Atabek, Özdemir ve Yüce, 2007: 3).

Sendika devlete, siyasi partilere karşı bağımsız bir örgüttür, çalışanların ortak hak ve çıkarlar uğruna birliğinin ifadesidir ve en önemlisi diline, dinine, rengine, siyasi görüşüne bakmaksızın bütün işçileri kapsayan bir kitle örgütüdür (KAOS GL, 2014: 65). Günümüzde sendikal haklar dünya çapında, uluslararası örgütler tarafından garanti altına alınmış bulunmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü 1944'teki 26. toplantısında aldığı kararla, Birleşmiş Milletler Örgütü 10 Aralık 1948 tarihli İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 23.maddesiyle sendika kurma ve bunlara katılma hakkı tanımıştır (Yücedoğan, 2000: 136).

Bir ülkede demokrasi gelişmişse sendikal haklar da gelişmiştir. Sendikalaşma oranı yüksekse çalışanlar için çalışma ortamı gelişmiş demektir. Sendikal hareketler gelişmiş ülkelerde işçi-işveren ilişkilerinin sağlıklı ve dengeli yürümesi için önemli işler yerine getirmiştir. Sendikalar, Batı demokrasilerinde işçilerin daha sağlıklı, mutlu, çalıştıkları işyerine bağlı olmalarına katkı verirlerken, işverenlere de, yetişmiş, eğitimli çalışanlar istihdam etme olanağı vermiş, kısa, orta ve uzun vadede işletmelerin geleceği öngörmeleri ve yatırım olanakları için fırsat yaratmışlardır.

Türkiye ekonomisi Cumhuriyet'in ilk yıllarında devlet eliyle sermaye ve sanayi yatırımlarını gerçekleştirdikten sonra, özel girişimlere yatırım olanakları sağlamıştır. Ekonominin gelişmesine paralel olarak 2. Dünya Savaşı sonrası yeni çalışma koşulları ortaya çıkmıştır. Köylerden şehirlere göç ve büyük sanayi yatırımları bir işçi sınıfı oluşmasına katkıda bulunmuştur. Çok partili siyasal yaşama geçilmesiyle çalışma yaşamında yeni düzenlemeler de yapılmıştır. SendikalarKanunu 1947'de belli sınırlar içinde sendika özgürlüğünün tanınmasını sağlamıştır. Kanun, sendika üyesi olma hakkını "işçi sıfatı" taşıma koşuluna bağlamıştır. Kimlerin işçi sıfatı taşıdığı hususunun belirlenmesi ise 1936 tarihli İş Kanunu'ndaki işçi tanımına bağlanmıştır. Sendikaya üye olma veya olmama hakkı güvence altına alınmıştır. Sendikalar Kanunu'na göre sendikaların üst örgütler kurmaları mümkündür**.** Ne var ki kanunun yalnızca aynı iş kolunda veya bu iş kolu ile bağlantılı işlerde çalışanların sendika kurabileceklerine ilişkin hükmü 1957'den itibaren siyasal iktidar tarafından sendikaları baskı altında tutmak için kullanılmıştır (Karahisar, 2006: 62).

Türkiye'de sosyal devlet ilkesi 1960 sonrasında ağırlık kazanmıştır. Grev hakkı Mayıs 1950'de kurulan birinci Demokrat Parti (DP) hükümeti programında yer alsa

da sonraki Demokrat Parti hükümetleri programlarında grev ve sendika sözcükleri kullanılmamıştır. Bu durum 1961 Anayasa'sının 41-49.maddeleriyle sosyal hakların güçlü ifadelerle koruma altına alınmasına kadar devam etmiştir. 1980 sonrası dönem, özellikle sosyal devlet anlayışının eleştirildiği bir dönem olmuştur (Buğra'dan akt. Uçak, 2011: 385).Bu yıllar tüm çalışanlar için olduğu gibi basın çalışanları için de zor olmuştur. Basın çalışanları kadrosuz ve sigortasız çalıştırılmış, sendikasız çalışmaya zorlanmış, haksız nedenlerle işten atılma, tazminat haklarından mahrum edilme gibi pek çok sorunla karşılaşmıştır.

1980'lerin ikinci yarısı ve 1990'ların ilk yarısında sendikacılık hareketi, ekonomik ve sosyal kayıpları telafi etmek için, anti-demokratik çalışma yasalarının özgür sendikacılığa olanak sağlayacak biçimde değiştirilmesi için mücadele vermiştir. Fakat yeni liberalizm dalgasının 1980 sonrasında Türk çalışma yaşamına girmesi, sendikal harekete ilk darbeyi vurmuş, ikinci büyük darbe ise 1990'lı yıllarda yayıncılıkta devlet tekelinin kalkması, çok yoğun bir özelleştirme, emek piyasasının deregülasyonuna yönelik uygulamaların yoğunlaştırılması ile birlikte gelmiştir. Sürekli üye kaybeden, yeni örgütlenmeleri gerçekleştiremeyen, sürekli savunma durumunda kalan, kazanımlarını savunamayan, temsil yeteneği sürekli gerileyen işçi sendikaları ve uzun erimli hedefleri için enerjiyi tüketen, günlük sorunları çözme araçlarından ve istemlere yanıt vermek gücünden yoksun olan bir kamu sendikacılığı, krizin en önemli göstergeleri olarak ortaya çıkmıştır (İleri, 2009: 336).

Bu dönemde sendikal örgütlenmenin zayıfladığı, sendikalı işçi sayısının azaldığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda "sendikasızlaştırma" ve işten atılmalar da yaygınlık kazanmıştır. Sendikasızlaştırma aşağıdaki şekillerde gerçekleşmektedir:

- Sendika üyelerinin işten çıkarılmaları,
- Taşeron eliyle işçi çalıştırılmasının yaygınlaştırılması,
- Geçici-mevsimlik işçilerin giderek daha çok sayıda çalıştırılmaları,
- Kapsam dışı personel sayısının kontrol dışı sıçrama göstermesi,
- Sözleşmeli personel çalıştırılmasında ısrar ve yaygınlaştırma,
- Kalite çemberleri yolu ile "çekirdek işçilerin" sendikalarından koparılmaları,
- Askerlik görevlerinin kamu işyerlerinde yaptırılması,

- Öğrenci veaskerlerin sendikaya üye olamaması,
- Özel güvenlik görevlilerinin sendika üyeliğinin yasaklanması,
- Dayanışma aidatı uygulaması (İleri, 2009: 337).

Türkiye'de sendikalaşma oranı 1947 yılından beri dalgalı bir seyir izlemiştir. Günümüzdeki, istatistikî veriler OECD ülkeleri arasında en kötü sendikalaşma oranının Türkiye'de olduğunu göstermektedir. Ocak 2014 verilerine göre Türkiye'de toplam işçi sayısı 11.600.554, sendikalı işçi sayısı ise 1.096.540 kişidir.2015 yılı verilerinde ise toplam işçilerin ancak yüzde ondan azının sendikalı olduğunu (%9.68) göstermektedir (2015 verileri için bkz.tablo 2, Hürriyet, 21.05.2015).

Tablo 2: OECD Türkiye'de Sendikalaşma Oranı 2015 Tablosu

Sektörler	**Sendikalaşma Oranları**
Banka, finans, sigorta	% 28.66
Tarım ve ormancılık	% 26.05
Genel işler	% 20.31
Enerji	% 19.87
Madencilik	% 19.65
Çimento, toprak ve cam	% 16.2
Metal	% 15.95
Savunma ve güvenlik	% 15.39
Gıda sanayi	% 11.71
Petrol, kimya, lastik, plastik ve ilaç	% 9.76
Dokuma, hazır giyim ve deri	% 9.21
Gemi yapımı	% 7.81
Taşımacılık	% 7.49
Basın, yayın	% 4.92
Ticaret, eğitim	% 4.31
Konaklama	% 3.63
İnşaat	% 2.54

3.2.7.1. Basın Sendikacılığı

Diğer mesleklerde olduğu gibi basın alanında çalışanların da haklarını korumak ve işverenle ilişkilerini düzenlemek için sendikalaşmaya gereksinmeleri vardır. Bir ülkede basının görevlerini tam anlamıyla yerine getirebilmesi için basın özgürlüğünün ve çalışanlarının temel gereksinmelerinin sağlanmış olması gerekir (Yücedoğan, 2000: 136).

Cumhuriyetin ilk yıllarında gazeteler ve gazeteciler her bakımdan (politik, ideolojik, ekonomik...) devlete tabiydi. Devlet desteği olmadan ayakta kalmaları mümkün değildi. Devlet 1936'da çıkardığı İş Kanunu ilegüçsüz olan ekonominin sorunlarını çözmek amacıyla, grevleri yasadışı kabul etmiş, düzenli maaşları garantilemiş, çalışma koşullarını düzenlemiş ve lokavtları yasaklayarak, emeğin politik haklarını sınırlamıştır. Özel sektörde fikir işçilerinin çalışma koşulları Borçlar Kanununun bazı hükümlerine tabi olmanın ötesinde işverenin eğilimlerine bırakılmıştır. Bu yıllarda mesleği yapanların çoğunun belirli bir süre çalışıp, sektörün koşullarının işgücünü değersiz kılan koşulları nedeniyle başka alanlara geçiş yaptıkları gözlemlenmektedir. Basın sektörü bu yıllarda zihinsel üretime yüklenen ekonomik-toplumsal değerin düşüklüğü içerisinde daha güvencesiz ve süreksiz bir iş alanı haline gelmiştir(Yücel'den akt. Seçkin, 2004: 100).

Birinci Basın Kongresi'nde 28 Haziran 1938 tarihinde kabul edilen 5311 sayılı Basın Birliği Kanunu gazeteci ve gazete sahipliği tanımlarını getirmiştir. Basın Birliği Kanunu'nun 26. maddesi gazetede çalışanlar ile gazete sahipleri arasında karşılıklı hak ve vecibelerin yazılı bir sözleşme ile belirlenmesini, 27. madde ise, akdin işçi ve işveren tarafından feshini ve kıdem tazminatı düzenlemesini kapsamıştır. Gazete çıkarmak için bankadan teminat istenmiş ve ruhsatname sistemine geçilmiştir. Basın Birliği Kanunu, basın üzerindeki denetimi yoğunlaştırmış; basının haber üretimi için veri toplayabileceği çevresini sınırlandırmıştır.

1952 tarihli ve 5953 sayılı Basın İş Kanunu, basın işlerinde çalışan gazeteciler ile bunların işverenleri arasındaki iş ilişkilerini İş Kanunu dışında ve ayrıca özel olarak düzenleyen ilk ve tek kanundur.5953 sayılı Kanun özel sektörde çalışan fikir

işçilerinin haklarını korumak amacıyla hazırlanmıştır (Özek'ten aktaran Uçak, 2011: 388).

10 Ocak 1961 tarihinde ise, basına yönelik düzenleme içeren 212 sayılı Kanun yürürlüğe girmiştir. Bu Kanunla işverenlere istihdam ettikleri gazetecilerin bilgilerini mahallin mülki amirliği, bölge çalışma müdürlükleri ile birlikte sendikaya bildirme zorunluluğu getirilmiştir. Sendika haklarıyla birlikte, gazetecilerin hak ihtilafı durumlarında iş mahkemelerine başvurma hakkı, kıdem esasına göre terfi etme hakkı kabul edilmiştir. Böylece, kıdem hakkı, ölüm tazminatı, gazetelerin kapanması durumunda gazetecilere tazminat verilmesi ve maaşların peşin ödenmesi hükümleri getirilmiştir. 212 sayılı Kanun, gazetecilerin sosyal haklarını geliştiren bir kapsama sahip olmuştur.

Nezih Demirkent'in Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın 19 Mart 1983'de düzenlediği "Basın Özgürlüğü ve Basının Sorunları" başlıklı panelde belirttiği gibi "Türk basını, zaman içinde emek yoğun bir sektör olmaktan çıkarak, teknolojiyi, dolayısıyla sermayeyi destekler olmuştur'' (Seçkin, 2004: 106). Türkiye Cumhuriyeti'nde işletme sahiplerinin kâr-zarar çerçevesinde işletme politikalarını takip etmeleri basın sektöründe de giderek önem kazanmıştır. Emek perspektifinin giderek zayıfladığı bu ortamda, medya sahipleri medya piyasasını kontrol etmenin önündeki engellerden biri olarak işgücü piyasasını kontrol etme politikalarını ortaya koymuştur. İlk önce sektörün tamamı üzerinde etkinliği olmayan sendikal örgütlenmeden adım adım kurtulmuştur (Seçkin, 2004: 107-108).

Sendikasızlaştırma, 1980 sonrası dönemde işverenler tarafından temel politika haline getirilmiş ve mevcut iktidarla birlikte pek çok kazanılmış hakkın geri alınması yoluna gidilmiştir (Atılgan'dan akt. Uçak, 2011: 385). Bu dönemde basında yaşanan ekonomik sorunların ve sosyal hak kayıplarının en önemli nedenlerinden biri, gazete kâğıdına devlet tarafından yapılan desteklerin 25 Ocak 1980'de kaldırılmasını takiben, gazete kâğıdına %300 oranında zam yapılmasıdır (Adaklı, 2006: 140). Oysa 1980 sonrası gazetelerde, ekonomik sorunların başlamasına, 212 sayılı Kanun'un gazetecilere tanıdığı geniş sosyal hakların neden olduğu fikri yaygındır ve gazete patronları sendikasızlaştırma hareketi için bu fikri desteklemiştir (Uçak, 2011: 385).

12 Eylül sonrası 1983'de yürürlüğe giren 2821 sayılı Sendikalar Yasası ve 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Yasası gazeteciler sendikasının çalışmalarını kısıtlamıştır (Seçkin, 2004: 107-108). Kanunun 60. maddesine göre iş kolları 28 adet olarak belirlenmiştir. Basın ve Yayın 10. sırada, Gazetecilik ise 27. sırada yer almıştır. 2821 Sayılı Kanun eski Sendikalar Kanunu'ndan farklı olarak birbirleriyle bağlantılı iş kollarında çalışan isçilerin aynı sendikada örgütlenmelerine olanak sağlamamaktadır (Karahisar, 2006: 64). Sendikalar yasası basın alanında iki ayrı iş kolu yaratarak fikir işçileri ve beden işçilerinin aynı sendikada çalışmasını engellemiştir. Bu durum TGS'yi yeniden sadece gazetecilik işkolunda, sadece "fikir işçileri" arasında örgütlenme zorunluluğunda bırakmıştır (Seçkin, 2004: 107-108). Basın ve Yayın işkolunda çalışan bir işçi gazetecilik iş kolundaki bir sendikaya üye olamaz. Serbest gazetecilerin isesendika kurma veya sendikaya üye olma hakları yoktur (Karahisar, 2006: 64).

Basında işverenin 212 sayılı Kanun'un uygulamasından kaçınması ve sendikasızlaştırma hareketleri de 1990'lara rastlar.1990 yılında Milliyet Gazetesi'nde yapılan toplu sözleşme ve 1994 tarihinde Hürriyet Gazetesi'nin satılması döneminde yüzlerce kişi sendika üyeliğinden ayrılmaya ikna edilir. 14 Şubat 1957'de Son Posta Gazetesinde gazeteciliğe başlayan ve1989 ile 1995 yılları arasında altı yıl Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanlığı'nı yapan Orhan Erinç bu dönemlerde Türkiye'de önemli değişiklikler olduğunu, medyanın ekonomi politiğinin değişmesiyle gazetecilerin bundan etkilendiğini söylemektedir:

> İki önemli değişiklikten söz edebiliriz. Birincisi 1984 yılıydı yanlış hatırlamıyorsam, Milliyet gazetesinde bir sendikasızlaştırma hareketi başladı. Milliyet gazetesi O zaman Kapalı Çarşı'ya giden Nuru Osmaniye caddesinde idi, karşısında da İstanbul sekizinci noterliği vardı. Bildiğiniz gibi sendikaya üye olmak için üyelik fişini noterden tasdik ettirmek gerekiyordu, 12 Eylül'ün getirdiği yükümlülüklerden biriydi. İstifa etmek için yine noterden onay gerekiyordu. Milliyet'in işvereni elli liralık noter parasını cebinden vererek Milliyet çalışanlarını sendikadan istifa ettirdi. Tabi Türkiye'deki iş güvencesizliği nedeniyle çalışanların direnme gücü yok. Sendikanın da o konuda yapacağı bir şey yok yasalara göre. Eskiden biliyorsunuz hak grevi diye bir şey söz konusuydu. Toplu iş sözleşmesinin uygulanmamasını durumunda sendikanın grev yapma hakkı vardı. 12 Eylül yönetimi bunu ortadan kaldırdı. Ve sendikalar sadece toplu iş sözleşmesi sürecinde var oldular, bunun dışında devreden çıkarıldılar. Yani çalışan işveren ile anlaşmazlığa düştüğünde eskiden sendika ona sahip çıkar, dava açardı. Yeni kurallara göre çalışanın patronunu mahkemeye vermesi gibi bir durum ortaya çıktı. Hem patronu mahkemeye verip hem de orada çalışmayı sürdürmek mümkün olmadığı için işçilerin, hakkı da elinden alınmış oldu. Daha sonra Aydın Doğan

> Hürriyeti almak üzere harekete geçti. O sırada da Hürriyet'te sendikasızlaştırma çalışmaları başlatıldı (O. Erinç, kişisel görüşme, 18.5.2012).

TGS Istanbul Eski Şube Başkanı Şükran Soner ise tekelleşmeyi vurgulayarak 1980 sonrası gelişmeleri şöyle belirtmektedir:

> Medya önce tekelleşti. İlk büyük tekel de Doğan Holding Grubuydu. Son yaptığımız o dönemki Toplu Sözleşmeyi Aydın Doğan çalışanlar için fazla gelişmiş haklar olarak gördü ve sendikayı tasfiye etme kararını verdi. Koca koca gazeteciler noter istifa parasını işverenden alıp, gidip istifa ettiler. Toplu bir ayrılma oldu. Ondan önce İzmir Yeni Asır'da sendikalıydık. Dinç Bilgin sözleşmeyi imzalamak zorunda kaldı. 1 gün sonra çalışanlarını notere yollatıp istifa ettirdi. Toplu işten atma tehdidine direnebilen bir kültür yok gazetecilikte. Sanıyorum ki bir fabrika gibi olmadığı için baskı da daha kolay yapılabiliyor (Karahisar, 2006: 78).

Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Müdürü Ertuğrul Özkök 1994 yılında Hürriyet Gazetesi'nin sendikaya karşı oluşunu şöyle açıklamıştır:

> Türkiye'nin bugünkü koşullarında sendikayla birlikte yürümek mümkün değildir. Biz eskiden beri liyakata göre ücret verilmesini savunuyoruz. Öbür gazetelerde (Sabah ve Milliyet) sendika devam etseydi böyle bir işe gidilir miydi, onu bilmiyorum. Sendika bizi olumsuz etkiliyor. Bizim şu anda yaptığımız sözleşme, toplu sözleşmede varolan bütün hakları koruyor. Sendikanın çağın gereklerine göre çalışması gerekirdi (Erinç'ten akt. Yücedoğan, 2000: 139).

Gazeteciler yasal düzenlemelerde fikir işçisi olarak tanımlanırlar. Ne var ki Türkiye'de sendikanın getirdiği yasal haklardan çekinen işverenler, yaptığı iş gazetecilik dahi olsa çalışanları üç farklı statüde çalıştırmaya yönelterek yasal hakları kendi lehine çevirmektedir. Gazetecilerin sendikaya üye olabilmelerinin koşulu, kanunun da belirttiği gibi gazetecinin işvereni ile hizmet sözleşmesini 5953 sayılı Basın İş Yasası'nın hükümlerine göre imzalaması ve fikir işçisi olduğunu ispatlamasıdır. Ancak işletmelerinde sendikalı çalışan istemeyen medya patronları gazetecileri taşeron şirketlerinin kadrolarına almakta, fiilen gazetecilik yaptığı halde başka şirketlerin bordrolarından ücret ödeyerek hukuken gazeteci olmasını engellemektedir. Gazeteciler basın kuruluşlarında çeşitli nedenlerden 212 sayılı yasa (5953 sayılı Basın İş Yasası) yerine 1475 sayılı Genel İş Yasası'nın hükümlerine göre çalışmaya zorlanmakta böylelikle kimlik ve kişilik haklarına yapılan saldırılar mevzuattaki yetersizlikler nedeniyle önlenememektedir(Yücedoğan, 2000: 140). Aynı zamanda gerçek gazeteci kimliğini taşıyamayan gazeteci Gazeteciler Sendikası adı altında bir sendikaya üye olamamaktadır.

Orhan Erinç işkolları yönetmeliğinin değişiminin sonuçlarının gazetecilerin sendikasızlaşması olarak ortaya çıktığını söylemektedir:

> İşkolları yönetmeliği değişti, Türkiye'de uzun yıllar işkolları yönetmeliğinin yirmi yedi numaralı iş kolu gazetecilik iş koluydu. Şimdi gazetecilik iş kolu bazı iş kollarıyla birleştirildi, bu yeni dönemde. Onu tam olarak incelemiş değilim ama. Gazetecinin sendikaya girebilmesi için 5953 nolu yasa kapsamında çalışması gerekli ve işverenin bir ajans, radyo, gazete, dergi, televizyon sahibi olması koşulu var. Yani gazetecileri taşeron şirkette çalıştırırsanız 5953 nolu yasa kapsamı dışına çıkıyorlar, İş kanunu kapsamına giriyorlar. Ve gazetecilikle ilgili sendikalar üye olmak hakları yok. Yani öyle bir şey var. İkincisi, gazetelerde yine Genel İş yasası kapsamında gazeteci çalıştırılıyor. Bunların da sendikaya üye olmak hakları yok. Yine gazetecilerin bir bölümü serbest meslek erbabı statüsünde telif ile çalıştırılıyorlar. Tabi bunların ne sendikaya üye olmak hakları var, ne kıdem tazminatı hakları var, ne de sosyal güvenlik hakları var. Yani bu gelir vergisi yasasının on sekizinci (18.) maddesi var. Orada deniyor ki serbest meslek mensupları şu işleri yaparlarsa gelir vergisinden muaf tutulurlar diyor. Yani üç tür çalışan var. Birincisi hem hukuken hem fiilen gazetecilik yapıyor, diğer ikisi fiilen gazetecilik yapıyor ama hukuken gazeteci sayılmıyor, sadece ceza yasası kapsamında,'' vay sen bunu yazdın, gel hesap ver'' dendiğinde gazeteci sayılıyorlar. Yani o nedenle Türkiye'de çalışan gazetecilerin büyük bölümü kural dışı çalıştırılıyor (O. Erinç, kişisel görüşme, 18.5.2012).

Basın işverenleri matbaa ve diğer birimleri taşeronlaştırarak, sendika üyesi olmayan gazetecilerden kurulu yan şirketler oluşturmak suretiyle altyapının hazır-lanmasının ardından, sendikalaşmayı sektörden silmiştir. 90'ların sonunda sadece bir haber ajansında (Anadolu Ajansı) sendika kalabilmiştir. Meslek çalışanlarının ekonomikve sosyal haklarına ilişkin toplu sözleşmelerle elde edilen haklar kaybedilmiştir.

1983 yılında yürürlüğe giren kanunun yarattığı sıkıntılar 29 yıl Türkiye basınının gündeminde kalmıştır. Gazeteci örgütleri ve sendikaların uzun uğraşları sonucunda2012 yılında çalışma yasaları değişime uğramıştır. Sendikalar kanunu ve diğer çalışma yaşamını ilgilendiren kanunlarda çalışanların lehine değişiklikler yapılması kamuoyu tarafından olumlu bir adım olarak nitelenmiştir. 2821 sayılı Sendikalar Kanunu ile 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi, Grev ve Lokavt Kanunu'nu yürürlükten kaldıran 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, 7 Kasım 2012 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Yeni kanun ile önceki mevzuatta tanımlanmamış olsa da yaklaşık 30 yıldır yapılan grup toplu iş sözleşmesi de tanımlanmış ve grup toplu iş sözleşmesi izleğine

kanun metni içinde yer verilmiştir. Sendikalar için işkolunda faaliyet esası korunmuş, ancak Türkiye çapında faaliyette bulunma koşulu kaldırılarak, işkollarının sayısı 28'den 20'ye düşürülmüştür. Sendika kuruculuğu için Türk vatandaşı olma koşulu kaldırılmış, sendika kurucularının fiilen çalışıyor olması yeterli sayılmıştır. Sendikaya üye olma yaşı 16'dan 15'e indirilmiştir. Aynı işkolunda ve aynı zamanda birden çok sendikaya üye olunamayacağına ilişkin yasak korunmuş ancakaynı işkolunda ve aynı zamanda farklı işverenlere ait işyerlerinde çalışan işçilere -yani kısmi süreli iş sözleşmesi ile çalışanlara- birden çok sendikaya üye olma imkânı tanınmıştır. Üyelik ve üyelikten ayrılmada noter şartı kaldırılmıştır. Yeni kanunun sendikalara en büyük katkısı iş kolu barajının indirilmiş olmasıdır. İşkolu barajı ESK üyesi sendikalar için yıllara göre kademeli olarak önce %1, sonra %2 ve sonuçta %3 olmuştur. İşkolu barajı, yüzde 10'dan, yüzde 3'e düşürülmüştür. Yetkili sendikanın belirlenmesinde ve istatistiklerin düzenlenmesinde Çalışma Bakanlığı'nın kendisine gönderilen üyelik ve üyelikten çekilme bildirimleri ile Sosyal Güvenlik Kurumu'na yapılan işçi bildirimlerini esas alacağı düzenlenmiştir. İşyeri yetki koşulunda, yarıdan fazla üyeye sahip olma ilkesi korunmuş ancak işletme düzeyinde yetki koşulu, yüzde kırka indirilmiştir. İşletmede birden çok sendikanın yüzde kırk veya daha fazla üyesinin olması durumunda başvuru tarihi itibariyle en çok üyeye sahip sendikanın sözleşme yapma yetkisine sahip olacağı hüküm altına alınmıştır (Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, erişim tarihi20.7.2015).

Ne yazık ki Türkiye'de günümüzde devletin ve işverenlerin sendikaya olumsuz bakışı devam etmektedir. Medya çalışanları sendikasızlık konusunda en çok zararı gören sektör çalışanlarının başında gelmektedir.

3.2.7.2. Sendikal Üyelik Durumu ve Rekabet

Türkiye'de 2013 yılından bu yana beş sendika, gazeteci ve medya işçilerini üye yapmak için rekabet halindedir. İki sendika yazılı basın alanında aktiftir (TÜRK-İş Basın-İş ve DİSK-Basın-İş) ve üç sendika gazetecilik ve enformasyon sektöründedir (TGS, Medya-İş ve Pak-Medya İş). Ocak 2015 tarihinde sendikaların üye oranları şöyledir:

- TGS (TÜRK-İş Konfederasyon üyesi) : 1,06%
- Basın-İş (TÜRK-İş Konfederasyon üyesi) : 1,95%

- Basın-İş (DİSK Konfederasyon üyesi) : 0,50%
- Pak-Medya(Aksiyon-İş Konfederasyon üyesi) : 0,25%
- Medya-İş (HAK-İş Konfederasyon üyesi) : 1,39 %

(Avrupa Gazeteciler Federasyonu web sayfası, erişim tarihi: 2.8.2015)

Türk medya sektöründe 95 bin civarında işçi çalışmaktadır (televizyon, radyo, gazete, dergi ve yayın endüstrisi). TGS İstanbul Şube Başkanı Gökhan Durmuş, Türk-İş'e bağlı Basın İş'in 1800 civarı, Medya İş'in 1200 civarı, TGS'nin 1050 civarı ve Disk BASIN İş'in 400 civarında üyesinin olduğunu ifade etmektedir. Toplamda 5000'e yakın basın işkolunda çalışan sendikalı olduğunu ama Türk-İş'e bağlı Basın İş'in çalışanlarının matbaa işçisi olduğunu söylemektedir. Disk'e bağlı Basın İş'in 450 kadar üyesi olduğunu, bunun 50 kişisinin gazeteci, gerisinin matbaa işçisi olduğunu ifade etmektedir. Medya İş'in 1200 üyesi olduğunu, AA dışında çok gazeteci üyeleri olmadığını söylemektedir. Devlet Malzeme Ofisi, Başbakanlık Malzeme Ofisi gibi matbaa işçilerinin de, iktidar desteğiyle birlikte Basın İş Sendikası'ndan koparılıp örgütlendiğini iddia etmektedir. Toplamda gazeteci üyelerin 2500'ü geçmeyeceğini söylemektedir (Gökhan Durmuş, kişisel görüşme, 21.02.2015). TGS ve Medya-İş özellikle Anadolu Ajansı'nda gazetecileri kendi sendikalarına üye yapmak konusunda rekabet etmektedirler. Bu iki sendika daha detaylı olarak aşağıda incelenecektir.

3.2.7.3. Türkiye Gazeteciler Sendikası

TGC 10 Haziran 1946'da Türkiye'deki Gazetecilik Cemiyetlerinin bir araya gelmesi ile kurulmuştur.5953 nolu yasaya dayanarak 1952 Haziran ayında sendika kurulmasına, izin çıkmış, çalışanların ve işverenlerin ayrı ayrı sendika kurmasına izin verilmiştir. Türkiye'de Sendikalar Kanunu'nda milli sendika kurulması olanağını sağlayan değişikliğin yapılmasından sonra, İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın 30 Eylül 1963 günü toplanan olağan genel kurulunda sendikanın adı Türkiye Gazeteciler Sendikası olarak değiştirilmiştir. Toplu iş sözleşmesi, lokavt, grev gibi yetkiler ise 1963'te Bülent Ecevit'in Çalışma Bakanlığı döneminde, Sendika, Toplu İş Sözleşmesi yasaları ile sağlanmıştır. TGS ile Türkiye Gazete Sahipleri Sendikası, ilk toplu sözleşmeyi 1963'ün Ekim ayında imzalamıştır.

Başlangıçta sadece 212 sayılı Kanuna tabi olan basın mensuplarının üye olabildikleri Türkiye Gazeteciler Sendikası, bütün basın emekçilerini kapsayacak biçimde örgütlenme çabalarına 1969 yılında başlamıştır. TGS 1980 sonrası *Günaydın, Sabah, Türkiye* gibi gazetelerde örgütlenme girişimlerinde bulunmuştur. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın resmi istatistiklerine göre 1994 yılında sektörde çalışan 6 bin 919 gazetecinin 4 bin 454'ü sendikalıydı. Sendikalaşma oranı %64.37 idi (Girgin'den aktaran, Uçak, 2011: 393).

1960'lı yıllarda sendika kurma, toplu sözleşme, grev gibi yasal haklarını alan gazeteciler 1980'li yıllarla birlikte daha zorlu bir süreçle karşılaşmıştır. Bu süreç yeni liberal politikaların ABD gibi tam kapitalist ülkeler örneğinde olduğu gibi Türkiye'de de uygulamaya konulmasıdır. 1980 sonrası dönemde sosyal devlet anlayışı şiddetle eleştirilmiş ve "her şeyi devletten beklemeye alışmış" bir milletin piyasayla terbiye edilmesi görüşünün benimsendiği bir dönem olmuştur (Buğra'dan aktaran Uçak, 2011: 384).

TGS eski genel başkanı Ziya Sonay basında sendikasızlaştırmanın 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası başladığını ifade etmektedir. O dönemde Adana, Eskişehir, Bursa, İzmir ve İstanbul'da 30 işyerinde toplu sözleşme yapabiliyorken Sonay, 1980 darbesiyle çıkan yasayla iş kollarının değiştiğini söylemektedir. Daha önce basında çalışanlar da (matbaa, gazete, ajans vb.) TGS'ye üye olabiliyorken 1983 yılında çıkan 2821 sayılı Sendikalar Yasası sadece gazetecilerin bu sendikaya üye olmasına izin verince, üye sayısının üçte bire düştüğünü ifade etmektedir. (Karahisar, 2006: 78).

1982 Anayasasından sonra çıkarılan Sendikalar Yasası, Toplu Sözleşme Yasası gibi yasalar sorunları çözmekten ziyade arttırmıştır. Yeni sendikalar yasası ile işyeri sendikacılığı yerine işkolu sendikacılığının getirilmesi basın alanında çalışan, üreten kol işçilerinin basın sendikalarının dışına itilmesine yol açmıştır. Bu durum sendikal büyümeyi yavaşlatmış hatta durdurmuştur. İşkolu sendikacılığına göre 27 numaralı iş kolu olan gazetecilikte matbaa işçilerinin kapsam dışı bırakılması, Türkiye Gazeteciler Sendikası dışında Basın-İş Sendikasının kurulması sonucunu doğurmuştur (Yücedoğan, 2000: 137). Basın-İş kolu dendiğinde gazetecilik, basın yayın ve basımın bir bütün olarak düşünülmesi gerekmektedir.

Gazete, dergi ve ajanslar dışında matbaa gibi işyerlerini de kapsayan bir örgütlenme düzenine giren TGS, 2821 sayılı Sendikalar Yasası ve bu yasaya göre hazırlanan İşkolları Tüzüğü nedeniyle yalnızca gazete, dergi ve ajans işyerlerinde örgütlenme konusunda yetkili olmuş, matbaa işyerleri 27 numaralı Gazetecilik İşkolu dışında kalmıştır. 1 Nisan 1995 tarihinde toplanan TGS Olağanüstü Genel Kurulu'nda, radyolar ile televizyonların haber birimlerinde çalışanların da sendikaya üye olabilmeleri için ana tüzükte değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklikten sonra, TGS Yönetim Kurulu, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na başvurarak, özel radyo ve televizyon çalışanlarının 27 numaralı Gazetecilik İşkolu'na dâhil edilmesini istemiştir. Resmi Gazete'nin 10 Nisan 1996 tarihli sayısında yayımlanan tüzük değişikliği ile sendikanın örgütlenme alanı genişletilmiştir (tgs web sayfası, erişim tarihi: 10.8.2015).

2002 Kasım seçimleriyle iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi medya alanına doğrudan müdahale etmiştir. TGS ile hükümetin politik bakışlarının karşı kutuplarda olması ve TGS'nin iktidara muhalif bir çizgi izlemesi, uzun ve tartışmalı toplu sözleşme görüşmeleri, karşılıklı hak ihlali suçlamaları ve TGS üyelerinin AA yönetimini ve dolayısıyla hükümeti, mobbing, erken emeklilik baskısı, liyakata aykırı ödüllendirme ve kayırma suçlamaları ile 2011 yılından itibaren sendika ve hükümet ilişkileri sıkıntılı bir süreç izlemiştir.

Bu dönemde Anadolu Ajansı'nda temsil yetkisi olan TGS ile iktidar arasında 2012'ye kadar gerilimler olmuş ve sonunda yeni bir sendika kurdurularak TGS, AA'nda çoğunluğu kaybetmiştir. Bu yeni dönemi TGS İstanbul Şube Başkanı Gökhan Durmuş şöyle anlatmaktadır:

> Medya kuruluşlarından TGS tasfiye edildikten sonra, son AKP iktidarı döneminde Anadolu Ajansı'nda da sıkıntılar baş göstermeye başladı. En son toplu sözleşme dönemi bayağı zor geçti. Zorunlu olarak imzaladılar ama imzaladıkları zaman, "bu sendika olmayacak bir dahaki dönem" gibi yöneticiler tarafından ifadeler kullanılarak TGS'nin AA'dan tasfiye süreci başladı. Bunun bir kaç nedeni vardı. En önemlisi o dönem, cezaevinde çok sayıda olan gazeteciye TGS'nin sahip çıkmasıydı. Dönemin başbakanı Tayyip Erdoğan "cezaevlerinde gazeteci yok" derken, TGS "cezaevlerinde 100 gazeteci var" diyordu. Özellikle hem Türkiye, hem dünya ölçeğinde yürüttüğümüz kampanyalar sonucunda Başbakan'da cezaevinde gazeteci olduğunu kabul etmeye başladı. Bu kez işte "beş tane, on tane var, on beş tane var"a gidince, TGS'den bir intikam alması gerekiyordu. Çünkü Türkiye ve özellikle dünyadaki itibarı açısından ciddi bir yara aldı. Basın özgürlüğü konusunda sendikamızın yürüttüğü bu çalışma, kampanyalar AA'dan tasfiye edilmemize neden oldu... Bugün

> Gazeteciler Özgürlük Platformu'nun kurulması, 90 tane örgütün bir araya getirilmesi, o dönem yapılan eylemlerde TGS'nin katılımı, eylemleri örgütlemesi, bunların sonucunda cezaevlerindeki meslektaşlarımız tahliye edildiler (G. Durmuş, kişisel görüşme, 21.02.2015).

Orhan Erinç TGS'nin muhalif yapısından AA yönetiminin ve dolayısıyla iktidarın rahatsız olduğunu, son yaşananların bu bakış farklılığından kaynaklandığını düşünmektedir:

> İlk kez doksan üç (93) meslek örgütü, "gazetecilere özgürlük platformu" kurdu. İki aylık dönemlerde başkanlık dönüşümlü olarak üstleniliyor. TGS'ın başkanı da dönem başkanlığı üstleniyor. TGS Genel Başkanı aynı zamanda AA'ın çalışanı. Bildiğim kadarıyla AA yönetimi, kendi çalışanlarının bu yaklaşımından rahatsız oldular. İktidarın medyaya ve yayınlara bakışı açısından eleştiri "yasak " değil ama "kötü" diye nitelendirdiği bir bakış açısı. O nedenle AA yönetimi ile sendika arasında bir sürtüşme günün koşullarına göre oluştu. Bazı meslektaşlar TGS'den ayrılıp, Medya İş adı altında örgütlenmeye gittiler (O. Erinç, kişisel görüşme, 18.5.2012).

Hükümetin TGS'yi AA'dan çıkarmak istemesinin diğer bir sebebi olarak da işçi maliyetlerini düşürmek niyeti olduğu ifade edilmektedir. Sendika, maliyetleri arttıran, işçilik, fazla mesai, ikramiye, kıdem vb. ile ilgili bir unsur olduğu için genel olarak işverenlerin kendilerini kısıtlanmış hissettikleri ve istemedikleri bir kurumdur. Anadolu Ajansı'nda yönetimin siyasi tercihler yanında maliyetleri arttırıcı özelliği nedeniyle sendikayı zayıflatmaya çalıştığı düşünülmektedir. Nitekim 2011 yılından itibaren sendikalıların erken emekli edilmesi konusunda, AA yönetimi tarafından yoğun çaba sarf edildiği, AA ajansı çalışanları tarafından iddia edilmektedir.

> Emeklilik operasyonu tekrar gündeme gelince çalışanların sisteme girişi engellendi. Başka servislere gönderildi. Kendi haberlerine, özel haberlerine dokunamadılar. Pasifleştirildiler, özel haber için hafta sonu evinden işe çağırılan muhabirin haberine erişmesini engellediler. İşveren baskısı bir taraftan, diğer taraftan birlikte çalıştığı insanların birbirine güveni zedelendi. Emekliliği gelen insanlar dışlandı. Çorap söküğü gibi gerisi geldi. 80 dolayında emeklilik dilekçesi 4 Ekim tarihine istendi. Böylece 1 Ekim itibariyle yapılan zamdan yararlanmış oldular. Önce bazı arkadaşların "yönetimin isteğiyle " diye yazarak verdiği emeklilik dilekçelerini yönetim kabul etti, sonra reddetti. Kendi isteğiniz ile emekli olacağınızı yazın yoksa dilekçeleriniz kabul etmeyiz dediler. Yapmazsanız, emekli olamazsınız, işe gelip gidersiniz, size iş yaptırtmayız dediler. Yıllık izninizi hemen 4 Ekim'e kadar kullanın, bitmezse biz kalan izin paranızı vereceğiz dediler. Haberleri yayına verecek insan kalmadı. Emekli dilekçesi vermeyen insanları Van'da depreme, Irak, Somali'ye göndermekle tehdit ettiler. Bazılarını gönderdiler ve bu kişilerin yaptıkları haberleri yayına koymadılar. Dilekçe vermeyen bazı kişilerin tazminatsız iş akitlerini feshettiler. Şam muhabiri dâhil görevini ihmal ettiği gerekçesiyle tutanak tutturup işten attılar. Baskı, mobbing, emekliliğe zorlama, çalışma saatlerinin uzaması,

> gereksiz yere tazminatsız işten atma, il dışına rızası olmadan tayin etmeler yaşandı (E. İpekçi, kişisel görüşme, 23 Mart 2012).

Sendika şemsiyesi altında fikir işçileri çok daha iyi ekonomik ve sosyal haklara sahip olabilmektedir. Toplu sözleşme hakkı ile işçiler işveren karşısında daha fazla söz hakkına sahip olabilmekte ve şartları işveren ile görüşerek oluşturmaya kalkabilmektedir. 4857 İş Kanunu ve 5953 sayılı Basın İş Kanunu'na göre toplu iş sözleşmelerinin işçi açısından gerek ikramiye, kıdem tazminatı ve fesih kararı, haftalık ve günlük çalışma süresi, gerekse izin hakları bakımından daha avantajlı olduğu görülmektedir (bkz.Ek.2)

2015 yılı başlarında TGS'nın üye sayısı, yaptığı yeni "özgür üyelik" ve 5N+1K+1S kampanyası ile baraj olan %1'i geçer hale gelmiştir. Şu anda sendikanın üye sayısı 1050 civarındadır. Türkiye'de işsizlik medya sektöründe çok yaygındır ve bir yıl işsiz kalan gazeteci üyelikten düşmektedir. Bu nedenle TGS her ay ortalama 50-60 yeni üye kaydı yaparken, bir o kadar üyeyi de kaybetmektedir.

3.2.7.4. Medya İş Sendikası

Yukarda da değinildiği gibi, TGS ile AA yönetimi ve hükümet arasındaki gergin ilişkiler, 2012 yılında kopma noktasına gelmiş ve AA'da yönetimin de desteğini alan Medya İşçileri Sendikası kurulmuştur. Medya İşçileri Sendikası (Medya İş) 9 Mart 2012 tarihinde resmiyet kazanmıştır. TGS'den ayrılan 315 üyenin kurduğu Medya İş'e karşı TGS yönetimi, hükümete yandaş olmak ve sarı sendikacılık yapmak gibi iddialarda bulunmuştur.Medya İş Sendikası Genel Başkanı Gürsel Eser'in maaşına son birkaç ayda defalarca artış yapıldığı, AA Genel Müdürü Kemal Öztürk'ün bununla da yetinmeyerek Medya İş Sendikası Genel Başkanı'nın AA Ekonomi Servisi'nde çevirmen olarak çalışan eşinin maaşını da aynı kıdemde bulunan diğer muhabirlerin maaşlarının üç katına çıkarttığı iddia edilmektedir (sendikal.org web sayfası, 29.03.2012, erişim tarihi: 12.08.2015).

Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın (TGS) Medya İş Sendikasına ilişkin iddialarını şiddetle reddettiklerini belirten Medya İş Sendikası Başkanı Gürsel Eser, Anadolu Ajansı'nın web sayfasında yayınlanan haber ile TGS'ı iddialarını ispatlamaya çağırmaktadır:

> TGS'nin kabul etmek durumunda olduğu bir başka gerçek de Türkiye'de kapılarını sendikal örgütlenmeye açan en büyük medya organının Anadolu Ajansı olduğudur. Ajans çalışanlarının iki sendikadan birini tercih etme özgürlükleri bulunmaktadır. Bu noktada Medya İş olarak bizim yaptığımız kendimizi anlatarak farkımızı ortaya koymaktır. Her yöneticimiz, her üyemiz, her zaman ve zeminde bunu yapma hakkına sahiptir. Aynı şey TGS için de geçerlidir. Sonuçta tercih tamamen ajans çalışanlarınındır." Kuruluşunun üzerinden henüz iki ay bile geçmeyen Medya İş'in üye sayısının 500'e ulaştığına işaret eden Eser, bugünkü üye sayımız, AA çalışanlarının tercihinin bizden yana olduğunu çok açık şekilde göstermektedir demektedir (Anadolu Ajansı Medya İş Haberi, 9 Mayıs 2012, erişim tarihi: 11.01.2015).

Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Yasa Tasarısı 2012 Ekim ayında TBMM'de gündeme gelmiş ve değiştirilmiştir. Atilla Özsever, AKP'nin verdiği önergelerle "yandaş sendikacılığın" alt yapısının hazırlandığını iddia etmektedir. Yasa tasarısında kademeli baraj getirilerek Ekonomik ve Sosyal Konsey'e üye konfederasyonlara bağlı işçi sendikaları için öngörülen yüzde 3'lük işkolu barajının, Ocak 2013'ten Temmuz 2016'ya kadar yüzde 1, Temmuz 2018'e kadar ise yüzde 2 olarak uygulanacağını ifade etmektedir. Bundan sonra ise barajın yüzde 3 olacağı açıklanmıştır (sendika1.org haberi, 19.10.2012, erişim tarihi 11.07.2015).

Bu yasa değişikliğinin iktidar yanlısı yeni kurulan sendikaların baraj sorunuyla karşılaşmaması için yapıldığını iddia eden Özsever, 15 Eylül 2012 tarihine kadar kurulmuş ve Ekonomik ve Sosyal Konsey'e üye konfederasyonlara bağlı sendikalar için Ocak 2013'e kadar olan yüzde 1'lik barajın geçerli olmayacağını söylemektedir. Bu üç aylık sürede işkolu barajının sıfır olarak kabul edildiği, bu durumda TGS'den ayrılanların kurduğu Medya-İş Sendikası ile birlikte Öz Büro-İş, Öz Petrol-İş, Öz Orman-İş ve Öz-İş gibi sendikaların Hak-İş konfederasyonuna üye olarak üç ay için herhangi bir baraj sorunu ile karşı karşıya kalmayacaklarını ifade etmektedir (sendika1.org haberi, 19.10.2012, erişim tarihi: 11.07.2015).

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürlüğü, TGS'nin Medya İş'in AA için toplu sözleşme yapabilme yetkisine yaptığı itirazları karara bağlayan ve reddeden Ankara 9. İş Mahkemesi Hâkimliği ve ardından Yargıtay 22. Hukuk Dairesinin kararları kesinleştikten sonra, AA'da toplu sözleşme yapabilme yetki belgesini, 5 Şubat 2014 tarihinde Medya İş'e vermiştir. Bu gelişme üzerine, Medya İş Genel Başkanı Gürsel Eser sendikacılığı geliştireceklerini, sadece Ankara ve İstanbul'dan ibaret görmeyeceklerini ve her zaman üyelerin yanında olacaklarını ilan etmiştir (medya iş haberi, erişim tarihi 12.08.2015).

3.2.7.5. Sendikal Güven ve Etkinlik

Sektörde işsizlik en önemli problemdir. Diğer sektörlerde işsizlik oranı %9.9 olmasına karşın, gazetecilikte işsizlik oranı %31 civarındadır. Basın sendikası üyeleri işten atıldığında üyeliklerini kaybetmektedir. Düşük ücretler bir diğer büyük problemdir. Türkiye Anayasası her ne kadar çalışanların kendi istekleriyle sendika üyesi olma ve ayrılma hakkını teyit ediyor ise de toplu iş sözleşmeleri ve grev konusu özellikle medya sektöründe kolay bir konu değildir. TGS Genel Sekreteri Mustafa Kuleli'nin deyişiyle; "Endüstri bölgelerinde mavi yakalı işçilerin %10 üzerindeki sendikal üyelik oranı ile beyaz yakalı işçilerin %1.5 üyelik oranı farkı çarpıcıdır". Birçok sosyolojik ve ekonomik nedenler belirtilse de esas nedenin sendikaların üyelerinin ihtiyaçlarına yanıt verememesi olduğu görünmektedir. Genç üyeler ile görüşüldüğünde sendikaların 1970'lerden kalan yapılar olduğunu, yaşlılar tarafından işgal edildiklerini, 21.yüzyılın ihtiyaçlarına yanıt veremediklerini söylemişlerdir(Avrupa Gazeteciler Federasyonu web sayfası, erişim tarihi: 2.8.2015).

İşsizlik baskısı, sendikal hareketi önemli biçimdesınırlamaktadır. İşsiz sayısı arttıkça sendikal hareket güç kaybetmektedir. Çünkü yasal olarak gazetecilerin sendikada üye olarak kalabilmesi için çalışıyor olması gerekmektedir. Kısmi ve taşeron çalışma biçimleri son yıllarda başta yeni medya olmak üzere geleneksel medyada da yoğun olarak kullanılmaya devam etmektedir. Sendikal örgütlenme Anayasal bir hak olmasına karşın, Türkiye medya sektöründe fiili olarak kullanılması istenmemekte ve başlıca işten çıkarma nedenlerinden birisi olarak görünmektedir. (Karahisar, 2006: 81-82).

Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Başkanı Uğur Güç,29 Haziran 2015 tarihinde Gazeteciler Özgürlük Platformu'nun düzenlediği toplantıda "Sendikal özgürlük istediklerini" söylemiştir:

> Gazete ve medya şirketlerine el konulmasının engellenmesini istiyoruz. Bu önceki ihale süreçlerinin gözden geçirilip bu grupların ihale süreçlerinin tekrar ele alınmasını istiyoruz. Sendikal özgürlük istiyoruz. Bir gazeteci meslek örgütüne üye olmalı. Grev ve Lokavt Kanunu'nun da yenilenmesini istiyoruz. Greve çıkan işçiler korunamıyor. Greve çıkan işçiler, örgütlenen işçiler hala işten atılıyor. Gazeteciler, mesailerinin çoğunu adliyede harcamaya başladılar. Basına açılan davaların bir an evvel geri çekilmesini, özellikle hakaret davalarının düşürülmesini istiyoruz. Basın savcılarının iktidar gölgesinden kurtularak kendi iradeleriyle iş yapmalarını bekliyoruz. Hükümlü olan gazetecilerin,

> serbest bırakılmasını istiyoruz (TGS web sayfası, 29 Haziran 2015, erişim tarihi 14.08.2015).

Türkiye'de hükümetin sendikacılığa karşıtlığı, 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında yapılan 1982 Anayasa'sının özgürlükleri kısıtlayan ruhu, medya işverenlerinin kendi çıkarlarına ters olduğuna inandıkları sendikaya karşı direnç göstermeleri bir yana, bir diğer önemli problem sendikaların iyi yönetilememesidir. Türkiye sendika kültüründe problem olduğu ve sendikaların yeterince güçlü olmadığı için üyelerini koruyamadığı ifade edilmektedir. Sendikanın başına gelen profesyonel sendikacıların hizmet etmek yerine getiri kapısı olarak sendikayı gördükleri iddia edilmektedir:

> Ben elimden geleni yaptım, başkası daha iyi yapar diyerek önünü açmak yerine, yapabileceklerin önünü kapamaya giden bir sendikal kültürümüz olduğu için biz de maalesef Avrupa'ya göre sendikal örgütlenme oranları çok düşük. Görüştüğümüz Avrupa'daki Basın işkolunda da benzer bir durum var. Örgütlülük oranları %95. İki tane farklı sendika var mesela amaikisinin toplamı %95. Neredeyse yarı yarıya hale gelmişler ve sendikacılık yapılıyor. Danimarka sendikasının başkanı gelmişti, "en son ne zaman greve çıktınız", diye bir soru sordum. "Yanlış hatırlamıyorsam 94 yılıydı" dedi. "94 Yılından beri hiç iş uyuşmazlığına gitmediniz mi?" dedim. Her sözleşme dönemi uyuşmazlığa gidiliyor, ama grevden önce anlaşma sağlanıyor. Nasıl yapılıyor pekiyi dedim. "Bizde grev fonu var" dedi. "Sendika, harcamalarını gelen aidatlardan harcar, geriye kalan kalemler direkt grev fonuna gider. Biz bu miktarı ilan ederiz.Grev fonunda ne kadar para olduğuaçıktır. Ve bizim grev fonunda tam 3 milyon Euro vardedi. "Böyle bir para olduğu için işverenler bunu bir tehdit olarak kabul ediyor. Greve giderlerse bu parayı çalışanlara verir zaten, grev de sürer gider diyerek sözleşmeyi imzalıyor işverenler''dedi (G. Durmuş, kişisel görüşme, 21.02.2015).

Sendikalar daha çok emek yoğun sektörlerde ağırlıklı olarak görev yapmaktadır. Fikir işçisi olarak kabul edilen ve genellikle orta-yüksek vasıf özellikleri taşıyan gazetecilerin artışı sendikalara sayısal olarak katkı yapmamaktadır. Gazetecilik mesleğinin bireysel ve rekabetçi yapısı, gazeteciler arasındaki gelir adaletsizliği ortak tavır almayı zorlaştırmaktadır. Mevcut mülkiyet yapısı ve gazetecilerin örgütsüzlüğü, işten çıkarmalar karşısında etkisiz kalmalarına yol açmaktadır (Karahisar, 2006: 82).

Matbaa işçilerine oranla gazetecileri ikna etmenin daha güç olduğu ifade edilmektedir. Rekabet, ayak kaydırma kültürü, herkesin önder olma çabası, birlikte hak aramak yerine bireysel ilişkilere ağırlık verilmesi olumsuzluklar olarak sıralanmaktadır. Aynı işi yapan, yan yana çalışan kişiler arasında bile farklı çalışma yasalarına göre ücret uygulanmaktadır. Çalışmanın saha araştırması bölümünde

ayrıntılandırılacağı üzere çalışanlar arasında işletme mantığının dışında, gelir farklılıkları, bireysel ilişkilerle özlük haklarının farklı uygulanması, gazeteciler arasında birlik ve dayanışma ruhunu zedelemektedir.

Genel olarak toplumda var olmayan mücadele geleneğinin gazetecilerde hiç olmadığı gözlenmektedir. İsteklerini toplu olarak dile getirme, toplu olarak hareket etme ve haklarını iyileştirme çabasının olmadığı iddia edilmektedir. Ekonomik korkuların etkili olduğu kabul edilmekle birlikte, ideolojik nedenlerin de bu konuda rol oynadığı ifade edilmektedir. Gazetecilerin kendilerini çalıştıkları kurumla çok fazla özdeşleştirdikleri ve özellikle küçük işletmelerde profesyonel gelir ve kazancı dikkate almadan ideal uğruna gazetecilerin çalıştıkları ve örgütlülüğü düşünmedikleri de söylenmektedir (İpekçi'den akt. Karahisar, 2006: 83).

Basın gerçekten çelişkilerle dolu bir meslektir. Gazeteci bir anlamda tanıklık ettiği gerçekleri aktaran kişidir. Yaptığı bu iş için para almaktadır. Bu meslek dalında çalışanların da yaşadığı en büyük ikilem bu noktada başlamaktadır. Karşısında bir işveren olan gazeteci haberlerini oluştururken kendi bilincini ve vicdanını kullanabilmek için yasal bir güvenceye her meslekten daha fazla gereksinim duymaktadır. İş güvencesinin bulunmadığı, iş güvenliği yalnızca patronunun insiyatifine kalmış bir ortamda çalışan gazetecinin özgürlüğünden ve çalışma koşullarının niteliğinden söz etmek güçtür. Demokratik bir rejim güvencesi her ortamda olduğu gibi bu ortamda da olmazsa olmaz niteliktedir (Yücedoğan, 2000: 141).

4. TELEVİZYON HABERCİLERİNİN ÇALIŞMA KOŞULLARINA İLİŞKİN SAHA ÇALIŞMASI

Televizyon haberciliğinde üretim süreci, merkezde editörler, istihbarat şefi, haber müdürü, haber yayın yönetmeni, canlı yayın ekipleri, ışıkçı, sesçi, teknik yönetmen, yönetmen, stüdyo ve haber rejisinde reji personeli olmak üzere onlarca kişinin rol aldığı karmaşık bir süreçtir. Haber değer zincirinde ilk ve en önemli halkalar olduğu için, haber üretim sürecinin istihbarat edimi, kaynağa ulaşım ve verilerin elde edilmesi, derlenmesi, metnin yazımı ve elde edilen verilerin düzenlenmesi süreçlerinin içinde aktif olarak bulunan muhabir ve kameramanlar konumuzun özneleridir. Haberin ekonomi-politiğinin etkisinin anlaşılmasında muhabir ve kameramanlar, diğer haber üretim sürecinde görev alan personele göre farklı bir konum işgal etmektedir. Bunun nedeni yalnızca kurumsal hiyerarşik düzen içinde görevleri gereği çalışma ilişkileri değil, aynı zamanda kurum dışında yerel, ulusal ve uluslarası çevrelerle ilişkileri ve gazetecilik bağlantılarıdır.

Haber merkezleri ve ajanslarında görev alan tüm çalışanları bağlayan ve ilgilendiren tüm kurumsal politikalar, muhabir ve kameramanlar için de geçerlidir. Ne var ki gazetecilik meslek özellikleri gereği hem muhabir ve kameramanların görev ve yetkilerini, hem de etkileme ve etkilenme alanını genişletmektedir. Toplumu ilgilendiren haberleri yapabilme çabası, aynı zamanda alanda haber çevresi oluşturma ve sosyal ilişkilerin zenginleşmesine neden olmaktadır. Bu nedenle muhabir ve kameramanların ekonomi-politiğinin incelenmesi, Türkiye'de ister istemez siyaset kurumu, medya işverenleri, reklamverenler, sendikalar ve gazetecilerin sorunlarına odaklanılmasını da beraberinde getirmektedir.

Haberin ekonomi politiğini inceleyerek, medya işletmesinin etkilendiği ekonomik, siyasal, sosyal ortamın ve ilişkilerinin medya çalışanlarını, gazetecileri, muhabir ve haber kameramanlar özelinde nasıl etkilediğini ve üretilen ürünün bundan nasıl etkilendiğini ortaya çıkarmak, habercilerin çalışma koşullarından yola çıkarak günümüz habercilik ortamını tanımlamak amacımızdır.

Toplumun üretilen enformasyonu doğru ve eşit biçimde alabilmesi, toplumsal sorunları tartışabilmesi, kendi kendisini yönetebilmesi kısacası demokratik bir toplum yapısı oluşturabilmesi için bağımsız, ezilenlerin ve azınlıkların seslerine kulak veren bir haber üretimi gerekmektedir. Bu anlamda haber üretiminin en önemli basamaklarından birisinde görev yapan muhabir ve kameramanların profesyonellikleri, mesleğe bakış açıları, çalıştıkları kurumla yaşama bakış yönlerinin uyumlu olması, ekonomik, sosyal koşullar doğrudan veya dolaylı yollardan üretilen ürüne yansımaktadır. Araştırma bu nedenle ekonomi-politik bir yaklaşımla üretim koşullarına yönlendirilmiştir.

Haber üretim sürecinde istihbarat elde etmek, kaynak ile ilişki kurmak, kaynağa ulaşabilmek ve verileri elde etmek, bu verileri en kısa sürede ve doğru biçimde metin ve sesli-görüntülü bir dosya şekline sokmak işlemlerinin ilk ve büyük sorumluluk yüklenen kısmı muhabir ve haber kameramanın görev tanımları içindedir. Bu bağlamda fiziksel değişimler, alanda karşılaşılan kişisel sorunlar, maddi ve manevi etkileşimler çalışma konumuzun odağındadır. Çalışan ekip sayısı, kullanılan teknolojinin uygunluğu, ulaşım ve ekonomik güç, haber üretiminde bağımsız davranabilme özgürlüğü, ajans veya televizyon kanalının çalışan personelinin arkasında ekonomik ve hukuki olarak durabilme, destekleyebilme gücü Türkiye'de sorun olan ve alanda çalışan ekiplerin haber üretimini doğrudan etkileyen unsurlardır. Bu nedenle bu probleme, çalışan habercilerin gözünden güncel, nitel ve nicel verilerle bakılması medya ekonomisi ve gazetecilik alanlarında problemlerin çözümüne katkı sağlayacaktır.

Bu saha çalışmasında aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır;

1. Türkiye'de ulusal televizyon kanallarında çalışan muhabir ve kameramanlar yeterli yasal korumaya sahip midir?
2. Muhabir ve kameramanların çalışma koşulları sağlıklı bir haber üretimi yapmalarına olanak vermekte midir?
3. Televizyon haberciliğinin sermaye yapısı ve tekelleşme eğilimi haber çalışanlarını nasıl etkilemektedir?
4. Siyaset Kurumu ile medya sektörü arasındaki ilişkiler haber çalışanlarını nasıl etkilemektedir?

5. Sendikasız ve güvencesiz istihdam koşulları haber çalışanlarını nasıl etkilemektedir?
6. Habercilerin saygınlığı ve ekonomik güçleri, değişen medya atmosferinden nasıl etkilenmektedir?
7. Haber çalışanlarının güvencesiz istihdam koşullarında çalışmasının nedenleri nelerdir?

4.1 YÖNTEM

Çalışmanın evreni olarak ulusal düzeyde yayın yapan haber ajansları, televizyonların Ankara ve İstanbul haber merkezleri belirlenmiştir. Saha çalışması iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Saha çalışmasının ilk aşamasında, ön çalışma olarak, anket çalışması yapılacak habercilerden yirmi haberciye anket formu gönderilmiş ve anket hakkındaki görüşleri alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda gözden geçirilen anket formu, örneklem olarak belirlenen, alanda halen çalışmakta olan farklı unvanlardaki 1200 haberciye e-mail ile ulaştırılmıştır. Anket formlarına, 50 muhabir ve 50 kameramandan olmak üzere toplam 100 haberciden yanıt alınmıştır. Habercilerin işverenden çekinip, anketi yanıtlamaktan kaçınmaması için ve sorularımız kurum bazında değil genel olduğu için çalışılan kurum ismi sorulmamıştır. Anket çalışması Mart-Nisan 2014 tarih aralığında gerçekleşmiştir.

Habercilerin çalışma koşullarını tespit etmek amacı ile hazırlanan ankette toplamda seksen üç soru yer almaktadır. Anket içeriğinde, demografik yapı, çalışma koşulları ve tutum, algı ölçümünü gerçekleştiren sorular yer almaktadır. Kişi ve çalıştığı kurum hakkında genel bilgiler soru grubunda, yirmi iki soru bulunmakta, haber profesyonelinin yaşı, cinsiyeti, öğrenim düzeyi, basın işletmesindeki görevi, aylık kazanç seviyesi, iş yasalarına göre çalışma biçimi, sendikalı olup olmadığı, haftada kaç saat çalıştığı ve çalışırken herhangi bir kaza veya hastalık geçirip geçirmediği sorulmaktadır. Haber muhabirliği ve kameramanlığının niteliklerini çalışanların bakış açısıyla anlamak için otuz soru sorulmuştur. Bu sorularda habercilerin mesleklerinin çalışma koşullarını nasıl tanımladıkları, iletişim teknolojileri ve meslek eğitimleri konusunda kendilerini nasıl gördükleri irdelenmektedir. Sendika konusunda yaklaşımları, basın sektöründe istihdam sorununun nedenleri soru gruplarıyla, bütün süreçler analiz edilmeye çalışılmıştır.

Haber sektörünün başlıca problemleri konu başlığı ile sorulan sorularda, habercilerin; tekelleşme, siyasetin etkisi, reklamverenlerin etkisi, mesleğin saygınlık kaybı konularında ne düşündükleri irdelenmektedir.

Saha çalışmasının ikinci aşamasında, derinlemesine görüşme tekniğiyle deneyimli habercilerle yüzyüze görüşülmüştür. Bu aşamada, haber sektöründe fiili olarak çalışmaya devam eden, farklı haber ajansları ve haber kanallarında, haber merkezlerinde çalışan, farklı yaş, cinsiyetlerde olan, her biri on yılın üzerinde meslek deneyimi olanon haberci ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeden elde edilen bulgular ışığında çalışma atmosferi analiz edilmiştir. Haber sektöründe çalışmış ve halen çalışmakta olan muhabir ve kameramanlar ile yapılan görüşmeler çalışmaya ışık tutmaktadır.Gazetecilerin haber üretimindeki rolleri ve haber işini, iş süreci bakımından anlamak ve açıklamaya çalışmak için saha çalışmaları önemli veriler sağlamıştır.

Muhabir ve kameramanlar yanında konuyla ilgili olduğu düşünülen, farklı görevlerdeki kişilere de ulaşılmaya çalışılmıştır. CNN Türk eski haber müdürü Ali Güven ile kurum politikası, oto sansür, tekelleşme ve haber hiyerarşisi konularında derinlemesine görüşme yapılarak konu hakkında veri toplanmıştır. Sendikalar konusunda derinlemesine görüşme için TGS ve Medya İş sendikalarına başvurulmuştur. TGS'den olumlu yanıt alınmış İstanbul Şube Başkanı Gökhan Durmuş ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Medya İş Sendikası Genel Başkanı Gürsel Eser ise telefonla olumlu yanıt vermesine rağmen, görüşme yapmaktan kaçınmıştır. Sendikalar konusunda daha önce görüşme yapılan TGS Eski Genel Başkanı Ercan İpekçi ve TGC Eski Başkanı gazeteci Orhan Erinç'in görüşmelerinden yararlanılmıştır. Buna ilaveten yeni iletişim teknolojilerinin haberciliğe etkisi konusunda Kanal D teknik yönetmeni Ahmet Yiğit ve CNNTÜRK yapım müdürü Hakan Durmuş'un düşünceleri elektronik postayla alınmıştır.

Çalışmanın evreni ulusal kanallarda Ankara ve İstanbul haber merkezlerinde çalışan muhabir ve kameramanlardır. Haber merkezleriyle iletişime geçilmiş ve onlardan gelen yanıtlar kapsamında 813 muhabir ile 400 haber kameramanı, toplam 1213 haberciçalışma evrenini oluşturmuştur. Bunlardan yalnızca 100 tanesi (50 kameraman ve 50 muhabir) seçilerek,83 soruluk bir anket çalışması yapılmıştır. Daha sonra ankete katılan çalışanlardan gönüllü olan on kişi ile de derinlemesine görüşme yapılmıştır. Saha çalışması ulusal düzeyde muhabir ve kameramanların kendi çalışma yaşamlarına nasıl baktıklarını sergilemeyi amaçladığı için çalışma İstanbul ve Ankara haber merkezleri ile sınırlandırılmıştır.

Çalışma konusunun zorluklarından ilki, haber mecrasında süregelen habercilerin istihdam alanında hareketliliği nedeniyle, güncel verilerin sık sık değişmesidir. 5453 no'lu yasaya bağlı (Basın İş kanunu) habercilerin verilerinin toplandığı sarı basın kartlarının Türkiye'de verildiği kurum olan Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Ankara ve İstanbul'da toplam çalışan muhabir ve kameraman sayıları konusunda bilgi paylaşımı yapmamıştır. Bu nedenle muhabir ve kameraman sayıları, televizyonların haber merkezleri, Haber Kameramanları Derneği ve muhabir dernekleri aracılığıyla elde edilmiş, alanda çalışanşef kameraman ve muhabirlerin kontrolüyle az çok sağlıklı verilere ulaşılabilmiştir.

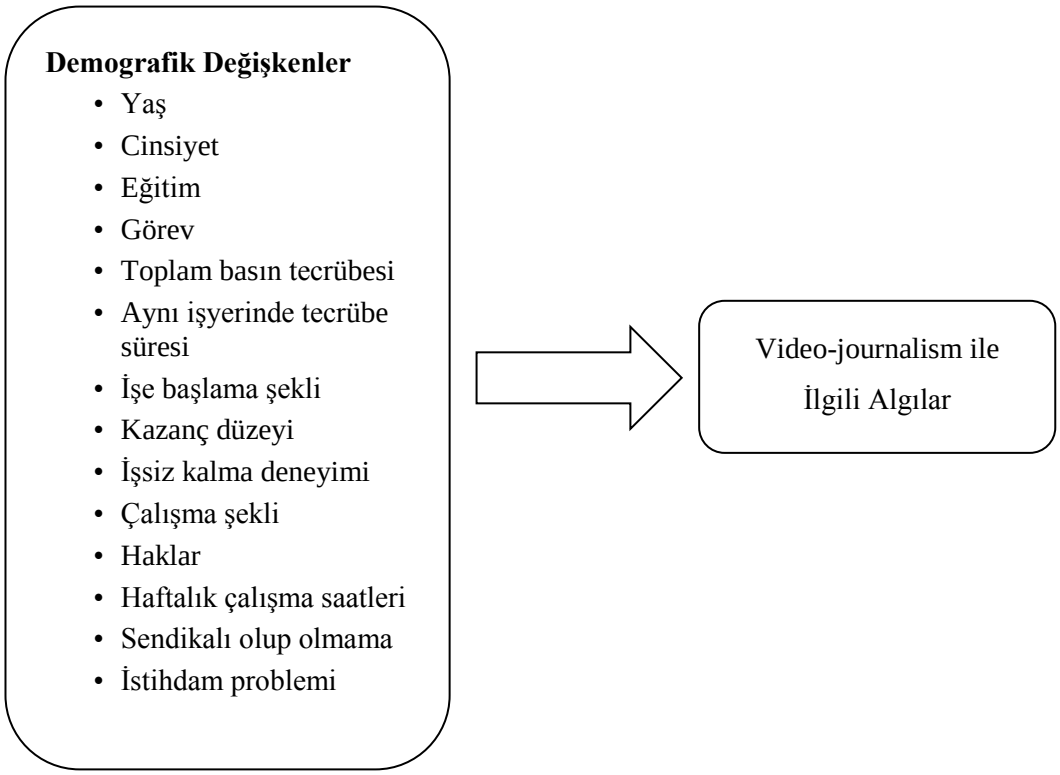
Aynı zorluk, derinlemesine görüşme için taleplerimize olumlu yanıt almak konusunda da yaşanmıştır. TGS İstanbul Şube Başkanı ile görüşme yapıldıktan sonra, Medya İş Genel Başkanı ile iletişime geçilmiş fakat talebe yanıt alınamamıştır. Burada bu konunun bir kere daha vurgulanmasının nedeni; tezimiz içinde önemli bir yer kaplayan muhabir ve kameramanların çalışma yaşamını etkileyen aktörlerden ikisi olan devlet/siyaset kurumu ve işverenlerin şeffaf bilgi paylaşımına yanaşmamaları, bu konuda çalışma yapmaya çalışan araştırmacılara yardımcı olmamalarıdır.

Tez çalışmasının araştırma kısmında Ulusal Tez Merkezi ve literatürdeyayınlanmış yüksek lisans ve doktora tezleri incelenmiştir. Her biri yayınlandıkları dönem için önemli veriler içermekte, kimileri sadece gazeteleri, kimisi ekonomi muhabirlerini ve bazıları kurumları analiz etmektedir. Çalışma sürecinde klasik medya içinde yer alan televizyon muhabir ve kameramanları çalışma alanlarında gözlemlenmiş ve kendileriyle de derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bizzat yeni iletişim teknolojilerini kullanan, dokunan, taşıyan, çözümleyen ve teknolojinin getirdiği olumlu, olumsuz etkileşimleri öznel olarak da deneyimleyen habercilerin kendi ağzından düşünceleri ve algıları aktarılmıştır. Gazeteciliğin ekonomi politiği, televizyonların kurumsal yapısı, habercilik içeriğine siyasetin etkisi vb. çalışmalardan bu tezi ayıran en önemli fark, habercilik teknolojisinin, sayısal iletişim teknolojisi aracılığıyla geleneksel yayıncılık anlayışını dönüştüren etkisi ve habercilerin çalışma yaşamındaki teknolojinin yerinin birinci ağızdan anlatımıdır.

4.2. NİCEL ANALİZLER

4.2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma kapsamında hem ilişkisel tarama modelleri hem de neden sonuç ilişkilerinin ele alındığı nedensel modeller kullanılmaktadır. Bu araştırmanın ilk kısmı ilişkisel tarama modeline uygun bir şekilde hazırlanmıştır. Tarama modeli "Geçmişte ya da şu anda var olan bir durumu, var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma modelidir. Bu modelde mevcut durumu olduğu gibi gözlemleyebilmek temel amaçtır." İlişkisel tarama modeli ise " iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında ortak bir değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelini" ifade etmektedir. Bu araştırmada, söz konusu modelin tercih edilmesinin nedeni ise var olan durumun yanivideo-journalism ile ilişkin algıların (bkz model 1) ve haberciliğin çalışma koşullarına ilişkin algıların (bkz model 2) demografik ve mesleki değişkenler açısından bir farklılık gösterip göstermediklerini olduğu gibi betimlemenin hedefleniyor olmasıdır.



Şekil 1: Video-journalism ile İlgili Algılara Dair Betimsel Tarama Modeli

H_{0a}: Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları yaş düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

H_{1a}: Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları yaş düzeylerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0b:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları cinsiyet düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

H_{1b}: Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları cinsiyet düzeylerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0c:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları eğitim düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1c:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0d:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları görev tanımlarına göre farklılaşmamaktadır

$H_{1d:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları görev tanımlarına göre farklılaşmaktadır

$H_{0e:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları toplam basın tecrübesine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1e:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları toplam basın tecrübesine göre farklılaşmaktadır

$H_{0f:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları aynı işyerinde tecrübe süresine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1f:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları aynı işyerinde tecrübe süresine göre farklılaşmaktadır

$H_{0g:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları işe başlama şekline göre farklılaşmamaktadır

$H_{1g:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları işe başlama şekline göre farklılaşmaktadır

$H_{0h:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalizm ile ilgili algıları kazanç düzeyine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1h:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları kazanç düzeyine göre farklılaşmaktadır

$H_{0i:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları işsiz kalma deneyimine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1i:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları işsiz kalma deneyimine göre farklılaşmaktadır

$H_{0j:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları çalışma şekline göre farklılaşmamaktadır

$H_{1j:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları çalışma şekline göre farklılaşmaktadır

$H_{0k:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları haklarını bilmesine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1k:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları haklarını bilmesine göre farklılaşmaktadır

$H_{0l:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları haftalık çalışma saatlerine göre farklılaşmamaktadır

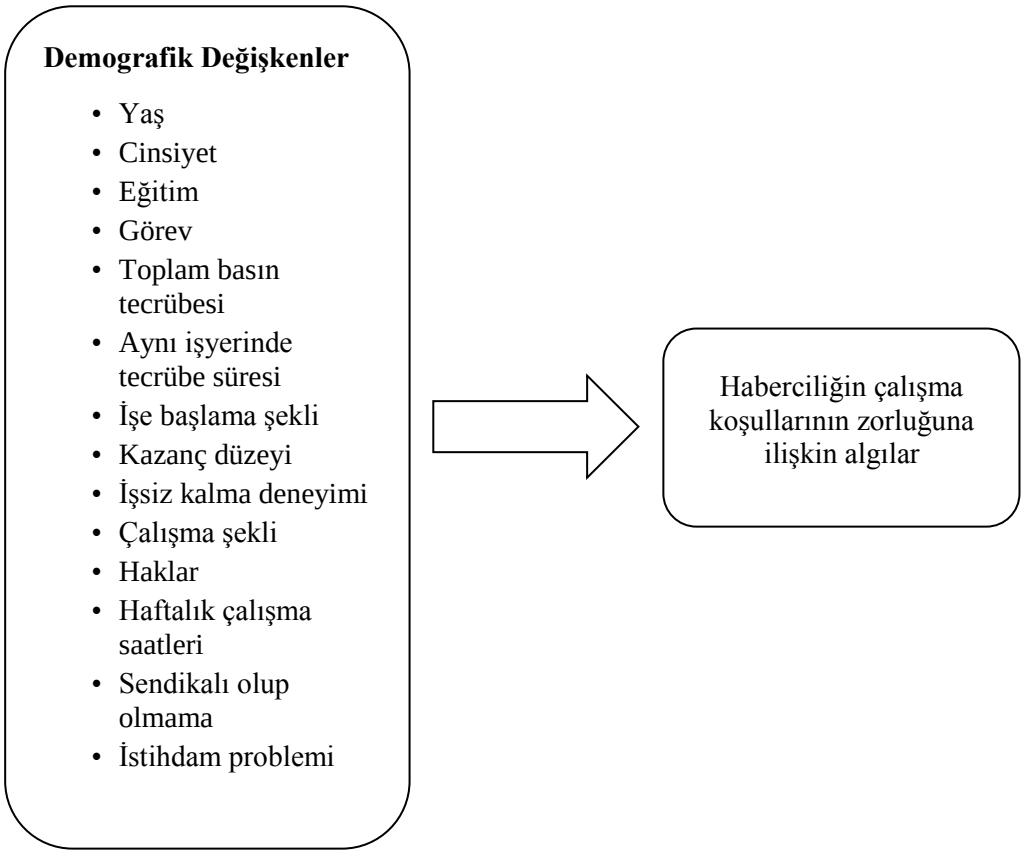
$H_{1l:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları haftalık çalışma saatlerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0m:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları sendikalı olup olmamalarına göre farklılaşmamaktadır

$H_{1m:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları sendikalı olup olmamalarına göre farklılaşmaktadır

$H_{0n:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları istihdam problemine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1n:}$ Basın sektörü çalışanlarının video-journalism ile ilgili algıları istihdam problemine göre farklılaşmaktadır



Şekil 2: Haberciliğin Çalışma Koşullarına İlişkin Algılara Dair Betimsel Tarama Modeli

H_{0a}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları yaş düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

H_{1a}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları yaş düzeylerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0b:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları cinsiyet düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

H_{1b}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları cinsiyet düzeylerine göre farklılaşmaktadır

$H_{0c:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları eğitim düzeylerine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1c:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır

H_{0d}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları görev tanımlarına göre farklılaşmamaktadır

H_{1d}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları görev tanımlarına göre farklılaşmaktadır

H_{0e}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları toplam basın tecrübesine göre farklılaşmamaktadır

H_{1e}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları toplam basın tecrübesine göre farklılaşmaktadır

H_{0f}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları aynı işyerinde tecrübe süresine göre farklılaşmamaktadır

H_{1f}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları aynı işyerinde tecrübe süresine göre farklılaşmaktadır

H_{0g}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları işe başlama şekline göre farklılaşmamaktadır

H_{1g}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları işe başlama şekline göre farklılaşmaktadır

H_{0h}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları kazanç düzeyine göre farklılaşmamaktadır

H_{1h}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları kazanç düzeyine göre farklılaşmaktadır

H_{0i}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları işsiz kalma deneyimine göre farklılaşmamaktadır

H_{1i}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları işsiz kalma deneyimine göre farklılaşmaktadır

H_{0j}: Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları çalışma şekline göre farklılaşmamaktadır

$H_{1j:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları çalışma şekline göre farklılaşmaktadır

$H_{0k:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları haklarını bilmesine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1k:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları haklarını bilmesine göre farklılaşmaktadır

$H_{0l:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları haftalık çalışma saatlerine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1l:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları haftalık çalışma saatlerine göre farklılaşmaktadır

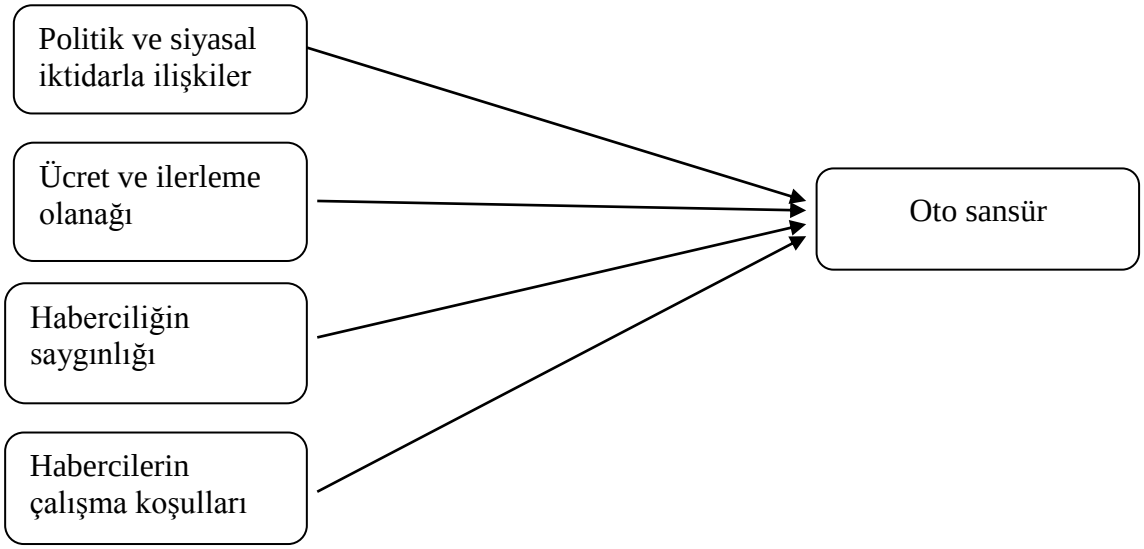
$H_{0m:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları sendikalı olup olmamalarına göre farklılaşmamaktadır

$H_{1m:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları sendikalı olup olmamalarına göre farklılaşmaktadır

$H_{0n:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları istihdam problemine göre farklılaşmamaktadır

$H_{1n:}$ Basın sektörü çalışanlarının çalışma koşullarına ilişkin algıları istihdam problemine göre farklılaşmaktadır

İlişkisel tarama modellerine ilaveten bu çalışma kapsamında öncüller olarak politik ve siyasal ilişkiler, ücret ve ilerleme olanağı, haberciliğin saygınlığı ve habercilerin çalışma koşullarının oto sansür algıları üzerindeki etkilerini ve yine öncüller olarak özel hayata yer kalması ve ücret ve ilerleme olanaklarının haberciliğin çalışma koşulları üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacı ile iki nedensel araştırma modeli kapsamında altı adet hipotez geliştirilmiş olup; bu hipotezler ve ilgili modeller aşağıda verilmektedir.



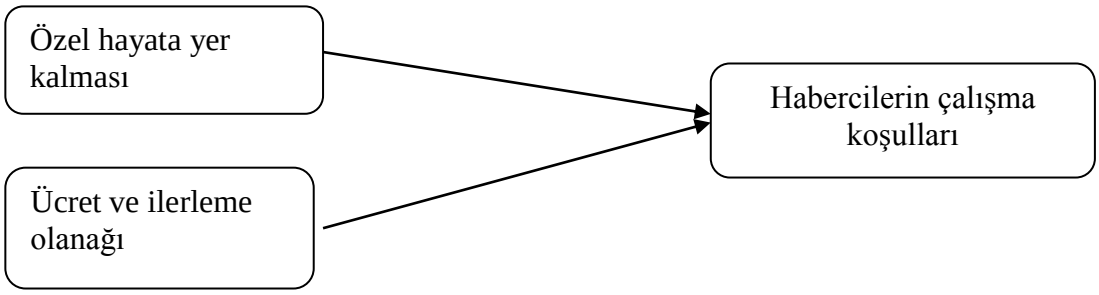
Şekil 3: Oto Sansürün Öncüllerine Dair Araştırma Model

H1: Politik etki ve Siyasal İktidarla İlişkiler(PESII) ile habercilerin kurumları lehinde oto sansür uygulamaları arasında negatif bir ilişki mevcuttur

H2: Ücret yeterliliği ve ilerleme olanağına sahip olma (UY) ile habercilerin kurumları lehinde oto sansür uygulamaları arasında pozitif bir ilişki mevcuttur

H3: Haberciliğin prestiji (HP) ile habercilerin kurumları lehinde oto sansür uygulamaları arasında pozitif bir ilişki mevcuttur

H4: Habercilerin çalışma koşullarının zorluğu (HKMCOS) ile habercilerin kurumları lehinde oto sansür uygulamaları arasında negatif bir ilişki mevcuttur.



Şekil 4: Habercilerin Çalışma Koşullarına Dair Öncüllere Dair Araştırma Modeli

H5: Çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması ile mesleğin zorluğu/yıpratıcılığı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H6: Ücret yeterliliği ve ilerleme olanakları ile mesleğin zorluğu/yıpratıcılığı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur.

4.2.2. Verilerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde saha çalışmaları sonucu elde edilen verilerin değerlendirilmesi yapılacaktır. Çalışmanın daha önceki bölümlerinde belirtildiği gibi, nicel analiz için seksen üç soruluk anket formu kullanılmıştır. Nitel analizler için kaynağımız ise derinlemesine yapılandırılmış otuzbeş sorunun, on haberciye yüzyüze sorulması ile yapılan görüşmelerdir.

İlk önce, nicel analizler için, yapılan ankette hangi sorulara yanıt arandığı açıklığa kavuşturulmuş sonra bu sorularla ölçülmesi hedeflenen ana tema ortaya dökülmüştür. Ankette elde edilen veriler nicel analizler olarak ele alınmıştır. Çalışmada nicel analizler arkasından derinlemesine görüşmelerde muhabir ve kameramanlara sorulan sorulara alınan yanıtlar nitel analiz kısmında değerlendirilmiş, habercilerin çalışma yaşamları hakkında görüş ve algıları on beş ara başlık etrafında biçimlenmiştir.

4.2.3. Ölçeğin Geliştirilmesi

Bu saha çalışması kapsamında öncelikli olarak gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler temel alınarak iki parçalı bir anket formu oluşturulmuş olup anket formunun ilk kısmında katılımcıların yaş cinsiyet… .gibi demografik bilgilerini içeren 21 adet soru yer almaktadır. İkinci kısmında ise katılımcıların haberciliğin çalışma koşulları ve kendi meslekleri ile ilgili algılarını ortaya koymayı amaçlayan 1-5 Likert tipi soruların yer aldığı bir bölüm yer almaktadır. Anket formumuzda yer alan soruların ve bu sorularla ölçülmeyi hedeflenen ana tema yani faktörlerin detaylı bir açıklaması aşağıda yer almaktadır:

1. Soru: Anket çalışmasında "yaş" sorusu kameramanlar için önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle özel sektörde 40 yaş üstü kameraman çalışması muhabirlere

göre daha güçtür. Bunun nedeni ise kameramanların fiziksel olarak yıpranması, Türkiye'nin genç bir nüfusa sahip olması nedeniyle daha az ücretle daha genç kameraman istihdam edilmesinin tercih edilmesidir.

2. Soru: Cinsiyet sorusu ile iletişimin diğer tüm alanlarında başa baş oranlarda olan erkek ve kadın çalışanın oranının, haber kameramanlarında neden erkekler lehine bozulduğu sorusuna cevap aranmaktadır.

3. Soru: Öğrenim düzeyi ile meslekte yükselme, daha yüksek ücret alabilme arasında doğal bir bağlantı olması, işletme yönetimlerince genel bir kural iken Türkiye'de haber kameramanları için bu geçerli midir?

5. Soru: Basın sektöründe çalışma süresi ile çalışanların ücreti ve iş yasalarına göre çalışma şekli arasında bir bağıntı aranmaktadır.

7. Soru: İşe başlama şekliniz sorusuyla, sektörün istihdam politikasını nasıl ve hangi kaynaklar vasıtasıyla sağladığını göstermek ve bu bağlantıyı açığa çıkarmak amaçlanmıştır.

8. Soru: Aylık kazanç seviyesi ile çalışanların kameraman, muhabir ve diğerleri arasında kıyaslaması, ücret ile yaş, pozisyon, deneyim, iş yasalarına göre çalışma şekli, devlet ve özel televizyonlar arasındaki farklılıkları göstermek amaçlanmaktadır.

9. Soru: İşsiz kalınan dönemin sorulmasının birinci amacı, iş güvencesinin, muhabir, kameraman, devlet ve özel arasında olup olmadığıdır. İkincisinde ise, sermaye sahiplerinin istihdam politikası ile çalışanların iş güvencesi arasındaki ilişki sorgulanmaktadır.

10. 12. 14. Sorular: İş yaşamında psikolojik, fizyolojik rahatsızlık ve kaza geçirilip geçirilmediği soruları, muhabir ve haber kameramanlarının çalışma ortamını göz önüne sermek, işverenlerin karşı durdukları sendika örgütlenmesinin, sağlık sigortası, iş sözleşmelerinin neden gerekli olduğunu veya olmadığını açıklamaktır.

11. 13. Sorular: İş yaşamında psikolojik, fizyolojik rahatsızlık ve kazanın türü ve açıklamasının sorulma nedeni bunların çalışma koşullarıyla bağlantısı olup olmadığını tespit etmektir.

15. 16. Sorular: Psikolojik, fizyolojik rahatsızlık sonrası tıbbi yardım alınıp alınmadığı sorusuyine çalışma koşullarında işyerinin çalışana sahip çıkıp çıkmadığı ile bağıntılandırılmaktadır.

17. Soru: İş yasalarına göre çalışma şekli, çalışan kişinin özlük haklarını, ücretini, çalışma süresini etkilemekteki rolünü karşılaştırmak için sorulmuştur.

18. Soru: Aldığınız ücretle bordroda gösterilen ücret aynı mı sorusu, özlük haklarına işverence uyulmakta olup olmadığını açıklayacaktır.

19. Soru: İş yasalarına göre haklarını bilmekte olup olmadıkları, pozisyon, yaş, bilinç düzeyi, eğitim ve sendika ile bağlantılıdır.

20. Soru: Haftada kaç saat çalıştıkları, pozisyon, yaş, çalışma şekilleri ile doğrudan bağıntılıdır.

21. Soru: Sendikalı mısınız sorusu direkt olarak özlük hakları ve işverene karşı güçlü olup olamadıklarını sorgulamaktadır.

43. 45. 57. 59. 60. Sorular: Haber kameramanı ve muhabirlerin özellikleri soruları muhabirlerin ve kameramanların, mesleki özelliklerini ortaya çıkartmak ve haber kameramanları ile beyaz yakalı, mavi yakalı ayrımını (sınıfsal ayrım) ortaya çıkarmak istenmiştir. Haber kameramanlarının daha çok teknik, muhabir ise editoryal özellikleri olduğu varsayılır. Bu nedenle muhabirler kendilerini daha çok beyaz yakalı ve eğitim olarak üstün görmektedir.

38. 48. 53. 64. Sorular: Habercinin saygınlığı (prestiji) ve insani ilişkilerin yıpranması soruları haber muhabirleri ve haber kameramanlarının, mesleki gelişim için çalıştığı kurumlarda ortam bulabildikleri ve Türkiye'de yeteri kadar takdir edilmekte olup olmadıkları ile "her konuyu toplum adına soruşturan ve araştıran"medya çalışanlarına, maddi ve manevi yeteri kadar olanak sağlanıp sağlanmadığı sorgulanmaktadır.

35. 50. 70. Sorular: Ücret Yeterliliği soruları ile muhabir ve kameramanların aldıkları ücretin yaptıkları işe göre yeterli olup olmadığı sorgulanmıştır.

36. 51. 71. 72. Sorular: Çalışma yaşamının özel yaşam alanını işgali soruları ile muhabir ve kameramanların özel yaşamlarına ayırdıkları zamanın yeterli olup olmadığı, çalışma saatlerinin yüksekliğinin özel yaşamlarında kendileri ve aileleri için ayırdıkları vakti alıp, almadığı, işverenin çalışanlar aleyhine çalışma zamanını belirleyip belirleyemediği sorgulanmaktadır.

36. 47. 62. 63.Sorular: Haber kameramanı ve muhabirlerin çalışma ortamı ve sağlık sorunları soruları ile haber muhabirliği ve haber kameramanlığı mesleklerinin, fizyolojik ve psikolojik sağlık şartları olarak, çalışanları etkileyip etkilemediği anlaşılmak istenmiştir.

41. 55. 56. Sorular: Eğitim, teknoloji ve haberciliğin değişimi soruları ilehaber muhabirleri ve haber kameramanlarının üniversite eğitimi almasının mesleki yaşamlarında önemi ile haber kameramanlarının teknolojik değişimlerden nasıl(olumlu-olumsuz) etkilendiği sorgulanmaktadır. Eğitimin muhabir ve kameraman özelinde mesleki olarak önemi ve bu önemin algısı sorgulanmaktadır. Çünkü muhabirlerin mesleki yükselişinde eğitim katkı sağlarken, kameramanlar için aynı katkının olmadığına inanılmaktadır. Teknolojik yenilikler kameramanların iş yükünü azaltmakta mı yoksa çoğaltmakta mıdır? Bu soruyakameramanlar genelde olumsuz yanıt vermektedir. Çalışılan malzeme hafiflese de, gittikleri haber miktarı çoğalmaktadır. Burada teknolojik değişimin özellikle işverene avantaj sağladığı düşünülmektedir (örn. 3G teknolojisi-kameramanların kameraları hafiflese de, 3 G cihazından onlar sorumludur ve 10 kg'lık cihazı çalıştırmak, taşımak ve korumak onların sorumluluğundadır).

40. ve 54. Sorular: Oto sansür soruları ile haber muhabirleri ve haber kameramanlarının yaptıkları haberlerde medya kuruluşunun politikası yönünde oto sansür yapmasının nasıl algılandığı sorgulanmaktadır. Burada çalışanların meslek ilkelerini mi, yoksa şirket çıkarlarını mı önceledikleri araştırılmaktadır.

66. 74. 75. 78. 79.Sorular: Politik etki ve siyasal iktidarla ilişkiler soruları ile siyaset kurumunun haber üretiminde mülkiyeti elinde bulunduranlar ile ilişkisi olup

olmadığı, haber çalışanlarına bu ilişkinin etkisi olup olmadığı sorgulanmaktadır (212 yasa nedeniyle edinilen yıpranma payının TBMM tarafından iptali, 5953. nolu yasanın tüm haber çalışanlarına uygulanmaması, sendika kurmak konusunda işverenlerin çıkardığı zorlukların görmezden gelinmesi vb. uygulamalar, işveren-politikacı işbirliğinin sonucudur).Siyaset ve medya işvereni ilişkisi, yalnızca çalışanların maddi ve özlük hakları olarak değil, toplumda habercilerin saygınlığı, tarafsızlığı ve nesnelliği açıdan da sorgulanmakta, çalışanlara olumsuz tepki olarak halk tarafından dönmektedir (örn. Gezi olaylarında üç haber naklen aracının göstericiler tarafından yakılması).

Anket çıktılarımızın nicel analizleri bize sektörde fiili olarak çalışan muhabir ve kameramanların demografik haritasını, kazanç durumları, yasalara göre çalışma biçimleri, haftada kaç saat çalıştıkları, sendikalı olup olmadıkları, kendi mesleklerini nasıl gördükleri, yaptıkları işi nasıl tanımladıklarını sergilemektedir. Bu bölümde saha çalışmaları sonucu elde edilen verilerin değerlendirilmesi yapılacaktır. Öncelikle araştırma örnekleminin genel karakteristikleri ve örneklemin iş yaşamı ile ilgili verileri tablolar ile gösterilmiş ve açıklamaları eklenmiştir. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği bölümü ardından altı değişkenli keşifsel faktör analizi modeli ile çalışma ilerlemektedir. Faktör analizleri arkasından korelasyon ve regrasyon testleri, ardından hipotez testleri ile bölüm sonuçlanmaktadır.

4.2.4. Muhabir ve Kameramanların Demografisi ve Çalıştığı Kurumla İlgili Araştırma Sonuçları

Tablo 3: Haber Çalışanlarının Demografik Özellikleri

	Sıklık	**%Yüzde**
Yaş		
22-28 yaş arası	16	16,8
29-35 yaş arası	25	26,3
36-42 yaş arası	29	30,5
43-49 yaş arası	23	24,2
50 ve üzeri	2	2,1
Cinsiyet		
Erkek	71	71,0
Kadın	29	29,0
Eğitim		
Lise	8	8,1
Lisans	78	78,8
Master	12	12,1
Doktora/Uzmanlık	1	1,0
Toplam Tecrübe		
1-5 yıl	9	9,2
6-10 yıl	19	19,4
11-15 yıl	14	14,3
16-20 yıl	33	33,7
21 yıl ve üzeri	23	23,5
Aynı Kurumda Tecrübe		
1 yıldan az	3	3,2
1-5 yıl	37	38,9
6-10 yıl	25	26,3
11-15 yıl	9	9,5
16-20 yıl	13	13,7
21 yıl ve üzeri	8	8,4
İşe Başlama Şekli		
Tanıdık	32	32,0
Kendim	30	30,0
Teklif	31	31,0
Diğer	7	7,0
Aylık Kazanç Seviyesi		
2000 TL Altı	12	12,2
2000-3000 TL	41	41,8
3000-5000 TL	37	37,8
5000-10000 TL	8	8,2

Çalışma ankete yanıt verenlerin demografik bilgileri ile başlamıştır. Buna ilişkin veriler Tablo 3'de yer almaktadır. Ankete katılan habercilerin verilerine göre ağırlıklı olarak 50 yaşın altında çalıştıkları gözlemlenmektedir. % 29 ile en yüksek oran 36-42 yaşa denk gelmekte, % 25 ile 29-35 yaş arası yanıtı onu takip etmektedir. % 23 oranında 43-49 yaş arası ve % 16 oranı 22-28 yaş arası yanıtı alınmıştır.

Evrenimizin ulusal yayın yapan haberciler ile ve Ankara - İstanbul illerini kapsaması yaş oranının yükselmesine yardımcı olmuştur. Yerel kanallar ve taşrada muhabir ve kameramanların yaş ortalaması ulusal kanallardan daha düşüktür. Bunun nedeni ulusal kanalların maddi ve sosyal olanaklarının yerel kanallara göre daha iyi olması nedeniyle genç çalışanların bir kaç sene yerel medyada deneyim kazanıp, büyük şehirlere gitmeleridir. Ne var ki yine de 50 yaş muhabir ve kameramanlar için en yüksek sınır özelliğini korumaktadır. Bu tablo, ilerde değinilecek olan haber sektörünün çalışma koşulları ile doğrudan bağlantılıdır. Özellikle fiziksel ve psikolojik zorluklar, habercilerin belli yaşlarda ya tamamen mesleği bırakmasını ya da editör, görüntü yönetmeni, yönetmen ve yapımcı görevlerine geçiş yapmalarını sağlamaktadır.

Habercilerin cinsiyeti konusundaki veriler bize muhabir ve kameramanların ağırlıklı olarak erkek olduklarını (% 71) göstermektedir. Kadın oranının % 29 olarak gözükmesinin nedeni özellikle haber kameramanlığı mesleğinde erkek cinsiyetinin baskınlığıdır. Ankete yanıt veren tüm kameramanlar erkektir. Oysa muhabirlerde 29 kadın ve 21 erkek yanıt vermiştir. Kameramanlık mesleğinin fiziksel koşulları, kadınları ülkemizde bu meslekten uzak tutmaktadır. Stüdyo, program ve dizi sektöründe kadın kameramanlar var ise de, haber sektöründe kameramanlık görevi erkek egemen bir alandır. Türkiye'de kameramanların asistansız habere gitmeleri, kamera, tripod, malzeme çantası vs. tüm ağır malzemeyi tek başına üstlenmeleri, toplumsal olay fazlalığı, kaza ve sağlık problemleri riskleri kadınlar için büyük engellerdir.

Eğitim konusunda ankete yanıt verenlerin ezici ağırlığı lisans mezunu (%78) gözükmektedir. % 12 ile yüksek lisans, % 8 lise ve % 1 doktora mezunu diğer oranlardır. Bu oranlar haber sektörünün Türkiye ortalamasının çok üstünde bir eğitim seviyesinde olduğunu sergilemektedir. Bu veriler, haber sektörünün entelektüel bir iş

alanı olduğu ve çalışanların da fikir işçisi olduğunu açık bir şekilde göstermektedir. Haber kameramanlarının muhabirlerden eğitim seviyesi olarak çok da farklı olmadığı da anketin bir diğer verisidir.

Habercilerin basın tecrübesi başlığında, 16-22 yıl % 33 ile ilk sırayı almaktadır. İkinci olarak 21 yıl ve üzeri (% 23) sonra 6-10 yıl (% 19), 11-15 yıl (% 14) ve son sırada 1-5 yıl (% 9) yer almaktadır. Bu tablonun verilerine göre ulusal kanallarda muhabir ve kameraman olarak basın tecrübesi aralığı dağılmakla birlikte %90'lık bir oranda 6-25 yıl aralığında olduğu gözlemlenmektedir.

Aynı iş yerinde çalışma verilerine göre ağırlıklı olarak ankete yanıt verenlerin % 37'si 1-5 yıl arası son iş yerinde çalışmaktadır. 6-10 yıl (% 25), 16-20 yıl (% 13), 11-15 yıl (% 9), 21 yıl ve üzeri (% 8) ve son olarak 1 yıldan az (3) verisi gelmektedir. Bu tablo bize istihdamın kaygan olduğu bir sektör olan haber sektöründe, aynı işyerinde uzun yıllar çalışmanın güç olduğunu göstermektedir.

İşe başlama şekli verileri, bize sektörde işe başlama şekillerinde tek bir yöntem olmadığını göstermektedir. Çünkü habercilerin % 32'si tanıdık aracılığıyla iş bulduğu yanıtını verirken, % 31 teklif aldığını, %3 0 kendi başvuru yaptığını ve ancak % 7'si diğer (sınav vs.) yolları kullandığı yanıtlarını vermiştir. İşe başlama yöntemleri çeşitlilik arz etmektedir.

Kazanç verileri, habercilerin ağırlıklı olarak 2000-5000 TL arasında (% 78) bir geliri olduğunu göstermektedir. 2000-3000 TL (% 41) ilk sırada yer alırken, 3000-5000 (% 37) ikinci sırayı almaktadır. 2000 TL altında (%12) ve 5000-10000 TL arası (% 8) daha küçük oranlarda yer almaktadır. Kazanç rakamlarının göreceli olarak yüksek çıkmasının nedeni olarak, yaş bölümünde açıkladığımız, çalışma evrenimizle doğrudan bağlantılıdır. Evrenimizin ulusal yayın yapan haberciler ile ve Ankara - İstanbul illerini kapsaması yaş oranının yükselmesine ve dolayısıyla, ücretlerin yüksek gözükmesine yardımcı olmuştur. Yerel kanallar ve taşrada bu çalışmanın genişletilerek yapılması durumunda, muhabir ve kameramanların kazanç ortalamasının 2000 TL altında olacağı tahmin edilmektedir.

Çalışma, örneklemin iş yaşamı ile ilgili verileri ile devam ettirilmiştir. Buna ilişkin veriler Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4: Örneklemin İş Yaşamı ile İlgili Verileri

	Sıklık	**%Yüzde**
İşsizlik durumu		
evet	46	46,5
hayır	53	53,5
İşsizlik süresi		
1 yıldan az	27	64,3
1-5 yıl	15	35,7
Psikolojik rahatsızlık		
evet	23	23,0
hayır	77	77,0
Fiziksel rahatsızlık		
evet	46	46,5
hayır	53	53,5
Kaza		
evet	30	30,0
hayır	70	70,0
Tıbbi yardım		
evet	39	40,6
hayır	57	59,4
Çalışma şekli		
657	9	9,1
2954	4	4,0
4857	10	10,1
5953	72	72,7
Telif	1	1,0
Hiçbiri	3	3,0
Bordroda ücretin gösterilmesi		
evet	86	87,8
hayır	12	12,2
Yasal hakların bilinmesi		
evet	72	72,7
hayır	27	27,3
Çalışma saati (haftalık)		
40 saatten az	5	5,0
40-45 saat	17	17,0
45-50 saat	19	19,0
50-55 saat	31	31,0
55 saatten fazla	28	28,0
Sendikalı olma durumu		
evet	17	17,2
hayır	82	82,8
İstihdam problemi		
evet	97	98,0
hayır	2	2,0

Habercilerin %46'sı "daha önce işsiz kaldı mı" sorusuna, "evet" yanıtını, % 53'ü ise "hayır" yanıtını işaretlemiştir. Neredeyse yarı yarıya olan oran haber sektörünün istihdam problemi olan bir alan olduğunu doğrulamaktadır. Bunun nedeni istihdam problemi ve iş güvencesizliğini anlattığımız 3.bölümdeki haber sektörünün rekabetçi yapısı, rasyonel olmayan, siyasi bağlantılı yatırım alışkanlıkları, çalışma yasalarının çalışanları korumaması ve yedek iş gücünü yaratan politikalardır.

İşsizlik süresinin ağırlıklı olarak 1 yıldan az (% 27) olduğu göze çarpmaktadır. 1-5 yıl arası işssiz kaldığı yanıtı verenler ise (% 15)'tir. Ne var ki bu soruları yanıtlayanların tamamı çalışan habercilerden oluşmaktadır. Eğer ankete çalışmayan habercileri dâhil etmiş olsaydık bu oranların yükseldiğini görmüş olacaktık. Avrupa Gazeteciler Federasyonu web sayfasında belirtildiği üzere diğer sektörlerde işsizlik %9.9 olmasına karşın, gazetecilikte işsizlik oranı %31 civarındadır.

Çalışırken psikolojik bir rahatsızlık geçirdiniz mi sorusuna, yanıt veren habercilerden % 21'ü evet, % 79'u ise hayır yanıtını vermiştir. 3.Bölümde sağlık problemleri başlığı altında detaylı incelenen Türkiye'deki habercilerin problemleri oldukça fazladır. Başlıca şikâyet konusu olan temalar, stres, gerginlik, rekabetin yarattığı problemler, değersizleşme hissi, her türlü üzücü olay, kavga, savaş, afet durumuna şahit olma ve bu ağır travmalar sonucu gelişen rahatsızlıklar olarak özetlenebilir.

Çalışırken fizyolojik bir rahatsızlık geçirdiniz mi sorusuna ise olumlu yanıt verenlerin oranı % 45 ile psikolojik rahatsızlık geçirenlerin evet yanıtını geride bırakmaktadır. % 53 haberci hayır yanıtını vermiştir. Bu oranlar fiziksel rahatsızlık oranının çok yüksek olduğu (neredeyse yarı yarıya) bir çalışma alanı olduğunu göstermektedir. "Habercilerin Sağlık Problemleri" bölümünde belirttiğimiz, belli başlı rahatsızlıklar habercilerin çalışma yaşamını etkilemektedir. Bunların belli başlıcaları uzun saatler bilgisayar ve kurgu setleri başında yazı yazmak ve montaj yapmak zorunda olmaktan kaynaklanan, boyun fıtığı, eklem ağrıları, aynı ortamda ve

Tablo 5: Muhabir ve Kameramanlar Sağlık Sorunları

Görev	Muhabir Sıklık	Muhabir % Yüzde	Kameraman Sıklık	Kameraman % Yüzde	Kameraman +Muhabir Toplam
Fiziksel Rahatsızlık	13	26	32	64	45
Psikolojik Rahatsızlık	13	26	8	16	21
Kaza	9	18	19	38	28
Fiziksel Tür					
Bel-boyun-diz	7	14	29	58	36
Boyun-bel			14	28	14
Omurga-diz			4	8	4
Reflü	5	10			
Psikolojik Tür					
Bunalım-stres	10	20	7	14	17
Duyarsızlaşma			1	2	1
Uykusuzluk			1	2	1
Anksiyete Bozukluk	2	4	1	2	3
Panik Atak	1	2	1	2	2
Mobbing	1	2	1	2	2
Kaza Tür					
Kırık (Diş-kol-bacak)			2	4	2
Otomobil kazası	8	16	15	30	23
Silahlı Saldırı			4	8	4
Düşmek	1	2	3	6	4
Zehirlenmek	1	2			1

dar odalarda çalışmaktan kaynaklanan solunum güçlükleridir. Dışarda ise diğer problemler mevcuttur. Sıcak, soğuk, uzun süreler ayakta beklemek vs. Kameramanların ise en çok şikâyetleri, bel, boyun, sırt ağrıları ve fıtıktır. Menisiküs, disk kayması, bilek, eklem problemleri diğerleridir. Bel fıtığı, menisküs, disk kayması ve el bileği deformasyonu problemlerinin özellikle kameramanlara ait

olduğu kabul edilen meslek hastalıkları olmasına karşın, hukukçular ve Çalışma Bakanlığı bu konuda hareketsiz kalmaktadır.

Habercilerin kaza verileri çarpıcı sonuçlar göstermektedir. Türkiye ortalamasının çok üstünde bir kaza oranı haber sektöründe karşımıza çıkmaktadır. Çalışma yaşamınızda kaza geçirdiniz mi? sorusuna % 28 evet yanıtı, % 72 hayır yanıtı gelmiştir. Bu verilerden yola çıkarak ilgili sektörün yüksek riskli kabul edilen, maden işçiliği, itfaiyecilik, polis memurluğu gibi mesleklerle benzerlik göstermekte olduğu sonucu çıkarılabilir. Basın İş Kanunu'nun habercilere verdiği yıpranma payının neden gerekli olduğunu açıklayan önemli veriler bu tabloda mevcuttur. Ne var ki siyasetçilerin medya gücünü elinde tutmak çabası, gerek kurumları etkileyen, gerek çalışanları etkileyen politikaları bu konularda ilerlemelerin sağlanmasını engellemektedir. En yakın örnek ise 2012 yılında gazetecilerin yıpranma payının TBMM'de iktidar partisinin önerisiyle kaldırılmasıdır.[12]

Psikolojik, fiziksel veya kaza sonrası tıbbi yardım alınıp alınmadığı sorusuna, katılımcıların % 39'u evet, % 57'si hayır yanıtı vermiştir. Bu sorunun sorulma amacı, hıza dayanan bir meslek olduğu için habercilerin yeterli tıbbi desteği alıp alamadıkları, rahatsızlıklarını tedavi için olanaklarının olup olmadığıdır. Verilerden de anlaşıldığı gibi % 23 psikolojik, % 30 kaza ve % 46 fiziksel rahatsızlık oranı olmasına karşılık tıbbi yardım oranının % 39'da kalması manidardır. Demek ki bazı haberciler rahatsızlıklarına karşılık tıbbi yardım almamış veya alamamıştır. Bunun nedeni, olayın sıcaklığıyla haberi bırakmama dürtüsü, işe kendini adama düşüncesi olabileceği gibi, işverenlerin zorlayıcı koşulları, izin almakta zorluk çekmek de olabilir. Nitekim habercilerin sağlık güvencesi sorunları bölümünde, sağlık sigortalarının gün geçtikçe, maliyetleri azaltma adına haber sektöründe işveren tarafından kesildiği açıklanmıştır. Haberciler bu durumda Sosyal Sigortalar Kurumu'na bağlı sağlık kuruluşlarından yararlanmak durumundadırlar. Ne var ki işyerinden bir gün bile izin almak ve hastane de sıra beklemek zorluğu, habercileri rahatsızlık, çok acil ve ciddi olmadıkça tıbbi yardım almak düşüncesinden uzak tutmaktadır.

---

[12] Daha detaylı bilgi içinbkz.3.Bölüm.

Çalışma şekli verileri, habercilerin çok farklı yasal biçimler altında çalıştıklarını göstermektedir. Beklenildiği gibi 5953 no'lu Basın İş Yasası'na bağlı çalışan haberciler (% 78) ile ağırlık oluşturmaktaysa da, geride kalan çalışanlar için de 4857 no'lu yasa (düz işçi) % 10, 657 'no'lu yasa(devlet memuru) % 9 ve 2954 no'lu yasa (sözleşmeli personel) % 4'lük paylar almaktadır. 657 ve 2954 no'lu yasalar TRT ve AA çalışanlarını kapsamaktadır. Ne yazık ki % 14'lük bir habercinin hukuki olarak gazeteci haklarını taşımadığı ve düz işçi olarak çalıştığı anlaşılmaktadır. Bu haberciler fiili olarak gazetecilik yapsalar bile sarı basın kartı alamamakta, özlük hakları bakımından 5953 no'lu yasaya göre daha az izin hakkı ve mesai ücreti alabilmektedirler.[13]

Katılımcılara "aldığınız ücretle bordroda gösterilen ücret aynı mı" sorusu yöneltilmiştir. Habercilerin % 86'sı evet yanıtı verirken % 12'si hayır demiştir. Çalışma Bakanlığı yasalarına göre, ücretin bordroda tam gösterilmemesi suçtur. Fiili olarak işvererenlerin bazılarının bu yönteme daha az vergi ödemek ve işyerinden ayrılma durumunda işçiye ödenen kıdem tazminatından kurtulmak için yöneldikleri gözlenmektedir.

Yasal haklarınız biliyor musunuz sorusuna, % 72 oranında evet yanıtı verildiği, % 27 oranında ise hayır yanıtı verildiği gözükmektedir. Bu tablodaki sonuç, tablo 3. te yer alan (lisans mezunu (% 78, master % 12 ve doktora % 1) eğitim oranları ile çelişkili bir durum göstermektedir. Neredeyse tamamı eğitimli bir sektörün çalışanlarının % 27'sinin haklarımızı bilmiyoruz yanıtı irdelenmeye muhtaçtır. Derinlemesine görüşmelerde deneyimli muhabir ve kameramanların söylediği gibi, işverene karşı medya sektöründe bir güvensizlik hâkimdir. Çünkü verilen sözler tutulmamakta, Basın İş Kanunu'ndan dolayı habercilere verilmesi gerekli ücret, izin ve özlük hakları gasp edilmekte, sendikalı olmak suç sayılmaktadır. Habercilerin bir kısmı bunu değiştimek için Türkiye Gazetecileri Derneği, Basın Konseyi ve TGC içinde örgütlenmeye çalışmaktadır.

Çalışma saatleri konusundaki çarpıcı veriler, haber sektörünün özelliklerini ve emek sömürüsünün üst düzeyde olduğunu göstermektedir. Genel olarak, çok büyük

[13] Daha detaylı bilgi için bkz. ek 2-''4857/5953 sayılı iş kanunları ve Türkiye Gazeteciler Sendikasının İmzaladığı Toplu İş Sözleşmeleri Arasında İşçi Hakları Yönünden Genel Bir Karşılaştırma''.

oranda (% 95) haber sektöründe muhabir ve kameramanlar haftada 40 saatin üzerinde çalışmaktadır. Haftada 50-55 saat çalışma süresi (% 31) ile ilk sırada yer almakta, onu 55 saatten fazla (% 28), 45-50 saat (% 19), 40-45 saat (% 17) izlemektedir. Haftada 40 saatten az haberci (% 5) çok az bir orandadır. Bu oranlar Türkiye'nin 47,8 saatle ortalama haftalık çalışma süresinin OECD ülkeleri içinde en uzun olduğu ülke konumunda olduğunu teyit etmektedir. Türkiye'de her çalışan haftada ortalama 3 saate yakın fazla mesai yapmaktadır. Bunun yanında yine OECD verilerine göre Türkiye'de çalışanların yüzde 43,3'ü haftada ortalama 50 saatin üzerinde çalışmaktadır.[14]

"Sendikalı mısınız?" sorusuna verilen % 17 evet oranı ve % 82 hayır oranı, Türkiye medya sektöründe çalışma ilişkilerinde sendikanın etkili bir güç olmaktan çıkmış olduğu gerçeğini vurgulamaktadır. Ne yazık ki 1980 darbesi sonucu budanan işçi hakları, 1990'lı yılların başında holdingleşen medya içinde daha da yok edilmiştir. Medya işverenleri, yasal desteği siyasetçilerden alarak işçi sendikalarını Türkiye medya sektöründen, hemen hemen tamamen çıkarmışlardır. TGS gibi köklü bir sendika ise en son 2014 yılında AA 'da toplu sözleşme hakkını tamamen yitirmiş ve yerini iktidarca açıkça desteklenen Medya İş'e kaptırmıştır. Günümüzde AA ve birkaç gazete dışında sendikalar, fikir işçileri arasında toplu sözleşme yapma yetkisini yitirmiştir.

İstihdam problemi konusunda verilen yanıtlar çok çarpıcıdır. Evet, oranının % 97 gibi, neredeyse tüm habercileri kapsaması bu konuda ortak bir fikir birliğine işaret etmektedir. Haberciler haber sektöründe kesinlikle istihdam problemi olduğuna inanmaktadır. Bunun nedenleri detaylı olarak incelenmiştir.[15]

Çalışmanın bundan önceki kısmında habercilerin demografik özellikleri, çalışma ortamıyla ilgili kısımlar yer almaktadır. Sermaye, siyaset ve reklamverenlerin habercilerin çalışma atmosferini etkilemesi yanısıra yeni iletişim teknolojileri de habercileri doğrudan olumlu, olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle alanda çalışan gazetecilerin son yıllarda ABD ve Avrupa ülkeleriyle birlikte Türkiye'de de uygulama sahası bulan video-journalism konusunda ne düşündükleri

---

[14] bkz.bölüm 3.2.2.1.Ücretli izin hakları ve kullanımı.

[15] Daha detaylı bilgi için bkz: Bölüm 3.2.4. Habercilerin İstihdam ve İş Güvencesi Sorunları.

önem kazanmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde ise habercilerin video-journalisme dair görüşleri yer almaktadır.

4.2.5.Video- Journalism'in Habercilere Etkisi Konusunda Habercilerin Görüşleri

Tablo 6: Video- journalism muhabir, kameraman ve montajcıların işlerini tek bir kişinin yapmasını sağladığı için çalışan insan sayısını azaltacaktır.

		Sıklık	Oran	Geçerli Oran
Geçerli	**1,00**	12	12,0	12,5
	2,00	2	2,0	2,1
	3,00	13	13,0	13,5
	4,00	27	27,0	28,1
	5,00	42	42,0	43,8
	Toplam	96	96,0	100,0
Kayıp	**Sistem**	4	4,0	
Toplam		100	100,0	

80.soruda yer alan, **"**video- journalism muhabir, kameraman ve montajcıların işlerini tek bir kişinin yapmasını sağladığı için çalışan insan sayısını azaltacaktır"ifadesine habercilerin çoğunluğu katılmaktadır(%69). Kesinlikle katılıyorum kutucuğu (5 numara) %42 ve katılıyorum (4 numara) %27 haberci tarafından tıklanmıştır. Katılmayanlar azınlıktadır (%14). Ne katılıyorum ne de katılmıyorum (3 numara) %13 oranındadır. Bu tablodan habercilerin istihdam açısından video journalismin, habercileri olumsuz etkileyeceği kanısının daha güçlü olduğu gözükmektedir.

Tablo 7: Video- journalism ile muhabir ve kameramanlar daha kalifiye olacaktır.

		Sıklık	Oran	Geçerli Oran
Geçerli	**1,00**	26	26,0	26,8
	2,00	16	16,0	16,5
	3,00	22	22,0	22,7
	4,00	24	24,0	24,7
	5,00	9	9,0	9,3
	Toplam	97	97,0	100,0
Kayıp	**Sistem**	3	3,0	
Toplam		100	100,0	

81.soruda yer alan, "video- journalism ile muhabir ve kameramanlar daha kalifiye olacaktır" ifadesine verilen yanıtların dağılımı, habercilerin bu konuda net görüşlerinin oluşmadığını göstermektedir. Genel bir yargının oluşmadığı, verilen cevapların değişkenlik göstermesinden anlaşılmaktadır. Katılmıyorum ve kesinlikle

katılmıyorum yanıtlarının toplamı %42 oranda olurken, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum oranı %33'tür. Haberciler video-journalismin muhabir ve kameramanların daha kalifiye olmasına katkı vereceğinden şüphelidir. Henüz kesin bir yargının oluşmamasının nedenleri; video-journalismin Türkiye'de yeni bir kavram olması ve sadece az sayıda yabancı kuruluşun temsilcileri tarafından uygulama olanağı bulmuş olmasıdır. Haberciler tarafından değerlendirilmesi için yeterli zamanın geçmemiş olması başlıca etken olarak kabul edilebilir.

4.2.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmamızda kullandığımız ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri faktör analizi ve cronbach alfa testleri kullanılarak kontrol edilmektedir. Geçerlik ölçümlerimizin gerçekten ölçmek istediği şeyi ölçtüğünü, güvenilirlik de ölçümlerimizin ölçmek istediği şeyi doğru ölçtüğünü göstermektedir. Faktör analizi ile ölçeklerimizdeki soruların gerçekten o faktörler altında toplanıp toplanmadığı böylece ölçmek istediğimiz şeyi ölçüp ölçmediği gösterilmektedir. Faktör analizinin geçerliliği sağlaması, her bir sorunun kendi faktörü altında toplanması ile değerlendirilmektedir.

Tablo 8'de analizin problemli maddelerinin elenmesinin ardından ortaya çıkan sonuç faktör dağılımları gözükmektedir. Ölçümler SPSS 13.0 kullanılarak keşifsel faktör analizine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak problemli maddelerin elenmesinin ardından;

1- Habercinin prestijive mesleki gelişim,

2- Ücret yeterliliği ve ilerleme imkânlarının varlığı,

3- Çalışma yaşamının özel yaşam alanına yer bırakması,

4- Haber kameramanı ve muhabirlerin çalışma ortamı ve sağlık sorunları,

5- Oto sansür,

6- Politik etki ve siyasal iktidarla ilişkiler olmak üzere altı değişkenin bir keşifsel faktör analizi modelinde toplandığını görülmektedir.

Tablo 8: Faktör Dağılımları

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
Habercinin prestiji ve mesleki gelişim HPİY						
Haber muhabirleri mesleki gelişim için çalıştığı kurumlarda ortam bulabilmektedir	,899					
Haber muhabirliği Türkiye'de yeteri kadar takdir edilmektedir	,775					
Haber kameramanları mesleki gelişim içinçalıştığı kurumlarda ortam bulabilmektedir	, 889					
Haber kameramanlığı Türkiye'de yeteri kadartakdir edilmektedir	,674					
Mesleğin Prestij kaybı (reverse)	,768					
ÜcretYeterliliği ve ilerlemeimkanlarınınvarlığıUY						
Haber kameramanlarının aldığı ücret yeterlidir		,857				
Haber kameramanlarının meslekte yöneticiolma olasılığı yüksektir		,706				
Çalışanların ücret yetersizliği(r)		,903				
Çalışma yaşamının özel yaşam alanına yer bırakması CYOAI						
Haber muhabirlerinin özel yaşamlarına ayırdıkları zaman yeterlidir			,792			
Haber kameramanlarının özel yaşamlarına ayırdıkları zaman yeterlidir			,964			
Çalışma saatlerinin yüksekliği (r) düşüklüğü			,969			
Haber ekiplerinin sayısal yetersizliği (r) yeterliliği			,848			
Haber kameramanı ve muhabirlerin çalışma ortamıve sağlık sorunları HKMCOS						
Haber muhabirliği fizyolojik olarakyıpratıcı bir meslektir				,911		
Haber muhabirliği psikolojik olarakyıpratıcı bir meslektir				,979		
Haber kameramanlığı fizyolojik olarak yıpratıcı bir meslektir				,963		
Haber kameramanlığı psikolojik olarak yıpratıcı bir meslektir				,901		

Tablo 8'in devamı

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
Oto sansür OS						
Haber muhabirlerinin yaptıkları haberlerde medyakuruluşunun politikası yönünde oto sansür yapması doğaldır					,874	
Haber Kameramanlarının haberlerde medya kuruluşunun politikası yönünde oto sansüryapması doğaldır					,874	
Politik etki ve Siyasal İktidarla İlişkiler PESII						
Siyaset kurumunun haber sektörü üzerindeki etkileri						,933
Haber üretiminde haber araçlarına hükmeden sermaye etkilidir						,848
Türkiye'de haber sektöründe muhabir ve kameramanların emeği sömürülmektedir						,899
Haber üretiminde mülkiyeti elinde bulunduranlarile siyasi erkin ekonomik çıkar ilişkisi haber içeriğine yön vermektedir						,920

Tablo 9'da araştırma modelimizdeki değişkenlere ait Alfa, Pearson korelasyon katsayıları, ortalama, standart sapma ve korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Değişkenlere ait standart sapma değerleri, ,97764ile 1,24359 arasında hesaplanmış olup, bu değerler arasındaki varyans (değişkenlik) miktarının, geçerli analiz yapılması için yeterli seviyede olduğunu göstermektedir(Yılmaz, 1999). Modeldeki değişkenler arası ortalamalara baktığımızda ise ortalamaların 1,8114 ile 4,2404 arasında bir değişim sergilemekte olduğu; en yüksek ortalamaya sahip değişkenin 4,2404ile politik etki ve siyasal iktidar ile olan ilişkiler olduğu; bunu 4,4116 ile Haber kameramanı ve muhabirlerin çalışma ortamı ve sağlık sorunlarının takip ettiği görülmektedir. Habercilik mesleğinin presiji2,3310 gibi orta düzeyde bir değer almış olup; bunu hemen ardından 2,0867 ile oto sansür izlemektedir. En düşük ortalama sahip değişkenler ise sırasıyla 1,8350 çalışma yaşamının özel hayata yer bırakması ve 1,8114 ücret yeterliliği ve ilerleme imkânları izlemektedir.

Bununla birlikte değişkenlerin güvenilirliklerini ölçmek amacıyla Cronbach'ın alphası hesaplanmıştır. Alfa değerleri tabloda çaprazlama parantez içinde verilmektedir. Değişkenler için hesaplanan alfa değerlerinin 0,681 ile 0,954 arasında değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla tüm değerler Nunally'nin 0,70 olarak verdiği eşik değerine çok yakın yahut üstündedir. Bu sonuçlar anketlerin geçerlik ve güvenilirlik koşullarını sağladığını göstermektedir.

Tablo 9: Standart sapma, ortalama, korelasyon ve güvenilirlik katsayıları

Faktör	Ortalama	Std sapma	1	2	3	4	5	6
Habercinin prestiji ve mesleki gelişim	2,3310	1,00811	(0,848)					
Ücret Yeterliliği ve ilerleme imkânlarının varlığı	1,8114	1,05534	,668(**)	(0,761)				
Çalışma yaşamının özel yaşam alanına yer bırakması	1,8350	,97764	,611(**)	,836(**)	(0,916)			
Haber kameramanı ve muhabirlerin çalışma ortamı ve sağlık sorunları	4,4116	1,11249	-,554(**)	-,740(**)	-,747(**)	(0,954)		
Oto sansür	2,0867	1,24359	,184	,294(**)	,245(*)	-,407(**)	(0,681)	
Politik etki ve Siyasal İktidarla İlişkiler	4,2404	1,06060	-,663(**)	-,817(**)	-,773(**)	,823(**)	-,392(**)	(0,928)

**** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**
*** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).**

Korelasyon; karşılıklı ve birebir ilişkileri veren analiz türü olarak ifade edilmektedir. Tablo 8'de verilen korelasyon katsayıları, hipotezlerde ileri sürülen ilişkilerin bir anlamda test edilmesi amacıyla da kullanılabilir. Çünkü birebir korelasyon katsayıları aslında, iki değişken arasındaki basit regresyon ile aynı anlamı taşır(Yılmaz, 1999).Bu bağlamda, tablo 8'de ($\rho<0.01$ seviyesinde) anlamlı olan her ilişki için iki faktör arasında pozitif ya da negatif yönde bir ilişki olduğu iddia edilebilmektedir. Korelasyon katsayılarının yanındaki yıldızlar bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını göstermektedir. Tablo 8'deki birebir ilişkileri gösteren korelasyon katsayıları incelendiğinde:

1. Politik ve siyasal iktidar ile ilişkiler; habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları ile olumsuz yönde ilişkili ($p<0,01$)

2. Ücret ve meslekte ilerleme olanaklarının yeterliliği, habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları ile olumlu yönde ilişkili ($p<0,05$)

3. Haberciliğin saygınlığı (prestiji) ile habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişki bulunamıyor;

4. Habercilerin çalışma koşullarının zorluğu, habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları ile olumsuz yönde ilişkili ($p<0,01$)

5. Ücret ve meslekte ilerleme imkânlarının yeterliliği ile haberciliğin saygınlığı arasında olumlu bir ilişki mevcut ($p<0,01$)

6. Politik ve siyasal iktidar ile ilişkiler ile haberciliğin çalışma koşullarının zorluğu arasında pozitif ve kuvvetli bir ilişki var ($p<0,01$)

7. Politik ve siyasal iktidar ile ilişkiler ile de ile hem haberciliğin prestiji hem de ücret ve diğer ilerleme olanakları ile özel hayata yer kalması arasında olumsuz bir ilişki mevcut ($p<0,01$)

8. Aynen politik ve siyasal iktidar ile ilişkiler ile olduğu üzere habercilerin çalışma koşullarının zorluğu ile hem haberciliğin saygınlığı hem de ücret ve diğer ilerleme ile özel hayata yer kalması olanakları arasında olumsuz bir ilişki mevcut ($p<0,01$)

9. Habercilik mesleğinin özel alana yer bırakması ile ücret ve ilerleme olanakları ve mesleğin saygınlığı arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki var ($p<0,01$)

Araştırma sonucu çıkan bu verileri yorumladığımızda şu sonuçlara ulaşılmıştır;

– Politik ve siyasi baskılar habercilerin gözünde çalışma koşullarını zorlaştıran bir unsurdur.

– Bu baskıların onun ücret ve ilerleme olanaklarını da negatif etkileyeceği yönünde kanıları mevcuttur.

– Politik ve siyasal iktidarla ilişkiler şiddetlendikçe haberciler kurumları yönünde oto sansür uygulamayı bırakmaktadır; oto sansür yapmayı içlerine sindirememektedir.

– Çalışma koşulları zorlaştıkça, habercilerin kuruma olan bağlılıkları azaldığından kurum lehinde oto sansür uygulamaları da düşmektedir.

– Ücret ve diğer ilerleme olanakları habercileri, kuruma bağlamaktadır; Haberci kurumu yönünde daha fazla oto sansüre gitmektedir.

– Ücret ve diğer ilerleme olanakları arttıkça haberci işini daha saygın görmektedir. Oysa politik ve siyasal iktidarla ilişkiler şiddetlendikçe haberci işinin saygınlık kaybettiğine inanmaktadır.

– Çalışma koşulları zorlaştıkça haberciler, işlerini daha az saygın görmektedir ve aldıkları ücretin yetmediği kanısına kapılmaktadır.

– Haberciler özel hayatlarına vakit ayırabildikçe işlerini daha saygın görmektedir. Ücret ve diğer olanaklardan daha fazla memnun olmaktadır. Politik ve siyasal baskıları daha az hissetmektedir ve işini daha az yıpratıcı bulmaktadır.

1.1. Hipotez Testleri

Hipotez testleri kapsamında videojournalism ile haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına yönelik algıların demografik ve mesleki değişkenlere (yaş, cinsiyet, eğitim, görev, toplam basın tecrübesi, aynı işyerinde tecrübe süresi, işe başlama şekli, kazanç düzeyi, işsiz kalma deneyimi, çalışma şekli, hakların bilinmesi, haftalık çalışma saatleri, sendikalı olma durumu ve istihdam problemi) göre farklılaşıp farklılaşamadığını araştıran iki betimsel tarama modelindeki hipotezler test edilmekte bu amaçla veriler ANOVA testine tabi tutulmaktadır. İlgili ANOVA testi sonuçları aşağıda sırasıyla yer almaktadır.

1.1.1. Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

Videojournalizm ile ilişkin algıların demografik ve mesleki değişkenler (yaş, cinsiyet, eğitim, görev, toplam basın tecrübesi, aynı iş yerinde tecrübe süresi, işe

başlama şekli, kazanç düzeyi, işsiz kalma deneyimi, çalışma şekli, hakların bilinmesi, haftalık çalışma süresi, sendikalı olma durumu ve istihdam problemi) üzerine dağılımını ölçmek için betimsel tarama modeli geliştirilmiştir. Her değişken için video journalism algısının farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile ölçülmektedir.

Tablo 10: Yaşa göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık.
s.80	Gruplar Arası	5,693	4	1,423	,810	,522
	Grup içi	151,208	86	1,758		
	Toplam	156,901	90			
s.81	Gruplar Arası	1,897	4	,474	,260	,903
	Grup içi	158,581	87	1,823		
	Toplam	168,989	94			

Tablo 10'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının yaş grupları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani yaş, habercilerin videojournalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0a kabul edilmektedir.

Tablo 11: Cinsiyete göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	5,250	1	5,250	3,000	,087
	Grup içi	164,490	94	1,750		
	Toplam	169,740	95			
s.81	Gruplar Arası	,030	1	,030	,016	,898
	Grup içi	173,001	95	1,821		
	Toplam	173,031	96			

Tablo 11'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının cinsiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır.Yani cinsiyet, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0b kabul edilmektedir.

Tablo 12: Eğitime göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	4,377	3	1,459	,803	,495
	Grup içi	165,349	91	1,817		
	Toplam	169,726	94			
s.81	Gruplar Arası	11,560	3	3,853	2196	,094
	Grup içi	161,398	92	1,754		
	Toplam	172,958	95			

Tablo 12'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının eğitim düzeyi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır.Yani eğitim düzeyi, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0c kabul edilmektedir.

Tablo 13: Görev Dağılımına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	,802	1	,802	,446	,506
	Grup içi	168,938	94	1,797		
	Toplam	169,740	95			
s.81	Gruplar Arası	,339	1	,339	,186	,667
	Grup içi	172,692	95	1,818		
	Toplam	173,031	96			

Tablo 13'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının görev türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani görev türleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0d kabul edilmektedir.

Tablo 14: Toplam Basın Tecrübesine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	7,213	4	1,803	,999	,413
	Grup içi	162,513	90	1,806		
	Toplam	169,726	94			
s.81	Gruplar Arası	14,709	4	3,677	2,139	,082
	Grup içi	154,722	90	1,719		
	Toplam	169,432	94			

Tablo 14'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının basın tecrübesi düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır.Yani basın tecrübesi düzeyleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0e kabul edilmektedir.

Tablo 15: Aynı İşyerinde Tecrübesi Süresine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	13,102	5	2,620	1,538	,186
	Grup içi	148,210	87	1,704		
	Toplam	161,312	92			
s.81	Gruplar Arası	8,850	5	1,770	,963	,445
	Grup içi	159,946	87	1,838		
	Toplam	168,796	92			

Tablo 15'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının aynı işyeri tecrübe düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani aynı işyeri tecrübe düzeyleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0f kabul edilmektedir.

Tablo 16: İşe Başlama Şekline göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	1,722	3	,574	,314	,815
	Grup içi	168,018	92	1,826		
	Toplam	169,740	95			
s.81	Gruplar Arası	7,818	3	2,606	1,467	,229
	Grup içi	165,213	93	1,776		
	Toplam	173,031	96			

Tablo 16'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının işe başlama türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani işe başlama türleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0g kabul edilmektedir.

Tablo 17: Kazanç Düzeyine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	10,980	3	3,660	2,092	,107
	Grup içi	157,488	90	1,750		
	Toplam	168,468	93			
s.81	Gruplar Arası	,872	3	,291	,158	,924
	Grup içi	167,549	91	1,841		
	Toplam	168,421	94			

Tablo 17'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının kazanç düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani kazanç düzeyleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0h kabul edilmektedir.

Tablo 18: İşsiz Kalma Deneyimine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık.
s.80	Gruplar Arası	1,821	1	1,821	1,016	,316
	Grup içi	166,664	93	1,792		
	Toplam	168,484	94			
s.81	Gruplar Arası	,316	1	,316	,175	,676
	Grup içi	169,684	94	1,805		
	Toplam	170,000	95			

Tablo 18'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının işsizlik deneyimi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani işsizlik deneyimi, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0i kabul edilmektedir.

Tablo 19: Çalışma Şekline göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	3,792	5	,758	,407	,843
	Grup içi	165,935	89	1,864		
	Toplam	169,726	94			
s.81	Gruplar Arası	3,112	5	,622	,333	,892
	Grup içi	168,294	90	1,870		
	Toplam	171,406	95			

Tablo 19'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının çalışma türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani çalışma türleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0j kabul edilmektedir.

Tablo 20: Haklarına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	,468	1	,468	,260	,611
	Grup içi	169,271	94	1,801		
	Toplam	169,740	95			
s.81	Gruplar Arası	,119	1	,119	,066	,798
	Grup içi	169,881	94	1,807		
	Toplam	170,000	95			

Tablo 20'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının haklarını bilmek açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani haklarını bilmek açısından, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0k kabul edilmektedir.

Tablo 21: Haftalık Çalışma Saatlerine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	6,988	4	1,747	,977	,424
	Grup içi	162,752	91	1,788		
	Toplam	169,740	95			
s.81	Gruplar Arası	3,885	4	,971	,528	,715
	Grup içi	169,146	92	1,839		
	Toplam	173,031	96			

Tablo 21'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının haftalık çalışma saati düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani haftalık çalışma saati düzeyleri, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0l kabul edilmektedir.

Tablo 22: Sendikalı Olup Olmamasına göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	1,814	1	1,814	1,005	,319
	Grup içi	167,913	93	1,806		
	Toplam	169,726	94			
s.81	Gruplar Arası	2,764	1	2,764	1,541	,218
	Grup içi	168,642	94	1,794		
	Toplam	171,406	95			

Tablo 22'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının sendikalı olup olmama açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani sendikalı olup olmama, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0m kabul edilmektedir.

Tablo 23: İstihdam Problemine göre Video-journalism Algılarının Demografik ve Mesleki Değişkenler Üzerine Dağılımı

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
s.80	Gruplar Arası	,775	1	,775	,426	,515
	Grup içi	168,952	93	1,817		
	Toplam	169,726	94			
s.81	Gruplar Arası	1,055	1	1,055	,582	,447
	Grup içi	170,351	94	1,812		
	Toplam	171,406	95			

Tablo 23'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları habercilerin videojournalism ile ilgili algılarının istihdam problemi varlığını hissedip hissetmeme açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani istihdam problemi varlığını hissedip hissetmeme, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0n kabul edilmektedir.

Videojournalism ile ilgili algılarda, yaş, cinsiyet, eğitim, görev, toplam basın tecrübesi, aynı işyerinde çalışma süresi, basın işletmesinde işe başlama şekli, kazanç düzeyi, işsiz kalma deneyimi, çalışma şekli, haklar, haftalık çalışma saatleri, sendikalı olup olmama, istihdam problemiaçısından istatistiksel olarak anlamlı bir

farklılık yoktur. Yani bu demografik veriler, habercilerin videojornalism ile ilgili algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; (bknz. Model 1, sayfa 193).

1.1.2. Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

Haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarınailişkin algıların demografik ve mesleki değişkenler (yaş, cinsiyet, eğitim, görev, toplam basın tecrübesi, aynı iş yerinde tecrübe süresi, işe başlama şekli, kazanç düzeyi, işsiz kalma deneyimi, çalışma şekli, hakların bilinmesi, haftalık çalışma süresi, sendikalı olma durumu ve istihdam problemi) üzerine dağılımını ölçmek için betimsel tarama modeli geliştirilmiştir. Her değişken için video-journalism algısının farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile ölçülmektedir.

Tablo 24: Yaşa göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	**df**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**Anlamlılık**
Gruplar Arası	4,263	4	1,066	,819	,516
Grup içi	115,777	89	1,301		
Toplam	120,040	93			

Tablo 24'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınyaşgruplarıaçısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0, 05) ortaya koymaktadır. Yani yaş, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0a kabul edilmektedir.

Tablo 25: Cinsiyetine göre göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	,709	1	,709	,570	,452
Grup içi	120,580	97	1,243		
Toplam	121,289	98			

Tablo 25'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarıncinsiyetgruplarıaçısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani cinsiyet, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0b kabul edilmektedir.

Tablo 26: Eğitime göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	4,674	3	1,558	1,260	,293
Grup içi	116,265	94	1,237		
Toplam	120,939	97			

Tablo 26'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarıneğitim düzeyi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani eğitim düzeyi, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0c kabul edilmektedir.

Tablo 27: Görev Dağılımına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	,236	1	,236	,189	,664
Grup içi	121,053	97	1,248		
Toplam	121,289	98			

Tablo 27'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarıngörev türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani görev türleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0d kabul edilmektedir.

Tablo 28: Toplam Basın Tecrübesine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	1,206	4	,301	,232	,920
Grup içi	119,567	92	1,300		
Toplam	120,773	96			

Tablo 28'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınbasın tecrübesi düzeyleri(yıl) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani basın tecrübesi düzeyleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0e kabul edilmektedir.

Tablo 29: Aynı İşyerinde Tecrübe Süresine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	1,719	5	,344	,286	,920
Grup içi	106,996	89	1,202		
Toplam	108,714	94			

Tablo 29'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınaynı işyeri tecrübe düzeyleri (yıl) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani aynı işyeri tecrübe düzeyleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0f kabul edilmektedir.

Tablo 30: İşe Başlama Şekline göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	1,513	3	,504	,400	,753
Grup içi	119,777	95	1,261		
Toplam	121,289	98			

Tablo 30'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınişe başlama türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani işe başlama türleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0g kabul edilmektedir

Tablo 31: Kazanç Düzeyine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	15,696	3	5,232	4,631	,005
Grup içi	105,077	93	1,130		
Toplam	120,773	96			

Tablo 31'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınkazanç düzeyleriaçısındanp<0,01 olduğundan istatistiksel olarakanlamlı bir farklılık mevcut. Yani kazanç düzeyleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır; H_{1h} kabul edilmektedir.

Tablo 32: Gelir Düzeyine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Minimum	Maximum
2000 altı	11	3,4545	1,65007	,49751	1,00	5,00
2000-3000	41	4,5183	,97691	,15257	1,00	5,00
3000-5000	37	4,6892	,68314	,11231	1,25	5,00
5000-10000	8	3,8750	1,80772	,63913	1,00	5,00
Total	97	4,4098	1,12163	,11388	1,00	5,00

Tablo 32'de yer alan ortalamalardan görüleceği üzere haberciliğin çalışma koşullarını en zor bulan grup 2000 altı gelir düzeyi grubu ve bunu da 5000-10000 arası gelir düzeyi takip etmektedir.

Tablo 33: İşsiz Kalma Deneyimine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	,049	1	,049	,039	,844
Grup içi	120,891	96	1,259		
Toplam	120,939	97			

Tablo 33'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınişsizlik deneyimi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0, 05) ortaya koymaktadır. Yani işsizlik deneyimi, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin

algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0i kabul edilmektedir.

Tablo 34: Çalışma Şekline göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	3,267	5	,653	,511	,767
Grup içi	117,673	92	1,279		
Toplam	120,939	97			

Tablo 34'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınçalışma türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani çalışma türleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0j kabul edilmektedir.

Tablo 35: Haklarına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	,475	1	,475	,379	,540
Grup içi	120,464	96	1,255		
Toplam	120,939	97			

Tablo 35'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınhaklarını bilmek açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0, 05) ortaya koymaktadır. Yani haklarını bilmek, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0k kabul edilmektedir.

Tablo 36: Haftalık Çalışma Saatlerine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	2,127	4	,532	,419	,794
Grup içi	119,162	94	1,268		
Toplam	121,289	98			

Tablo 36'da görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınhaftalık çalışma saati düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani haftalık çalışma saati düzeyleri, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0l kabul edilmektedir.

Tablo 37: Sendikalı Olup Olmamasına göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	1,509	1	1,509	1,213	,274
Grup içi	119,430	96	1,244		
Toplam	120,939	97			

Tablo 37'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınsendikalı olup olmama açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani sendikalı olup olmama, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0m kabul edilmektedir.

Tablo 38: İstihdam Problemine göre Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunlarına İlişkin Algıların Demografik ve Mesleki Değişkenlere Göre Dağılımı

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	,242	1	,242	,193	,662
Grup içi	120,697	96	1,257		
Toplam	120,939	97			

Tablo 38'de görüleceği üzere ANOVA testi sonuçları haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarınistihdam problemi varlığını hissedip hissetmeme açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini (p>0,05) ortaya koymaktadır. Yani istihdam problemi varlığını hissedip hissetmeme, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarına ilişkin algılarındaki farklılıkları açıklayabilecek bir değişken olarak karşımıza çıkmamaktadır; H0n kabul edilmektedir.

Demografik değişkenler açısından, çalışma koşulları algısında kazanç düzeyine göre çalışma koşullarının zorluğuna yönelik algılaristatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Ortalamalardan görüleceği üzere haberciliğin çalışma koşullarını en zor bulan grup 2000 altı gelir düzeyi grubu ve bunu da 5000-10000 arası gelir düzeyi takip etmektedir. Fakat diğer değişkenlerde anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır. (bknz. Model 2, sayfa 159).

1.1.3. Politik ve siyasal koşulların, Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Haberciliğin Prestijinin, Haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarının oto sansür üzerine etkisi

Araştırmamızda diğer önemli bir alt başlık "Oto Sansür" konusudur. Politik ve siyasal koşulların, ücret yeterliliği ve ilerleme olanaklarının, haberciliğin prestijinin, haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarının oto sansür üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla bir regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup; bağımsız değişkenlerin birlikte bağımlı değişken üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Bağımlı değişken: Oto sansür

Bağımsız değişkenler: politik ve siyasal İktidarla ilişkiler, Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanakları, Haberciliğin Prestiji ve Haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunları

Tablo 39: Politik ve siyasal koşulların, Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Haberciliğin Prestijinin, Haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarının oto sansür üzerindeki etkilerini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişkenler	**β**	**Sig**
Politik ve Siyasal İktidarla İlişkiler	-,257**	,001
Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanakları	-,055	,110
Haberciliğin Prestiji	-,090	,193
Haberciliğin Çalışma Koşulları ve Sağlık Sorunları	-,292**	,000
Bağımlı Değişken: Oto Sansür, R^2= 0.153, F= 5,328		

**: q< 0,01, *: q< 0,05
B (Beta): Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme şiddeti
Significant: Anlamlılık

Regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında ilk regresyon modelinin (bkz. tablo 39) bir bütün olarak anlamlı olduğu (F= 5,328,sig < 0,01): bağımlı değişken üzerindeki değişimin %15'ini açıkladığı görülmektedir. Bulgular bağımsız değişkenler açısından teker teker incelendiğinde H1'de belirtildiği gibi politik ve siyasal iktidar ile ilişkilerin oto sansür üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi (β: -,257 q<0,01); ve H4'da önerildiği üzere haberciliğin çalışma koşulları ve sağlık sorunlarının oto sansür üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi(β: -,292 q<0,01) olduğunu ortaya çıkartmaktadır. Dolayısıyla sonuçlar sadece H1 ve H4'u destekler nitelikte iken; H2 ve H3'un doğruluğu yönünde kanıt sağlanamamıştır. Daha detaylı olarak ifade etmek gerekirse:

- H1 yani politik ve siyasal iktidarla ilişkilerin habercileri kurumları lehinde oto sansür yapmamaya iteceği düşünülüyor; ilişki negatif yönlü;Politik ve siyasal iktidar ile ilişkiler; habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları ile sonuçlanıyor (p<0,01) H1 destekleniyor.

- Ücret ve meslekte ilerleme olanaklarının yeterliliği, habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmalarını olumlu yönde etkilemesi beklenirken herhangi bir anlamlı ilişki bulunmuyor H2 desteklenmiyor. Haberciliğin saygınlığı ile habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmaları

arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişki bulunamıyor; H3 desteklenmiyor. Habercilerin çalışma koşullarının zorluğu, habercilerin kurumları lehinde oto sansürde bulunmalarını olumsuz yönde etkiliyor. (p<0,01) H4 destekleniyor.

1.1.4. Çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması ve Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Habercilik Mesleğinin Çalışma Koşullarının Zorluğu ve Sağlık Sorunları üzerine etkisi

Tablo 40: Çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması ve Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanaklarının, Habercilik Mesleğinin Çalışma Koşullarının Zorluğu ve Sağlık Sorunları üzerindeki etkilerini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişkenler	**β**	**Sig**
Çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması	-,431**	, 000
Ücret Yeterliliği ve İlerleme Olanakları	-,380**	, 002
Bağımlı Değişken: Habercilik Mesleğinin Çalışma Koşullarının Zorluğu ve Sağlık Sorunları, R^2= 0. ,596, F= 72,445		

**: q< 0, 01, *: q< 0, 05

Regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında ikinci regresyon modelinin (bkz.tablo 40) bir bütün olarak anlamlı olduğu (F=72,445, sig<0,01): bağımlı değişken üzerindeki değişimin %59'unu açıkladığı görülmektedir. Bulgular bağımsız değişkenler açısından teker teker incelendiğinde H5'de belirtildiği gibi çalışma koşullarının özel hayata yer bırakması veya bırakmamasının, habercilik mesleğinin çalışma koşullarının zorluğu ve sağlık sorunları üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi (ß: -431 q<0,01); ve H6'da önerildiği üzere ücret yeterliliği ve ilerleme olanaklarının habercilik mesleğinin çalışma koşullarının zorluğu ve sağlık sorunları üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi (ß: -380 q<0,01) olduğunu ortaya çıkartmaktadır. Daha detaylı ifade etmek gerekirse H5 ve H6 desteklenmektedir. Özel hayata zaman kaldıkça (p<0,05)ve ücret ile ilerleme olanakları arttıkça (p<0,01) mesleğin yıpratıcılığına yönelik algılar azalmaktadır.

4.3. NİTEL ANALİZLER

Nitel analizler için evrenimiz belirlenirken sayı olarak beş muhabir beş kameraman olmak üzere on kişi olmasında karar kılınmıştır. Sayının dar, sınırlı tutulmasının nedeni, aynı zamanda tez çalışmasında yüz haberciden yanıt alınan anket formu çalışmasının olmasıdır. Muhabir ve kameramanlar özellikle belli kıstaslarla seçilmiş değildir. Yaş, cinsiyet, çalıştığı kurum vb. ayrımlar yapılmamıştır. Görüşme yapılacak kişiler belirlenirken haberci olmaları ve konuşmak için istekli olmaları temel neden olarak öne çıkmıştır.

Görüşme yapılan habercilerin en gençleri otuz sekiz en yaşlıları elli yaşındadır. Cinsiyet olarak erkeklerin ağırlığı dikkat çekmekte, dokuz erkek haberciye karşılık bir kadın haberci görüşmemizde yer almaktadır. Derinlemesine görüşme yapılan habercilerin eğitim durumları televizyon haberciliğinde eğitim seviyesinin yüksekliğini doğrular veriler içermektedir (alan anketimizde yanıt veren yüz habercinin yetmiş sekizi üniversite mezunuydu). Görüşülen habercilerin birisi üniversite terk, birisi yüksekokul mezunu, altısı üniversite mezunu, birisi yüksek lisans, birisi ise doktora derecesindedir. Çalışma süresi olarak görüşme yapılan tarihte en az tecrübelisi 15 yıl en kıdemlisi 30 yıldır haber sektörünün içindedir. Habercilerin dokuzu ile İstanbul'da görüşülmüş, Ankara'da ikamet eden birisi ile koşulların elvermemesi sonucu elektronik postayla görüşülmüştür. Görüşmeler genellikle 1 saat ile 1,5 saat arasında sürmüştür. Yüzyüze görüşmenin samimiyeti, meslektaş olmanın getirdiği güven ile sorulara rahat yanıtlar alınmıştır. Görüşmeler izin alınarak kaydedilmiş ve görüşme yapıldığı gün metne dökülüp, görüşme yapılan kişilere e-posta yoluyla iletilmiştir. Muhabir ve kameramanlar özgürce düşüncelerini paylaşmışlar ve çalışma sonunda tüm metni okumak istediklerini iletmişlerdir. Araştırılan konu başlıklarıyla ilgili düşünce ve deneyimler tüm yönleriyle değerlendirilmeye tutulmuştur. Sonuçta muhabir ve kameramanların emekleriyle geçinen beden ve fikir işçileri olarak, ekonomik ve sosyal haklarıyla ilgili konumlarına ilişkin bir tablo çıkartılmaya çalışılmıştır.

4.3.1. Evrensel Meslek ve Türkiye'de Medya Atmosferi

Gazetecilikevrensel meslek özelliğini taşımaktadır. Dünyanın hemen hemen her köşesinde gazeteciler haber değeri taşıdığını düşündüğü durum ve olayları, yazı, ses ve görüntü verileri toplayarak haber yaparlar. Ne var ki, 19.yüzyıldaki şartlar günümüzde devam ettirilebilir değildir. Haberi yazan, ses ve görüntüyü alan kişi haricinde bu metanın ticari veya kamu yararı adına yayınlanacağı bir ortam olması gerekir. Bunun içinde işletme bilminin öğretilerine göre, bir organizasyona, çalışacak insanlara, donanıma ve bunun için gerekli sermaye birikimine ihtiyaç vardır.

Türkiye kökenli ajans ve televizyonlarda bilimsel bir işletme politikası olmadığı için, yetişmiş insan gücü yeterince değerlendirilememektedir. Deneyimli haberciler, yabancı medya ile Türk medyasını kıyaslamaktadır:

> Biz isterdik ki çok para olsun bu işte, bizde iyi işler yapabilelim. Biz haftalık belgesel tadında haber program yapıyoruz. Bizim maliyetler 2-3 bin lirayı geçmiyor. Bizde belgesel yapalım, BBC yapıyor belgeseli 2 milyon dolara, her bölümü 3 bin dolara satıyor. Bizde niye 5-10 hiç değilse 1 milyon dolar harcamayalım ki? Keşke para olsa böyle işler yapabilsek de, BBC'ye biz satabilsek. BBC çok para harcıyor ama yüzlerce ülkeye, binlerce kanala satıp para kazanıyor. Biz ise satın alıp onların belgeselini izleme yolunu tercih ediyoruz. Biz para koyup, yapıp dünyaya satalım diye düşünmüyoruz. Cüzi bütçelerle çalışmak zorunda kalıyoruz. Ben de istemez miyim, 3.köprü haberini yaparken helikopterler kaldırayım. Özel kameralarla çekim yapayım, muhteşem görüntüler alırsınız İstanbul'da. 3.köprü haberi yapıyorum, yüksek geleceği için helikopter kiralamak zorundayım. Helikopterin altına özel kameralar koymak zorundayım. Yurt dışında bunu yapıyor adamlar, ne gerekiyorsa parayı verip gereğini yapıyorlar (G.6. 06.04.2014)[16].

Türkiye'de haber mecrasında çalışan muhabir ve kameramanlar, gelecek endişesi taşımakta, güvencesiz istihdam koşullarının değişmesini istemektedir. Yurt dışı ile karşılaştırma yapmalarını istediğimizde arada büyük farklar olduğunu düşünmektedirler. Türkiye haber mecrasında fikir işçileri olan muhabir ve kameramanlar gelişmiş ülkelerdeki meslektaşlarının olanaklarına bir gün sahip olmayı hayal etmektedir:

> Var tabi ulusal ve uluslararası kanallar arasında fark… Bizim haklarımızla, Amerika'daki, Londra, İngiltere'deki habercilerin şartları bir mi yani? Yurt dışında bu işi beş yıl yapsan hayatını garanti altına alırsın. Ben 26 yıldır bu işi yapıyorum, sana dedim ya; kitap pazarlığı

[16] Derinlemesine görüşme yapılan kişiler Görüşmeci 1,2,3 biçiminde kodlanmıştır. Metinde kısaca G1,G2 vs. biçiminde gösterilmektedir.

> yapmak zorunda kalıyor. Çok basit ifade edilir bu yani. İş güvencesi yok, sağlık güvencesi yok, benim başıma şimdi bir şey gelse çocuklarım ne olacak? İşin kötüye gittiğine dair en önemli kanıt bu zaten (G 8, 15.04.2014).

Türkiye'de çalışma yaşamında yazılı kurallar sistemi zayıftır. Bu nedenle gazeteciler holdingin başka bir televizyonu ya da gazetesinde program yaparken, röportaj verirken, yazılı olmayan ilişkiler rol oynamaktadır:

> Şöyle bir medya holdinginin televizyon, gazete ve dergisi bir avantaj olabilir. Ulaşacağı mecra artabilir, ben bunu yapıyordum örneğin. Ben CNNTÜRK'te çalışırken, Tempo dergisine belki Radikal'e de yazı yazıyordum. O sizin kıymetinizi, arttırabiliyor, daha farklı mecralara ulaştırabiliyor. Bence bu kötü bir şey değil. Tabi burada da gazeteciye bu yaptığı ekstra işin karşılığının verilmesi gerekir. Bedava olmamalı, çünkü yazı yazmak ekstra bir efor. Ek bir gelir olur ise, iyi bir şey ama diğeri angarya da olabilir. Diğer yandan bu anlamda çok iş koluna sahip olan holdingler gazetecilik için hep olumsuz. Çünkü gazetecilik geleceğinizi düşünüyorsunuz, yapacağınız haberlerden belki vazgeçiyorsunuz. O açıdan olumsuz ama Türkiye'nin şansızlığı tablo böyle yani (G 2, 21.04.2014).

Türkiye'de medyanın televizyon alanında emekleme dönemini yeni bitirdiği, oysa ABD ve Avrupa televizyonlarının olgunluk dönemlerini yaşadıkları tartışılmaktadır. Çalışanlar açısından Batı ülkeleriyle Türk televizyonlarının arasında çalışan işgücü, yatırılan sermaye, donanım ve işletme yönetimi açısından uçurum mevcuttur. CNNTürk'ün deneyimli habercisi ve program yapımcısı 2001 yılında CNN Int ekibiyle tanışmalarını, iki kurum arasında sahada operasyon ekibi farkını şu cümlelerle anlatmaktadır:

> Afganistan savaşında dediler ki, kuzeyden ABD ordusuyla gireceksiniz, işte Amerikalıları bekleyin. Dediler ki, işte CNN ekibi geldi, bir kameraman arkadaşım var; Alper'e dedim ki arabanın önüne bir sticker yapıştıralım. Öyle dolaşalım, şirket karşılar mı, karşılamaz mı çok ta iyi bilmiyoruz. Bir tane sticker yaptırdık, arabanın üstüne yapıştırdık. Arabayla dolaşırken, kameraman arkadaşım yerin dibine gömülüyordu. "Şaklaban gibi dolaşıyoruz, herkes bize bakıyor", diyordu, utanmıştı. Neyse, dediler ki "CNN ekibi geldi, onlarla buluşmaya gider misin?". Tamam dedik CNN ekibiyle buluşmaya gittik. Arabadan indim, karşımda kocaman bir tır, arkasında üç tane minibüs bir zırhlı araç. Bizde bir tane araç var. İndim arabadan, onların prodüktörü, sorumlusu ile el sıkıştık. Ekip nerede diye sordu, utandım arkamda bu adam tek kişi diye… (G 6, 6.4.2014).

Türkiye'de çalışma koşullarının hala Avrupa ve gelişmiş ülke standartlarının altında olduğunu haber sektöründeki gazeteciler de onaylamaktadır. Tehlikeli, çatışma ve savaş bölgelerine haber ekipleri gönderilirken Batı ülkelerindeki seçicilik maalesef bizde olmamaktadır. Filistin asıllı gazeteci Başer Kaddumi ve DHA

kameramanı Cüneyt İnal'ın Suriye'de kaçırılmasının arkasından Milliyet gazetesinin tecrübeli Foto Muhabiri Bünyamin Aygün'ün Suriye'de bir süre rehin tutulması gazeteci güvenliği ve medyanın kurumsal sorumluluklarının tekrar tartışılmasına neden olmuştur:

> Her şeyden önce biz çalışanlarımıza insan gözüyle bakıyoruz. Benim çalıştığım kurumda bütün muhabirler savaş eğitimi aldı. Savaşta ayakta kalma eğitimi aldı. Bizde kimse şu anda Suriye sınırının öbür tarafına geçmiyor. Çünkü risk var, bu riski göze almıyoruz. İşte Milliyet'in muhabiri yakalandı, onu oraya 14 defa götüren adam 15.defa onu ele vermiş, bir kaç bin dolara. Böyle şeylere dikkat etmek gerekiyor. Beş gün boyunca ballandıra ballandıra anlattı kendisinin kaçırılmasını, ama hala hayatta olduğu için şükretmesi gerekiyor. Biz asla böyle şeylere izin vermiyoruz, Temmuz ayından beri El Cezire'in hiç bir çalışanına bu izin verilmiyor, hiç bir muhabiri Suriye'ye girmiyor. Savaş bölgelerinde hayatta kalma eğitimi almamış hiç bir muhabirin, savaş bölgelerine gitmesini istemiyoruz. Ben başka kanallarda görüyorum, bırakın böyle eğitim almayı, adam kafasına kask bile takmadan yayıncılık yapıyor. Bize bir şey olmaz deniyor, dolayısıyla bu önemli. Uluslararası kanallar ile bizim (Türk) kanalları arasında en önemli fark bu (G 4, 27.3.2014).

Sektörün koşullarının ağır olduğu Türkiye'de habercilik yapan tüm kameraman ve muhabirlerin ortak görüşüdür. Her ne kadar maceraya açık, yenilikler, yeni insanlar tanıma olanağı veren, farklı şehir ve ülkeler görmenizi sağlayan bir meslek olsa da, maddi olarak standart ailenin geçimini sağlayacak bir kazanç getirmesi istenmektedir. Türkiye'de amatör bir gazetecilik anlayışının hâkim olduğu, ekonomik ve sosyal hakları verilmemiş bir meslek mensubu olmasına karşın gazetecilerin tehlikeli bölgelerde görevlendirildiği söylenmektedir. Avrupalı ve ABD'li yayın kuruluşları ise bu konuda çok daha dikkatli ve çalışan gazeteciden yana bir tavır takınmaktadır:

> Güvenlik önlemi alamadan bir elemanını araziye gönderip oradaki grupların önüne atıyorsun. Ondan sonra diyorsun ki, onu kurtarmaya çalışıyorum, bu çok saçma. Avrupalılar bunu yapmıyor, Avrupalılar tazminatları çok yüksek olduğu için, o bölgeden kiralık muhabirler kullanıyorlar. Filistin'den, Türkiye'den, Irak'tan kiralık muhabir kullanıyorlar. Genellikle savaşlarda onlar ölüyor, Amerikalılar ve Avrupalılardan çok az ölen vardır. En son Amerikalılar dost ateşinde vuruldular, o zaman kayıp oldu.Tek başına macera arayanlar, kişisel iş yapmaya gidenler haricinde gelenler bu riske girmiyorlar. Girmiyorlar çünkü bir Amerikalı gazeteci ölürse, tazminatları inanılmaz para; milyon dolar tutar. Bizde gazeteci yaralandığında, ailesine para ödeniyor mu?, yok (G 6, 06.04.2014).

Yetişmiş insan gücü kapasitesi bakımından Türkiye'nin 25 yılı aşkın bir özel tv deneyimi vardır. Türkiye'de çalışan muhabir ve kameramanların yurt dışında çalışan

meslektaşlarından daha kalifiye oldukları, bunun nedeni olarakda habercilerin çalışma koşullarının zorluğu olduğu iddia edilmektedir:

> Bizim muhabirler bir kere yurtdışından daha kalifiye. Niye, yurtdışındaki muhabirler prodüktörlük yapmıyor, şoförlük yapmıyor, ışıkçılık yapmıyor. Sadece muhabirlik ve sunuculuk yapıyor. Bizde her şey var, gerekirse kamerada kullanıyor. O yüzden bizimkiler daha donanımlı, onların aldığı paradan da düşük fiyatta. Şartlarımız buna uygun olduğu için buna alışmış durumdayız. Ama yurtdışında böyle her şeyi yapmaya kalktığında adamlar; "senin işin değil kardeşim, sen geç köşene otur" diye bakıyor. İşte kameraya dokunduğunda kameraman sana kamerasını dokundurtmuyor (G 6, 6.4.2014).

Yabancı kanalların haber sektöründe deneyimli olan çalışanlarına gerek maddi gerekse manevi daha fazla değer verdiği görüşü tüm görüşme yapılan muhabir ve kamaremanlarda mevcuttur:

> Bir de tecrübeye verilen değer; mesela bizim medyada yaşınız kırka geldiğiniz zaman artık yaşlanmışsınızdır. Kendinize yer, masa bakmaya başlarsınız. Uluslararası medyada ise, tecrübesini işine yansıtacak insanları görürsünüz. Ben 15 yıllık o tecrübeyle para kazanamıyorum ama ben 15 yıllık banka müdürü olsam kazanıyorum. O tecrübedeki muhabirin karşılığı 2-3 milyar, o da karşılık değil. O nedenle ulusal ve uluslararası basın arasında en önemli farklardan birisi bu; tecrübeye yeterince değer verilmiyor (G 4, 27.3.2014).

Evrensel bir meslek olduğu için haberciler, fikir üreticileri ve kamuoyu adına araştıran bir meslek grubun temsilcileridir. Bu anlamda kendi meslektaşlarının yurtdışındaki şartları ve Türkiye'de muhabir ve kameramanlara yeterince değer verilmemesi onları rahatsız etmektedir:

> Christina Amanpour, nasıl bu değeri aldıysa, bizim de bunu almamız lazım. Yok, bizim almamız için daha çok şey yapmamız lazım. Ben Güven İslamoğlu olarak hala çalışıyorum, hala bu değeri kazanabilmek için kendi programımda değer kazanmaya çalışıyorum. Hâlbuki muhabirlik yaptığım dönemde daha iyi işler yapmıştım. O dönemde maalesef karşılığını alamadık. Ama ben muhabir olmayı seviyorum. Şöyle bakarsak kaç tane muhabir kalmış? Yirmi yıldır muhabir olarak başlayıp, bu işi sürdüren toplasan dört tane adam zor çıkar. Çoğu bu işi bıraktı, ne yapıyor, Halkla ilişkiler yapıyor, bankacı olan var. Tatil merkezlerine gidip kafe açan var, bar işletenler var, pansiyonculuk yapan var. Çok adam kalmadı zaten işte öyle. Bu yüzden değeri yok (G 6, 6.4.2014).

4.3.2. Güvencesiz İstihdam ve Ekonomik Uçurum

Medya mecrasında, mesleğe giriş için herhangi bir önkoşul mevcut değildir. Buna karşılık staj aşamasından başlayarak meslek mensuplarının ekonomik ve sosyal haklarını korumaya yönelik düzenlemeler içeren, gazeteciler ve medya işvereni arasındaki çalışma ilişkilerini düzenleyen ve medya işverenlerince uygulanabilir bulunmayan bir basın iş yasası mevcuttur.

Haber sektöründe görev tanımları ve hiyerarşiye göre ücretler ve çalışma şartları çok farklılık göstermektedir. Yöneticiler veya ekran önüne çıkan yıldız gazeteciler ciddi maddi kazançlar elde edebilirken bundan muhabir ve kameraman kadrolarının içinde bulunduğu uygulamacılar mahrumdur. Ciddi maddi güçlükler, özlük haklarının ihlali, iş güvencesinden yoksunluk, basın iş yasasına aykırı çalıştırılma, düşük ücretler hemen her medya kurumunda muhabir ve kameramanlar için yaygın olarak geçerlidir. Bu koşullara itiraz edenler ve haklarını aramak isteyenlere iki çıkış yolu dayatılmaktadır; Birincisi itirazdan vazgeçerek kurumun verdiği olanaklarla çalışmak, diğeri ise istifa etmek. Bu olumsuz, güvencesiz iş ortamında çalışmak zorunda kalan muhabir ve kameramanlar, belli süreler işini korumak için çaba sarfettikten sonra, ya başka bir medya kurumuna geçiş yapmakta ya da sektör koşullarının değişmeyeceğine inananlar, tamamen sektörden kopmaktadır.

Türk haber sektöründe yasal haklarını arayan, muhabir ve kameramanlar öncelikle uyarılmakta ve hak talebi devam ederse işten atılmaktadırlar. İşverenlerin bu kadar cesaretli ve fütursuz hareketlerinin nedeni iş yasaları ve uygulamalarının onlara avantaj sağladığı içindir. Derinlemesine görüşme yaptığımız tüm haberciler, istihdamın güvencesiz olduğu konusunda hemfikirdir.

> Doğan Haber Ajansından örnek vereyim. Adamın hem televizyonu, hem ajansı, hem gazetesi var. Başka bir şey olsa, yani senin ajansın benim gazetem onun televizyonu olsa; üç tane az eleman çalıştırmamız gerekiyor. Ya da altı kişi çalışmalı ama bunlar tek kişiyle bu işi yapıyorlar. Yani altı gazeteci otomatikman işsiz. Anadolu'da daha zor bu iş. Nasıl daha zor? Ne yapıyor adamlar, editörlük yapıyor, muhabirlik yapıyor, kameramanlık yapıyor, montajcılık yapıyor Anadolu'da. Ama bunu yapabilecek insan çok. Eğer siz yapmazsanız, yapacak insanlar sırada bekliyor (G 8, 15.4.2014).

Zaman zaman kurumundan ayrılan haberciler, medya holdinginin diğer televizyonu veya ajansında çalıştırılmamaktadır. Şu anda fiili olarak NTV'nin en deneyimli haber kameramanı olan görüşmeci 9, işten atılma deneyimini daha önce yaşamıştır:

> Kanal D'den ayrıldıktan sonra ben bir takım haklarımın yendiğine inandığım için mahkemeye gittim. 21 Ocak 1997 tam tarih olarak 97'de ayrıldım. Davayı açtım hem geriye dönük olarak, çalışmaya başladığım ilk gün itibariyle 212 'li yapması gerekirdi ama bir buçuk yıl sonra yaptı. Hem geriye dönük olarak 212 davası açtım, hem fazla mesai davası açtım. Neyse bu haklarımı aldım, gittim bundan sonra başka televizyonlarda çalıştım birkaç tane. Sonra Kanal 6'da çalışırken o dönemde CNN Türk açılıyordu. Beni o dönemde CNNTÜRK'e çağırdılar, bende Kanal 6'dan istifa ettim, CNNTürk'te işe başladım. Kadromun yapılması için bir takım evraklar gerekiyor ya onları topladım, 212 yapılacakken, çalışmaya başladıktan tam olarak 1,5 ay sonra atıldım. Ahmet Taner Kışlalı'nın cenazesindeydim Ankara'da. Çok zor bir yayındı, yedi sekiz kilo tripot ve bir o kadar kamerayla, tripodu kapatıp monopod gibi kucaklayarak yaklaşık 20 kiloyu karnıma dayayarak yaklaşık 75 dakika canlı yayın yaptım o kalabalığın içinde. Neyse o yayından geldim, beni işten attılar (G 9, 18.4.2014).

Görüşmeci 6, haber sektöründe işverenlerin kıymet bilmediğini ve yetişmiş insan gücünü değerlendirmeyip, işletme politikaları ile deneyimli gazetecileri sektör dışına ittiğini örneklemektedir:

> Vereceğim en güzel örnek, Vedat Yenerer isimli bir savaş muhabiri vardı. Bu adam Çeçenistan'a gitti, arkasından bir sürü laf söylediler, çeken oldu, çekemeyen oldu. Benim yakın arkadaşım olduğu için yakından biliyorum. Pasaportunu falan gördüğüm bir adam. Çeçenistan'a gitti, Eritre'ye gitti, Bosna Hersek'e gitti, adamın dünyada gitmediği yer yoktu. Şimdi ne yapıyor? Bilen var mı? Yok, en son Ergenekon'dan içeri aldılar, suçsuz olduğu 11 ay sonra kanıtlandı, dışarı çıktı. Sonra Mehmetçik diye bir televizyon kurdu, orada, işi sürdürmeye çalışıyor. Ya bu adam, Afganistan'da çalışırken yanında vurulan insanları görüntülemiş bir adam. Bosna Hersek'te, Arnavutluk'ta çatışma görüntüleriyle gelmiş bir adam, hayatını oralara adamış. Sonuç nerede? Pulitzer mi aldı, bir şey mi verdik adama? Adamı heba ettik, gitti. Başka böyle bir sürü gazeteci var (G 6, 06.04.2014).

Son yıllarda yedek işgücü havuzu (iletişim fakültesi mezunları, diğer üniversite mezunları ve işsiz gençler) nedeniyle habercilerin maaş artışları, ekonomik gelirleri yerinde saymaktadır. İşe yeni başlayan muhabir ve kameramanlar ise vasıfsız işçilere verilen ücretlere, işsizlik nedeniyle razı olmaktadırlar. Çalışma için görüşme yapılan medya profesyonellerinin, Türkiye'de habercilerin ekonomik durumu konusunda görüşleri, durumu tüm açıklığıyla ortaya sermektedir:

> Bu bilebildiğim kadarıyla çok düşük. Yeni başlayan bir kameramana 1000-1200-1300 TL maaş veriliyor. O da demek ki (muhabir) 2-2.5 TL

> falan olmalı. Özel bir bilgi belki ama kısa süre önce işten ayrılan CNN Türk Dış haberler editörü 4000 TL alıyordu. London Schools of Economics okumuş, Robert Kolej okumuş birisiydi. Ne yaptı? İşi bıraktı, şimdi başka bir işe geçti. Zaten kalifiye olan, yetişmiş insanların artık bu mesleği tercih etmediğini ve başka alanlara geçtiğini görüyoruz. Bu da piyasadaki genel kalitenin düşmesine neden oluyor. O parayı kabul eden çalışanlar, biraz daha eğitim düzeyi sosyal düzeyi düşük insanlar mesleğe girmeye başlıyor. Bu da bilmiyorum, çok ayrımcı bir yaklaşım olur mu ama düşürüyorlar kaliteyi. Eskiden gazeteciler iyi okullardan mezun olan, kapasiteli insanlarken şimdi öyle değil gibi geliyor bana (G 2, 21.04.2014).

Haberciler bilgi işçileri olarak içinde bulunulan ortamı analiz etmekte ve ona göre kendilerini konumlandırmaktadır. On beş yıldır CNN Türk kanalında çalışan deneyimli muhabir ve program yapımcısı görüşmeci 6, ülke şartlarına göre alınan ücretin standart muhabir ve kameraman için uygun olduğunu dile getirmekte ve rekabetçi sektörde daha öne çıkan kişilerin daha iyi para kazanabildiğini söylemektedir:

> Televizyon habercisi olarak ücretler, ülke şartlarına göre makul. Türkiye şartlarına göre bence ortanın üstünde. İyi bir muhabirseniz ortanın üstünde para alabilirsiniz. Özel sektör ile devlet arasında değişebilir ama Türkiye ortamına göre iyi gidiyor. Şimdi çok yakından bilmiyorum, benim çalıştığım dönemlerde ücretler iyiydi. Bugüne kadar iyiydi, iyi maaşlarla başlanıyor ama zamlarda problem var, devamı gelmiyor. Başlangıçta problem yok. Yeni bir kameramanın 1500 lira ücretle işe başlaması normal.Yeni bir kameraman 2000 lira ile mi işe başlayacak? Bir doktor 8-9 sene okuduktan sonra 1700 liraya pratisyen olarak işe başlıyor. Bir kameraman, çoğunlukla üniversiteden gelmiyor, iki yıllık eğitim, bence 1500 lira almaları normal...Sektör bu, yapacak fazla bir şey yok. Bende buradan çıksam, on lira maaş alıyorsam gittiğim yerde kusura bakma sana on lira maaş veremeyiz derlerse şartlara uymak zorundasın. O yüzden çok değişken sektör içinde fiyatlar ama iyi elemanlar, kendine güveni olan, kendini kanıtlayanlar parayı alıyorlar (G 6, 6.4.2014).

Değer zincirinde üst sıralarda yer alan yöneticiler ile alt kesimlerde yer alan muhabir ve kameramanlar arasında ücret makası açılmaktadır. Gazeteciler arasında görev tanımı, yaptığı işin değeri, deneyimi, özellikleri ve liyakatı gereği farklı ücretler olsa da, bu ücret makasının tüm işletme bilimi değerlerine aykırı büyüklükte farklılaşması, habercilerin gözünden kaçmamaktadır:

> Gazetecilikte çalışanlar için ekonomik açıdan durum çok parlak değil. 20 yıllık gazeteciler, gazete ve televizyonlarda muhabir ve kameraman olarak çalışıyor ve 2-3 bin TL maaş alıyorlar. Öbür tarafta da Ertuğrul Özkök bir şaraba binlerce dolar ödeyebiliyor ve Genel Yayın Yönetmeni pozisyonunda. Bu uçurum tabi Türkiye'nin her tarafında var. Zengin ve fakir arasındaki 29 katlık uçurum medyada da kendini gösteriyor. İETT'nin verdiği bedava seyahat kartı muhabir ve kameramanlar için daha çok anlam kazanıyor. Ankara, Başkent dışında basın kartı, otobüse bedava binmek kartı. Bunların nedeni ekonomik koşullar, ekonomik

> koşulların dayattığı bir şey bu. Bugün İstanbul'da bir yerden bir yere gitmenin ciddi bir maliyeti var. Eğer taksiyle gidiyorsanız ve kurumun ekonomik bir desteği yoksa bu bile sektörün içinde bulunduğu koşulları anlatmaya yeter diye düşünüyorum. Tabi ki iyi kurumlarda benimde iyi paralar kazandığım dönemler oldu. Bugün evim var, arabam var ve bunları medya sayesinde yaptık. Ama birçok arkadaşım hala kirada oturuyor ve Belediye otobüsüne hala basın kartını göstererek binmek zorunda ki ay sonunu getirebilsin (G 4, 27.3.2014).

Muhabirlik ve kameramanlık bilgiye dayanan, enformasyonu sürekli depolayan ve kullanan meslekler olduğu için Türkiye'de haberciler yurtdışındaki çalışma koşullarını da yakından takip etmektedir. Yıllarını haberciliğin birçok bölümünde çalışarak geçirmiş deneyimli gazeteciler Türkiye'de kendilerine reva görülen maddi ve diğer çalışma koşullarını çok ağır eleştirmektedir:

> En güzel cevap; ben kendi çalıştığım kurumu anlatayım sana, sen değerlendir. Çünkü sen yabancı kanallarla çok daha fazla çalıştın. Bir defa maaşınız bizden çok çok daha iyi. Sosyal imkânlarınız bizden iyi. Sağlık durumunuz bizden iyi. Seyahat durumunuz bizden iyi. İşe geliş gidişiniz, kendinize ayırdığınız zaman, hepsi bizden iyi. Ben kimden iyiyim: Ben de yerel kanalardan daha iyiyim. Yerel kanallar kimden iyi: Bölgelerde çalışan gariban ajans muhabir ve kameramanlarından daha iyiler. İşte muhabir, kameraman, montajcı, writer, yapımcı, ulaştırma vs. işler acısı durumda. Haber müdürüne geldiğiniz zaman, çünkü o seviye üst düzey bürokrat ve yönetimle muhatap olduğu için farklı. Türkiye'de medyada çalışan kimselerin durumu belli, üst tabaka hariç. Ben burada 3000 TL maaş alıyorum. Ben FOX TV'de haber müdürüyken, beş sene önce 8000 TL maaş alıyordum. Yani bu kadar basit. Ve şimdi müdür pozisyonunda çalışırken şimdinin 10'da 1'i kadar çalışmıyordum (G 8, 15.4.2014).

Doğan Haber Ajansı ve İtalyan RAI televizyonunda deneyimleri olan görüşmeci 7, medya kurumlarının maliyetleri kısma politikalarının ilk mağdurunun haber çalışanları olduğunu belirtmekte ve medya kurumlarının günümüzde tercih ettiği politikayı eleştirmektedir:

> Genel de de baktığımızda kısıntılar şu şekilde oluyor, zam yapılmıyor, yapıldığında çok küçük bir oranda yapılıyor. Personel alımında 3, 4 sene evvelin maaşı ile alınıyor, genç insan tercih ediliyor.Bir kaç işi birlikte yapan personel tutuluyor ilk eleman çıkartışında ise başka işleri yapmayan yada verimsiz olan, yüksek maaşlı olan çalışan hedefte oluyor. Şimdilerde birçok şey eskisi gibi değil mesela; servis imkânı kısıtlı veya hiç olmuyor, bazı kurumlarda ortalama 300 TL gibi bir ticket veriliyor yemeği buradan halledin diyorlar... İnsanlar açlıkla terbiye ediliyor, kölelik sistemi de aynı mantıkla yürür. Modern zamanda işin özü aynı olsa da şekli daha farklıdır. Sizin direk bir şeyleri söylemeniz gerekmez. Aradaki araç yani 'para' konuşmadan her şeyi anlatan bir araçtır (G 7, 10.4.2014).

Habercilerin meslek gereği, toplumun önünde bilgiye ulaşması için teknolojiyi kullanması gerektiği ama sokaktaki çocuğun bile habercilerden daha iyi cep telefonu olması habercileri rahatsız etmektedir:

> …bazı TV kanalları iyi para veriyor, bazıları ise vermemeyi tercih ediyor. Tıpkı tekstil sektöründe de olduğu gibi. Bugün bir tane gömleğin 250-300 bin liraya satıldığı bir mağazanın, fabrikasında çalışan insanlar 4 gömlek parasına bir ay çalışıyor. Dolayısıyla bu gazetecilik için değil, tüm herkes için geçerli olan ücrette adaletsizlik var ama bir kere biz hem bedenen hem de zihnen çalışıyoruz...Ben sokakta burnunu çekerek dolaşan ve cebinde 2 milyarlık cep telefonu olan bir sürü çocuk görürken, gazetecilerin hala eski telefonlarla dolaşıyor olmasından hicap duyuyorum. Çünkü öncelikle evini geçindirmek zorunda, çocuğuna bakmak zorunda, çocuğunun okuluna bakmak zorundayken o yüzden o parayı veremeyen bir sürü gazeteci var. Ulaşamıyorlar, patronları da destek olmadığında o zaman iki kat sıkıntı oluyor (G 4, 27.3.2014).

Deneyimli gazeteci görüşmeci 8, temel giderler dışında gazetecilerin kültürel ve sosyal faaliyet yapabilecekleri bir gelirleri olmadığını ifade etmektedir:

> 26 yıllık gazeteciyim, aldığım maaş 2. seviyeden memur maaşıyla eşit yani. Hayatımı olumsuz etkiliyor. Ben ilk mesleğe başladığımda 1988 senesinde 40 bin TL alıyordum, şimdinin 400 TL' ya denk geliyordu, o para yetiyordu inanır mısın? Şimdi üç katını da alsanız yetiremiyorsunuz. Her gazetecinin, bu işi alnının akıyla yapan gazetecilerin hepsinin maddi problemleri ve borç içinde olduklarını adım gibi biliyorum. Rahat bir hayat süremiyorlar, yani gazetecisiniz, temiz giyinmek zorundasın, tiyatroya gitmek zorundasın, kültürel etkinliklerde bulunmak zorundasınız, eşinize, dostunuza, arkadaşlarınıza katkı sağlamak zorundasınız, çünkü insanlar sizden bekliyorlar. Ama bunların hiçbirini maddi imkânsızlıklardan dolayı yapamıyorsunuz. Ben beş tane arkadaşımı toplayıp hep beraber yemek yiyelim diyemiyorum. Eskiden toplanırdık, evlerde davetler verirdik, ama şimdi yok (G 8, 15.4.2014).

4.3.3. Mülkiyetin Egemenliği

Türkiye'de çağdaş işletme ve ekonomi bilimi verileri dışında, siyaset ile bağlantı kurup, kamuoyu oluşturma gücünden yararlanmak için Türkiye televizyon yayıncılığının çok üstünde kanal açılmasıyla birlikte, onların en büyük mali kaynağı olan reklam pastasının bölünmesi süreçleri çok hızlı yaşanmıştır. Bu durumda, bünyesinde birden çok televizyon veya gazete barındıran holdingler, iş gücünden tasarruf etmeye yönelmişlerdir:

> Maliyetlerin kısılması bir kere gazeteci sayısını azaltıyor. 2005'te CNNTÜRK'te çalışırken, Kanal D, Milliyet, Hürriyet bir havuz oluşturuldu ve adına Doğan Haber Ajansı dendi. Bazı arkadaşlarımız Doğan Haber Ajansına gönderildi, bunu kabul etmeyenler işten çıkarıldı. Bunun şöyle bir olumsuzluğu oldu. Karşımızda bir sürü gazete var ve biz bu gazetelerin hepsinde aynı haberi görüyoruz. Çünkü ana kaynakları

> Doğan Haber Ajansı oldu. Dolayısıyla insanların farklı sesler duymasını, bir olayın farklı açıyla görmesinin önüne geçilmiş oldu. Hem gazeteciler işsiz kaldı, hem de haberde tekelleşme yaşandı… Ama o ajans ya da o tekelleşen kurum ne veriyorsa biz onunla yetiniyoruz. Örneğin burası için; "ne kadar çok kitap var" bilgisine ulaşabiliyoruz. Ama burada çaylar nasıl yapılıyor, burada kitaplara insanlar nasıl ulaşabiliyor, nasıl vakit geçirebiliyorlar sorularını bilemiyoruz. Bu sadece Doğan Haber Ajansı için değil, yanlış anlaşılmasın, Cihan Haber Ajansı ve İHA'da da var. Onların aboneleri de onlar ne veriyorsa onu yayınlıyor. Aslında 15 tane gazete okuyup tek bir haber okumuş oluyoruz o 15 gazeteden. Bize ulaşmıyor, bize belli bir görüş ile ulaşmış oluyor ki bu çeşitliliği bozan bir şey. Ama patronlar öyle uygun görmüş, düzende böyle gidiyor" (G 4, 27.3.2014).

Çalışma sürecinde CNNTÜRK'ün editörlüğünü yapmakta olan görüşmeci 8, çalışan haberciler için eski habercilik koşullarından daha zor bir ortam olduğunu belirtmektedir:

> CNNTÜRK' ün haber merkezinde üç tane muhabir var. O da sadece özel haberler, büyük haberler olduğunda gönderip anons çektirmek için. Bir kanalın mikrofonu, logosundan daha değerli bir şey olur mu? Eskiden işlerde mikrofonun kablosunu takmayı unutsak bile mikrofonu, görünecek şekilde kadraja sokardık ki orada kanalın olduğu belli olsun. Marka değerinden düşüyor, adam gönderilmiyor, ajans haberi yapılıyor. Neden? maliyet düştü. Çünkü kamera, kameraman, yemekti, içmekti, gelmesi, gitmesi, uçak bileti, konaklaması vb. haberciliği öldürüyor. Para harcamamak için habercilik yapmıyorlar. Ama habercilik dünyanın en pahalı işidir. Haberciliği olumsuz etkiliyor (G 8, 15.04.2014).

Mesleğin ilk yıllarında özel televizyonların Türkiye'de açılma sürecini bizzat yaşamış olan görüşmeci 6, gazetecilikten gelen personel ile televizyoncuların, özel televizyonlarda farklı bir kimya yarattığını söylemektedir:

> O zaman özel televizyonlar emekleme aşamasındaydı. Tabi o zaman biz TRT'den çıkıp, özel televizyonlara gittiğimizde, yetişmiş insanda yok, eleman sorunu vardı. Özellikle TRT formasyonunda özel televizyonlara gittik. Özel televizyonlarda gazeteci formasyonundan gelen insanlar vardı. Biz televizyoncu onlar gazeteci, ikimiz bir araya geldiğinde farklı bir konsept çıktı ortaya (G 6, 6.4.2014).

Fakat ilerleyen dönemde tekelleşen ve holdingleşen Türk basını, medya holdinglerine dönüşmüştür. 1980 sonrası işveren lehine düzenlenmiş iş yasaları ve Doğan grubu başta olmak üzere ana akım medyanın sendikayı da dışlaması nedeniyle habercilik kabuk değiştirmiştir. İşverenin görüşleri ve çıkarları haberciliğin doğasını doğrudan etkilemekte ve kurum politikası dışında haberler yapılamamaktadır:

> Söyleyeceğim şudur; habercilik yapılmıyor bu ülkede. Ismarlama haberler geliyor. İşte yıllarca emniyet muhabirliği yaptık. Emniyet muhabirliği yaptığımız dönemlerde arkadaşlara haberleştirilmiş metinler geliyor emniyetten oradan buradan... Türkiye'de habercilik diye birşey olduğuna

> ben inanmıyorum...Ya meydan okuyamıyorsunuz, haksızlığın karşısında meydan okuyamıyorsunuz. Bizim görevimiz nedir? Sessizlerin sesi olmak, yani çaresizlerin çaresi olmak. Toplumun vicdanı olmak yani söylemlerin altında yatan nedenleri bulup, yalanları ortaya çıkarmak. Gazetecilerin görevi budur, biz gazeteciyiz. Sessizlerin sesi, haklıların hakkı olacağız ama bunu yapamıyoruz. Neden, işte örneğin orada maden göçmüş, otuz kişi ölmüş. Haber yapacaksın, yukardan geliyor haber, bu bizim şirketin işi, at haberi çöpe. Yapacağın bir şey yok (G 8, 15.04.2014).

Haber Sektörünü nasıl tanımlarsınız sorusuna verilen yanıtlar, habercilerin, sektörlerini zor, anlaşılmaz, çıkar ilişkileriyle örülü, bağımlı, mafya tipi, sermayenin güçlü olduğu bir alan olarak gördüklerini ortaya koymaktadır:

> Fazlasıyla manipülatif bir haber dünyamız var. Birde sistemin en başından beri yanlış kurgulanmasından kaynaklanıyor, diye düşünüyorum. İtalya gibi aslında, medya patronları güç sahibi insanlar. Daha güç elde etmek için devlet ile ilişkiye giriyorlar. Devlettten daha fazla iş kapmak istiyorlar bu da tabi bağımsız haberciliğin dibine baltayı vuruyor haliyle. O zaman sen devletin yaptığı herhangi bir hatayı yazamıyorsun, çizemiyorsun. Dolayısıyla devletten bağımsız bir medya kuruluşu olman lazım. Dolayısıyla devletin yaptığı, ihale yolsuzluğu olabilir, demokratikleşme ihlali, insan hakları ihlali olabilir, sen bunları gereğince dile getirebilmelisin, yazabilmelisin. Bağımsız bir medya kuruluşu olman gerekir ki bu da, Türkiye içinde çokta söz konusu değil (G 5, 3.4.2014).

Basın gerçekten çelişkilerle dolu bir meslektir. Gazeteci bir anlamda tanıklık ettiği gerçekleri aktaran kişidir. Yaptığı bu iş için para almaktadır. Bu meslek dalında çalışanların da yaşadığı en büyük ikilem bu noktada başlamaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmelerde sektörün çalışanlarının daha iyi şartlar sunan bir kurum bulabilmesinin gittikçe zorlaştığı ifade edilmektedir.

> Abi şimdi çalışamazsın ki, diyelim haber yapacaksın; kanalda çalışıyorsun ve sisteme muhalifsin, ama çalıştığın kurum sistemden besleniyor. Nasıl haber yapacaksın? Ya orada çalışmayacaksın, o zaman çocuğuna nasıl ekmek götüreceksin? Ya da oranın kuralıyla çalışacaksın, ya bu deveyi güdeceksin, ya da bu diyardan gideceksin. E gidemiyorsun, işte bizim sektörde tatminsiz, mutsuz insanlar geziyor... Neden? Çünkü inanmadığı şeyleri yapmak zorunda insanlar... E tabi insanların çoğunun maddi altyapısı yeterli değil yani (G 5, 3.4.2014).

Standart haber merkezinde çalışan haberciler olduğu gibi, deneyimli ve haber programı yapan haberciler kendilerine has ayrı bir sorun yaşamaktadır. Çalıştığı medya kurumunun program politikasına uygun olmak ve seslendiği izleyici kitlesinin her televizyon kanalına uygun olmaması sorunu:

> Yeni yer bulman lazım, hangi kanalda çalışacaksın, o kanal seni kabul eder mi, kabul etmez mi? Şimdi insanlar onu düşünüyor. Ayrıca

> CNNTürk'ten çıksam şimdi "…" programını yapıyorum; bir süre sonra yapabilir miyim bilemiyorum. Ben CNNTürk'te bu programı yapabiliyorum. Bazı kanallarda bu tür programları yapmam mümkün değil. Yeşil'in y'sini yapamam, yani gerçekten çok zor (G 6, 6.4.2014).

Büyük medya grupları arasında centilmenlik anlaşmaları denilen, yazılı olmayan anlaşmalar aracılığıyla, işten ayrıldığınızda diğer grup televizyonu veya gazetesinde iş bulmanız engellenmektedir:

> Bunu bazı arkadaşlarımızdan gördük; birbirinden adam alıp vermemek, tabi bir diğeri de sizin başka bir şirkete daha olumlu koşullarda geçmenizi engelliyor. Öyle bir sorun var. Tekelleşmeden dolayı bazı şirketler çok büyüyorlar. Piyasanın %50-60'na sahip olduğu oldu büyük bir şirketin. Oradan örneğin hakkınızı alamadan ayrıldığınızda, oraya dava açtığınızda bir gazeteye değil 10 gazeteye, bir televizyona değil 5 televizyona dava açmış oluyorsunuz. İş alanları gittikçe daralıyor. O da tabi ki mahkûm kılıyor çalışanı (G 2, 21.04.2014).

Büyük holdinglerin televizyon ve ajanslarında çalışan haberciler, iş anlaşmazlığı ve işten ayrılma dönemlerinde tehditlerle karşılaşmaktadır. Son yıllarda yüzlerce örneği görülen bu durum iş barışını tehdit etmekte ve haber sektörünü güvensiz bir çalışma sahası yapmaktadır:

> Biz Kanal D'de çalıştığımız dönemlerde, işten atıldığımızda şöyle bir şey vardı; Dava etmeyin bizi yoksa bir daha iş bulamazsınız, bizim şirketlerimizde çalışamazsınız gibi tehditler, korkutmalar vardı. Ben o zaman aptallık etmeyip dava açsaydım şimdiye kadar sarı basın kartını almıştım. Aşağı yukarı 1600 gündü sigortaya gösterilen gün sayısı. Birde askerlik için üç yıl ödeme yaptım ben (G 1, 19.03.2014).

4.3.4. Siyasetin Haber Atmosferine Etkisi

Siyasetçiler ve medya patronlarının birbirlerine ihtiyaç duymaları aralarında bir yakınlaşma doğurmuş ve zaman zaman çıkar çatışmaları yaşasalar da, işverenler ile politikacılar, birbirlerini desteklemek için habercilik yapar hale gelmişlerdir. Yeni açılan haber kanallarının zarar ettiği bilinmesine karşın, siyasetçiler üzerinde baskı yaratmak ve devlet ihalelerini almak için medya holdingleri yatırım yapmaya devam etmişlerdir. Bu yaklaşım karşısında siyasetçiler de, bir takım ayrıcalıklar vererek, başka iş sektörlerinde ihale ve yatırım öncelikleri, vergi indirimlerini kullanarak, medya gücünü kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmek istemektedir. Uluslararası bir televizyonun deneyimli muhabiri görüşmeci 6, günümüzde, gazetecilerin özgür çalışamadığını iddia etmektedir:

> Hem gazete ve televizyonların başka işler yüzünden hükümetlerle çok yakın ilişkiler içinde olması, hem gazeteciliğin araçsallaşması çok etkili oldu. Sanki gazete, televizyon haberi, haber için değil, başka güçleri desteklemek için kullanılır hale geldi. Bu da rekabeti geride tuttu diye düşünüyorum. Kimse işte Suriye'de çatışma var, Suriye'nin içerisinden çok cazip, çok güzel röportaj ve haber göndermenin cazibesi kalmadı artık. Hatta doğru olanı söylemek sorun olabiliyor Türkiye'de. Örneğin Esat gidiyor diyorsa ve siz oraya gidip "Esat gidici değil" diyorsanız, doğru bir analiz bile yapsanız istenen bir şey yapmamış oluyorsunuz. Dolayısıyla anlamı kalmıyor yani. Bu da gazeteciliği olumsuz etkiliyor bence. Hem kameraman hem muhabir olarak alana gitme şansınız kalmıyor. Gittiğinizde haber yapmanız ve analiz yapmanızın bir anlamı kalmıyor ve sizi değersizleştiriyor maalesef (G 2, 21.03.2014).

Türkiye haber sektörü son yıllarda daha fazla siyaset kurumuyla ilişkiye girmiş ve ticari kaygılar ile siyasi çıkarların değiş tokuşu biçiminde bir yapı, pazara hâkim olmuştur. Haberciler bu konudan şikâyetçidir ve bu anlayışın haberin özerkliğini yok ettiğini düşünmektedirler:

> Sektörün koşulları bir kere politik artık. Demin de söylediğim gibi artık bağımsız habercilik yapmak artık mümkün değil. Patronlar artık gazetecilik yapmıyorlar, çünkü işleri sadece gazetecilik değil. Her kurumun yan kuruluşları var. Petrol ihaleleri, arazi ihaleleri var, kömür ihaleleri var vs. bunlardan para kazandıkları için bağımsız iş yapamıyorlar, göbekten iktidarlara bağlı oluyorlar. O yüzden bağımlı gazetecilik yapıldığına inanıyorum… Eğer senin patronuna veya kurumuna dokunacak bir haber ise sana yaptırmazlar, yapamazsın. Açık söylüyorum sana; 'telefon açıyorlar, yav kardeşim bu haberi niye giriyorsunuz' diyorlar. Örnek; gezi olaylarında ilk gün ben çalışıyorum, ilk olaylar olduğunda görüntüler geldi. Haberi montajladım yazdım, daha ağaçlar falan yeni sökülüyor ilk gece, haberi verdim saat sabah 05.00 bülteninde bir kere yayınladım, ardından hemen telefon geldi 'Ne yapıyorsun kardeşim sen ' işte gezi olaylarını yapıyorum dedim. Bunlar olmuş haber yaptım dedim. Beni arayan da üst düzey bir yetkili, benim bağlı çalıştığım müdür. Bu görüntüleri değiştirin dedi, başka görüntüler koyun dedi. 'Sen bizim de kendi başımızı yakacaksın' dedi. Peki, ne kullanılacak, hangi görüntü? Büyükşehir Belediyesi'nin daha önce dağıttığı grafik animasyon görüntüler vardı Taksim projesi ile ilgili. O görüntüleri kullanın dedi. Ondan sonra; hala daha penguen kanalı diye geçiyor ismimiz (G 8, 15.04.2014).

Gazeteciler ile devleti yönetenler arasında son zamanlarda bir gerginlik olduğu ifade eden uluslararası bir haber ajansının Türkiye Büro şefi görüşmeci 3, gazete ve televizyon habercilerinin devlete karşı ya da devleti eleştirebilecek şekilde davranmamaya gayret ettiğini ifade etmektedir. Bunun en büyük nedeni olarak korku olduğunu, bu korkunun da paraya bağlı olduğunu iddia etmektedir. Çoğu medya kuruluşunun bağımsız olmadığı, holding tarafından yönetildiğini belirtmektedir. 24 saat yayın yapan haber kanalı eğer çoğunlukla hükümeti rahatsız edecek haberlerden uzak duruyorsa, büyük ihtimalle holdingin sahip olduğu iş kollarının, devletle

ilişkiler nedeniyle etkilenmemesi için, devletin yanında yer aldığını belirtmektedir. Türkiye'de medya ile politika arasında bir ayrım olmadığı, bu iki alanı birbirinden ayırt eden bir çizgilerin belirgin olmadığı için sonuçta gazetecilerin kamu hakkı ve devlet arasında bir denge aramakta olduğu ve baskı altında kaldığı iddiasındadır (G 3, 25.3.2014).

Gazeteciler içinde bulunduğu ortamı analiz etmekte ve her koşulda her soruyu herkese soramayacaklarını öğrenmektedirler. Deneyimli habercilerden görüşmeci 5, habercinin soru sorabilmek ve haber yapabilmek gücünün doğrudan çalıştığı kurumla ilgisi olduğunu iddia etmektedir:

> Nasıl girsin abi? Bir tanesinin elektrik santral ihalesi var, bir tanesinin patronunun tepesine binmişler daha yeni inmişler. Bir tanesinin patronu beraber yat gezisine çıkıyor Başbakan'la. Bir tanesinin patronunun villasında kalıyor Başbakan. Nasıl girsinler abi, topa girebilecek iki tane, üç tane kurum kalıyor. Bir AFP, Reuters, bir de AP… Çaresi yok yani, Anadolu Ajansı giremez, işinden olur adam. Ha şunu da söyleyeyim, burada sendika yapılaşması olsa o zaman muhabir orada ikinci soruyu da sorar. Çünkü o zaman arkasında sendikanın gücünü hissedecek, patronun değil. Patronun korkusu değil, sendikanın gücü ağır basacak orada. Muhabirin karakteri de önemli, ciğeri beş para etmez adamın teki ise soramaz o zaman ama o kadar çok sorulacak soru var ki. Tabi canım Başbakan'ı takip edememesi söz konusu. Düşünsene Reuters'in Başbakanı takip edememesini! Ona gücü yetmez Başbakan'ın ama atıyorum STAR gazetesine yeter, Taraf'a yeter (G 5, 3.4.2014).

4.3.5. Örgütlenme Sorunu ve Sendikanın Etkisizliği

Türkiye'de çalışma yaşamında sendikal örgütlenme sorunu, tüm iş kollarında yaşandığı gibi medya sektöründe de sıkıntı olmaya devam etmektedir. Özellikle haber sektörü, risk faktörleri ve güvencesiz istihdamın yaygın olduğu bir çalışma alanıdır. Fakat ne yazık ki, Türkiye'de çalışma kültüründe önemli yeri olan sendikacılık 1980 askeri yönetim döneminde yasaklanmış ve yeni yapılan yasalar ile de işverenler lehine budanmıştır. 1990'lı yıllarda ve 2000'li yıllarda gazeteci örgütleri, dernekleri ve TGS bu konuda defalarca kamuoyuna çağrı yapıp siyasi partileri TBMM'de ziyaret etseler de sorun çözülmemiştir. Türkiye'de 1990 sonrası gazeteciliğe başlayan yaş kuşağının çoğunluğu sendikal bir şemsiyeden mahrumdur.

Haberciler sendikanın yurtdışında çalışabildiğini fakat Türkiye'de bu ortamın olmadığını söylemektedir. Uzun yıllar yabancı ajanslarda çalışan görüşmeci 5,

kurumsal standartların İngiltere'de oturduğu ve sendikanın önemli bir denge görevi gördüğünü ifade etmektedir:

> Bence sendika çok iyi niyetle çalışıyor, …özverili çalışıyor ama eli kolu bağlı bir şey yapamıyor. Çünkü sendikalı adam yok doğru dürüst, herkes birbirinden korkuyor. Biz AP'de on kişi sendikalı olamadık, herkes birbirinden korktuğu için kimse sendikalı olamadı. Ayrıca sendikalı olmak dünyanın en güzel şeyi yani. İngiltere'de Workers Electrician Tecnical diye bir sendika var, onların belirlediği norm ve kurallar dışında hiç kimse çalışamıyor. Standartı var yani, bu şu demek değil; 25 yıllık kameramanla 3 aylık kameraman aynı ücrete çalışıyor. Herkes hakkını alıyor, her çalışma yılının bir bedeli var, insanlar da ona göre adil bir dağılım yapıyorlar. Ama iki tane 25 yıllık kameramandan birisi 20 bin lira diğeri 3500 liraya çalışamıyor yani. Sendika çok önemli yani ve ben sendikayı sonuna kadar savunan bir insanım (G 5, 3.4.2014).

Sendikanın Avrupa'da çalışanların yıpranmasını önlediğini ve her çalışan profesyonelin korunduğunu ileri süren görüşmeci 2, Türkiye'de sendikalı gazetecilerin istenmediğini iddia etmektedir:

> Tabi ben şimdiye kadar sendika falan görmedim, bilmiyorum. O yüzden de benim hayatım da olmadı. Ama ben Euronews'te çalışıyorum, uluslararası bir kanalda çalışıyorum. Orada sendika inanılmaz etkili ve gazetecilerin yaşam standardını çok yukarda tutuyor, angaryalardan uzaklaştırıyor. Hatta bizim çok kolaylıkla her ekstra işi yapmamızı orada göremiyorsunuz. Hatta ben spor ile alakalı bir haber gönderiyorum Euronews'a. Spor'da çalışanlar diyor ki biz bu işi yapamayız. Yapacağı da sadece görüntüyü upload edecek. Bu otuz saniyelik bir iş, diyorlar ki; "bu ekstra bir iş, bunu yapmam için bana ekstra para vermeniz lazım, bunun için yapmıyorum". Sendika koruyor ve siz ekstra yük getiremiyorsunuz. Sendika çalışıyor ve Avrupa'da çok etkili ama ülkemizde yok, bilmiyorum. Sendikalı gazeteci tercih etmiyorlar şu anda Türkiye'deki firmalar (G 2, 21.03.2014).

Habercilerin kadın-erkek olsun çalışma koşullarının düzelmesi için sendikaya üye olmak gündemlerinde yoktur. Bu konuda bir çekingenlik sergilenmektedir:

> Ben ABD'den geldim, sendika üyesi değildim. Çalıştığım kurum sendika üyesi olmama izin vermiyordu. izin verse dahi sendika üyesi olur muydum bilmiyorum. Gördüğüm kadarıyla burada ABD'de gibi üye olmak için bir takım kurallara uymak gerekiyor ama çalışan için pek bir şey yapılmıyor. Çok büyük çabalar gösterildiğini görmüyorum açıkçası, bilmem anlatabildim mi? ABD'de sendikanın, çalışmak ve basın toplantıları ile sesini duyurmak çok önemli. Türkiye'de neden böyle, bir fikir sahibi değilim (G 3, 25.3.2014).

Diğer iş kollarına göre gazetecilikte örgütlülük oranı Türkiye ortalamasının bile altındadır. Örgütlülük oranı bakımından OECD ülkelerinde en altta olduğumuz bilinmektedir:

> Matbaa işçilerini çıkardığımızda da yaklaşık 35-40 bin makasında (civarında) bizim iş kolumuzda çalışan basın yayın emekçisi var. Bu 95 bin çalışan içinde sadece matbaa işçileri yok, cd yazıcıları, grafikerler de bu iş koluna dâhil oldu. Örgütlülük oranını işkolu toplamı olarak %3 diyebiliriz. Ama gazetecilerin örgütlülük oranı %2 civarında (G. Durmuş, kişisel görüşme, 21.02.2015).

Haberciler sendikanın gerekli olduğuna inanmaktaysa da, işverenlerin olumsuz karşılayabileceğinden korkmaktadırlar. Sendikaya üye olduğu için işten atılan arkadaşlarının durumu, bu kararı vermekte çekimser kalmalarına neden olmaktadır:

> Olması gerekiyor ama yok, faal değiller çünkü bir de korku var. Çalışan gidip sendikaya üye olmuyor. Niye üye olmuyorsun kardeşim? Biz Gazeteciler Cemiyetine üyeyiz, arkadaşlarınızı üye yapmak istiyoruz. Gerçi bir şey yaptığı da yok cemiyetin. Ama başımıza bir şey geldiğinde danışabileceğimiz bir yer olsun. Ama insanlar korkuyor, aman patronlar duymasın... Gerçi bunlardan patronların haberi yoktur, CEO'lar vs. diyorlardır onlara. Sendikaya üye olduğunda işsiz kalıyorsun, işsiz kalmak için sektörde sebep artık, böyle bir şey olabilir mi? En doğal hakkın, sendikaya üye olacaksın fakat sendikaya üye oldu diye işten atılan birçok arkadaşımız var. Bu durumda hiç bir etkisi yok (G 8, 15.4.2014).

4.3.6. Oto Sansür

Tv haberi üretiminde görev alan profesyonel, iş bölümleri gitgide çoğalmıştır. Buna karşın, internetin telefon teknolojisiyle bütünleşmesi, alanda çalışan medya profesyonelleri başta olmak üzere haberin araştırılması, bulunması, canlı yayın, görüntü ve sesin metine uygun uzunluk ve teknik niteliklerde düzenlenmesi işlemleri bir rutin üretim biçimine sokulmuştur. Bu dönüşümle muhabir, kameraman ve montaj editörlerinin özerkliği gitgide yok olmaktadır.

Ancak kendi yaptığı ve sunduğu haberde özerkliği vardır. Bu özerk olabileceği alanda çalıştığı kurumun politikalarına zarar vermeyecek iş yaşamında kurumun ilişkilerini riske etmeyecek alanlarla sınırlıdır. Özel haber kavramı bile çok sınırlı ve dikkatli bir yapılamazlar, yasaklılar listesi içinde nadiren kullanılan bir kavram olarak durmaktadır. Kurumun politikaları doğrultusunda, kuruma ters düşmeyecek bir haberse, çok ses getirecekse bu haberi haberciler yapabilmektedir. Ama eğer patrona veya çalışılan kuruma dokunacak bir haber ise gazeteciye bu haberler yaptırılmamaktadır.

Haber üretiminde görev alan medya profesyonellerinin en çok rahatsızlık duyduğu konuların başında oto sansür gelmektedir. Oto sansür, söylenecek,

yazılacak, yayınlanacak haberin yazılmaması, çekilmemesi, yayınlanmaması sonuçlarını getirmektedir. Ya da yapılan bir röportajda haberciliğin gerektirdiği soruların sorulamaması, gazetecinin özgürce çalışmasına ket vurmaktadır.

> Türkiye'de hükümet eliyle başlatılan 'algı oluşturma' ve 'gündem belirleme' öncelikle ana akım medya dediğimiz gruplardan hükümete muhalif yayın yapan, yazı yazan gazeteci, muhabir ve yöneticilerin tasfiyesi ile gerçekleşmiştir. Bunun yöntemlerini de bizzat gördük. Ekonomik yaptırım veya tehdit, ihalelerden uzaklaştırma, para cezaları, gündemde olan suçlarla ilişkilendirme, karalama v.s. Yerlerine hükümetin belirlediği isimler yerleştirildi. Kıyıda köşede kalanlar da sıkı oto sansür uyguladılar. Özellikle kameraman ve muhabir meslektaşlarımız twitter ve facebook'ta hükümet aleyhine paylaştıklarını silip bir daha paylaşmamıştır (G 7,10.4.2014).

Haber merkezlerinde genel yayın yönetmeninden muhabir ve haber kameramanına kadar profesyoneller bireysel olarak doğrudan çalışma yaşamlarını etkileyeceğini bildikleri için, kurumsal politika doğrultusunda yapması ve yapmaması gereken haber türlerini bilmekte, bilmiyor ise de deneyim kazandıkça öğrenmektedir.

> Mesela rahmetli Hayri Kozakçıoğlu İstanbul valisiyken, daha önce Olağanüstü Bölge Valiliği yaptığı valiliğin iki milyarlık bir para kaybı vardı. Bunu açıklayamamıştı ve bununla ilgili bayağı bir gündem olmuştu. Bir basın toplantısı düzenlemişti valilikte ve bende orada bir soru sormuştum yeni yetme bir muhabir olarak."Ya madem bu kadar kendinize güveniyorsunuz, o zaman soruşturmanın selameti açısından soruşturma sonuçlanana kadar, görevi bırakmayı düşünüyor musunuz?" diye sorduğumda, sen hangi gazetedensin?, hangi televizyondansın?senin yöneticin kim? o kim? bu kim? diye sordu bana, verdim cevaplarını. "Burada anlattıklarım senin kafana girmemiş galiba" diyerek hakarette yaptı. Haber dairesine gittiğimde, Can Okanar'dı haber dairesi başkanı. Can ağabey; "sen gelsene bir odaya deyip, ne sordun" dedi. Ben de bunu sordum dedim. "Çok iyi soru sormuşsun, ama bunu burada yayınlayamayız, hatıralarında yazarsın artık " demişti bana (G 4, 27.04.2014).

Gazeteciler bir taraftan meslek ilkeleri gereği, tarafsız olmak, kamu yararını öncelemek isterken diğer yandan, içinde bulundukları çalışma koşullarına da uyum göstermek zorundadır. Türkiye gibi siyasetin geçmişten bugüne basına etki ettiği ülkelerde ise editoryal bağımsızlık çok güç sağlanmakta veya sağlanamamaktadır. Bu konuda haberciler, meslektaşlarını suçlamamakta ve yaşam koşulları nedeniyle gazetecilerin istemedikleri haberleri işveren baskısıyla yaptıklarını söylemektedir:

> Mecburen uyguluyorsun abi. Şimdi sen şöyle düşün, muhabirsin, muhalefet ediyorsun ama TV 24'te çalışıyorsun. Şimdi öncelikle kendi ideoloji ceketini çıkarıp asıyorsun bir defa haber yaparken. İdeoloji çerçevesinde haber yaparsan bir tanesini iki tanesini editör geçirebilir ama

> kaç tanesine izin verecek abi? Evine, çocuğuna ekmek götürmek için mecburen kendini yontuyorsun. O yüzden depresif, melankolik, yaptığı işten memnun olmayan mutsuz çalışanlar oluyor (G 5, 3.4.2014).

Haber kanalları ya da ajanslarda çalışan muhabir ve kameramanlar, deneyim kazandıkça, kendisinden ne istendiğini tahmin etmekte ve sürekli reddedilen kişi olmak yerine, istenmeyen haberleri yapmamaktadır. Kurum politikasının habercinin gazetecilik isteği ve haber yapma yetisinin önüne geçtiğini gazeteciler savlamaktadır. İsrail'de Mavi Marmara sonrası önemli bir politikacıyla röportajı yayınlanmayan görüşmeci 2, moralinin çok bozulduğunu itiraf etmektedir:

> Yani şu var; Bu haber bize gitmez, olayı var. Örn. Gezi olayları, pek çok televizyon, gazete orada değildi. Çünkü gitmeyeceği için yani. Biliyorlar yani, haber toplantısında söylenebilir, siz oradan mesajı alırsınız. Ya da iki defa haber önerisinde bulunursunuz, üzerinde durmazlar, siz oradan mesajı alırsınız. Bir daha o tarafa gitmezsiniz, çünkü kendinizi kötü duruma düşürürsünüz. Sürekli reddedilen birisi, o nedenle bunlar ne istiyor, o yönde bir öneride bulunursunuz. Maalesef iş yerinde kalmak istiyorsanız ister istemez bu bir oto sansüre yol açıyor yani. Mesela Mavi Marmara olayında ben İsrail'e gittim. O zaman ATV' de çalışıyorum. Levy ile en çok oy alan, o zaman İsrail'in ana muhalefet lideriydi. Başbakan adayı adam en üst düzey adamdı konuşabileceğimiz. Benim haber yayınlanmadı, ondan sonra ben hiç teşebbüs etmedim mesela… Oto sansürse evet işte ortada yani. Hayal kırıklığı çok büyük tabi, sadece benim moralimi bozmakla kalmadı, aynı zamanda beni kaynaklarıma karşı da mahçup eden bir şey. Bir daha ne yüzle gideceğim ve röportaj yapacağım. O röportajı yayına koymuyorsunuz. Şöyle oldu, iki hafta sonra Sabah gazetesinde çok küçük bir şey koydum. Haber verdim böyle oldu diye. Onlarda farkında tabi, ne oldu sonunda işten ayrıldım. Ben Ortadoğu çalışan bir insanım. Oradaki bağlantılarımı kullanamayacaksam o kanalda çalışmanın da anlamı yoktu (G 2, 21.03.2014).

Deneyimli haberci görüşmeci 8, günümüz ortamında habercinin elinde çok esneklik olmadığını, gücü elinde bulunduran sermayedar ve yönetimin isteğine boyun eğildiğini söylemektedir:

> En fazla gittiği bir işte görmez. Haberi görmez, demin dedim ya başlarken; o tarafı göstereceğine bu tarafa bakar. Tarafını öyle belli eder. Haberi kabul etmemek gibi bir şansı yok. Eğer ben bu haber istemiyorum, bu haber benim ilkelerime aykırı, ben bu haberi çekmiyorum kardeşim derse, çok affedersin; 'hadi kardeşim güle güle' derler. 15 dk. sonra da yerine bir adam hazırdır yani (G 8, 15.04.2014).

4.3.7. Görev Hiyerarşisi ve Alt-Üst İlişkisi

Haber merkezlerinde farklı görev tanımları içinde onlarca haberci haber üretmek için üstlerine düşen görevleri yapmaktadırlar. Dışardan bakılınca, her görev tanımı içindeki medya mensubunun otomatikman kendi insiyatifiyle, haber üretim

safhasında üretim yaptığını düşünebilir. Ne var ki haber merkezindeki üretim, işletme yönetimi açısından herhangi bir fabrikadaki üretimle aynı kurallar üzerinde inşa edilir. Nasıl ki, fabrika da işletme müdürü, vardiya şefi, ustabaşı var ise haber merkezinde genel yayın yönetmeni, haber müdürü, istihbarat şefi bu sırayı alır. Haber merkezindeki fark, işletme politikasının, günlük haber akışına müdahalesinin zamanında ve gerekli kuvvetle uygulanabilmesidir. Bu müdahaleler haber değeri, işletme ve ulusal siyaset için önemine göre sıklaşır veya azalır. Bu noktada yetişmiş muhabir ve kameramanın yanında yöneticilerin, yeterli bilgi ve deneyimi taşıyor olmaları gerekmektedir.

Türkiye'de son yıllarda siyasetin, doğrudan yönlendirmesi altına giren medya holdingleri politikalarına genel yayın yönetmenleri aracılığıyla yön verme ötesinde, haber müdürü veya editörlere doğrudan telefon eden başbakan danışmanlarının varlığı bilinmektedir. Buna karşın, deneyimli haber müdür ve genel yayın yönetmenlerinin zaman zaman muhabir insiyatifine de güvenmelerine rastlanmaktadır.

TÜBİTAK'ın beş numaralı hard diskle ilgili verdiği rapor üzerine muhabirinden bilgi alan haber müdürü şöyle bir yöntem uygulamıştır: Balyoz davası avukatlarıyla konuşan muhabir rapor hakkında yorumları iletmiş ve avukatların sanıklar lehine olan, raporun olumlu tarafını öne çıkardığını söylemiştir. Bu konuda nasıl bir bakış açısıyla bu habere bakması gerektiğine karar verememiştir. Haber müdürüne " ne yapayım" diye sorduğunda, aldığı cevap "sen nasıl görüyorsan öyle yap" cümlesidir (G 4, 27.3.2014). Haber müdürü alanda havayı koklayan, avukatlarla görüşen muhabirin bilgisine ve hislerine güvenmiştir.

Deneyimli haber ve program yapımcısı görüşmeci 6, Türk medyasındaki plansızlık ve organizasyon bozukluğuna dikkat çekmektedir. Yetişmiş insan gücünün fedakârlığı ile yürüyen bir sistem olduğunu iddia etmektedir:

> Savaş başlayınca Türk ordusu Afganistan'a gidecek dendi. Türkmenistan'da Türk ordusunu beklememiz söylendi. Fakat Türk ordusu gelmeyince oradaki ekip geri döndü. Dediler ki sen git. Ben evliyim, çocuğum var. Tamam, gideyim ama hayat sigortası isterim dedim. Yaparız, ederiz falan denildi. Ama bu dönemlerde yapılıp yapılmadığını bilmiyorum. Türkmenistan'a gönderiyorlar, ben o zaman çok dış haberle ilgilenmiyorum. Oradaki eleman dönüyor, seni gönderiyorlar. Ya ben Türkmenistan'a gideceğim, hangi gruplar olduğunu bilmiyorum. Bölgeyi,

> dostu, düşmanı bilmiyorum. Amerikalılarla bir bağlantım yok. Oradaki Afgan güçleriyle bir bağlantım yok. Pakistan güçleriyle bir bağlantım yok. Gideceğim oraya, Büyükelçiliğe ben geliyorum, ne olup bitiyor diyeceğim. Onlarda bana bir iki yer gösterecek. Bile bile ölüme gitmekten bir farkı yok bu işin.Senin çaban ile olan bir iş sana burada yansımıyor. Ya ben oraya gitseydim, Amerikan bayrağını Afgan kalelerine diksem bile bir Amerikalılar el üstünde tutardı. Bizimkiler iyi yapmışsın aferin derlerdi. Bizde bir işte Pulitzer almadığın sürece kimse önemsemiyor. Bizim şirkette Kanalda ödül alıp ta yayınlamayı unutan editör arkadaşlarımız oldu. Böyle bir ortamda muhabir olarak gider misin? İşin sana bir değer katması lazım, hem maddi, hem manevi. Ben saç, sakal karışmış bir halde oradan geri döneceğim, üç ayımı orada harcayacağım, bunun maddi getirisi olmayacak, karşılığında da üç gün sonra beni sanat haberlerine gönderecekler (G 6, 06.04.2014).

Günümüzde, idareciler çalışma arkadaşlarını ve meslektaşlarını korumak ve kollamak görevini bir kenara itmişlerdir. Çalışan habercilerden yana bir tavır takınan idareci, müdür bulmak günümüzde çok zordur. Kayıtsız, şartsız patrona ve genel yayın yönetmenine tabi olan bir anlayış hüküm sürmektedir. Değer zincirinin en altında gözüken ve maddi, manevi en çok ezilen grubu oluşturan kameraman ve muhabirler bu zihniyetten rahatsızdır:

> DHA'nın başındaki M. E.'i kirli yakalı, kravatı bir tarafa kaymış şekilde elinde mikrofon ben sahada yıllarca gördüm. Adam Ali Kırca'nın ekibiyle Star'a geldi, istihbarat şefi oldu. Ondan sonra sahaya çıkmaz oldu doğal olarak. Kardeşim senin geldiğin yer belli, yaşam şartın belli, sen niye deri koltuğa oturdun diye sahaya giden adamları ezmeye çalışıyorsun ki?Vallahi bence otoriteye yaklaştıkça sorumlulukları artıyor. Bu esnada yapabilecekleri şeylerde belirginleşiyor ve maaşları da artıyor doğal olarak. Tabi sen maaşın arttıkça bundan uzaklaşmak istemezsin. M. Ö.'i tanır mısın? Kanal D'de şefti, adam atacaklardı bu 212'leri 1475 yaptıkları için. M. Ö." iki adam atacağınıza beni atın işten, en azından iki adam çalışır benim yerime burada" dedi. Bu adam sonuçta bürokrat, idareciydi, idarecinin böyle olması lazım. Biliyorsunuz eskiden bir kameraman işten atılacağı zaman tüm kamera grubu istifasını verirdi. Böyle bir sistem vardı, adamın iyi veya kötü olmasından değil, işin yükünün artmasını önlemek için değildi. Hiç kimse bizim işte vazgeçilmez değildir. Birbirinin yerini doldurabilir, olmayacak bir şey değil bu. Ama idareci olmaya başladıkça, karakterle de ilgili olarak, maaşının yükselmesi, üst makamlarla iyi ilişkiler, konfor, sahadan geldiğin yeri unutmuş olman, bana kalırsa değerlerini kaybetmene sebep oluyor (G 1, 19.03.2014).

4.3.8. Eğitim Sorunu

Çalışma kapsamında konuşulan habercilerin buluştuğu ortak sorunlardan bir tanesi de eğitim sorunuydu. Genel olarak işgücü fazlalığı, sektöre yapılan yatırımın işgücünün tamamını istihdam edememesi, sektöre iletişim fakülteleri dışında diğer

üniversite, lise ve dengi okullardan genç işgücü talebinin yoğunluğu ve bu durumun engellenmemesi belli başlıklar olarak öne çıktı;

> Ben mezun olduğumda sekiz taneydi Türkiye'de iletişim fakültesi şimdi seksen tane falandır herhalde. Medya pastası var, tamam gelişti, çok televizyon oldu. Yerelleri falan sayarsanız yüzlerce TV kanalı var ülkede.Ama bu kadar çok iletişim fakültesi okulunun olması da, yetişmiş hani ne kadar yetişmiş, mezun olmuş bir sürü adam getiriyor. Ama iş yok, sonuçta nereden baksan bu işe giren insan 25-30 sene yapıyor bu işi değil mi? Belli sayıda adam, belli sayıda iş var. Bu kadar çok medya okulunun olması, bu kadar çok mezun vermeleri biraz fazla. Hem insanlar doğru düzgün iş bulamıyorlar, hem de bu kadar çok işsiz insanın olması, patron açısından bakarsak "senin alternatifin var" diyor, yedek işgücü olarak bakıyor. Ama kimsenin aklına gelmiyor, orada okumakla gazeteci olunmuyor, ya da kameraman olunmuyor (G 9, 18.4.2014).

Diğer bir sorun olarak iletişim fakültesinde eğitim gören öğrencilerin staj görememesi veya talep yoğunluğundan dolayı bu stajın, kâğıt üzerinde yapıldığı ve verimli olmaması öne çıkmıştır.

> Türk medyasında en önemli sorunlar, kalifiye insan gücü azlığı olabilir. İletişim fakültelerinin mesleğe kaliteli istihdam yaratması anlamında, biraz daha pratiğe önem vermesi gerekiyor. Staj zamanlarının biraz daha düzenli ve uzun olması gerekiyor. Bu anlamda bu okullara çok iş düşüyor. Bu anlamda çok gerekliler ama bu anlamda kendilerini üniversiteliler olarak geliştirmeleri gerekiyor (G 10, 24.4.2014).

Doğan Medya Grubu'nun son yıllarda Aydın Doğan İletişim Meslek Lisesi mezunlarına staj olanağı sağladığı ve staj sonrası, ucuz işgücü olarak istihdam edildikleri bir düzenin yerleştiği ifade edilmektedir:

> Eskiden stajyerler gelirlerdi bize. Bir yıl sonra içlerinden işi yapan 3-4 kişi tutardık. Onlara derdik; sizi kadroya aldıracağız. Geri kalanını gönderirdik, üç tanesini asgari ücretle işe alırdık. Şimdi stajyer almıyor kurum. Neden almıyor? Çünkü stajyere sigorta yapmak zorunda, stajyere maaş ödemek zorunda. Şimdi stajyer bir ay staj yapacak. O bir ay için de sigortalı yapmak zorunda ve cüzi bir 200-300 TL gibi bir parayı ödemek zorunda kurum. O yüzden Doğan grubuna stajyer aldıramıyorum. Kendi arkadaşımın tanıdığını stajyer olarak aldırtamıyorum. Başka bir kanaldan rica ediyorum. Artık Aydın Doğan iletişim meslek lisesi öğrencileri geliyor staj yapmaya. Bedava çalıştıracakları onlarca insan var. Böyle bir düzen kurdular. Bunlardan birçoğu kadroya geçmiş durumdadır. Kendi akademisini yaratıyor yani (G 8, 15.04.2014).

Habercilerin mesleki eğitiminin alanda tamamlanması genel kabul gören bir görüştür. Sektörde çalışan deneyimli habercilerden birisi olan görüşmeci 1, muhabirler için haber mantığının okullarda verilebileceğini ama kameramanların eğitiminin mutlaka sahada verilerek pekiştirilmesi gerektiğini öne sürmektedir:

> Haber mantığını 5 N 1K dediğin sistemi oturtabilirsin. Ama kameraman için teknik bilginin dışında başka şeyler gerekir. Normalde sen 330 derece ile bakıyorsun, kamerayı omzuna alınca bu 200 derecelere düşüyor. Sağ elle ve sol gözüyle baktığın zaman açıyı da kapatıyorsun. Adama nasıl bakması gerektiğini, lensin açısı kadar bakmayı, vizörden bakarken yürümeyi, teknik bazı detayları göstermen lazım. Sağ ve sol elin işlevinin farklılıklarını göstermen, anlatman lazım. Bu kameramanlık için kilometre taşıdır. Orta parmakla hangi düğmeyi ittiğinde neyin çalıştığını göstermen ve bunları sadece vizörden bakarken yapabilmesi lazım. İşte zoom girerken netlik kaydırabilmelisin, işte atıyorum tripot kullanmıyorsun kamerayı kaldırdın, sol elin normal işlevinin dışında, vizörden küçücük bir delikten havaya kaldırdığın görüntüye bakıyorsun. Tüm teknik iş sağ elde. Zoom girmek, diyaframı kapamak için sağ eli parmakları kullanman gerekir. Netlik yapman için sağ eli kullanman gerekir. Bu organizasyonu okuldan yeni çıkmış adama öğretmek zorundasın. Bunu da ancak sahaya sürerek öğretebilirsin. Ama muhabire okulda öğretebilirsin (G 1, 19.03.2014).

Görüşmeci 8, mesleğe her gün onlarca başka eğitim ve meslek grubundan insanın geldiğini, çalışmaya başladığını ama altyapılarının olmadığını iddia etmektedir. Haber kameramanlarının çoğunlukla iletişim fakültesi mezunu olduğunu, yeni kuşakta üniversiteli oranının yüksek olduğunu söylemektedir:

> Yani aslında; söylemeye dilim varmıyor aslında ama kendilerini geliştirmiyorlar, bakımsızlar. Bizim kameramanlarımız da çok eğitimli değil kardeşim. Ben çok kişi biliyorum ulaştırmada kameraman olup sarı basın kartı alan. Çok kişi biliyorum ofis boy'luktan bu mesleğe geçen. Tabi alaylı olmaya karşı değilim ama öğrensin. Bence yine de muhabirlerden çok kameramanlar üniversite mezunudur. Eğer 5 bin muhabir varsa, 3 bin tanesi üniversite mezunudur, 2 bin tanesi alaylıdır. Bizim kuşaktakiler, eskiler çok daha fazla alaylıdır. Yeni kuşağın hepsi üniversiteli. Ama zaten onların şansları yok. Onlar muhabir olmaya gelmiyorlar. Herkes ekran önüne çıkıp meşhur olmak istiyor… Kameramanlarda daha çoktur; mesela 4 bin tanesi üniversite mezunudur 5 bin kişinin. O bin kişi de stüdyo kameramanıdır ya da eskilerden kalanlardır. Ununu elemiş, eleğini asmış tiplerdir yani (G 8, 15.04.2014).

Muhabir ve kameramanların eğitim sorunları yanında, sektöre dışardan gelen insanların varlığı, standart bir eğitim alınmasını güçleştirmektedir. Bunun sonucu da, ilkeleri, mantığı, uygulamaları kurumdan kuruma değişen bir meslektir. Haber sektöründe eğitilmiş ve nitelikli insan gücü açığı istihdam politikaları ve akademi-sektör kopukluğu nedeniyle gün geçtikçe büyümektedir. Uluslararası bir ajansın İstanbul büro şefi olan bir gazeteci sektörün kurumsallaşmamış ve standartı olmayan yapısından şikâyetçidir:

> Eğitim, eğitim ama bu ama bu hem kurumsal hem kişisel.Bu mesleğin bir takım standartları vardır, ilkeleri vardır takip edilmesi, uyulması gereken. Türkiye'de gazetecilik mesleği esasında yeni bir iş. Tabi yüz yıl öncesinde mümkün değildi… Hatta altmış yıl önce gazetecilik okulları olsaydı, olmadığı için Türkiye'deki gazetecilerin çoğu alaylı yetişmiş

> durumda. Bu çok iyi bir şey aslında. Ama buranın sakıncası şudur; eğer o standartların farkında değilse, ne yapılması ve ne yapılmaması gerektiği, soru nasıl sorulur, habere nasıl yansıması gerekiyor, kaynaklarını nasıl saklarsın, bunun eğitimini almıyorsa çok yanlış hareketlere neden oluyor. Diğer gazetecileri de olumsuz etkiliyor. Bence Türkiye'deki en büyük sorun; standardın olmaması ve ayriyeten talk show programlarının dışında haber bültenlerinde hiç bir şey yok. Konuyu irdeleme, bu konu neden önemlidir, geçmişi nedir bir anlatış yok... (G 3, 25.03. 2014).

Habercilik mesleği standart iletişim fakültesi, akademik eğitimin ötesinde, hukuk, siyasal bilgi, tıp, sanat, spor vb. birçok alanda engin bir genel kültür gerektirmektedir. Özelllikle, gazete okuma alışkanlığı dünya ortalamasının altında olan ve haberleri ilk aldığı mecra televizyon olan Türkiye gibi bir ülke için haberin hızlı olmasından daha önemlisi doğru olmasıdır. Zaman zaman gazetecilerin yönlendirilmek istenmesi ve haberin perde arkasına ulaşabilecek bilgi seviyesinden yoksunluk, sıkıntı yaratmaktadır. Diğer bütün zorluklar bir yana, gazetecinin sorgulamaktan vazgeçmemesi ve haberin tüm yönlerine bakması gerektiği, kamuoyunun aydınlatılması için ilk önceliklerdendir:

> En azından bu konuda mesleki olarak bir kaygım vardır. Mesela… Adana'da bir tır yakalandı. İçinden 250 tane roket başlığı çıktı. Şimdi bu haber başlı başına bir haber... Ben yakalamak isterdim açıkçası, çünkü bu trafiğin nasıl olduğunu bilmek gerekiyor. Ama beni ilgilendiren şey bu tıra yapılan ihbar, uyuşturucu ihbarıydı ve içinden savaş başlığı çıktı. Eğer ihbar silah diye yapılsaydı, muhtemelen o sır durdurulmayacaktı. Bu bir, ikincisi Hatay'da tır durduruldu ve o tırın Milli İstihbarat Teşkilatı'nın tırı olduğu ortaya çıktı. Ama o haberi uçuranlar, böyle bir cemaate mensup olan gazeteciler olduğu ortaya çıktı. Şimdi bu kamuoyundaki gazetecilik algısını zedeleyen şeyler. Yani Reyhanlı'da bir sürü insan öldü, o savcı beş saatte olay yerine giderken, bir tane tır yakalandı bir saatte olay yerine gitti. Ben bunu görmez ve habere koymazsam eksik iş yapmış oluyorum. Ben bu işin, Türkiye'deki iktidar-cemaat ilişkisi yüzünden patladığını görmezsem, buna da haberim de yer vermezsem eksik bir iş yapmış, o zaman kullanılmış oluyorum (G 4, 27.3.2014).

Uluslararası kurumlarda çalışan haberciler Türkiye'deki haber televizyon ve ajanslarından daha iyi kurumsal eğitimler aldıklarını söylemektedir. Uluslararası bir haber ajansının İstanbul eski büro şefi olan görüşmeci 5, aldıkları kursları anlatmaktadır:

> Şöyle mesela bizim şirkette iken çocuklara kurs yaptık biz şirkete de ödettik. Hani herkes yaptırmak zorunda değil. Birde yabancı ajanslarda şöyle şeyler oluyordu; İkinci Körfez Savaşı zamanı, Londra'ya çağrıldık hepimiz. Tehlikeli bölgelerde hayatta kalma ve ilk yardım kursu gördük, hepimiz. Ondan sonra üç gün montaj nasıl yapılır kursu, ondan sonra tekrar üç gün hikâye anlatma, haberin içinde hikâye anlatma kursu gördük. Ama Türkiye'de yayın kuruluşlarında böyle şeyler yapılıyor mu çok emin değilim yani (G 5, 3.4.2014).

Derinlemesine görüşmelerde habercilerin kendilerine yeterince yatırım yapamadıkları, güncel bilgiyi elde etmede zorluklar çektikleri belirtilmiştir. Bunun altında yatan sebepler ise maddi koşullar ve habercilerin kendileri için iş dışında zaman yaratamamasıdır:

> Bizim cebimizi olduğu kadar, ruhumuzu ve zihnimizi de doldurmamız gerekiyor, gazetecilik böyle bir şey. Çünkü nihayetinde sokaktaki bir adam size "kardeşim sen bu bilgiyi duymadın mı, görmedin mi" demesi aslında böyle bir şey...Dolayısıyla biz bedenen çalışırken, zihnimizi doldurabilmemiz için yatırım yapmamız gerekiyor.Yani şuradaki kitaplardan en çok satanlardan en azından ikisini, üçünü, dördünü okumamız lazım. Onu alabilmemiz içinde bütçe ayırmamız gerekiyor. Bugün sadece kitap eleştirmenleri ya da kültür sanat sayfaları yapanlara bu kitaplar bedava dağıtılırken bizim para ödememiz gerekiyor. Biz de korsan alıyoruz, itiraf ediyorum, ben alıyorum korsan kitap. Doğru ama benim çalıştığım kurumun mu yoksa benim suçum mu korsan kitap almam, bunu da eleştirmek gerekiyor (G 4, 27.3.2014).

4.3.9. Muhabirlik ve Kameramanlık Mesleğinin Cazibesi

Gazeteciliğin ekonomi politiğine odaklanıldığında diğer mesleklerden farklı bir anlayış olduğu hissedilmektedir. Her ne kadar işverenlerin gazetecilerin egolarını kullandıkları, diğer işçiler ile dayanışma içine girmemeleri için çaba sarf ettikleri bir gerçek olsa da, gazeteciliğin, toplum adına iş görme, kamu yararı ve ilk haberi verebilme gibi farklı özellikleri onu cazip kılmaktadır;

> Ya habercilik şöyle bir şey aslında; bizim bir sosyal sorumluluğumuz var aslında, kamu adına bir denetim mekanizması oluşturuyoruz. Dolayısıyla bir yerde oturup ta, bugün mesela kuraklık çok revaçta bir şey şimdi, konuşuluyor ya..."Vah vah ekinler nasıl yanmış, tüh tüh diyen insanlar olurken, sen "nasıl ya şimdi makarnanın fiyatı mı artacak, ekonomiye ne kadar faydası olacak, ne kadar para cebimizden çıkacak? Biz üreten değil, tüketen bir ülke mi olacağız?... Mesela ben ilkokuldayken övünülerek anlatılan bir şey; Türkiye kendi kendine yetebilen 20 ülkeden birisi diye ifade ediliyordu. Ama biz şimdi mercimek, pirinç ithal ediyoruz. Dolayısıyla biz gazeteciler olarak, bir kuraklık yaşandığında, bu kuraklığın hayatımızı nasıl etkilediğini yansıtmamız gerekiyor (G 4, 27.3.2014).

Ekran önüne çıkmak, tarihe tanıklık etmek, iş hiyerarşisini bir güncel haberle kırabilmek bu mesleği heyecanlı ve aranır yapmaktadır:

> Evet, yani biraz daha kamu işi olma özelliği ver. Yani bence o önemli sadece kendi işinizi yapmıyorsunuz aynı zamanda ülkenin demokrasisi için bir şeyler yapıyorsunuz, o var. Hiyerarşinin belki çok önemli olmadığı söylenebilir. Ekrana çıkmak bence müdür olmaktan çok daha prestijli bir iş. Arkada yönetici olmaktansa ekranda olmak daha iyi. Yani, büyük bir iş yapmışsan, örneğin Benazir Butto öldürülmüş sen çok önemli bir haberi ilk getiriyorsun. Birden kanalın en önemli adamı sen oluyorsun.

> O tabi özgüven veriyor insana, belki insanlar bu yüzden seviyor bu işi bilmiyorum. Irak'ta savaş var orada olmak, Pakistan, Afganistan'da olmak, bir anda sizi en üste çıkartabilir, hiyerarşiyi zorlayan, yukarı doğru hareketin olabileceği bir iş kolu (G 2, 21.03.2014).

> Daha önce ABD'de Fox'ta çalışıyordum. Birçok gazete, dergisi vs. vardı. Dünyanın yarısına sahip bir patron Murdock. Yaptığım haberin yayılması açısından iyiydi. Karşılığını maddi olarak alıyor muydun? Almıyordum ama en azından ben meşhur olmak için ya da para için ben bu mesleği seçmedim. Önemli gördüğüm şeylerin görünmesi, okunması için seçtim. O bakımdan benim için iyiydi Fox'ta çalışmak. Gazeteleri, dergileri, televizyonları olmasından ben memnundum (G 3, 25.3.2014).

Haberciler için yaptıkları meslek başka meslek grubu çalışanlarından farklı anlamlar içermektedir. Habercilik habercilerin deyişiyle bir yaşam biçimidir. İster evli, çocuklu olsun ya da olmasın, hatta evinde hasta yatan yakını olsun haberciler, tarihi tanıklık etmek fırsatını reddetmemektedir. Görüşmeci 5, en yakınlarının bile bunu anlamakta zorluk çektiğini ifade etmektedir:

> …şimdiki eşim beni anlayamıyor. Savaşa niye gider insan diyor. Sen savaştasın yani, BM Irak'ta aldığı kararda tarihe tanıklık etmek; günümüz habercileri özellikle haber kameramanları tarihin murrakkıpları. Yani tarih yazanlar bugün bence haber kameramanlarıdır. Tarihi görüntüleyenler yani, foto muhabirleri… Bence bu dünya üzerinde yapılabilecek en tatmin edici iş. Ama işte ben öyle bakıyorum, sen öyle bakmazsın ama manevi olarak en çok tatmin edecek iştir. Benim için hayatta en önemli an ne dersen; Saraybosna'daki pazar yerinin vurulduğu andır, derim. Çünkü 200 metre mesafedeydim. O ana tanık oldum yani anlıyor musun? (G 5, 3.4.2014).

Görüşme yapılan haberciler, mesleğin başlangıç yıllarında, sosyal, toplumda saygın, keyifli ve maceralı bir mesleğin mensubu olarak çalıştıklarını ifade etmektedir:

> Bizim mesleğimiz popüler bir meslek, havası olan bir meslek. Çünkü kameraman üniversiteyi bitirmiş, iş bulmuş çalışıyor... Kaç tane iletişim fakültesi var bu ülkede. Neredeyse her biri her sene mezun veriyor değil mi? 3000 kişi ortalama mezun veriliyor. Zaten bu sektörde toplam çalışan 5-10 bin kişi var ya. Hangilerini kovacaksın da diğerlerini işe alacaksın? İş bulan piyango bileti bulmuş gibi oluyor. Çünkü biliyor gittiğinde onun çalıştığı paranın yarısına çalışabilecek arkadaşları bekliyor. Bu birincisi, birde şu var. İş bulmuşsun, para kazanıyorsun. Havan yerinde, mahallede hava atıyor. Biz işe yeni başladığımız dönemde telsizleri masaya koyardık, kimse olmasın diye. Bu işin şeyi de var yani, bir keyfi de var (G 8, 15.04.2014).

Tez çalışması için derinlemesine görüşme yapılan görüşmeci 8, mesleğin farklılığına işaret etmekte ve bazı sorunların ister istemez mesleğin doğası gereği, haber toplamak için toplumsal ilişkilerin yoğun olduğu meslek özelliğinden kaynaklandığını söylemektedir:

> … Bir lokantada yemek servisi yapmakla bu iş arasında bir milyon tane fark vardır. Bir defa çok riskli bir iş yapıyorsunuz. Dedim ya; sessizlerin sesi, hak arayanların hakkı olan bir iş yapıyorsunuz. Bunu kurtarmak için varsınız. Mesleğinizin görevi bu… Mesela bu benim yaşadığım bir şey. Adam Boğaz köprüsünün üzerinde intihara teşebbüs ediyor, atlayacak aşağıya. Bu insanla orada diyalog kurma zorundasınız. Yeri gelecek; psikopatla psikopat, efendiyle efendi, hayat kadınıyla hayat kadını, bu triplere girdiğimiz olmuştur. Oradaki ortama girmek zorundasınız…Ben en az elli kişinin hayatını kurtardım hem de tek başına. En azında 10-15 tanesi köprüden atlamak isteyen insanlardı. Havada yakaladığım kişi bile var, internette görebilirsin yani. Atlarken beni de aşağı çekebilirdi. Ama o anda bunu düşünmüyorsun. O kadar çok trafik kazası, yangın, çatışma, intihar vakalarıyla karşılaşıyorsun ki, sabaha kadar çalışıp ben on tane günde haber yapıyordum. Üç defa yangına, beş defa trafik kazasına gittiğim, üstüne bir de çatışmaya gittiğim oluyordu. Kucağımda hastaneye götürürken ölen insanları görünce, eğer ilk yardım kursuna gitseydim belki bir şey yapardım, hayatları kurtulurdu demişimdir. Tek yapabildiğim şoföre bas gaza, bas gaza demek olurdu… (G 8, 15.4.2014).

Görüşmeci 1, 1996 yılında ünlü ses bestekârı Onno Tunç'un uçağının kaza yaptığı istihbaratı üzerine Kanal D ekibi olarak, uçak enkazını aramalarını anlatırken, mesleğin akıl dışı, macera arama, ego tatmini özelliklerine dikkat çekmektedir. Yaklaşık 850 metre yükseklikte uçak enkazını ararken araçlarının bozulduğu, hamile olan muhabirlerinin sağlık problemi yaşamasının yanı sıra ıslak elbise ve ayakkabılarla 36 saat kar yüzünden mahsur kaldıklarını anımsamaktadır. Jandarmanın uyarılarına karşılık ilk haberi yapmak isteğinin tüm ekibin donma tehlikesi geçirmesine neden olduğunu anlatırken, habercilik mesleğinin zorluklarına dikkat çekmektedir:

> Zincirsiz araç bizim önümüzde yola çıktı ve doğal olarak bir hemzemin geçitte, dere yatağında takıldı kaldı. Biz takıldık kaldık 36 saat. Şöyle söyleyeyim kar ile pöti bör bisküvisi çok güzel gidiyor. Denemenizi istemem ama güzel yeniyor. Islak pantolon ile tuvalet yapmak çok zor bir iş. Özellikle rüzgârlı bir yerde, çünkü kot yapışıyor bedeninize. Bu arada kot berbat bir pantolon. Antaon Bauer kamerada etkin olabilir ama ıslak pantolon kurutmak için hiç etkili değil. Altı tane Anton'u harcadım sadece çoraplarımın nemini alabilmek için. Işığı yakıp çorapları ışığa sarıyordum. Mont ıslak, pantolon ıslak, çoraplar ıslak. Ama Ercan ile muhabbetin dibine vuruyorduk. Hiçbir şey olmayacak, hakikaten bir şey olmadı (G 1, 19.03.2014).

4.3.10. Muhabir Kameraman İlişkisi

Derinlemesine görüşmelerde, muhabir ve kameraman görevini yapan haberciler arasında, mesleğin sorunları konusunda ortak bir görüş oluşsa da, muhabir ve kameramanların nitelikleri, yaptıkları iş ve yeterince değer görmeleri konusunda

farklı düşünceler de ortaya çıkmıştır. Deneyimli kameramanlardan olan görüşmeci 1, muhabirleri şu şekilde tanımlamaktadır:

> İki tür muhabir var bir tanesi polis adliyeden gelen muhabir, diğeri sosyal habercilikten gelen, daha özel haber yapan muhabir. Polis, adliyeden gelen muhabirler yıllar içinde genellikle istihbarat şefi ve haber müdürlüğüne giden muhabirlerdir. Geri kalan muhabirler işi bıraktıktan sonra kitap yazarı falan oluyorlar. Ya da program yapımcısı falan oluyorlar. Bu polis adliye muhabirleri daha çok sağ kökenlidir. Kameramanların büyük çoğunluğu da sol görüşlüdür. Yani genel kapsamlı baktığında görüş çatışması, fikir ayrılığı bence bundan kaynaklı. Bence kameramanlar emekçi, muhabirler beyaz yakalıdır… Yeni muhabirleri istemelerinin sebebi bence şu, ben yirmi senelik haber kameramanıyım. Bana konunun başlığını vererek beni habere muhabirsiz gönderebilirsin. Ya da kamerayla çekim yaparak, görüntüyle ve altyazıyla haberi anlatabilme şansına sahibiz. Muhabirlerde öyle bir şey yok. İlle de görüntüye sahip olmaları gerekir. Deneyimsiz muhabir almalarının sebebi, haber merkezindeki kameramanların fazlasıyla deneyimli olmasıdır. Çünkü şu andaki muhabirlerin çoğunluğu, mikrofon tutmaktan başka bir şey yapmıyorlar, asistanlık yapıyorlar (G 1, 19.03.2014).

Buna karşılık muhabir kökenli haberci gözüyle tanımlar ve kameramanlara bakış değişmektedir. Muhabirlerin daha fazla sorumluluk aldığı ve daha çok kendini yetiştirmeye zaman ayırdığı için, daha önem ve değer verildiğini söyleyen bu anlayış muhabirler arasında yaygındır:

> …muhabirler bir kere daha üst sınıf gibi görünür. Muhabir zaten alanda patrondur, dolayısıyla ekip başı muhabir olduğu için, sorumluluk da onundur. Haberde eğer görüntü de çok kötü bir şey yoksa muhabir verir hesabını. Bir yandan da şöyle, genel bir kabul gördüğü için kameramanlar onunla uğraşmakta istemez. Yani otel odasındaki bir sorunu bile muhabire yansıtır kameraman. Hâlbuki muhabire de onun gibi bir otel rezervasyonu yapılmıştır. Akşam odaya gittiğinde sıcak su bulamadığında onu muhabire fatura eder. Ya bu ne biçim otel deyip, önce ona kızar, çünkü bulduğu ilk adamdır o. Dolayısıyla da bir takım para işleri, vize işleri, uçak işleri olduğu zaman muhabir takip eder… Bu hesap sorma işi kameramanlarda daha ağırlıkta olur. Sizin on tane güzel işte kameraman çekmiştir, onun için muhabir tebrik edilmiştir. On birinci işte kameraman kamerayı sallamıştır, bunu niye salladın kardeşim diye gelip kameramandan hesap sorulur. Dolayısıyla da biraz kameramanların hakkının yendiğini düşünüyorum ben. Kendilerini ifade etmiyorlar ama bu TRT ‘den kalma bir alışkanlık olduğu için daha komün hayatı yaşar kameramanlar, birlikte hareket ederler, kıyafetleri birbirine benzer, ayakkabıları birbirine çok benzer, tek tip giyinirler. Sürü psikolojisi hâkimdir, birisi bir şey alır bakarsınız on beş gün içinde haber merkezinin yarıya yakın kameramanı ekonomik durumu elveriyorsa aynı şeyleri, montu da aynı şeyden almıştır (G 4, 27.3.2014).

Uzun yıllar dış haber masası muhabirliği ve şefliği yapmış olan görüşmeci 2, son yıllarda muhabirlik yanında kameramanlık ve montaj editörlüğünü birlikte video-journalist olarak uluslararası bir haber televizyonuna yapmaktadır. Muhabir kökenli olmasına karşın kameramanlarla bakış açısı yakındır:

> Ben her iki işi birlikte yapıyorum. Kameramanlık daha zor bence muhabirlikten. Ama daha zevkli, aynı zamanda. Muhabirliğin güzel yanı, ekrana çıkıyorsun, ahkâm kesiyorsun, insanlar seni görüyor, güzel tarafı bu. Ama kameraman esas otorite, neyi çekerse onu görüyorsun ekranda. Kameraman neyi çekerse siz onu anlatabilirsiniz, televizyon anlamında söylüyorum. Geçen sene 2012 Mayıs'ta Şam yakınlarında bir patlama oldu ben olay yerine gittim. Olay yerini çekerken bütün dünyanın benim çektiklerimle olayı göreceğini düşündüm, çok zevkli bir şey yani…Bence işin özü şu; muhabirle kameraman arasında bir fark olmamalıdır, özellikle editoryal anlamda. Hangi kameramanla gidersem gideyim, işe mutlaka sokmuşumdur, Türkiye'de böyle düşünen insanlar oluyor. Muhabirler bazen kendilerini daha otorite olarak görüp muamele edebiliyor. Fakat kameramanlar üniversite mezunu, çoğu iletişim fakültesi mezunu, bilinçli gelen, benim gördüğümü o da görüyor, ya da benim okuduğumu o da okuyor. Habercilik nosyonu olan bir insansa ben her zaman beraber çalışılmasını savunurum. Ben çalışırken kameramanın benim görmediğimi gördüğünü ve beni yönlendirdiğini her zaman görmüşümdür (G 2, 21.04.2014).

Haber kameramanları dışlandıkları ve yeterince değer görmediklerini düşünmektedirler. Mesleğe polis adliye muhabirliğinden başlayan, 27 yıllık deneyim sahibi gazeteci görüşmeci 8, kameramanların haksızlığa uğradığını düşünmektedir:

> Muhabir ve kameramanlar arasında bir sınıf ayrımı var. Ama bu olmamalı. Deminden beri anlatıyorum; kameraman ve muhabir ilişkisi, bu bir ekip işidir. Birbirlerinden ayrılamazlar. Et ve tırnak gibidirler. Ve kameramanın yükü çok daha ağırdır. Taşıyacak, çekecek, görecek, bakacak, ortamı ayarlayacak, ekip çalışması yapacak. Aslında haberi belirleyen kameramandır. Muhabir tamam haberi bulur ama o haberin yapılması, önüne gelmesi kameramanın işidir…Yani şartlar mutlaka eşit olmalı. Türkiye'de kameraman ve muhabir arasında en azından %25-30 ücret farkı var nereden bakarsan. Arada bir sınıf ayrımı var tabi ki. Kameraman kendisini hep kameranın arkasında görüyor. Öbürü(muhabir) kendisini bir televizyon yıldızı zannediyor birkaç tane habere gittiği ve anons çektiği için (G 8, 15.04.2014).

Görev tanımları içinde metnin yazılması ve kurguda montaj yapan kişinin yanında bulunmak hariç muhabirlerle aynı işi yapan kameramanların ABD ve Avrupa'daki meslektaşlarından bazı yönleriyle farklı oldukları da bir gerçektir. Haberciliğe ABD'de başlamış habercilerin, kameraman ve muhabirleri eğitim yönleriyle ayırt ettikleri görülmektedir:

> Özellikle televizyon için görüntü her şeydir. Görüntü yoksa haber yok zaten. Bu kabul edilen standart bir düşünce. İşte muhabir editoryal, kameraman teknik, mavi yakalı elemandır, birlikte çalışırlar birisi olmadan diğeri de olmaz şeklinde. Yanlış bir düşünce, takım olmak gerekiyor. Evlilik gibi bir ekip olması gerekiyor, ideali budur... Burada ABD'de de bu düşünce var; "muhabirler beyaz, kameramanlar mavi yaka" ama ben katılmıyorum. ABD'de ki düşünce şu, sonuçta kamera teknik bir iş, ona şüphe yok. Eğitim durumuyla alakalı bir durum olabilir. Kameramanların işini iyi yapması için yüksek eğitime ihtiyaç duymayacağı kabul edilmiş. Muhabirlerin ise yaptığı iş yüksek eğitimi gerektiriyor.... (G 3, 25.3.2014).

Deneyimli haberci görüşmeci 4, kameramanın haberden mutlaka anlaması gerektiğini düşünmektedir. Görsel yetenek onun için yeterli değildir:

> Muhabir alandaki patrondur, muhabir ben şu haberi yapıyorum diye merkeze bildirir ve bir kaç saat sonra da yaptığı haberi merkeze gönderir. İşler böyle yürür, muhabirle kameraman ilişkisi orada başlar. Muhabirin istediği, söylediği haberin çerçevelerini kameraman belirler. Çünkü "diyelim ki Beyazıt Meydanında bir gösteri oldu. Sen o gösteri de dayak yiyenlerin hep kadınlar olduğunu fark ettin. Polis özellikle kadınları dövdü " diye düşünüyorsundur muhabir olarak. Ama kameraman öyle bir şey gözetmemiştir, dayak yiyen görüntülerinin hepsi erkekse sen sadece hatıralarını yazarsın o haberin. Çünkü televizyon için görüntü esastır. Dolayısıyla eğer görüntü yoksa necefli maşrapa da koyamayacağın için haberi yapamazsın (G 4, 27.3.2014).

Dönüşen medya haberciliği sürecinde muhabirler, kameramanlara göre direkt haber kaynağıyla temas eden ve ekran önünde görünen gazeteciler olarak avantaj elde etmişlerdir. NTV'nin deneyimli kameramanı görüşmeci 9, aynı eğitimi almalarına karşılık, muhabirlerin daha fazla kazanması ve itibar görmesini muhabirlerin ekran önünde görünmelerine bağlamaktadır:

> Çünkü ekran önünde onlar bulunan ve görünenler onlar. Daha iyi bilinenler onlar, daha çok orada göründükleri için. İnsanlarla birebir muhatap olmak zorunda olanlar onlar. Konuşanlar, röportajları yapanlar onlar. Statü anlamında gayet anlaşılabilir bir durum tabi. Şöyle anlaşılabilir; tabi ki daha üstte midirler bilmiyorum. Biraz daha önde görünmelerinin sebebi bu... İnsanlarla onlar muhatap oldukları için, haber kaynaklarıyla, röportaj yapılacak kişilerle, tabi ki ekranda olan göz önünde olan vatandaş olarak eyvallah… Muhabir, kameraman arasındaki farkın bu kadar olmaması gerekir. Biraz daha fazla alıyor olabilirler, ama uçurum olmaması lazım… Biz haberi bulup çekip, haberi de yazabiliyoruz ama zaten elli tane işimiz olduğu için elli birinciyi onlara bırakmışız. Onların da tek işi o, ama aynı bilgiye biz de sahibiz aslında (G 9, 18.4.2014).

Muhabir ve kameramanlar habercilik sektörünün içinde görev yapan, alanda birbirine en yakın ve destek veren fikir işçileri olsalar da, bu iki grubun arasındaki anlayış farklılığı çalışan tüm muhabir ve kameramanlarca teyit edilmektedir. Zaman zaman iki meslek grubunun da birbirlerini ötekileştiren söylemleri olmakla birlikte bunun tersi durumlarda geçerlidir:

> 2000 yılında Kopenhag'a gittik, Galatasaray'ın Avrupa Şampiyonu olduğu maça. Göktan Bedük'ü tanırsın, Ali Öksüz'ü de tanırsın. Maçtan önce Emniyet Müdürü ile röportaj yaptık. Maç öncesi Türk ve İngiliz holiganlar var. Bizim kameraman Ali polisin geri çekilin ihtarına uymuyor, bileğine copu yiyor, bilek kırılıyor, polis hastaneye götürdü. Doğal olarak bir kameraman boşa çıktı. Göktan, polis adliye muhabiri kamerayı o gün o kullandı. Bir gün kameramanlık yaptı, ertesi gün geldi kamerayı bıraktı. Arkadaşlar dedi, sizin yaptığınız işi biz asla yapamayız.

> Kameramanları takdir ediyorum, bundan sonra sizi aşağı seviyede tutmayacağım dedi. Bir muhabirden böyle bir şey duymak ilginçti (G1, 19.03.2014).

Muhabirlik ve kameramanlığın alanda birbirini tamamlayan habercilik mesleğinin iki görev tanımı olduğu bilinmektedir. Aralarındaki uyum ve paylaşım, haberin de kalitesine doğrudan etki yapmaktadır. Özellikle stresli alanlarda, çatışma ve savaş bölgelerinde muhabir ve kameramanların arasındaki ilişki çok daha yakın ve önemlidir:

> Şimdi günlük haber kovalamacısında muhabir ve kameramanın özel bir ilişkisi olması gerekmiyor, herkes kendi işini yapıyor. Fakat özel işler yapıyorsan, mesela bir savaş bölgesine gidiyorsan, özel bir haber kovalıyorsan, orada canını emanet edebileceğin bir adam olması lazım abi. Ben herkese canımı emanet etmek istemem, herkesin de bana canını emanet etmesini istemem abi. Çok ciddi bir sorumluluk yani. Mesela Mete Çubukçu ile biz öyleydik. Gürkan Zengin ile yine öyleydik, beraber çıkardık habere. Hem kafaların, hem habercilik anlayışın uyuşacak hem de güvenmen lazım yani adama. Bunları hissettiğin adamla çalışman lazım yoksa verimli olamazsın… Riskli bölgelerde çok adamla çalışmak beter bir şey. Sorumluluğu sırtında hissediyorsun yani. Mutlaka tencere, kapak olman lazım. Yoksa bütün operasyon biter yani... Bir mihmandarımız vardı Makedonya'da, Beckam derdik oğlana, yakışıklı bir çocuk, artist halleri var. Fakat bir çatışma oldu, çocuk paralize oldu. Mermiler uçuşmaya başlayınca, ağlamaya başladı ve olduğu yere çöktü... Senin ekibinde, sorumluluğunda, ben tokatlayarak kendine getirdim, oradan çıkarttım, ayak bağı oldu anlatabiliyor muyum? Bu sektörde olupta bu tür şeyleri yaşamayan yoktur… (G 5, 3.4.2014).

Muhabir ve kameramanın, iş yerinde yükselme fırsat ve şansları farklıdır. Muhabirler sıcak haber içinde kariyer fırsatı olarak gördükleri olayların içine girmeye kameramanlardan daha isteklidir. Ne var ki, genellikle kameramanlar daha deneyimlidir ve yaşamını riske etmek istememektedir ve riskli alanlarda tedbirli davranmaktadır:

> …savaş bölgeleri gibi yerlerde bazı muhabirler hırslı olabiliyor kameramanlar aynı durumu paylaşmayıp çok büyük riskler almak istemediklerinden burada ciddi bir ayrışma olabiliyor. Bu tarz olaylarda da benim görüşüm bu hırslı muhabir arkadaşların kazanç ve kariyer geleceğinde daha geniş bir alan var. Tecrübeli bir muhabir, haber müdürlüğü, haber sunucusu, köşe yazarı, akademisyen gibi daha birçok kademeye yükseldiği gibi kazancı da hızlı bir şekilde artabilmektedir. Fakat kameraman için bu pek de böyle değil. Çok iyi görüntüler çekmiş ve birçok savaş, afet tecrübeleri olan kameraman 10 veya 20 yıl sonra da haber kameramanıdır genelde eğer işten çıkartılmamışsa. Bizim sektörde savaş alanlarında birçok tecrübesi olup ta 15-20 yılı devirip restoran, büfe işletmeciliği yapan arkadaşlarımız var (G 7, 10.4.2014).

Muhabir ve kameramanların ilişkisi önemlidir. Deneyimli muhabir ve kameramanlar birbirlerinin karakter ve mesleki özelliklerini iyi bilir. Hatta uzun seyahatlerde birbirlerine en çok destek olan da bu iki haberci grubudur:

> …yeri geliyordu, ben karımdan daha çok kameramanı görüyordum. Karımdan daha fazla tanıdığım kameramanlar var bu piyasada. Huyunu, suyunu iyi bildiğimiz, işte yeri geliyor onlara konsomasyon yapmak zorunda kalıyorsunuz. Adam sevgilisiyle kavga etmiş, çekim yapmak canı çekmiyor. "Hadi aslanım, canım, ciğerimdiyorsun... Diğer taraftan da işi bilen muhabirle, kameramanın özverisi o haberi kurtarıyor (G 4, 27.3.2014).

4.3.11. Uzun Çalışma Saatleri ve Özel Yaşamın Olmaması

Türkiye haber sektöründe en çok şikâyet edilen konuların başında uzun çalışma saatleri gelmektedir. Görüşme yapılan habercilerin tamamı uzun çalışma saatlerinin, fiziksel ve psikolojik yıpranmayı arttırdığını ve özel yaşamlarına zaman ayıramadıklarını ifade etmişlerdir. Uzun yıllardır haber sektöründe farklı görevlerde çalışan görüşmeci 8, CNN Türk gibi büyük bir holdingin haber kanalında yıllık iznini kulllanamamaktan şikâyetçidir:

> Ben beş yıldır CNN Türk'te çalışıyorum. On iki gün izin kullandım yıllık. Niye kullanmıyorum? Kullan diyorlar, ama şöyle ki; ekürim var beraber çalıştığım.Sen onun yerine çalışacaksın o senin yerine çalışacak diyorlar. Bu o zaman izin olmuyor. Ben on gün bilfiil çalışacağım izinsiz. Diğer arkadaşım benim yerime geldiğinde çalışacak. Tam gün, haftalık izin kullanmadan. 15 gün izin yapacağım ama benim dört gün haftalık iznim olması lazım. Ama bana bu dört gün izni vermiyor, arkadaşın idare edecek seni diyor. Arkadaşım idare edince bu izin olmuyor ki… Ben diyorum arkadaşıma izin kullanmayalım kardeşim, bir hafta sen çalış bir hafta da ben çalışayım. Benim olmadığım dönemde arkadaşım benim yerime dört gün başka bir eleman getirip koysa, tamam olur. Ama kullandırtmıyor, beni başkasının yerine çalıştırıyor. Bunun Avrupa'da olması mümkün değildir. Yıllık 15 gün izinden sonra, ful 15 gün tatilsiz çalışıyorsun. Yorgunluğun kat kat artıyor tatil dönüşü (G 8, 15.04.2014).

Türkiye haber sektöründe işverenler ne yazık ki, çalışanlara özlük hakları yanında izin haklarını kullandırtmamakta, resmi tatil günleri ve bayramlarda da haberciler çalışmak zorunda kalmaktadır:

> Türkiye'de resmi tatil 29 gün; işte 23 Nisan, 19 Mayıs, Cumhuriyet bayramı vs. 29 gün resmi tatil var.Fakat bunların çoğunluğu kullandırılmıyor. Bayram da iki güne tekabül eder bir gün mesai. 29 gün 58 gün yapar, iki maaş demektir. 3000 lira maaş alıyorsan, 6000 lira yapar. On sene çalıştığında altmış bin lira yapar. Sen ayrılırken işveren bu parayı sana ödüyor mu? Hayır, farkında bile değilsin. Bu senin sosyal hakkın. Gece çalışanlar için %30 yıpranma tazminatı ödemesi gerekir. Aldığın net maaşının %30'u kadar, bunlar bize yansıyor mu yok. Belki

> böyle küçük kurumlar yapıyor ama kurumların %99'unda bu yok, hakkından çalıyorlar kardeşim (G 8, 15.04.2014).

Kurumsallaşma alanında Avrupa ve ABD ile büyük farklar olduğunun altını çizen gazeteciler, çalışma şartlarındaki uçuruma dikkat çekmektedir:

> Avrupa'da ekonomik koşullar daha iyi olmayabilir. Çok büyük paralar kazanmayabilirler ama çalışma şartları daha insani. Bir de uçurum yok bizde mesela kameraman iki bin lira alırken yönetici 25-30 bin lira alabiliyor. Ama orada kameraman 2000 euro alıyorsa, müdürün alacağı en fazla 7000 eurodur. Yani bizdeki gibiAvrupa'da 20 kat 30 kat uçurum yok. Avrupa'da çok yüksek olmasa da ortalama ücretler alıyorlar. Çalışma süresi 35 saat haftada. Üstüne çalıştıkları her saatten ekstra para alıyorlar, izin durumları çok daha rahat. Haftada 4 gün çalışıp, 3 gün izin yapıyorlar. İzinler uzun, mesela 6 ay çalışan 15 gün izin yapıyor, yeni işe başlamış olsa bile. Bizde bir yıl çalışan 1 hafta izin yapabiliyor sanırım. Ekipman konusunda ise örneğin Suriye'ye gidebilirsin diye bana kask, yelek vb. tüm malzemeyi gönderdiler. Bunlar olmadan gitme diye. Ben ATV'de haftada 6 gün, günde 11 saat çalışıyordum. 66 Saat, tabi 1 saat yemek arası ama oradan ayrılamıyorsunuz. Benim işten ayrılmamın en temel sebebi bu çalışma süreleriydi (G 2, 21.03.2014).

Uluslararası kurumlardan birisi olan AP'de çalışma saatleri uluslararası genel kabul görmüş standartları izlemektedir:

> Haftada 40 saat çalışırsın AP'de. Mesai alırsın, Cumartesi, Pazar çalışmıyorduk, çalışırsak mesai alıyorduk. İstanbul'da çalışırsak mesai alıyorduk ama şehir dışında çalışırsak, compensation denilen tazminat limitleri var. Geldikten sonra o hafta sonu çalıştın ya, hafta içinde izin alıyorsun, telafi ediyorsun (G 5, 3.4.2014).

El Cezire Türk yönetimi Türkiye'de rastlanmayan bir uygulama içinde çalışma koşullarını, uluslararası standartlarda uygulamaya çalışmaktadır:

> Kimsenin hakkı yenmiyor, mutlaka izin kullanılması konusunda hassasiyet gösteriyoruz. Şu anda haber merkezinde seksen kişi çalışıyor. Biz shift düzenine göre çalışıyoruz. Sabah 8-10 gibi çalışanlar var, 16-24 gibi çalışanlar var, 12-0 çalışanlar var. Tabi gece shiftinde çalışan bir saat az çalışıyor, gece çalışmak ekstra zahmet gerektiren bir şey. Sekiz saatlik bir shift, onu aşmamaya çalışıyoruz, aşarsak ertesi gün izin vermeye çalışıyoruz (G 4, 27.3.2014).

Muhabir ve kameramanlar için Türkiye ortamında haber takibi, elde edilmesi, verilerin işlenmesi ve yayını o kadar yoğun bir mesai gerektirmektedir ki, haberciler mesleklerinden olmamak adına, haftada altı gün saatlerce fazla mesai yaparak çalışmaktadır. Hatta evlenip, çocuğu olanlar çocuklarını görecek zamanı bulamamaktadır:

> Kızım 1.5 yaşındayken NTV'de çalışıyordum ve haftada 6 gün, mesaileri belirsiz bir dönemde çalışıyordum ve kızım büyüyünce bana baba diyecek

> mi diye endişeler taşıyordum. Şimdi gelinen noktada içerdeyim, oturan boğa oldum bizim medya tabiriyle. Artık masanın diğer tarafındayım. Dolayısıyla aile ilişkilerim gayet iyi (G 4, 27.3.2014).

Haberciler Türkiye'de özel yaşamlarına zaman ayıramadıklarını ve işlerini neredeyse 24 saat süresince yaşadıklarını söylemektedir. Habercilik Volkan Nakiboğlu'nun deyişiyle "gecesi gündüzü olmayan bir meslek" özelliğini devam ettirmektedir.

> Yok, şimdi saat yedi (akşam) ben saat sekizde işe gideceğim sabah sekize kadar çalışacağım. Geleceğim uyuyacağım, akşam beş gibi tekrar kalkacağım. Banyomu yapacağım, traşımı olacağım, yemeğimi yiyeceğim, tekrar işe gideceğim.Ben çocuklarımı haftada bir gün görebiliyorum. Ben işe gittiğimde okuldalar, sabah geldiğimde okula gitmişler. Bu kadar basit kesinlikle tam zamanlıdır bu iş. Haberciliğin zamanı da olmaz, sen diyorsun ki ben bugün dinleneceğim. Haber seni mi bekleyecek. Habercilikte zaman olmaz, gecenin üçünde, beşinde, altısında kalkıp her işe gidebilmelisin (G 8, 15.04.2014).

Haber işinin muhabir ve kameramanı, yeri geldiğinde saatler hatta günlerce evinden uzakta bırakması nedeniyle yıkıcı etkileri olmaktadır. Habercilerin bu nedenle eşlerinden çok birbirlerini gördükleri ve özel hayatlarını ihmal ettikleri ortak düşüncedir:

> Özellikle daha eski yıllarda çalışma saatleri günde maksimum 9 saat gözükse de bu, bu mesleği yapanlar için çok farklı işlemiştir. Yeri geliyor 18 saat ve hatta sıra dışı olaylarda afetler, depremler, savaş gibi durumlarda muhabir ve kameramanlar günlerce, haftalarca çok az bir dinlenmeyle çalışmışlardır. Bu gibi durumlarda ailesinden, eşinden çok birbirlerini görürler. Bu genelde aynı birçok ortamı, duyguyu, düşünceyi beraber yaşamak bu ikiliyi sıkı dost haline getirdiğini bizzat yaşadım ve tanık oldum. Hatta kadın muhabir ve kameramanla evlenen arkadaşlarımız da oldu. Ama bunun tam tersini de birçok defa gördük (G 7, 15.04.2014).

Deneyimli haber kameramanı görüşmeci 1, haber mesleğinin normal bir çalışma rutini olduğunu ama olağanüstü durumlarda habercilerinin mesleğin gereği, tüm özel hayatını bir kenara bırakıp işe odaklandığını ifade etmektedir. 18 Ağustos 1999 sabahı yıllık izne çıkacağını ama deprem olunca doğrudan haber merkezine gelip kamerayı alıp deprem bölgesine gittiğini şöyle anlatmaktadır:

> Eğer haberci olarak çalışıyorsan normal bir memur mantığıyla düşünmemen gerekiyor. İşte normal bir günde haber merkezine saat 9'da gider işe başlarsın. İşte rutin bir günse haber bültenini akşam seyreder eve gidersin. Bu çok muntazam giden bir işmiş gibi gözükür. Aslında haber merkezi memuriyetliği gibidir. Farklı shiftleri de vardır. İşte sabah 9 akşam 6 yada öğlen 12 gibi gelip gece gittiğin de olabilir. Ya da benim bir dönem de çalıştığım gibi 16.00-24.00 shiftinde de çalışabilirsin. Ya da

> gece shiftinde çalışıp sabah işten çıkarsın. Ama gün normal bir gün değilse iş değişir. Deprem günü, 18 Ağustos sabahı yıllık izne çıkıyorum. Gece saat 3'te ilk eşimin servisi geldi onu almaya, TV 8'de çalışıyordu. Karşıya geçtim onu TV 8'e bıraktım, Ortaklar'a Kanal D'ye geçtim, kamerayı aldım, araba aldım işe çıktım. Ne oldu? İzin pert oldu (G 1, 19.03.2014).

Muhabir ve kameramanların iş yaşamının zorlu koşulları o kadar ağır olmaktadır ki, aynı işyerinden ayrıldıktan sonra iş arkadaşlarıyla ilişkiler de kopmaktadır:

> Tabi benimde halen anlayamadığım bir durum var. Aynı kurumda yıllarca en olmadık ortamlarda çalışıp birbirimizin doğum gününü kutlarken, hastalandığımızda birbirimizi ziyaret edip, birçok şeyi paylaşırken, çalıştığımız yerden ayrıldıktan sonra bu aramalarda kesiliyor ve hatta aradan yıllar geçip bir yerde karşılaşıldığında merhaba, nasılsından fazla öteye gitmeyen bir ilişki olabiliyor (G 7, 10.4.2014).

4.3.12. Sınıf Bilinci, Aile ve Öz Adama Mitleri

Sektörde çalışan muhabir ve kameramanlar yöneticileri tarafından uzun çalışma saatlerine mahkûm edilmektedir. İşlerini kaybetmek kaygısını taşıyan haber emekçileri buna katlanmaktadır. Esnek çalışma saatleri ve işte taşeronlaşmaya yol açan iş ortamından dolayı haberciler işin çabuk bitmesi için çaba harcamaktadır. Uzun çalışma saatlerinin bıktıran ve insanlar üzerinde stres yaratan atmosferi haber çalışanları arasındaki dayanışma ruhu ve aile miti ile önlenmeye çalışılmaktadır.

Evine gidip özel yaşamına vakit ayırma ihtiyacı olan çalışanlar, yapay bir aile ortamı yaratılarak iş ortamında avutulmaktadır. CNN Türk ve Haber Türk kanallarında, haber çalışanlarının birbirlerine akraba gibi davrandıkları gözlenmektedir. Çekim sonrası muhabir ve kameramanın yemeklerini bir arada yemesi bu atmosferi güçlendiren etkilerden birkaçı olarak gözükmektedir. CNN Türk'te her yıl Ekim ayının ilk haftasında Doğan Medya Center bahçesinde verilen yıldönümü yemeğiyle çalışanlar ile Doğan grubu ailesinin birlikte olduğu görüntüsü verilmektedir.

Yöneticiler 50-55 saatlere varan haftalık çalışma mesai sürecini, ancak kendisini işine adayan emekçilerin aracılığıyla çözebilmektedir. Bu nedenle çalışanlardan kendilerini hem fiziksel, hem de psikolojik olarak işe adaması beklenmektedir. Öz adama miti ile çalışan muhabir ve kameramanlar da, yaşamının merkezine işini koymaktadır:

> Diğer taraftan Tarkan'ın teskeresi olayına Malatya'ya gittim. Bir günlük iş, normalde yanına giyecek eşya alır mısın? Normalde almazsın, ama haberci olduğun için alman gerekiyor. Gece çekimi yaptık, teskere haberini çektik, otelde biraz uyuduk, saat 11: 00'de uçakla geri döneceğiz. Bu arada Kanal'dan haber geldi" Van'da Hizbullah çatışması" var, Van'a gidin. Van-Malatya arası 9 saat, sabaha kadar oturmuşum çalışmışım. Muhabir araba kullanmasını bilmiyor. Araba kiralarsın sabaha kadar kullanır ve çatışmanın olduğu yere götürürsün, zemin kar-çamur karışımı bir malzeme, çekimleri yaparsın. Otele gidersin dizden aşağısı çamur ve kar içindedir. Ayakkabı ve çorabı yıkarsın, onları sabahleyin nemli nemli giyersin. Ondan sonra birlikte geldiğin muhabir gider, başka bir muhabir gelir. Ondan sonra 5-6 gün Van'da, bir hafta Diyarbakır'da iki hafta Kuzey Irak'ta kalırsın, toplamda üç hafta sonra geri dönersin. Tabi kıyafetin yoktur, orada dedenin kıyafetini, askerin kıyafetini, ne bulursan onu giyersin. Bunun karşılığında hiç bir şey yok (G 1, 19.03.2014).

Yoğun iş temposuna ve tüm yakınmalarına habercilerin birinin şu sözleri, onunda işine gereğinden fazla önem vererek, görevi olmayan işlere de yardım ederek, kendisini işine adadığını göstermektedir:

> Çalışma saati diye bir durum söz konusu değil. İş varsa çalışırsınız. Yoksa ofiste bulunmak zorunda değilsiniz ama şehir dışına veya şehirde uzak bir yere gitmeden önce bunu bildirmeniz gerekiyor çünkü bir ajans olarak acil bir durumda hemen oraya ulaşmanız gerekiyor. Ayrıca yabancı bir ajansta ve farklı bir kültürle birlikte olduğunuz için sadece haber işi yapmıyorsunuz gerektiğinde yabancı çalışanların halledemediği işlere de yardımcı oluyorsunuz (G 7, 10.4.2014).

Haberciler ile yapılan görüşmelerde, işin zorluklarını, haberi bulma, yapma ve yayına yetiştirme stresini, maddi zorlukları bilmelerine karşı işlerine karşı başka mesleklerde olmayacak bir tutku sergiledikleri gözükmektedir:

> Ha zor iş yani muhabirlik ama hayatın akışı içinde insana çok şey kazandıran bir meslek. Çünkü sürekli insanla berabersin, insan ilişkileri kuruyorsun. Karşındakini tanıyorsun, değerlendiriyorsun. Yani öyle bir his kazandırıyor ki, bazen tek bir mimikten, bir vücut hareketinden, jestten karşındakinin karakter tahlilini yapıp ona göre şekillendirebiliyorsun davranışlarını. Bu açıdan bence çok iyi bir meslek, ama zor bir meslek. Çok uzun çalışma saatleri var, bildiğim kadarıyla İLO'nun listesinde 2.mi, 3. mü sırada gazetecilik. Çok stresli çünkü işi yetiştirme derdin var yani. Bir deadline'ın var, bir deadline ile iş yetiştirmek stresli, haberi yetiştiremedin bittin abi. Tüm günlük emek bitti abi. O stres o gerginlik, çok zor iş. Ama bana sorsan bir daha dünyaya gelsen ne yaparsın diye? Aynı işi yaparım yine abi (G 5, 3.4.2014).

Haber peşinde koşarken yaşamını riske etmenin bile doğal olduğunu vurgulayan haberciler için bu bir yaşam tarzıdır:

> Hayatını riske ediyorsun, zamanını oraya veriyorsun… Sen haber kameramanı olarak yıllarca yaptın bu işi… Kaç defa hayati risk atlattın… Kaç defa kafanın üzerinden mermiler geçti. Ayağın takıldı düştün, cop yedin, gaz yedin. Bunlar hep risk değil mi? Gazetecilik öyle yan gelip

> yatma mesleği değildir kardeşim. Fedakârlık gerektirir. Mesleği seveceksin, heyecanı seveceksin. Sonra sevmekten daha ziyade senin yaşam tarzın oluyor. Heyecan azalmıyor, çünkü her gün yeni bir şeyle karşılaşıyorsun. Tabi ki fiziksel, psikolojik yıpranıyorsun (G 8, 15.4.2014).

Deneyimli haberciler için gazetecilik mesleği çok para kazanmak isteyen insanlar için değil idealist insanlar için doğru meslektir:

> Bir defa bu işe başlıyorsan şunu kabul ederek başlaman lazım, bu işten zengin olmazsın birader. Yani bu zengin olma işi değil, bu gönül işi. İçinde hissetme işi yani. Maddi karşılığı bence zaten yapılan işin yok. Benim gördüğüm çocuk cesetlerinin sayısı belli değil. Bunun bedeli yok yani anlıyor musun? (G 5, 3.4.2014).

Gazetecilik mesleğinin doğası gereği sosyal ve kültürel olarak zengin bir çevreyle ilişkisi kuran muhabir ve kameramanlar meslek grubu olarak kendilerini işçi sınıfı içinde görmekte zorlanmaktadır. Habercilerin en büyük yanılgısı, renkli çevrelerle iş mesailerinde tanışabilmeleri, iş seyahatlerinde güzel otellerde arasıra kalmaları veya önemli kurumların yemeklerine basın mensubu olarak katılabilmelerine karşılık, özel yaşamlarında bu olanakların hiçbirine sahip olmamalarıdır. Ailesinin ve kendisinin temel ihtiyaçlarını ancak karşılayabiliyorken, içinde bulunduğu bu yalan ve renkli dünya nedeniyle, haberciler kendi konumlarını doğru tanımlamakta zorluk çekmektedir. Sendikacılar, bu noktada gazeteciliğin farklı bir meslek olduğuna dikkat çekmekte ve örgütlenememe sorununu gazetecilik kültürüyle bağlantılandırmaktadır:

> Bizim asıl sektör için sorun olarak gördüğümüz ve çözmeye çalıştığımız şey "gazetecilerin kendilerini işçi olarak görmelerini sağlamak". Bunu sağladığımız anda, biz örgütlenme oranlarını çok yukarılara çekeceğimizi düşünüyoruz. Gazeteci kendisini işçi olarak görmüyor. Yani, bir gün başbakanla aynı ortamda yemek yiyebiliyor, lüks bir otelde açık büfe, başka bir gün bir sanatçıyla oturup söyleşi yapabiliyorsun. Bu senin kimliğini bulmanı engelliyor. Kaba bir tabirle, aslında eve döndüğünde 1500-2000 TL'lık bir hayatın var. Ama işte yatla yaptığın bir haftalık bir tur, senin başka bir kulvarda olduğunu hissettiriyor ve gazeteciler işçi olduğunu kabullenemiyorlar. Bunu kabullenseler biz birçok sorunu çözmüş olacağız (G. Durmuş, kişisel görüşme, 21.02.2015).

4.3.13. Standartlaşmamış Meslek

Türkiye'de gazetecilik mesleğinin yasal altyapısı yetersizdir. Devlet, gazeteleri, medya kuruluşlarını ve gazetecileri denetim altında tutmak isteğinden vazgeçmiş değildir. Bu nedenle kimin gazeteci niteliği taşıdığına hala Başbakanlık Basın Yayın Müdürlüğü karar vermektedir. Başbakanlığa bağlı olan bu kurum Türkiye'de yayın

yapan tüm medyanın bilgilerini depolamakta, Basın İş Kanunu'na tabi olan tüm gazetecilere "sarı basın kartı" dağıtımını yapmaktadır. Türkiye'de Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Basın Konseyi gibi gazeteci örgütleri ile TGS gibi bir basın sendikasının bu görevi rahatlıkla yapabileceği ortadayken, Türk siyasetçileri bu yolu açmamışlardır:

> Yasal statü diye bir şey yok aslında, bugün hala devlet veriyor sarı basın kartını. Uluslararası bir kurumda çalışıyorum ben. Kurumuma bunu anlattığımda şaşırıyorlar, 212 ne ya, dediklerini duyuyorum. 212 bir basın kanunu ve gazetecilerin çalışma prensiplerini düzenleyen kanun. Böyle bir kanun Avrupa'da yok. Onlarda çalışma kanununa göre çalışıyorlar ama basın kurallarını, temel ilkeleri, kimin gazeteci olduğunu, hangi akreditasyondan geçmesi gerektiğini bağımsız kuruluşlar veriyor. Ama bizde öyle bir şey yok, bunu devlet belirliyor. Senin sigortanı vs. hatta bir kaç sene önce yıpranma payı keyfe keder kaldırıldı, o yıpranma payından faydalanmak istiyorsanız o kaldırıldığı dönemdeki primleri sizin kendinizin ödemesi gerekiyor mesela. Saçma bir şey bu, bir koruma yok. Dolayısıyla yasal çerçevesi hükümetlerin keyfine kalmış bir mekanizma içinde çalışıyoruz. Hâlbuki daha bağımsız olmalı (G 4, 27.3.2014).

APTN haber ajansında uzun seneler gazetecilik yapan görüşmeci 5, APTN'den ayrıldıktan sonra serbest gazeteci olarak sarı basın kartı sorunu yaşadığını ifade etmektedir:

> …bu ülkede free lens sistemini oturtmamız lazım. Freelens arkadaşlarımız var. Ben de free lens çalışıyorum bazen. Ama ne yasalarla çerçevesi çizilmiş bir yapısı var bu işin ne de kurumlar bazında... Serbest gazeteci olarak basın kartı alamıyorsun bu ülkede. Başbakan takip edeceğim, haber ajansı kuracağım, sen başbakan takip edemezsin. Dünyanın en geçersiz basın kartı olan, sarı basın kartını yurtdışında değeri yok. Yurtdışında basın kartı sordular, gösterdim. Bu ne dediler. sarı basın kartı dedim... Arkasından ''Foreign Press Card'' diye yabancı haber ajansı muhabirlerinin kurduğu bir derneğin kartını da gösterdim. Onu görünce " o journalist" dedi. Yani o kartı almak için, iki tane çalıştığına dair belge ve yanına bir haberi koyduğunda alıyorsun o kartı. Burada sarı basın kartı için dört sene aynı kurumda çalışacaksın, iki sene bekleyeceksin, şirketin sigortanı yatıracak, sözleşmen olacak vs… Yani ben serbest gazeteci olarak Suriye'ye gidiyorum, devlet benim arkamda değil, gazeteciyim benim mesleğim bu. Ha bir yerde ben kendi sigortamı kendim öderim, ya da hiç kimse ödemiyor. Sen benim sorumluluğumu almak ve taşımakla sorumlusun yani (G 5, 3.4.2014).

4.3.14. Sosyal Güvence Eksikliği ve Sağlık Sorunları

Türkiye'de sosyal güvence eksikliğinin en yoğun olduğu sektörlerden birisi haber sektörüdür. İşverenler sendikasız olan habercileri çok rahat işten çıkarmaktadır. Muhabirler ve kameramanlar için 40-45 yaş mesleğe veda etme yaşlarıdır. Bunun belli başlı nedenleri ise görüşmelerde ifade edildiği üzere yoğun

çalışma temposu, kullandırılmayan izinler, fazla mesailer, kameramanlara yardımcı olacak asistan kadrosunun boş kalması, fiziksel ve psikolojik yıpranma sorunları yanında habercinin işinden uzmanlaşmasının artmasıyla birlikte daha özerk habercilik yapmak istemesi sayılabilir:

> Türkiye'de kameraman dediğiniz işte 40-45 yaşlarında, bizim jenerasyonumuz geldi. Eskiden de 40-45 olurdu, gerisini çalışamazsınız, bel fıtığı, boyun fıtığı falan filan. Deprem de ben görmüştüm Kocaeli'de yabancı kameramanlar, 65 yaşında canavar gibi çalışıyordu. Çünkü asistanı yardım ediyor, tripotunu malzemesini taşıyor, kuruyor vs. bir de adamın kafası rahat. Acaba okul taksitini çocuğun verebilecek miyim gibi kaygıları da yok. Düzgün para kazanıyor, haftada iki gün izin yapıyor, yıllık tatili için tatilini ailesiyle beraber yurtdışında satın alıyor. Bütün sosyal hakları tam olarak veriliyor. Benim çalıştığım kurum düzgün bir kurum Türkiye'de. Ama pek çok kurum, kanalda insanlar çok az paralara, emeğinin karşılığı olmayan paralara, sosyal hakları elinden alınarak, bordrolarında gösterilmeyerek, 212 nolu basın yasasına tabi tutulmadan çalıştırıldığı için bu insanlardan ne bekleyebilirsiniz? (G 9, 18.4.2014).

Son yıllarda maliyetleri düşürmek isteyen medya patronları, sağlık harcamalarında kısıtlamaya gitmişlerdir. Doğan medya Grubunda 1994'den 2014 yılına kadar çalışan görüşmeci 8, bu durumdan şikâyetçidir:

> Eskiden ilk kurulduğunda kanal; çocuklarımız ve ailemizi de sağlık sigortası yapıyorlardı. Birkaç yıl sonra çocuklarımızın sağlık sigortasının parasının yarısını bizden almaya başladılar. Son 3 yıldır da; eğer diyorlar yaptıracaksanız, çocuklarınızın parasının tamamını siz vermek zorundasınız. Benim sağlık problemim olduğunda Amerikan hastanesi gibi önemli sağlık kurumlarında tedavi olabiliyorum ama benim çocuğum SSK'da sıra beklemek zorunda: Çünkü ben SSK'lı çalışanım (G 8, 15.4.2014).

Uzun yıllar ulusal kanallarda haber kameramanlığı yapan görüşmeci 1, fiziksel yıpranmanın yanında psikolojik yıpranmaya dikkat çekmektedir:

> Benim annem Yugoslavya göçmeni ve doğal olarak insan etkileniyor. Büyük kısmı ailenin oradan gelmiş, orada yaşamışlar, hala kuzenlerim ve akrabalarım orada yaşıyor. Sırplardan kaçan Kosova'lıları görüyorsun, sınırın sıfır noktasına kadar girdik. İnsanların da durumunu görüyorsun, açlıkla yaşıyorlardı, sonra kamplarına girdik röportajlar yaptık. Röportaj yaparken bir sıkıntı yok ama röportaj bitip, kamerayı kapattığım zaman ağlıyordum. Ya da işte çatışma bölgesinden çıkıp akşam yaptığım haberi seyrederken ağlıyordum. İş esnasında sıfır duygu varmış gibi iş yapıyorsun. Geçenlerde bir arkadaşımla o savaş günleri üzerine konuştuk. Korkmuyor muydun? dedi, Evet korkuyordum. Bir gerginlik oluyor, ilk kurşun sesini duyduktan sonra artık korku kalmıyor. Ondan sonra en iyi görüntüyü nasıl alırım ona bakıyorsun (G 1, 19.4.2014).

Habercilerin bu zor ortamda çalışmaya devam etmek için koruma kalkanları geliştirdiği iddia edilmektedir. Üzücü ortamlarda yaşanan duygusal çöküntülerden kaçınmak için özellikle kameramanların olayın hemen arkasından yüzeysel bir tavır takındıkları ve günlük hayata dönük konuları ekip arkadaşlarıyla konuştukları ifade edilmektedir:

> Bizim şöyle bir ayrı yıpranmamız var, sadece taşıdığımız cihazlardan, ağırlık taşımak kameramanlar için söylüyorum. Ya da bazen, uzun saatler yürümek, oradan oraya, bazen toplumsal olaylarda hiç uyumadan iki-üç gün boyunca çalışmak, ayakta durmak, arabada uyumak, eve gitmemek, bunlar işin fiziksel yıpratıcı yönleri… Büyük travmalar vardır insan hayatında kalıcı izler bırakan. Bunlar ne olabilir, yangında kalmak, savaş ortamında bulunmak, bir kaza geçirmek ya da bir yakınınızın aniden ölmesi, bunlar çok ciddi travmalar. İnsanlarda psikolojik kalıcı hasarlar bırakabilir. Ortalama bir insan düşünün, tüm insanlar için geçerli bu; bir insan ömrü boyunca kaç tane psikolojik travma yaşar? Kaç defa savaşta kalır? Kaç defa kazada kalır? Üç-dört, çok talihsiz ise belki beş… Bir de bizim hayatımızı düşünün. Biz sürekli o tip haberlerin insanlara verilmesiyle uğraşıyoruz... İşte insan da kendini korumak için koruma kalkanları geliştiriyor. Cenazedesiniz işte şehit cenazesi ya da başka bir cenaze çocuğunu kaybetmiş anne, baba vs... Tabi o ortamda çalışırsan; üzülüyoruz, duvar değiliz ağladığımız oluyor ama bu üzüntüyle yaşayamazsınız, hayat devam ediyor, bu da bir meslek. Cami avlusunda siz üzülüyorsunuz, gözünüzden iki damla yaş akıyor. Ama iş bitti, arabaya biniyorsunuz, arkadaşınızla "akşam ki maçta ne gol oldu be" diye, direkt mevzuyu değiştiriyorsunuz mecburen (G 9, 18.4.2014).

4.3.15. Sayısal İletişim Teknolojilerinin Habercilere Etkisi

APTN haber ajansında uzun seneler kameramanlık, yapımcılık ve İstanbul ofis yöneticiliği yapan görüşmeci 5, gelinen noktada haberciliğin teknolojiyle eskisine göre önemli avantajlar sağladığına işaret etmektedir. Eskiden Nevruz gibi önemli haberlere giderken 400 kilo civarında ağırlıklarla, VTR'ler, kompozit, komponent kablolar, aktarma cihazları, ağır kamera ve tiripotlar vs. taşınırken, şimdi bir sırt çantası içinde dizüstü bilgisayarı, içinde küçük bir kamera ile seyahate gidildiğini söylemektedir. Örnek olarak, bundan 6-7 yıl öncesine kadar, Kuzey Irak'a bir haber için gidildiğinde mecburen Diyarbakır'a montaj için dönmek ve elde edilen haber verisini İstanbul ya da Londra'ya aktarabilmek için PTT linki kullanarak ya da uçakla Diyarbakır'dan kaseti kargoyla göndermek gerektiğini söylemektedir. Bu zor süreçte "sabah çok erken kalkmak, kara yoluyla sınırı geçmek saatler alıyordu" demektedir. Artık alandan merkeze, montaj setleri için ve görüntü-ses aktarımı için link veya uplink olan bir merkeze gitmenin gerekli olmadığını vurgulamaktadır. Haberi yaptığınız yerden montajı, dizüstü bilgisayara yüklü montaj programıyla

yapıp, internet bağlantısı ile merkeze dakikalar içerisinde geçilebildiğini örneklemektedir. Haber stüdyosu ve merkezinin artık habercinin yanında olduğunu iddia etmekte ve gazetecinin sonsuz bir özgürlük yaşadığını söylemektedir (G 5, 3.4.2014). Habercilikte saniyelerin ve dakikaların önemli olduğu, rekabetin kıyasıya yaşandığı bir alanda sekiz-on saatlik farkların, gazeteci bakışıyla "dünyanın değişmesiyle eşdeğer olduğu" ifade edilmektedir.

Sayısal İletişim teknolojilerine yatırım yapmak ve bu donanımı kullanabilen profesyonellere sahip olmak haber televizyon ve ajanslarına, maliyetten tasarruf ve daha hızlı habere ulaşabilme olanağı vermektedir:

> İki yıl önce Japonya'da Tsunami olduğu zaman ben gitmiştim. Bütün montajlarımızı bilgisayardan yapıp, Skype ile canlı bağlantılar yapıp, görüntülerimizi iki saat içinde merkeze gönderip, ekranda iki saat sonra görebilme lüksümüz var iken aynı imkânlara sahip bir televizyon kanalı, yani dünyanın en pahalı ülkesi Japonya'ya ekip göndermeyi akıl eden TV kanalı sadece 300 dolar daha pahalı olan bir bilgisayarı alıp, içerisine 200 dolarlık bir montaj programı koymamayı kar saydığı için Reuters'tan uydu kiralayıp, bizim 6-7 bin dolara mal ettiğimiz 10 günlük bir seyahati 20-25 bin dolara fatura ettiler (G 4, 27.3.2014).

Uzun yıllardır haber kameramanlığı yapan ve artık yaşamını, kadrosuz, belli sürelerle özel haber ve belgesel çekerek kazanan görüşmeci 1, yeni iletişim teknolojilerinin işlerinde kolaylık sağladığını düşünmektedir;

> "Ben free lens çalışıyorum ve olumlu yönleri çok fazla. Çünkü kullandığım bir cep telefonu, en yeni teknoloji ile full HD bir çekim yapıp, o görüntüyü telefon üzerinden gönderebiliyorsunuz. Hatta flight screen denilen bir programla o görüntüyü canlı gönderebiliyorsunuz. Hem görüntü hem ses gönderebiliyorsunuz. Olumsuz yönü ise, teknoloji çok hızlı gelişiyor, bu nedenle piyasada farklı farklı kameralar kullanmak zorunda kalıyorsunuz ve teknolojisini takip etmek zorundasınız. Bazen bunun dışında kalabiliyorsunuz. Her şeyi takip etmek ve bilmek şansı olmuyor. Her dakika teknoloji farklı ürünleri piyasaya sunuyor" (G 1, 19.4.2014).

CNN Türk televizyonunda uzun yıllardır programını kendi hazırlayıp, sunan deneyimli gazeteci görüşmeci 6, iletişim teknolojilerindeki gelişmeyi yakından takip etmektedir:

> Evet, belgesel çekemezsiniz ama haber yapabilirsiniz. Aparatları kullanarak haber yapabilirsiniz. Belgesel kanallarında tek başına araziye çıkıp belgesel çeken adamlar var. Tek başına gidiyorsun, konu mankeni sensin, kameraman sensin, ışıkçı sensin. Arazide on beş gün kalıyorsun, lojistiğini sen kendin sağlıyorsun, demek ki olabiliyormuş. Niye şehirlerde olmasın? Teknoloji çok büyük kolaylıklar getiriyor. Haberin vizyon açmasında büyük kolaylıklar ve kalite getiriyor. Giderek de

> gelişiyor, o yüzden iyi kullanmak lazım. Teknoloji bize rahatlık veriyor, işleyiş açısından, sürat veriyor, düşünmemizi azaltıyor. Şimdi ben mesela bir yere giderken şimdi internet var. Alanda tık tık bakabiliyorum, ama eskiden bir şey olurdu, bir şeyle karşılaşırdık; ya bu sütun Korint nizamı mı, Dor nizamı mı, Bizans'tan mı kaldı? vs. şaşırıyordun. Şimdi tık tık açıyorsun, bakıyorsun, tamam bu Dor nizamı Roma döneminden kalma deyip, olayı çek edebiliyorsun. Haber güvenliği için doğru haber vermen lazım, teknoloji doğru haber vermeni kolaylaştırıyor (G 6, 6.4.2014).

Habercilik teknolojisinin dönüşümüne son 20 yılda tanıklık eden kameraman görüşmeci 7, eskisiyle yeni haber atmosferini kıyaslamaktadır. Köşetaş, teknolojinin bir taraftan malzemeleri değiştirirken, habercilere yeni görevler de verdiğini ifade etmektedir. Artık birçok haberin gidildiği yerden çekilip, montajlanıp, merkeze ftp (product file transfer) dosyaları veya we transfer vb.programlar ile ses ve görüntü olarak internet üzerinden gönderilebildiğinin altını çizmektedir (G7, 10.4.2014). Genelde bu işleri yapanlara video journalist denildiği, "çek, röportaj yap, montajla, metin yaz, merkeze yolla" işlerini, daha önceleri beş kişinin yapmasına karşı, şimdi bir kişi tarafından yapılabildiği söylenmektedir.

Deneyimli gazeteciler, yeni iletişim teknolojilerinin nimetlerinden yararlanmakla birlikte, kendilerinden sürekli yeni işler istenmesi ve farklı görevlerin iş yüklerinden şikâyetçi olmaktadırlar:

> Yani, teknoloji tabi ki olumlu etkiliyor. Eskiden montaj yaparken, elimizde otuz tane kaset ile giderdik. Şimdi bir tane yaprak kadar hafıza kartıyla gidiyorsun. Bilgisayara görüntüyü atıyorsun, tüm arşiv görüntüsü bilgisayarda mevcut. Artık tek başına, montajcı, sesçi vb. gerek yok. Tek başına tüm her türlü montajı yapabilirsin. Teknoloji müthiş, süratlendirdi, kaliteyi de arttırdı. Haber sayısı arttı, artık daha çok haber yapabiliyorsun. İstihdam açısından kötü, bir montajcı işsiz kalıyor. Çünkü orada (CNN Türk) bir tane writer koyuyorlar, haberi yazıyor. Görüntüyü sistemden çekiyor ve montajlı hale getiriyor. Editör olarak çalışıyorum, görevim haberleri okuyup, redakte etmek, onay vermek. Ama yaptığım iş, masa başında otururken DSF kesiyorum, bir tane başbakan konuşurken sot kesiyorum üç saniye içinde, haberi yazıyorum, ajansları takip ediyorum, akış yapıyorum, son dakikaları veriyorum. Alttan yazıları veriyorum, altı kişinin işini yapıyorum aynı anda. Bazen içeri girip kimse olmadığı vakit KJ 'cilik yapıyorum. Ama bunların hepsini oturduğunuz bilgisayarın başından yapabiliyorsunuz. O yüzden bakın kaç kişi işsiz (G 8, 15.4.2014).

Sayısal iletişimin getirdiği avantajlar medya işletmecileri açısından olumlu karşılanırken, zaman zaman yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan bir tanesi de yerkürenin heryerinden canlı yayın olanağı veren 3G teknolojisidir. Hız ve maliyet unsurlarıyla avantaj sağlayan bu sistem, haber profesyonelleri açısından olumsuz tepkiler almaktadır.

Görüşmeci 4, hiç bir muhabirin 3G ile yayın yapmak istemediğini söylemektedir. Sabah 9'da teslim alınan cihazın, muhabir ve kameramandan oluşan ekip tarafından akşama kadar en az 3-4 yayın yaptığı belirtilmektedir. Bu yoğunluğun mesleki deformasyona sebep olduğu, çevresinde olan biten her şeyden habersiz, sadece bir dakikalık canlı yayını kurtarmaya çalışan, oradan oraya koşturan insanlar haline gelindiği ifade edilmektedir (G 4, 27.3.2014).

Farklı teknolojileri kullanarak yirmi iki yıldır haber kameramanlığı yapan NTV kameramanı görüşmeci 9, habercilik açısından 3G teknolojisinin inanılmaz güzel bir şey olduğunu, her yerden yayın yapabildiklerini ve diğer canlı yayın araçlarına göre çok pratik olmasını söylemesine karşın, kameramanlar için 3G teknolojisinin ciddi bir sağlık riski olduğunu vurgulamaktadır. Bu cihazların ciddi oranda radyasyon yaydığını, içinde yedi tane sayısal kartla, yayıncılık kalitesinde görüntü gönderildiğini ve bu cihazların kameramanların sırtında taşındığını ifade etmektedir. Sönmez on senelik süreçte bu cihazları kullanan kameramanların büyük çoğunluğunda "akciğer kanseri" olacağı ve habercilerin ömürlerinin kısalacağını iddia etmektedir (G 9, 18.4.2014).

Deneyimli haberciler, teknolojik yeniliklerin ve yeni iletişim teknolojilerinin olumlu katkıları yanında olumsuzlukları sıralarken en önemli şikâyet noktasının istihdam daralması olduğu göze çarpmaktadır. İşverenlerin özellikle Anadolu'da yerel kanallarda bir çalışana birçok görev yüklediğini ve birçok çalışanın işinden olduğunu ifade etmektedirler:

> Bir defa böyle bir şey olmaması gerekiyor. Çünkü bu meslekte zaten insanlar cüzi paralara çalışıyorlar. Geçim sıkıntıları var. Sen insanları işsiz bırakıyorsun. Ekmeklerini ellerinden alıyorsun, bir kişiye üç kişinin işini yaptırıyorsun. Demin dedim ya; Anadolu'da bırak montajcıyı, kameramanlığı, çalışan kişiye şoförlüğü de yaptırıyorlar. Neredeyse unvan olarak; haber, kamera, ulaştırma yazacaklar. Her şeyi bir kişiye yaptırıyorlar. Aynen 'Cevat Kelle' durumu var. İnsanlar 'Cevat Kelle' olmaya doğru gidiyor. Bugün de cihazlar eskisi kadar büyük değil, çok ufaldığı için taşımak da eskisi kadar zor değil. Bundan 15 sene önce çektiğimiz bir görüntüyü internetle atma imkânı var mıydı? Havalimanına gidip uçağı yakalarsak kaseti verecek insan arardık. Ama şimdi bir tık'la internette gidiyor. Teknolojik anlamda rahatlattığı için belki böyle iş gücünden çalıyorlar (G 8, 15.4.2014).

İşin vasıfsızlaştırılması olarak nitelenebilecek bir süreç Türkiye'de yaşanmaktadır. Batılı televizyon ve ajanslarda onlarca yıl tek bir görevde

uzmanlaşmış kadrolar tutulurken, Türkiye'de bu kadrolar her kanalda 3-5 kişiyi geçmemekte diğerleri ise işe yeni başlamış ve her işi yapmaya hazır genç çalışanlardan oluşmaktadır. Görüşmeci 1, ise her görevin gerektirdiği özelliklerin farklı olduğunu belirterek, uzmanlaşmanın dışına çıkıldığını iddia etmektedir:

> Teknoloji geliştikçe bizim işlerimiz daima iyi yönde gitmiyor. Düşünsel çalışmalarımızı rahatlatıyor belki. Daha hızlı iş yapıyor hale geliyoruz teknolojiyle. Ama diğer yandan kendi içimize döndürüyor bizi. Uzmanlaşmanın dışına çıkmaya başlıyoruz. Bir kameraman aynı zamanda montajcı, yapımcı, teknik adam oluyor. Aynı zamanda görüntüyü linkle geçmek zorundasınız. Peki, sesçi, ışıkçı, teknik yönetmen, yapımcı neredeler? Her şeyi tek başınıza yapacaksanız o zaman farklı meslek kurumlarına gerek yok (G 1, 19.03.2014).

Gerek politik koşullar, gerek sermayedarların uygulamaları ve gerekse yedek istihdamın büyüklüğü Türkiye'de habercilik mesleğini olumsuz yönde etkilemektedir. Görüşmeci 8, diğer etkenler yanına sayısal iletişim teknolojilerindeki dönüşümü de eklemektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve halk tarafından son yıllarda internet olanağı olan akıllı cep telefonlarının taşınması ve kullanılmasının haberciliğe etkilerinin olduğu dile getirilmektedir:

> Çok etkiliyor. Demin anlattığımız teknolojik kaliteyi sistem içinde kaliteyi yükseltirken, haberciliği düşürüyor. Bir yandan bir bakıyorsunuz 100 bin tane muhabiriniz var. Ya da; 100 bin tane göz aynı yerde. İşte Gezi Olayları örneğin; Twitter, Facebook, Youtube. Gelen görüntüleri düşünün, bilgi akışını bir düşünün. Adliyeden görüşme, duruşma salonundan canlı yayın yapılıyor. Düşünün gerisini artık, cep telefonu vasıtasıyla. Çok seslilik anlamına olumlu ama herkes gazeteci oldu. Mesleğin etiği kalmadı yani. Herkes gazeteci yani! Televizyonda diyorlar ki; siz de muhabir olabilirsiniz, ya bu iş bu kadar kolay mı?Siz de kameraman olabilirsiniz. Torpille ya da bir cep telefonuyla veya küçük bir makine ile gazeteci olabiliyorsunuz anında. Benim tanıdığım bazı insanlar beni de gazeteci yapar mısın diyorlar. Yaparım tabi, arkadaşımdır. 1-2 ay çalışıp kadroya alınırsın. Bu kadar kolay mı gazeteci olmak? Siz hâkim, savcı olabiliyor musunuz, aynı okulları okuyoruz. Yani sektörün durumu aslında içler acısı. Standart yok, kalite sıfır, kalite yerlerde sürünüyor (G 8, 15.4.2014).

Haber sektörünün zorlukları yanında Türkiye gibi ülkelerde büyük iş olanaklarının hala mevcut olduğunu iddia eden görüşmeci 1, freelens çalışan habercilerin ülkemizdeki durumunu değerlendirmektedir:

> Aslında büyük bir pasta var. Aslında reklam sektörünün içine de teknoloji ile medya sistemleri daha rahat girebiliyor. Haber sektöründe kalırsak eğer, örneğin ben free lens çalışıyorum. Eğer bir kameran varise bir diz üstü bilgisayar ilekendi montajını kendin yapabilirsin. Bir internetin hatta bağlı olmadığın dışarıda da kullanabilecek upload ve download yapabileceğin bir internetin varsa, istediğin her yerden haber çıkarma şansına sahipsin. İşte o zaman kendini ne kadar geliştirebildiğin önemli.

> Yabancı dilinin çok iyi olması lazım. Ülkemiz Ortadoğu'ya yakın olduğu için İngilizce yanında bir Fransızca ya da Arapça olması lazım. Ortadoğu'da haber hiç bitmeyecek bir potansiyel var. Artık nasıl bağlantı kuruyorsan, kişisel becerin ile savaş ortamlarında görüntüleri alıp bunu uluslararası ajanslara satabilirsin (G 1, 19.03.2014).

Tüm dünyadaki haber sektöründe teknolojiye yatırım yapılırken çalışan sayısının da oldukça azaldığı gözlemlenmektedir. Türkiye'de 90'lı yılların başında devlet ve özel kanalların bile yurt dışında ofislerinin var olduğu, bugün ise, bunların yerini ajanslara bıraktığı dikkat çekmektedir. Ajansların belli başlı birçok ülkede ofis, kameraman, muhabirlerininolduğu ama bu ofislerin çoğunun kapandığı görülmektedir. Yabancı ülkelere donanımlı muhabirlerin yollanmaya başlandığı, kameramanlığı, röportajı, editörlüğü kendisi yapıp görüntüleri yolladıklarıiddia edilmektedir. 2007'den itibaren birçok haber ajansının, maliyetleri düşürmek için, yabancı ülkelerde mesleği ile ilgili bölümü okuyup yaşayan genç Türkleri merkeze çağırıp yetiştirmeye başladığı öne sürülmektedir. Ajansların ev kirası, ofis kirası ödemekten kurtulduğu, böylece Avrupa'da çalışan bir muhabirin aslında video-journalist olarak 1200-2000 euro arası bir maaş ve buna ilaveten masrafları karşılandığı söylenmektedir. Video-journalistlerin sadece iş olduğunda kiralandığı, bu uygulamayla masrafların oldukça düştüğü ifade edilmektedir. Maliyetler göz önüne alındığında çok gerektiğinde önem derecesine göre, kameraman, canlı yayın sistemi o ülkenin ajans ve yapım şirketlerinden kiralanır olmuştur (G 7, 10.4.2014). Maliyetleri düşürmek için teknolojiyi kaldıraç gibi kullanan haber kurumları farklı uygulamaları da işletme yönetiminde uygulamaktadır. Bunlar arasında son yıllarda Batılı büyük televizyon kurumlarında da uygulanan, haber istihbarat ekiplerinin küçültülmesi, rutin haberlerin izlenmesinin ajansların gönderdiği görüntü ve verilerle haber merkezinde işlenmesi yer almaktadır.

Dönüşen habercilik teknolojisi içinde habercilerin yaptıkları işlerinin süresi değişmekte, fiziki emek azalırken, daha fazla yeni ortama uyumlu, esnek çalışma modellerini benimsemeleri istenmektedir. Yeni teknolojilerin etkisi, işveren açısından daha olumluyken çalışan haberciler açısından bu konu hala çözümlenmemiş ve sorunlu bir konudur. Teknolojinin getirdiği kolaylıkların işverenlerin işine geldiği, yeni teknolojinin eleman sayısını azalttığı, ona göre masrafların azaldığı görülmektedir. Birçok profesyonel haberciye maaş ödenip, konaklamasını sağlayacağına haberin bir kişiyle yapılabiliyor olmasının işveren

açısından güzel, mantıklı bir şey olduğu ifade edilmektedir. Ancak, ekip olarak çalışıldığında herkes kendi işinde profesyonel olduğunda muhabirin bütün vaktini, enerjisini o araştırmaya ayırabileceği, kameramanın sadece görsellikten sorumlu olursa daha doğru düzgün iş çıkartabileceği iddia edilmektedir. Muhabirin yanında yardımcı olabilecek insanlar varsa daha sağlıklı çalışılabileceği, haberde daha profesyonelce çalışılmasınınve insan unsurunun atlanmamasının sağlanacağı öngörülmektedir.

Teknolojinin gelişiminin olumsuz yönünün, yeni nesilden daha çok eski nesil basın çalışanları için olduğu düşünülmektedir. Artık daha donanımlı ve her gün gelişmeleri takip edip bunlara çok hızlı bir şekilde uyum sağlamanız gerektiği gözükmektedir. Kendilerini bu duruma adapte edemeyenlerin bu sektörden koptukları ya da karın tokluğuna çalışmakta oldukları ifade edilmektedir. Yeni nesilin zaten bu durumun içinde yetiştiğinden şanslı olduğu ama gelecekte onların da aynı süreçleri yaşayacakları iddia edilmektedir.

Teknoloji devriminin haberciliği uzun dönemde ne kadar değiştireceği haberciler arasında da tartışılmaktadır. İtalyan RAI televizyonunun kameramanlığını yapmakta olan görüşmeci 7, yakın gelecekte haber teknolojisinde büyük yenilikler beklemekte ve haberciliğin yeni bir boyut kazanacağını iddia etmektedir. Yüksek çözünürlüklü gözlük veya lens gibi yeni teknolojilerle, bir muhabir gözünü odakladığı bir yerin video görüntüsü, fotoğraf ve ses kaydını alıp bunu anlık olarak 5G sisteminden merkeze iletebilecektir. Ayrıca konuşmaları metne döken yazılımlarla da her yerden yazılı görsel anlık haberlere ulaşılabilecektir. Bugünkü koşullarla kıyaslandığında en az 6 kişinin görevi yapılmış olacaktır. Bunlar muhabir, kameraman, canlı yayın teknisyeni, foto-muhabiri, editör ve montajcıdır (G 7, 10.4.2014).

TGRT'da 1995'te muhabirliğe başlayan, CNN-Türk ve ATV'de Dış Haber bölümünü yöneten ve üç yıldır EuroNews'in İstanbul temsilcisi olan görüşmeci 2, bu yeni tip gazetecilere güncel bir örnektir. Basit ve hafif olması, kolay taşınabilir, yarı profesyonel kullanımının mümkün olması nedeniyle Canon XHA1 mini DV kamera, kullanan haberci, tüm haber çekimlerini tek başına gerçekleştirmektedir. Muhabir kökenli olması nedeniyle, ilk başlarda kamerayı otomatik kullanan, renklerde, ışıkta

sorun yaşayan görüşmeci 2, zaman içinde bu sorunları hallettiğini söylemektedir. Canon XHA1 mini DV kameranın, izleme monitörünün hareketli olması, çekim yaparken ekranı ters çevirince kendisi görmesini sağlaması, tek başına anons (stand up) çekimlerini yapmasını kolaylaştırmaktadır. Montaj için dizüstü bilgisayarına ‘’Edius kurgu programı’’ kurduran görüşmeci 2, haberin montajını kendisi yaptığı için çekim planları ile ilgili bugüne kadar sorun yaşamadığını ifade etmektedir. Genellikle basit montaj yapan, ileri programları nadiren kullanan, bazen renklerle oynayan, kasete kayıt yapıp daha sonra bilgisayara sayısal formata çeviren Bayraktar'a göre, bu tarz bir çalışma biçimi yoğun haber, canlı yayınlı, ajans gibi ince habercilik ve sürekli takip gerektiren kurumlarda yapılamaz. Bu çalışma tarzı, zaten ajanstan ciddi bir veri ve görüntü akışına sahip kanalda;

1. Başkalarının gitmediği, acil ortaya çıkan haberleri takip etmekte,
2. Muhabirin olay yerinde olduğunu gösteren bir yayın politikası için,
3. Özel/farklı açılar koymak gerektiğinde temsilcinin sahaya çıktığı bir çalışma biçimidir (G 2, 21.04.2014).

Tek kişiyle haberin toplanması, çekilmesi, kurgunun yapılması ve gönderilmesi sürecinin teknik olarak bazı zorluklar yüklemesi kaçınılmazdır. Öncelikle röportaj ya da hareketli bir ortamda, stand up çekiminde, insanların tek kişilik ekibe alışık olmadıkları için yadırgamaları söz konusudur. Konuşulan, röportaj yapılan kişiler, karşısındaki kameraman mı, muhabir mi olduğunu bilememektedir. Bu zorluğu ancak, video-journalist tanınan bir kişiyse aşabilmektedir. İkinci olarak, anons çekilmesi gerekiyorsa, kameranın sabitlenmesi gerektiği için bazen in action-stand up çekilmesi riskli olabilmekte, aniden değişen ortamda kameranın devrilmesi, önünden birilerinin geçmesi gibi sorunlar yaşanabilmektedir. Fakat buna karşılık, tek hareket edildiği ve donanım yanında olduğu için daha hızlı hareket edilebilmekte, montaj daha kısa sürede gerçekleşebilmektedir. Kobani ve Şam gibi, hassas bölgelerde tek başına çalışmak riskli olsa da bazen, birebir sohbetlerde kameramanın gösteremeyeceği tavır ve kişilik özelliklerinden dolayı sıkıntı yaşamamakta ve daha rahat çalışılabilmektedir.

Görüşmeci 2, video-journalistliğin Türkiye'de ilk temsilcilerinden birisi olması deneyimi ile yeni iletişim teknolojilerinin haberciliği dönüştürdüğünü gözlemlemekte ve tek çıkar yolun buna uyum sağlayan haberciler olduğunu öne sürmektedir:

Tabi ki zorlukları var, İşte yük taşıyorsunuz, bir kaç işi birden düşünmeniz gerekiyor. Atlayabiliyorsunuz bazen, işte ses problemi olabiliyor, açmazsınız bazen. Ben yaşadım bunların bazısını zaten. Daha fazla çalışmanız, daha uyanık olmanız gerekiyor. Tek başına teknoloji işleri zorlaştırabilir ama aynı zamanda işleri kolaylaştırabilir. Şimdi ben ofiste çalışmıyorum; yanımda iphone, bütün maillerime bakıyorum, her haberden son dakika haberim oluyor. İşte bununla fotoğraf ve video çekebiliyorum, bir işe gittiğim zaman internete yazı yazabilirim, gazeteye gönderebilirim. Gelecekte gazetecilik böyle olacak, bundan kaçış yok. Yani tek başına internet üzerinden haberleri satabilirsiniz yani. Zor bir şey ama mümkün olan bir şey. Kötü bir şey ama böyle olacak, tabi ki bir yıl da olacak bir şey değil. Belki on yıl alacak ama yeni arkadaşlar, bunlarla doğup geldikleri için çok zorlanacaklarını sanmıyorum (G 2, 21.04.2014).

DEĞERLENDİRME

Meslek grubu olarak haber mecrasında çalışanlar; günümüz Türkiye'sinde gerek devletin medya işverenleri lehine yasaları düzenlemesi, gerek neo-liberal rekabetçi kapitalist ortam ve gerekse medya mecrasında çalışmak isteyen yedek işgücünün fazlalılığı nedenleriyle çalışma yaşamındaki koşullarla mücadele etmek zorundadır. Ne var ki, haber emekçilerinin toplumsal dayanışma içinde hareket edebileceği atmosfer, 12 Eylül 1980 askeri darbesiyle kaybolmuştur. 1990 sonrası uygulanan politikalar ise gazetecilik mesleğini erozyona uğratmıştır. Haberciler ile yapılan görüşmelerde, tüm görüşülen kişilerin mutsuz oldukları tespit edilmiştir. Meslekte yirmi yıl deneyimi olan bir kameraman, görüşme esnasında "sektör meslek hayatımda en kötü günlerini yaşıyor" sözleriyle durumu özetlemiştir.

Yapılan görüşmelerde İstanbul ve Ankara'da haber bürolarında çalışan muhabir ve kameramanlar, genellikle zayıf ve statükocu bir habercilik yapıldığı tespitinde bulunmuşlardır. Kendilerine söz hakkı verilmediğini, mesleki çalışma koşullarının giderek kötüleştiğini hep bir ağızdan ifade etmişlerdir. Haber emekçilerinin kendi ekonomik ve sosyal haklarını, özlük haklarını korumak konusunda da yeterince etkili bir konumda olmadıkları görüşmelerde ortaya konulmaktadır. Medya kurumlarının haber politikalarını tartışma, oluşturma, mesleki pratikleri sorgulama ve bunun için girişimde bulunma hakları ellerinden alınmış entelektüel fikir işçileri olan muhabir ve kameramanlar, bireysel çabalarla çalışma koşullarına ve medya haber mecrasındaki politikalara uyum gösterme durumundadırlar.

Göz önündeki meslekler olmaları, seyahat olanakları, sosyal bir ortam, tarihe tanıklık etme şansı, macera yaşamak için uygun olduğunun düşünülmesi muhabir ve kameramanlık mesleklerine olan ilgiyi sıcak tutsa da, son senelerde piyasanın ihtiyacının çok üzerinde iletişim fakültesi mezunu olması, çalışma yaşamındaki sermaye-emek dengesini bozmuştur. Yedek işgücü denilen binlerce üniversite mezununun gazete, televizyon ve ajans kapıları önünde bekliyor duruma düşmesi habercilik mesleğinde durumun ciddiliğini göstermektedir. Sermayedar için ucuz iş

gücü ve çalışanlar için iş güvencesizliği tehdidi olan yeni mezunların, meslek pratiklerinden bihaber, yeterli donanımdan yoksun olarak çalışma hayatına girmek istemesi, diğer bir önemli sorun olarak durmaktadır. Bu konuda yirmi iki yıldır meslekte çalışan bir kameramanın sözleri habercilerin düşüncelerini yansıtmaktadır: "Ben mezun olduğumda sekiz taneydi Türkiye'de iletişim fakültesi. Şimdi seksen tane falandır herhalde… Kimsenin aklına gelmiyor, orada okumakla gazeteci olunmuyor ya da kameraman olunmuyor".

Habercilerin haber mecrasında istihdam ve mesleki eğitim konusunda görüşleri genellikle örtüşmektedir. Tümü işin vasıfsızlaştığı konusunda hem fikir olmakla birlikte yeni iletişim teknolojileri ve video-journalism'in yeni bir fırsat penceresi açabileceğini öngören görüşler de dile getirilmiştir. Genel görüş olarak standart muhabir ve kameramanların gelecekte iyi ücretler alabilmesi, çalışma saati ve diğer özlük haklarının düzelmesinin mevcut koşullarda çok zor olduğu ifade edilmiştir. Mesleğe yeni başlayan muhabir ve kameramanların, mutlaka kendilerini geliştirmeleri, sayısal teknolojiyi iyi kullanabilme özellikleri yanında, iyi derecede bir yabancı dil konuşabilmelerinin önemi vurgulanmıştır. Özellikle Türkiye haber sektörü ile gelişmiş ABD ve Avrupa televizyon habercilerinin çalışma koşullarının farklılığına dikkat çekilmiş ve haberciye verilen değer konusunda Türk habercilik sektörünün çok geride olduğu ifade edilmiştir.

Türkiye'de meslek olarak saygınlığını son senelerde iyice yitiren haber sektöründe, bu değer yitirişin en olumsuz olarak etkilediği muhabir ve kameramanların mesleğe karşı kırgınlık ve bıkkınlık duydukları gözlemlenmiştir. Uzun yıllar habercilik yapmış, Ortadoğu konusunda uzman bir muhabir, çalıştığı televizyon kanalı hükümeti kızdırmak istemediği için, Mavi Marmara olayının ardından İsrail'de ana muhalefet partisi lideriyle yaptığı özel röportajın yayınlanmadığını ifade etmiştir. Bu tür yukarıdan müdahaleler ve sansür uygulamaları, habercilerin şevklerini kırmaktadır. Nitekim aynı muhabir, bir daha o bölgeye haber için gitmek istemediğini, röportajı yayınlatamadığından dolayı haber kaynaklarına karşı mahçup olduğunu ifade etmiştir.

Habercilik mesleği altında toplanan muhabir ve kameramanlarla yapılan görüşmelerde mesleklerine karşı çok az meslek çalışanında görülecek bir sevgi ve

tutku sergiledikleri de gözlemlenmiştir. Her ne kadar bireysel deneyimlerinde rahatsızlıklarını paylaşsalar da, meslekte yirmi iki yılı geride bırakmış bir kameraman "dünyaya bir daha gelsem yine bu mesleği yapardım" sözleriyle mesleğe olan aşkını göstermektedir.

Haberciler, haberciliğe ilişkin olumsuz koşulları sıralarken maddi yaşam koşullarının mesleği sürdürme çabalarını güçleştirdiğini ifade etmişlerdir. Uzun yıllar muhabirlik yapmış olan deneyimli bir haberci "kendisini geliştirmek için kitap okumak zorunda olduğunu ama maddi koşulların zorlaması sonucu, korsan kitap almak zorunda kaldığını" itiraf etmiştir.

Muhabir ve kameramanlar ile yapılan derinlemesine görüşmelerde, çalışma yaşamının tüm konularına değinilmeye çalışılmış; çalışma yasalarından, ücrete, izin haklarından, kıdem tazminatına tüm konular zaman el verdiğince konuşulmuştur. Entelektüel ve kültürel bir iş yapan haberciler ne yazık ki çalışma şartlarının ve Türk siyasal yaşamının stresli ortamıyla her gün yüzleşmektedir. Haberci, zamana karşı yarışmanın yanı sıra aynı zamanda işini kaybetmemek için ip cambazı gibi hareket etmek zorunda kalmaktadır. Sendikanın alan dışına çıkarıldığı, gazeteci örgütlerinin sesinin kısıldığı bir ortamda, kurumsal bir çatı ihtiyacı vardır. Ne yazık ki, Türk habercileri Cumhuriyet'in ilk yıllarından bu yana değişmeyen devlet politikası gereği zapt u rapt altına alınmak istenmektedir. Bugün de bu anlayış değişmemiştir. Sarı basın kartı almak için Başbakanlık Basın Yayın Müdürlüğü'ne 5953 No'lu Basın İş Yasasına göre çalıştığını gösteren sözleşme ile başvurması istenen gazetecilerin, işten ayrıldığında fiilen gazeteci olma hakkı devam etmesine karşılık, sarı basın kartını en fazla bir yıl taşımasına izin verilmektedir. Bunun tek istisnası sürekli basın kartı taşımaktır. Onun için en az on yedi yıl, 5953No'lu Basın İş yasasına bağlı çalışmak gerekmektedir. Türkiye haber mecrasında günden güne hızla tasfiye edilen tecrübeli habercilerin yanı sıra üç-beş senedir Basın İş Yasasına tabi olan haberciler, işsiz kalmaları durumunda freelance gazetecilik yapamamaktadır. Bu sorunun yabancı kökenli gazeteciler için çözüldüğü ama T.C. vatandaşı tüm gazeteciler için de olması gerektiği ifade edilmektedir.

Muhabir ve kameramanlarda stresli iş ortamı nedeniyle psikolojik sağlık sorunlarının yanı sıra fizyolojik meslek hastalıkları da çalışma yaşamlarını tehdit

etmektedir. Birebir görüşmelerde her gün olayların içinde olan, defalarca kavga, çatışma, savaş, doğal felaket haberi yapan muhabir ve kameramanlar, kaza ve hastalık riski ile yaşamaktadır. Hemen hemen tüm kameramanlarda boyun, omurga ve diz sorunları oluşmuştur. Yine muhabirlerde varis, kalp damar hastalıklarının yanı sıra boyun fıtığı ve stresli ortam nedeniyle bunalım, dikkat bozukluğu, gece uykusuzluğu, yaşamdan zevk almama rahatsızlıkları sıkça gözlenmektedir. Haberciler, üzüntülü ortamlarda rol yapsalarda psikolojik olarak etkilendiklerini itiraf etmektedirler. Bu sıra dışı ortam içinde yıllarca çalışmanın getirdiği başka bir rahatsızlık ise, yakınlarının onlara ifade ettiği gibi, tehlikeli ortamlar içinde bulunmayı normal karşılıyor olmalarıdır. Bu tutum, normal, sağlıklı ortamlarda çalışan meslek gruplarındaki çevrelere uzak kalmalarına neden olmaktadır. Uzun yıllar çalışan habercilerin sosyal yaşamı dar bir çevrede yürümekte ve işten ayrıldıktan sonra birbirleriyle ilişkileri de kopmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sınıf bir toplumsal ve iktisadi konum belirtir ve sınıflar arasında uzlaşmaz bir ilişki içerir. Marksistler için toplumsal varlığın ve gelişmenin temeli olan emek ve üretimle tamamlayıcı bağlantıları nedeniyle sınıf birinci derecede önemlidir. Çalışmamızın ana öznesi olan haber kameramanları ve muhabirlerin bu tanıma uyup uymadıkları uzun süredir tartışılmaktadır. Bunun en önemli nedeni olarak mesleğin yapısı, çalışma koşulları ve profesyonel meslek ilkeleri gözükmektedir.

Gazetecilik mesleği yapısı nedeniyle çelişkili, ikili bir konum işgal etmekte ve klasik mavi yakalı-beyaz yakalı ayrımında ortada bir yerde bulunmaktadır. Gazeteciler bir taraftan uzun esnek mesai saatleri, düşük ücretler, standartlaşmış bir haber üretim süreci hiyerarşisi, teknolojik değişim ve dönüşümle kullandıkları makinelere bağımlı ve emir komuta zinciri içinde çalışanlar olarak görünmektedir. Fakat diğer taraftan yaptıkları bilgi-enformasyon toplanması, işlenmesi ve sunulması işleri onların toplumsal, ekonomik durumlarında ayrıcalık yaratmaktadır. Bir matbaa işçisinin toplumun üst katmanlarında yer alan zengin bir burjuva, ülke yönetiminde etkili bir politikacı ile karşılaşması, aynı masada bulunması ve kişisel ilişkiler kurabilmesi neredeyse imkânsız iken bir gazeteci için işadamlarıyla, siyasetçilerle tanışması, dostluklar kurabilmesi meslekleri gereği oldukça normal bir durumdur. Bunun yanında gazetecilik dikey hiyerarşik ilişkilere açık bir meslektir. Türkiye'de işe yeni başlayan bir muhabirin beş sene içerisinde sırasıyla haber müdürü sonrasında genel yayın yönetmeni olabilmesi şaşırtıcı değildir. Fakat bunun yanında yıllarca aynı pozisyonda kalan ve maaş artışları çok cüzi olan habercilerin varlığı da bir gerçektir.

Esnek kapitalist üretim sisteminde Türkiye'deki haber üretimine ekonomi politik bağlamda bakıldığında, emek piyasası koşullarının konuyla bağlantısı gözlenmektedir. Emek gücü açısından, kapitalizmde, temel yapısal karşıtlık, sermaye-işçi olsa da haber sektörü için sorunlardan birinin, yaratıcı, editoryal işçiler ile teknik işçiler arasında bölünmüşlük olduğu söylenilebilir. Bu temel saptama, televizyon haber sektöründe çalışan sınıfın parçalandığı savını ileri sürmektedir.

Bununla beraber, bu bölünmüşlük saptaması, işçilerin mesleki çalışma koşulları konusunda ne kadar bilinçli olduklarını anlama yolunu açar. Bunun arkasında yer alan kuramsal arka plan için, bu çalışmada işçilerin esnek kapitalizm koşullarında, hissiyatları ve özdeşleşmeleri, özellikle yüksek beceri işleri ve çalışanların bilinçliliğine yoğunlaşılmıştır.

Özellikle, talebin kesin olmadığı endüstrilerde, sermayenin zarar görmeden esnekliği sağlayacak tasarım ve düzenlemelere, hızlı değişikliklere gereksinimi vardır. Bu mantıkla, TV kanallarının stratejisi üretim tasarımını ve işgücü sürecini taşeronluk sistemine dönüştürmektir. Yaratıcı işlerde çalışanların, stratejik destekleyici olarak, emek sürecinde sermaye çıkarlarını temsil eden bir rol oynamakta olduğu tartışılmaktadır. Televizyon haber üretiminin, ikili bir yapıda olduğu gözlenmektedir. Bir yanda editoryal alanda karar vericiler, diğer yanda ise alanda verilen emri yerine getiren uygulayıcılar. Uygulayıcıların sayısı daha yüksek olsa da karar verme yetkileri kısıtlı, ekonomik durumları yetersiz ve çalışma saatleri daha uzundur. Bu mantıkla televizyonların yöneticileri, genel yayın yönetmeni, haber müdürü, şef editör karar verici grupta görev yaparken, muhabir, kameraman, kurgucu, haber yapımcısı ve diğer teknik personel, uygulayıcı grupta çalışmaktadır.

Muhabir ve kameramanların içinde bulunduğu grup çalışanı, emek sürecinde istikrarsız çalışma koşullarına tabidir ve esnek çalışma koşulları sermaye sahipleri tarafından onlara dayatılmaktadır. Esnek çalışma koşullarını özetlersek; Basın İş Kanunu yerine hukuki olarak düz işçi sayılan kanunlara tabi olmak, sendikasızlık, esnek çalışma saatleri ve fazla mesai, izin haklarının kullandırılmaması, az ücret artışı, birden çok görev verilmesi ve birden çok personelin işinin yapılmasının istenmesi, tazminat, kıdem, ihbar ve kullanılmayan izinlerin ücretlerinin ödenmemesi sayılabilir. Son yıllarda taşeron çalışma yöntemleri de yavaş yavaş uygulanmaya başlamıştır. Özellikle emekliliğini almış personele, telif ücreti adı altında bir ücret ödenmesi ve sigorta güvencesinin verilmemesi yaygınlaşmaktadır.

Yukarda ifade edilen kırılgan, bölünmüş çalışanlar temelinde, iş devamlılığı, ücretler, çalışma koşulları ve sosyal güvenlik konuları tüm çalışanları aynı ölçüde etkilememektedir. Yaratıcı ve editoryal işleri yapanların bu koşulların olumsuz yönünden daha az etkilendiği tartışılmaktadır. Editoryal, yönetici konumunda

çalışanların sermaye aleyhinde politik bir direnç ve direniş göstermelerinin daha az olduğu gözlenmektedir. İkinci önemli nokta, uygulayıcı olarak çalışan muhabir ve kameramanların rekabet koşulları, sermayedarın terfi ve teşvik taktikleri nedeniyle ortaklık kuramamaları, örgütlenememeleri, birlikte hareket edememeleridir.

Yönetici grubun, sermayenin ayrıcalıklı çalışma koşullarından faydalanabilmesinin nedenlerinden başlıcası, haber sektörünün ana hammaddesi olan veriye ulaşabilme ve bunu paylaşabilme inisiyatifi ve gücünün dağılmış olmasından ileri gelmektedir. Dakikalar, hatta saniyeler içinde toplum için yaşamsal önemde olan bir haberin yayınlanması, geciktirilmesi, filtrelenmesi, kısaltılması, değiştirilmesi veya yayınlanmaması kararları alınmak zorundadır. Bunu yapabilmek için teknolojik donanım ile birlikte iyi eğitim almış personel, iyi örgütlenmiş bir üretim yapısı gerekmektedir. Bu nedenle, karar verici grup içinde kalabilen şanslı azınlık mensubu olmak, işveren gözünde değerin artmasını ve ödüllendirmeyi getirmektedir. Diğerleri için bu geçerli değildir; çünkü uygulayıcı konumda çok sayıda işgücüne ulaşabilmek Türkiye şartlarında işverenler için zor olmamaktadır.

Habercilik sektörü hala istikrarsız, esnek çalışma koşulları ve üretim yöntemleriyle var olmaya devam etmektedir. Bu sorunun ne gibi bedeller ödettirdiği ise, çalışmamızda yer alan Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ), bölgesel bir örgütlenme olan Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ) ve Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS)'nın raporları ve basın açıklamalarında açıkça yer almaktadır. Türkiye ekonomisinin her sektöründeki işgücü gibi medya çalışanları da, editoryal bütçeleri kesen, işleri daraltan, iş yasalarına uymayan, sendikal örgütlenmeleri tümden çökertme yolunda çaba içinde olan işverenlerin baskısı altındadır. Gazetecilik meslek çalışanlarının beklenti ve endişe içinde yaşadığı kötü ücret ve çalışma koşulları medya içindeki bozulmayı hızlandırmakta, mesleği yapan işgücünün ekonomik, sosyal haklarını, sendikal örgütlülük haklarını daha da zayıflatmakta ve mesleki sorunları ağırlaştırmaktadır. Dünyada sendikal örgütlülüğe en çok yönelen işçi grupları arasında yer alan gazeteciler Türkiye'de özlük hakları ve çalışma standartları konusunda ciddi sorunlar yaşamaktadır.

Haber mecrasında günümüzde çalışan haber emekçileri için kötümser bir tablo mevcuttur. Habercilik mesleği ile profesyonel meslekler arasındaki makas giderek

açılmış; muhabir ve kameramanın kendi uzmanlık alanı üzerindeki bilgi tekeli kırılmış; meslek, bazen devlet aracılığıyla bazen de doğrudan piyasa mekanizmaları tarafından sermaye sınıfının kontrolüne açık hale getirilmiştir. Habercilik mesleği sadece bir iş ya da uğraş değil, aksine yerleşmiş ve kanıksanmış bir toplumsal rol içermektedir. Bu toplumsal rol aynı zamanda gazeteciliğin saygınlığını, toplumun güvenini ve desteğini beslemektedir. Ne yazık ki, Türkiye'de 1990 sonrası neo-liberal politikalar, devletin tekel hakkını TRT'den alırken, serbestleşme adı altında, özel sermayeye bereketli bir sömürü alanı bırakması sonucunu doğurmuştur.

Bu ortamda, çalışma yasaları işveren lehine düzenlenmiş, çalışan emekçinin hakları budanmış, sendika hakkı elinden alınmıştır. Bu ortam ile haberciler proleterleştirilmiştir. Bu proleterleşme ile meslek grubu üyeliği parçalanmıştır. Yukarıda değindiğimiz gibi, haberciler yönetici ve uygulayıcı olarak farklılaştırılmıştır. Fakat zihinsel emek gücünü satarak geçinmek zorunda olan fikir emekçilerinin temelde kas gücüyle çalışan işçilerden çalışma koşulları açısından günümüzde çok farkı kalmamıştır. Haber emekçileri, fikir işçileri olarak emek süreci üzerindeki kontrolü tamamen yitirmiş ve emek güçleri vasıfsızlaşarak üretim araçlarının basit bir uzantısı haline gelmiştir. Klasik medya diye ifade edilen gazete, radyo ve televizyon mecralarında, haberciler üretim araçlarından koparılıp işgücü piyasalarına fırlatılan ve dolayısıyla geçinmek için emek gücünü satmak zorunda kalan bireyler haline dönüşmüştür.

Eski profesyonel gazeteci ve haberciler mesleksizleşirken aynı zamanda yabancılaşma sürecine tabi olmuştur. Haber emekçisinin emek sürecine yabancılaşması, derinlemesine görüşmelerden elde edilen verilerin de ortaya koyduğu gibi, yapılan işin aşırı derecede rutinleşmesi, habercinin kendi yaratıcı kapasitesini hizmet üretim sürecine dâhil edememeye başlamasıyla doğrudan bağlantılıdır. Türkiye haber mecrasının toplumsal ve siyasal yapısı da bu yabancılaşmaya yoğunlaştırmaktadır. Toplumsal gerilimlerden, iş yükü fazlalığına, haber donanımlarının temin edilmesinde yaşanan sıkıntılardan bir takım idari sorunlara ve haberciyi ek iş yapmaya götüren maddi sıkıntılara kadar birçok dış etken de yabancılaşmayı beslemekte ve derinleştirmektedir.

Günümüz medya ortamında, muhabir ve kameramanlardan piyasanın ihtiyaçlarına uygun bir biçimde habere ulaşması ve yayına hazır hale getirmesi beklenmektedir. Ne var ki, ısrarla belirttiğimiz gibi, haberci, kamu yararı adına bilgiye ulaşma kolaylığının getirdiği ayrıcalıkları yavaş yavaş yitirmekte ve piyasa kurallarına tabi bir işçiye dönüşmektedir. Habercinin istihdam edilme biçimlerinden aldığı ücrete, sosyal haklardan sahip olduğu sosyal statü ve saygınlığa kadar her şey, tek belirleyici olan piyasa tarafından belirlenmektedir.

Haberciler için sağlıklı bir emek süreci analizi yapabilmek için, işçi-işveren ilişkileri, emek gücü üzerindeki kontrol mekanizmaları ve işgücünün vasıfsızlaşmasını göz önünde tutmak gerekmektedir. İdeolojik ve politik ilişkileri de analiz çerçevesine dâhil etmek üçüncü bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Braverman'ın emek süreci üzerindeki kontrol mekanizmalarına odaklandığı, işgücünün sermayeye olan bağımlılığına dikkat çektiği yaklaşımı, haber mecrası için günümüzde gerçekleşmiştir. Üretim sürecindeki makineleşmenin sonucu olarak işgücünün vasıfsızlaşması son on yılda Türkiye televizyon sektörünün en önemli dönüşüm ayaklarından biri olmuştur. Habere çabuk ulaşmak, hızla ele edilen verileri yazılı, sesli ve görüntülü olarak işlemek, yayına vermek aşamalarında, insan unsuru atlanılarak kararlar verilmiştir. Sermayenin işletme ve personel maliyetlerini düşürebildiği bu yeni dönemde ne yazık ki, haberciler elinde mikrofon tutan, kurum politikasını sıkı biçimde uygulayan, istenilmeyen hiçbir haberi yapamayan, vasıfsız ve ruhsuz makinelere dönüştürülmüştür. Buna karşı çıkan ve direnç gösteren habercilere ise yaşama hakkı tanınmamaktadır.

Görülen odur ki, günümüz televizyonlarında ve haber ajanslarında, yalnızca klasik gazetecilik evreni erimekle kalmamış, onun yerine nesnel haber üretimi ve editoryal varoluşu aktif bir şekilde tehdit eden zehirli bir ortam da oluşmaya başlamıştır. Medyada yönetimlerin sürekli kıldıkları işsizlik tehdidi, genç iletişimcilerin iş bulabilmeyi şans olarak gördüğü bir çalışma atmosferi, gazeteciliğin bir dönem orada bir dönem burada yapılan göçebe ve güvencesiz bir meslek yapısına dönüşmesi, yerleşik gazetecilerin birer birer alandan çekilmesi, haberciliğin içeriğinden çok holdingin çıkarlarının tartışılması, habercilik mecrasının çalışanlar için ne kadar zorlaştığını göstermektedir.

Neo-liberalizm gerçekten de medyada kendisine çok verimli bir ortam bulmuştur. Gazetecilerde zaten var olan önemli bir olayı dünyaya aktarmak arzusu ve tanınma dürtüsü ile mesleki özdeşleşme düzeyinin getirdiği gönüllü sömürülme eğilimine, mevcut rekabet koşullarının yarattığı kaygılar ve gazeteci mitleri yüzünden dile getirilmeyen sıkıntıların bireyselleşmesi eklenince ortaya bu görüntü çıkmıştır. Konuştuğumuz habercilerin, dile getirdikleri sorunlara rağmen, hala işten zevk alma söylemlerine sarılma refleksi, daha ziyade, çıplak bir hayatta kalma zorunluluğuna dayalı ücretli emek ilişkisine ilişkin sömürüyü hafifletebilmek için sığındıkları bir savunma mekanizması gibi görünmektedir

Çalışma boyunca birçok habercinin bu olumsuz koşulların yükünü ve gazeteci emeğinin varsayımsal nitelikleriyle reel durum arasındaki uçurumun yarattığı gerilimi kendi bireysel çabalarıyla aşmaya çalıştığı görülmüştür. Bu kişisel çabalar, büyük ölçüde gazeteci mitlerinden beslenmekte ve mesleki kimliğin sağladığı düşünülen ayrıcalık hissiyle sürdürülmektedir. Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde bu gazetecilik mitlerinden en güçlü olanının; manevi tatminin maddi kazançtan daha doyurucu olduğu düşüncesi olduğu görülmektedir. Mesleki kimlikle ve medya kurumuyla kurulan ileri düzeydeki özdeşleşme gönüllü bir aşırı çalışma eğilimi doğurmaktadır. Medya mecrasının sunduğu özerklik yanılsamasının da yardımıyla bu aşırı çalışma eğilimi, habercinin kendisi için, kendi isteğiyle ve toplum yararına çalıştığı fikrini beslemekte ve bu sayede hem tükenmişlik hislerini ötelemesine, hem de esasen ne gibi üretim ilişkileri içerisinde ve kimin yararına aşırı çalıştığı gerçeğiyle yüzleşmekten kurtularak, psikolojik sorunların uzun vadeli yıkıcı etkilerini göz ardı edebilmesine yardımcı olmaktadır.

Bu çerçevede, Buroway'in üretim noktasındaki ilişkilere olan yaklaşımını da Türkiye'de tartışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü emek sürecinde sadece sömürü ilişkisi değil, baskı-rıza gelgiti çerçevesinde gerçekleşen bir çalışma atmosferi, pratik olarak her gün, her saat ve her dakika haber sektöründe yaşanmaktadır. Kurumsallaşmış bir kültürel sermaye temelinde, toplum tarafından saygı duyulan, düzenli bir geliri garanti eden, nispeten güvenli bir yaşam alanı olma niteliğini kaybettiği düşünülecek olursa, şu anda habercilik kültürünü yeniden gözden geçirmenin ne kadar acil bir ihtiyaç olduğu daha iyi anlaşılabilir.

Bugün bir meslek grubu olarak haberciler, yaşam alanlarını kaybetmekte olan ve bu kaybın yol açtığı varoluşsal kaygıları ve yaşamsal sorunları, tamamen bireysel ve geçici çabalarla aşmaya çalışan bir topluluk haline gelmiştir. Bu ortamın düzelmesi için, sağlıklı bir analize ve gazetecilik örgütlerinin, sivil toplum örgütlerinin de desteğiyle geniş tabanlı bir yeniden yapılanma hamlesine ihtiyaç vardır.

Haber mecrasında gerek çalışanlar, gerek sermayedarlar ve gerekse siyasetçilerin ortak aklına ihtiyaç duyulmaktadır. Siyasetçilerin, medya patronlarıyla çıkar ilişkileri demokratik ortama zarar vermekte, haksız rekabet yaratarak piyasa ilişkilerini olumsuz etkilemektedir. Hatta medya-siyaset ilişkisinin gazetecilik mesleğine ölümcül zararlar verdiği söylenebilir. Bu durum Türkiye'de gazeteciliği kemiren oto sansürün en önemli nedeni haline gelmiştir. Hükümet ve medya patronları editoryal bağımsızlığın güvence altına alınması için gerekli adımları atmalıdır. Medya üzerindeki baskılara son verilmeli, sansür ve oto sansür uygulamalarından vaz geçilmelidir.

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, düşünceleri ve yazdıkları nedeniyle gazetecileri mesleklerini yapmaktan alıkoyan her cezayı basın özgürlüğü ihlali olarak değerlendirmektedir. Bu nedenle kanun hükümlerindeki "basın ve yayın yoluyla işlenen suçlar" ifadesiyle ağırlaştırılan cezalar verilmesinden ve idari para cezalarının medya kuruluşlarını ve gazetecileri ekonomik güçlük içerisine sürükleyecek orantısızlıkta uygulanmasından vazgeçilmelidir.

Gazetecilik mesleğine girişte hiçbir ön koşul aranmamaktadır. Gazeteci olmak için herhangi bir gazetecilik diploması aranmadığı gibi, mesleğin icrası için de tabip odası ya da baro üyeliği benzeri bir mesleki kuruluşa üyelik koşulu aranmamaktadır. Bunu liberal düşüncenin gereği gibi göstermenin haber mecrasında çalışanlara doğrudan zarar verdiğini görmek gerekir. Mesleki ilkeler temelinde kurulmuş ya da kurulacak örgütlere üyelik zorunluluğu, sorunların aşılması için bir adım olacaktır. Ayrıca iletişim fakültesi mezunlarına TRT ve AA gibi devlet kurumlarında kota ayrılması gereklidir. Böylelikle habercilik eğitimi almamış, etik kurallardan haberi olmayan muhabir ve kameramanlar istihdam etmek zorunda kalınmaz.

Televizyon haber mecrasında çalışanların özlük hakları, çağdaş devletlerde olduğu gibi düzeltilmelidir. Televizyonların ücret politikası, kıdem, liyakat ve profesyonel bilgi temelinde düzenlenmelidir. Habercilere Basın İş Kanunu'nun getirdiği ikramiye vb. özendirmeler uygulanmalıdır. Kaza ve savaş ortamlarında kurumlar sorumluluk almalı, hayat tazminatları ve güvenlik önlemleri alınmadan haberciler sahaya gönderilmemelidir. Çalışma Bakanlığı, Basın İş Kanunu'nun uygulanmasını denetlemelidir. Taşeron ve telifli işçi uygulamalarına izin verilmemelidir. Çalışanlara istihdam güvencesi sağlanmalı ve yedek işgücü baskısı azaltılmalıdır.

Haber mecrasında yapılabilecek işler olduğu gibi akademik alanda da araştırmacı ve akademisyenlerin, haber çalışanlarıyla ortak yapacağı çalışmalar, sorunların doğru saptanması ve çözüm yolları için yeni yollar açacaktır. Bu çalışmanın sınırları Ankara-İstanbul'da ulusal televizyonlarda ve ajanslarda çalışan muhabir ve kameramanlardır. Bu çalışma, tekrar Türkiye çapında, yerel medyayı kapsayacak biçimde yapılabilir. Çalışan televizyon emekçileri açısından kurgu elemanları da çalışmaya dâhil edilebilir. Televizyonların haber merkezlerinde üretim sürecine odaklanılarak bir çalışma yapılabilir ve bu çalışmada merkezde çalışan haber çalışanları, belirli bir zaman aralığında, haber üretim sürecinde, işçi-işveren ve emek-teknoloji bağlamlarında incelenebilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Adaklı, Gülseren (2006). Türkiye'de Medya Endüstrisi-Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Adaklı, Gülseren (2010). Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu. Televizyon Haberciliğinde Etik (ed. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel). Ankara: İlef.

Akyüz, Yılmaz, Flassbeck, Heiner ve Wright Kozul, Richard (2011).Şu kitapta: Küreselleşme, Eşitsizlik ve İşgücü Piyasası. İktisat Üzerine Yazılar1.Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar(Der. A.H.Köse, F.Şenses, E.Yeldan). İstanbul: İletişim.

Alver, Füsun (2011). Gazetecilik Bilimi ve Kuramları. İstanbul: Kalkedon.

Aziz, Aysel (2013).Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. İstanbul: Hiperlink Yayınları

Braverman, Harry (2008). Emek ve Tekelci Sermaye. İstanbul: Kalkedon.

Bulut, Selda(2009).Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi, Ankara: Ütopya.

Castells, Manuel (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Kimliğin Gücü(Çev. Ebru Kılıç).İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cohen, S.Nicole (2014).''Bir Mücadele Alanı olarak Kültürel İş: Freelance Çalışanlar ve Sömürü". Şu kitapta: Medya Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü: (Der. Vincent Mosco-Christian Fuchs). Ankara: Notabene İletişim, 50-59.

Chomsky, Noam (2010). İktidarı Anlamak (editör: Peter R.Mitchell ve John Schoeffel).İstanbul: bgst Yayınları.

Çankaya, Özden (2003).Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Çankaya,Özden (2015).''Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi TRT. Ankara: İmge Kitapevi

Erdoğan, İrfan ve Korkmaz, Alemdar (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk.

Ekman, Mattias (2014).''Bir Mücadele Alanı olarak Kültürel İş: Freelance Çalışanlar ve Sömürü". Şu kitapta: Medya Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü:(Der. Vincent Mosco-Christian Fuchs), Ankara: Notabene İletişim, 83-118.

Hall, A.JohnveIkenberry, Jonh (2000). Devlet(Çev. Yeşeren Olgu ibeygil ve Murat Şipal). Ankara: Doruk Yayımcılık.

İleri Ülkü (2009). Türkiye'de Toplumsal Değişimin Çalışma İlişkileri Üzerindeki Etkileri. Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası Eğitim Yayınıdır. Yayın No: 62 / Ekim 2009

KAOS GL(2014).Sendikalarımızı İstiyoruz. Ankara: Ayrıntı Basımevi.

Kaya, A.Raşit (1999). 'Medya, Toplum, Siyaset'. Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar. Korkmaz Alemdar (ed). İstanbul: Afa Yayıncılık ve TÜSES Vakfı.

Kaya, A.Raşit (2009). İktidar Yumağı. İstanbul: İmge Kitabevi.

Kejanlıoğlu, Beybin D. (2004). Türkiye'de Medyanın Dönüşümü. Ankara: İmge Kitabevi.

Kumar, Kirishan (2004). Sanayi Sonrası Toplumdan Post Modern Topluma(Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları). Ankara: Dost Kitabevi.

Kuyucu, Michael (2012). Türkiye'de Medya Ekonomisi. İstanbul: Esen Kitap.

Mavioğlu, Ertuğrul (2012).Cenderedeki Medya Tenceredeki Gazeteci. İstanbul: İthaki Yayınları.

Özsever, Atilla (2004). Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci. Ankara: İmge Kitabevi.

Pavlik, J. V. (2013). Yeni medya ve gazetecilik(çev. Müge Demir, Berrin Kalsın). Ankara: Phoenix.

Pekman, Cem (1997).Televizyon'da Özelleşme Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Said, Edward (2013).Entellektüel. İstanbul: AyrıntıYayınları.

Sennet, Richard (2013). Zanaatkâr. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Standing, Guy (2014).Prekarya. İstanbul: İletişim Yayınları.

Şahin, Haluk (2011). Can Çekişen Bir Meslek Üzerine Son Notlar. İstanbul: Say Yayınları.

Şahin, Muzaffer (2012).Ajans Gazeteciliği ve Uluslararası Haber Ajansları. Ankara: Pelikan Tıp ve Teknik Kitapçılık.

Tekeli, Safa (2005). Atatürk ve Anadolu Ajansı. Ankara: Anadolu Ajansı

Tekinalp, Şermin ve Ruhdan, Uzun (2006). İletişim Araştırma ve Kuramları. İstanbul: Beta.

Uçak, Olcay (2011). Medyada Fikir İşçilerine Tanınan Haklar Süreci ve Karşılaştırmalı Uygulama Örnekleri. Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu III. Kocaeli Ün. İ.İ.B.F.Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü. Kocaeli.

Uluç, Güliz (2008). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücaele Alanı. İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Wayne, Mike (2009). Marksizm ve Medya Araştırmaları-anahtar kavramlar ve çağdaş eğilimler (Çev. Barış Cezar). İstanbul: Yordam Kitap.

Yaylagül Levent (2010). Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.

Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Aydoğan, Tuğba (2011). Medya Piyasasında Yoğunlaşma: Türkiye için bir ölçme Denemesi. İletişim Araştırmaları. Ankara: İletişim Araştırmaları Dergisi.

Bulunmaz, Barış (2011). Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu. Öneri.C.9.S.36., Temmuz 2011.237-246.

Curran, James (2000). Media Organisations in Society. Oxford University Press. NewYork.

Garnham, Nicholas (1979). Contribution to a Political Economy of Mass Communication. Media, Culture and Society. Sayı: 1. 123-146

Garnham, Nicholas (1990). Capitalism and Communication Global Culture and the Economics of İnformation: Fred İnglis (ed). Sage Publication. London.

Golding, Peter and Graham, Murdock (1991). Culture, Communications and Political Economy. Mass Media and Society. J. Gurrain&M.Gurevitch, Edward Arnold. London.

Güller, Savaş (2007). Yeni İletişim Ortamlarının Habercilik Üzerine Etkileri. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı. Bilişim Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Hemmingway, Emma (2008). İnto the Newsroom-Exploring the digital production of regional television news. New York: Routledge.

Kalsın, B. (2013).Dijital Teknoloji ve Gazetecilik. Yeni Medya Üzerine(ed.Müge Demir). Konya: Literatürk.

Kaya, Raşit(1999).“Türkiye’de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi”. Türk İş Yıllığı 99.

Kurban, Dilek ve Ceren, Sözeri (2013). TESEV Demokratikleşme Programı Medya Raporları Serisi-4. Türkiye'de Özgür ve Bağımsız Bir Basın İçin Siyasa Önerileri. İstanbul.

Özdemir, Yücesan Gamze (2010). Despotik Emek Rejimi Olarak Taşeron Çalışma. Çalışma ve Toplum, 2010/4.

Savul Güven(2008).Güvencesiz İstihdam, Örgütsel Dönüşüm ve Çalışma Üzerine Etkileri. Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

Seçkin, Gülcan (2004). Ulusal Medyada Haber Üretim Sürecinde Çalışan Gazetecilerin Ekonomik ve Sosyal Statüsü Üzerine Bir Alan Araştırması. Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilimdalı Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Sözeri, Ceren (2015) Türkiye'de Medya İktidar İlişkileri. İstanbul Enstitüsü. İstanbul.

TılıçDoğan L. ve Diğerleri(2002), Türkiye'de Haber Kameramanlığı: Çalışma Koşulları ve Meslekten Kaynaklanan Ruhsal-Fiziksel Sorunlar, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisisayı: 14, Yaz, s.133-155, Ankara

Toktaş, Selma (2010). 1980 Sonrası Değişen Medya Ortamında Gazeteci: Zanaatkar mı, Profesyonel mi?. Mülkiye. CiltXXXIV. Sayı: 269.

Yılmaz, C. (1999). Salesforce Cooperation: The Impact of Relational, Task, Organizational and Personal Factors, PhD Thesis, Texas Tech University.

Yöyen, Belgin (2007).Türkiye'de Basın Çalışanlarının İstihdam Sorunlarının İncelenmesi. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı İnsan Kaynakları Bölümü Yüksek Lisans Tezi.Sosyal Bilimler Enstitüsü.Dokuz Eylül Üniversitesi. İzmir.

Yücedoğan, Güleda(2000). Türkiye'de basın sendikacılığı. İstanbul Ün. İletişim Fakültesi Dergisi, sayı 10.

Elektronik Kaynaklar

Adaklı Gülseren (2014). "Medya Sermayesi ve Ultra Çapraz Bütünleşmeler". Türkiye'de Sermaye ve Semayedarlar. Türkiye: Perspectives. Sayı 8. Nisan 2014. 18-23,
http: //www.tr.boell.org/web/111-1916.html/erişim tarihi 11.4.2014

Alankuş, Sevda (2001). Demokratik Bir medya Ortamı İçin Yerel/Sivil Medya ve Yeni İmkânlar. Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve (Derleyen: Halil Nalçaoğlu), http: //eski.bianet.org/diger/pdf/01/medya_toplum.pdf/erişim tarihi 16.4.2014

Alomaliye.com sitesi, erişim tarihi: 15.6.2015, https: //www.alomaliye.com/2014/murat-yetik-fazla-calisma-ucretinin-asil-ucretin-icinde-belirlenmesi.htm

Anadolu Ajansı kurumsal web sayfası.Erişim tarihi: 30.6.2014, http: //www.aa.com.tr/tr/ana-sayfa/

Anadolu Ajansı Medya İş Haberi, http: //www.aa.com.tr/tr/haber/47494--2-ayda-500-uyeye-ulasti, 9 Mayıs 2012/erişim tarihi: 11.01.2015

AtabekÜmit, Özdemir Gamze Yücesan, Yüce Erman (2007). Siberuzayda Sendikalar: Yeni Olanaklar, Yeni Sorunlar, https://www.google.com.tr/?gws_rd=ssl#q=S%C4%B0BERUZAYDA+SEND%C4%B0KALAR:+YEN%C4%B0+OLANAKLAR%2C+YEN%C4%B0+SORUNLAR+%C3%9Cmit+ATABEK%2C+Gamze+Y%C3%9CCESAN-%C3%96ZDEM%C4%B0R%2C+Erman+Y%C3%9CCE/erişim tarihi: 20.6.2015

Avrupa Gazeteciler Federasyonu web sayfası, http: //europeanjournalists.org/blog/2015/03/22/turkey-making-trade-union-trendy-again-among-journalists/erişim tarihi: 2.8.2015

Avrupa Gazeteciler Federasyonu (EFJ),Türk Hükümetine hapisteki gazeteciler için çağrı haberi, 18. 9.2012.

Basın İş Kanunu. Erişim Tarihi: 15.3.2015, http://www.sgk.com.tr/mevzuatlar/5953%20SAYILI%20BASIN%20%C4%B0%C5%9E%20KANUNU.pdf

Basın İş Kanununa Göre Gazeteci Kavramı, http://www.istanbulbarosu.org.tr/komisyonlar/230202_chk_teblig.htm/erişim tarihi: 12.2.2015

Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Müdürlüğü Basın Kartı Yönetmeliği. http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/08/20150825-12.pdf/erişimtarihi: 28.3.2016

BBC Türkçe web sitesi. Basın ne kadar özgür, gazeteciler anlatıyor. 24 Aralık 2013. erişim tarihi: 22.6.2014, http://www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2013/12/131223_medya_gizlenen_gercekler.shtml.

BİA Medya Gözlem ve İfade Özgürlüğü Raporu-Tam Metin,
http: //www.bianet./medya/146117-yeni-duzenlemeler-surekli-mucadele/erişim tarihi: 21.5.2014

Bianet Org web sitesi. Gezi Direnişinde 59 Gazeteci İşten Çıkarıldı, İstifaya Zorlandı.Erişim tarihi: 22.6.2014,
http: //www.bianet.org/bianet/medya/148636-gezi-direnisinde-59-gazeteci-isten-cikarildi-istifaya-zorlandi/

Boyd-Barrett, Oliver.Chris, Newbold and Van den Bulck, Hilde (2002).The Media Book. Oxford University Press. New York.
http://monoskop.org/images/3/38/The_Media_Book_2002.pdf/erişimtarihi:2.1.2016

Bruin de Marjan (2000). Gender, organizational and professional identities in journalism- Caribbean Institute of Media and Communication. University of the West Indies,
http: //jou.sagepub.com/content/1/2/217/ erişim tarihi: 27.11.2013

Bugun.com.tr sitesi, erişim tarihi: 11.5.2015,
http: //www.bugun.com.tr/ekonomi/yargitay-dur-dedi-haberi/1639108

Cihan Haber Ajansı web sayfası,
http: //cihan.com.tr/bottomMenu?linkid=about_us/erişim tarihi: 30.6.2014

Demokrat haber web sayfası,
http: //www.demokrathaber.net/roportajlar/zaten-hukumet-yanlisi-yayin-yapiyoruz-h28516.html/erişim tarihi: 17.2.2014

Deutsche Welle web sitesi. 12/2/2014 haberi,
http: //www.dw.de/t%C3%BCrkiye-154%C3%BCnc%C3%BC-s%C4%B1rada/a-17425999/ erişim tarihi: 15.5.2014

Deuze, Mark (2009).Media Industries, Work and Life,
https: //scholarworks. iu. edu/dspace/bitstream/handle/2022/3571/Deuze%20EJoC2009.pdf?sequence=1/erişim tarihi 24.6.2014

Doğan Haber Ajansı web sayfası,
http: //www.dha.com.tr/hakkinda/ erişim tarihi: 30.6.2014,

Doğan Holding web sayfası, erişim tarihi, 22.02.2016.
http://www.doganholding.com.tr/_files/finansalrapor/Dohol_30092015_FINAL.pdf/

Doyle, Gillian and Frith, Simon (2004). Researching Media Management and Media Economics: Methodological Approaches and Issues. 6th World Media Economics Conference.Montréal. Canada,
http: //www.cem.ulaval.ca/pdf/doyle_frith.pdf/erişim tarihi: 24.6.2014

Engels, Früedrüch(1859). Karl Marx'ın Ekonomi Politiğin Eleştirisi",
http: //www.solyayinlari.com/pdf/epek_engels.pdf/ erişim tarihi: 5.4.2014

Freedom House web sitesi. Freedom in the World Raporu.Erişim tarihi: 25.1.2015,
https://freedomhouse.org/report/freedomworld/2015/turkey#.VMjivmisWSp
.

Fuchs, Christian(2012). Dallas Smythe Today - The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value.tripleC 10(2): 692-740, ISSN 1726-670X,
http: //www.triple-c.at. file: ///C: /Users/Asus/Downloads/443-1572-1-PB.pdf/ erişim Tarihi: 12.9.2014.

Gazetecilere Özgürlük Platformu'nun toplantısı haberi, 29 Haziran 2015,
http: //www.tgs.org.tr/rehin-alinan-gazetecilik-serbest-birakilsin/erişim tarihi 14.08.015)

Garnham, Nicholas (1979).Contribution to a political economy of mass-communication.Media Culture Society, 1979; 1; 123, DOI: 10.1177/016344377900100202, erişim tarihi: 5.3.2014

Geçgil, BayramAli (2005). Medya Piyasalarında Hukuki Düzenlemeler Ve Rekabet Hukuku Uygulamaları,
http://www.rekabet.gov.tr/File/?path=ROOT/Documents/Uzmanl%C4%B1k+Tezi/tez72.pdf/erişim tarihi: 20.4.2014

Hammarberg Thomas(2011). Avrupa Konseyi İnsan Hakları Komiseri Thomas Hammarberg'in 27 - 29 Nisan 2011 tarihleri arasında Türkiye'yi ziyaretini müteakiben hazırladığı Rapor, Türkiye'de ifade özgürlüğü ve medya özgürlüğü,
http: //www.inhak.adalet.gov.tr/raporlar/2011turkrapor.pdf/erişim tarihi: 22.6.2014

Hall, Stuart (1996). "The problem of ideology Marxism without guarantees".Critical Dialogues in Cultural Studies. (Ed.) David Morley and Kuan-Hsing Chen).London: Routledge

Hardt Hanno (2005). İnternational Labour Office. Conditions of Work and life of journalists. Excerpts from an İnternational Survey, 1925/26, the Public, vol.12, 1, 5-14,
http: //javnost-thepublic.org./article/pdf/2005/1/1

Hirst, Martin (2002). Grey Collar Journalism: The social relations of news production. Phd thesis at MA (Interdisciplinary Studies). University of NSW. BA (Communication). University of Technology. Sydney,
http: //espace.library.uq.edu.au/view/UQ: 10922/MHirst-PhD.pdf/ erişim Tarihi: 23.9.2014

Hürriyet.com.tr web sitesi. Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü basın özgürlüğü raporu,
http: //www.hurriyet.com.tr/dunya/25791558.asp/erişim tarihi: 9.6.2014

Hürriyet.com.tr web sitesi. Türkiye en kötü sendikalaşma oranı ile OECD Ülkeleri arasında sonuncu,
http: //www.hurriyet.com.tr/ekonomi/27468300.asp /erişim tarihi: 21.05.2015

İhlas Yayın Holding web sayfası,
http: //test.ihlasyayinholding.com.tr/Default.aspx?q=oPvxLWR4yh/erişim tarihi: 30.6.2014.

İHA kurumsal web sayfası,
http: //www.iha.com.tr/hakkimizda.html/erişim tarihi: 30.6.2014.

İLO 2004 Report. The future of work and quality in the Information Society: The media, culture, graphical sector,
http: //www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_161548.pdf/erişimtarihi: 22.6.2014

İş Kanunu. Kanun No: 4857.Kabul Tarihi: 22.5.2003. Resmi Gazete Yayım Tarih ve Sayısı: 10.6.2003 – 25134. Erişim Tarihi: 10.6.2015,
http: //www.sgk.com.tr/7-Mevzuat14857_sayili_i%C5%9F_kanunu.html

Jansen, Zanetta L. (2013). İnternational media and cultural flows: A critical political economy of media organisations in the 21st century, a case of the Reuters news agency,
http: //dx.doi.org/10.1080/21528586.2013.784450/erişim tarihi: 25.7.2013

Karahisar, Tuba (2006). Türkiye'de Basın Çalışanlarının Yasal ve Sosyal Hakları ile İstihdam Problemleri. İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Bilim Dalı Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Marmara Üniversitesi. İstanbul.

Kılıç, Cem (2015). Milliyet web sitesi, erişim tarihi: 15.6.2015,
http: //www.milliyet.com.tr/iscisinden-onay-almayan-fazla/ekonomi/ydetay/1996916/default.htm

Koçak Orhanve Uygun Burçin (2011).Entelektüel Sermayenin Temel Unsuru: Altın Yakalılar.9th İnternational Conference on Knowledge, Economy &Management Proceedıngs.Uluslararası 9. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildirileri, s.2770-2771.

Korkmaz Ali (2012) .Gazetecilik Eğitimi Alan Öğrencilerin Gazetecilik Eğitimi ve Gazetecilik Mesleğine Bakışı. Akdeniz İletişim. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Haziran 2012 Sayı 16 ISSN 1304 3846,
http: //iletisim.akdeniz.edu.tr/_dinamik/8/664.pdf/erişim tarihi: 13.07.2015

Korkmaz, Ali(2014).Yabancılaşma gerçeği-II. Erişim tarihi: 5.5.2014, http: //www.sosyalistforum.net/dusunbilim-felsefe/1701-yabancılasma-nedir.html

Kurban, Dilek ve Ceren, Sözeri (2011). Does media policy promote media freedom and independence? The case of Turkey, Turkish Economic and Social Studies Foundation (TESEV), file: ///C: /Users/Asus/Downloads/Turkey2.pdf/ erişim tarihi 4.5.2014

Kurban, Dilek ve Ceren, Sözeri (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye'de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller. Demokratikleşme Programı. Medya Raporları Serisi-3, İstanbul: TESEV Yayınları, http: //www.tesev.org.tr/assets/publications/file/Medya3WEB.pdf/erişim tarihi: 4.5.2014

Medya iş haberi, http: //www.medyais.org/AA-da-Toplu-is-Sozlesme-Yetkisi-Medya-is-te_haber71.html/erişim tarihi: 12.08.2015

Mevzuat.gov.tr web sitesi. Türk Ceza Kanunu. http: //www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf/erişim tarihi 22.6.2014

Milliyet web sitesi.comScore'un mayıs ayı verileri, http: //www.milliyet.com.tr/internet-cep-tablet-acikara/ekonomi/detay/1907152/default.htm, erişim tarihi; 1.1.2015

Muhasebeturk/ecopedia web sayfası, http: //muhasebeturk.org/ecopedia/386-d/29232-deger-zinciri-nedir-ne-demek.html/erişim tarihi: 19.6.2014

MülksüzleştirmeProjeleri, http: //mulksuzlestirme.org/projeler/#44&45&47&48&49&66&70&108

Nah, S. and Chung, S. Deborah (2012). When citizens meet both professional and citizen journalists, http: //jou.sagepub.com/content/13/6/714.refs.html, Erişim tarihi: 18.9. 2014

Öztekin, Hülya. Haber Üretim Sürecinde Medyanın Ekonomi Politiği: Star Gazetesi Örneği. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, http://journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/viewFile/1019012851/1019012079/erişim tarihi: 14.6.2014

Papadopoulos, Kari Andén (2014). Citizen camera-witnessing: Embodied political dissent in the age of 'mediated mass self-communication'.new media & society 16(5), http: //nms.sagepub.com/content/16/5/753/ erişim tarihi: 16.9. 2014

Reklamcılar derneği web sayfası, http: //rd.org.tr/haber-8.html/erişim tarihi: 15.4.2014.

Reklamcılar derneği web sayfası,
http: //rd.org.tr/haber-13.html/ erişim tarihi: 27.2.2015.

Semercioğlu, Cengiz. Hürriyet web sayfası. 24.12.2013,
http: //www.hurriyet.com.tr/yazarlar/25429592.asp/erişim tarihi: 15.7.2014.

Sendikalar ve toplu iş sözleşmesi kanunu, Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası web sitesi,
https: //www.mess.org.tr/ti.asp?eid=4916/erişim tarihi: 20.7.2015

Sendika.org web sitesi,
http: //www.sendika.org/category/haberler/turkiyeden-haberler/genel-guncel-haberler/erişim tarihi: 16.08.2014.

Sendika1.org haberi, 19.10.2012,
http: //www.sendika1.org/2012/10/yandas-sendikacilik-hayirli-olsun-atilla-ozsever-yurt/erişim tarihi: 11.07.2015).

Sendikal.org web sayfası, 29.03.2012,
http: //www.sendika1.org/2012/03/medya-is-baskanina-aadan-maas-kiyagi/erişim tarihi: 12.08.2015.

Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü,http: //www.abhaber.com/sinir-tanimayan-gazeteciler-orgutu-2015-yili-dunya-basin-ozgurlugu-endeksi/erişim tarihi: 14.08.2015.

Sinemaokulu web sitesi,
http: //www.sinemaokulu.org./kategori-disi/sinema-endustrisi/film-endustrisi-deger-zinciri/erişim tarihi: 2.3.2015

Sözeri, Ceren ve Güney, Zeynep(2011). Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği: SektörAnalizi.İstanbul: TESEV,
http: //www.tesev.org.tr/assets/publications/file/19112013173118.pdf/erişim tarihi: 12.5.2013

Sözeri, Ceren (2013).Türkiye'de medya sahipliği ve getirileri,
http: //www.sendika.org/2013/11/turkiyede-medya-sahipligi-ve-getirileri-ceren-sozeri-t24/ erişim tarihi: 18.11. 2013.

Star medya internet haber sitesi, 7.10.2013,
http: //haber.star.com.tr/medya/en-fazla-issizligin-oldugu-meslek-gazetecilik/haber-795899/erişim tarihi: 15.5.2015.

Svennik, Hoyer andEpp, Lauk (2003)."The Paradoxes of the Journalistic Profession",
http: //www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/32_003-018.pdf/14.8.2014

Tait, Richard(2000). The Future of International News on Television.Historical Journal of Film, Radio and Television, Vol. 20, No. 1, 2000, Erişim Tarihi: 14.4.2008, http: //www.tandfonline.com/toc/chjf20/current#.VISPRTGUfWQ.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük, http: //www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54ca33b6a47882.01376596/ erişim tarihi: 29.01.2015.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti web sitesi. Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetlerin tanzimi hakkında kanun.Madde 10 – (Değişik: 4.1.1961 - 212/1 md.). http: //www.tgc.org.tr/mevzuat_212.asp/erişim tarihi: 2.6.2015

TGS web sitesi. Basin mesleğinde çaliştiranlar arasindaki münasebetlerin tanzimi hakkinda kanun (212 sayılı Kanun ile Değişik 5953 sayılı Kanun).http://www.tgs.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=16/erişim tarihi: 15.3.2014,

TGS web sayfası, Gazetecilerin Yıpranma Hakkına kısmi iade basın açıklaması, 11 Ocak 2013

TGS web sitesi. Medya Özgürlüğü İnkar Edilmekle Gelmez!, http: //www.tgs.org.tr/medya-ozgurlugu-inkar-edilmekle-gelmez/erişim tarihi: 25.1.2015

TGS web sayfası, http: //www.tgs.org.tr/biz-kimiz/tarihce/erişim tarihi: 10.8.2015.

TGS web sayfası, Gazetecilere Özgürlük Platformu'nun toplantısı haberi,29 Haziran 2015, http: //www.tgs.org.tr/rehin-alinan-gazetecilik-serbest-birakilsin/erişim tarihi 14.08.2015.

Time Warner Annual Report 2014. erişim tarihi: 22.02.2016.

http://www.timewarner.com/sites/timewarner.com/files/ckeditor/public/files/TWX_2014_Annual_Report.PDF

Tokgöz Oya (2006). Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir GeçmişinDeğerlendirilmesi, http://turkoloji.cu.edu.tr/GENEL/tokgoz_iletisim.pdf/erişim tarihi: 23.5.2014

Türk-İş Haber Bülteni, http: //www.turkis.org.tr/dosya/xH87t1nP6j9y.pdf/ erişim tarihi: 8.7.2015

Türk Tabibler Birliği web sitesi. 5187 nolu Basın Kanunu, http://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=1: basin-kanunu-5187&catid=1: yasa&Itemid=28/ erişim tarihi: 15.3.2014

Uslu Ateş (2014).Vakıf Üniversiteleri: yükseköğretimde belirsizlik alanları, http: //baslangicdergi.org/vakif-universiteleri-yuksekogretimde-belirsizlik-alanlari-ates-uslu/erişim tarihi: 14.07.2015

Value Chain Analysis (2011).Erişim tarihi: 19.6.2014, https://depts.washington.edu/oei/resources/toolsTemplates/value_chain_analysis.pdf/

Willig, Ida (2012). Newsroom ethnography in a field perspective.Roskilde University.Erişim tarihi: 27.11.2013, Denmark. sagepub. co. uk/journalsPermissions. nav.DOI: 10.1177/1464884912442638

Görüşmeler

Durmuş, Gökhan (2015). TGS İstanbul Şube Başkanı. İstanbul, 21.02.2015

Durmuş, Hakan (2014) CNN Türk Yapım Müdürü. Elektronik postayla görüşme, 12.12. 2014

Erinç, Orhan (2012). TGC Eski Başkanı. İstanbul. 08.06.2012

İpekçi, Ercan (2012). TGS Eski Genel Başkanı. İstanbul. 27.05.2012

Nakiboğlu. Volkan (2015) ATV Haber Kameramanı. Elektronik postayla görüşme. 30.06 2015

Yiğit, Ahmet (2014). Kanal D, Teknik Yönetmeni. Elektronik postayla görüşme. 11.12. 2014

EKLER

EK 1:Türkiye'de Medya Sahiplerinin Medya İçi ve Medya Dışı Yatırımları-2015 (Sözeri, 2015:30)

Doğan Grubu	**Gazete:** Hürriyet, Posta, Fanatik, Hürriyet Daily News, TME **Dergi:** Doğan Burda Dergi(21 Aylık, 4 Haftalık,41 Dönemsel,16 Özel Periyotlu,28 Dijital Dergi) **Kitap Yayıncılığı:** Doğan Egmont, Doğan Kitap **Basım Dağıtım:** Doğan Dağıtım, Dergi Pazarlama Planlama, Doğan Printing Center **Haber Ajansı:** DHA **TV:** Kanal D, CNN Türk, tv2,Dream TV, Knal D Romanya, Euro D **Radyo:** Radyo D,Slow Türk, CNN Türk Radyo **TV ve Müzik Yapımcılığı:** D Productions, İn D House, Kanal D Home Video, Doğan Music Company **Dijital TV Platformu:** D-Smart **Online Medya:** hurriyet.com.tr, posta.com.tr, fanatik.com.tr, radikal.com.tr,cnnturk.com, kanald.com.tr, netd.com, hurrriyetaile.com, mahmure.com, bigpara.com **Online İlan ve Reklam Pazarlama,Ticaret:** MedyaNet,arabam.com,hurriyetemlak.com, hurriyetoto.com,yenibiris.com, ekolay.net, yakala.com **Diğer Faaaliyetler:** Doğan Dış Ticaret, Doğan Factoring **Sosyal Faaliyetler:** Aydın Doğan Vakfı	**Enerji:** Doğan Enerji (Boyabat Elektrik Üretim ve Ticaret Limited Şirketi Gresun Aslancık Barajı, Mersin RES, Şah RES, D-Tes Elektrik Enerjisi Toptan Satış AŞ, Gas Plus Erbil Aytemiz Petrol **Parakende:** D&R **Sanayi:** Çelik Halat, Ditaş(Otomotiv Yan Sanayi), Doğan Organik Ürünler **Gayri Menkul Pazarlama:** Milpa **Finans:** DD Konut Finansmanı **Turizm:** Milta

Doğuş Grubu	**Televizyon:** NTV, Star TV, CNBC-E, NTV SPOR, NTV Spor Smart HD, Kral TV, Kral Pop TV, e2 **İnternet:**ntv.com, ntvspor.net, tvyo.com, startv.com.tr, cnbce.com, cnbce.tv **Radyo:** NTV Radyo, Kral FM, Kral Pop, Capital Radio **Dergi:** Voque, GQ, National Geographic Türkiye, National Geographic Kids, Robb Report, CNBC-E Dergi, **NTV Yayınları:** NTV Yayınları, NTV Tarih	**Bankacılık ve Finans:** Garanti Banksaı, Garantibank İnternational N.V., Garantibank SA,Garantibank Moscow, Garanti Romanya, Garanti Emeklilik ve Hayat, Granti Leasing, Garanti Yatırım, Garanti Portföy, Garanti Filo Yönetim Hizmetleri A.Ş., Garanti Factoring, Garanti Ödeme Sistemleri, Granti Mortgage, Granti Teknoloji **Otomotiv:** Doğuş Otomotiv(Wolkswagen Binek Araç, Wolkswagen Ticari Araç, Audi, Porsche, Bentley, Lambordhini, Bugatti, Seat, Skoda, Scania, Krone ve Miller), İştirakler ve Kuruluşlar (Doğuş Oto,DOD, D-Auto Suisse, Yüce Oto, Oto Fix, vdf grubu, TUVTÜRK, Lesae Plan), Lojistik Hizmetler, Üretim(Meiller Doğuş Damper Fabrikası,Krone Doğuş Trayler Fabrikası) **İnşaat:** Doğuş İnşaat, Teknik Mühendislik ve Müşavirlik A.Ş, Ayson Sondaj ve Araştırma **Turizm:** Antur Seyahat Acentası, Park Hyatt İstanbul, Maçka Palas ve Grand Hyatt İstanbul,MARİTİM Hotel Club Alantur Alanya, D-Hotel Maris, D-Resort Grand Azur Marmaris, D-Resort Göcek **Parakende:** Emperio Armani ve Gucci markalarının franchise hakları, In-Formal, D Saat ve Mücevherat, Crate and Barrel

		E-Ticaret, Teknoloji: Bonubon, Doğuş Planet, Doğuş Teknoloji, Related Group **Marinalar:** D-Marin Turgutreis, D-Marin Didim, D-Marin Göcek, Hırvatistan'da D-Marin Mandalina, D-Marin Dalmacija, D-Marin Borik, Hırvat Adriatic Croatia İnternational (ACI) Group, Yunanistan'da Flisvos Marina, Gouviz, Lefkas ve Zea'daki marinalar **Spor-Sağlıklı Yaşam:** D-Gym, Espaca Prive Chenot D-Life İstanbul, İMG-Doğuş **Havacılık:** Körfez Havacılık **Gayrimenkul:** Doğuş GYO, Doğuş Center Maslak, İstinye Park, Antalya 2000 Plaza, Gebze Center Alışveriş Merkezi, Doğuş Gayrimenkul **Enerji:** Doğuş Enerji Grubu: Boyabat Elektrik Üretim ve Ticaret Ltd.Şti., Doğuş Enerji Üretim ve Tic. AŞ.(Artvin HES), Aslancık Elektrik Üretim ve Ticaret LİMİTED Şirketi, D-tes Elektrik Enerjisi Toptan Satış AŞ(220 Plus Markası). **Yeme-İçme:** d.ream(Doğuş Restaurant Entertaintment and management), Nusr Et Steakhouse, Kiva, Armani Ristorante, Gomongo, İstanbul Doors Group, Azumi Group, Mezzaluna, Lacivert, Group 29, Sele Group Markaları

Zirve Holding	**Gazete:** Sabah, Sabah Avrupa, Daily Sabah, Yeni Asır, Takvim, Fotomaç **Dergi:** TurkuvazDergiYayıncılık(Bebeğim, ChinaToday, Cosmopolitan, Esquire, Harper'sBazaar, HomeArt, HouseBeautiful, Lacivert, OtoHaber, Para, Sofra, Forbes Türkiye, Şamdan) **TV**: ATV, A Haber, ATV Avrupa, Minika **Radyo:** Radyo Turkuvaz, Radyo Romantik **Dağıtım:** Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş. **Kitap Yayıncılık:** Turkuvaz Kitapçılık Yayıncılık Sanayi ve TicaretA.Ş.,Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık Sanayi ve Ticaaret A.Ş. **Prodüksiyon:** Turkuvaz Prodüksiyon ve Tanıtım A.Ş. **Haber Ajansı:** Turkuvaz Haber Ajansı (TÜHA) **Dijital Medya ve Mobil Hizmetler:** Digital, Turkuvaz Mobil Hizmetler	**Kalyon Group:** **İnşaat:** İstanbul Yeni Havalimanı Projesi, Başakşehir Stadyumu, Nurdağı İslahiye Yolu,Çanakkale-Ezine-Ayvacık Yolu, Beyoğlu-Kasımpaşa Hasköy Caddesi Rehabilitasyonu ve Tünel Yapımı,Erzurum-Bingöl-Diyarbakır Bölünmüş Yolunun (Erzurum-Aziziye) Ayrımı, Çat-Karlıova-Bingöl İkinci kısım Yapımı, Irak-Erbil-Duhosk Su Temini Projesi, Melen ishale Hattı, KKTC Askılı Sistem Deniz Geçişi, Selimpaşa-Kumburgaz ve Çanta-Gürpınarbölgelerinde atık suTünel İnşaatı, Asya Bölgesi Müteferrik İçme Suyu Şebeke ve Kat Ayrımı İnşaatı, Ataköy Atık Su Arıtma Tesisi, Tavukçu Deresi Islahı, Terkos-İkitelli İçme Suyu İsale Hattı, Mecidiyeköy Katılımı-Çağlayan Kavşağı Arası Yol, Bakırköy Adalet Binası, İstanbul D-100 Karayolu Metrobüs Ulaşım Hattı, Ordu-Mesudiye-Koyulhisar Devlet Yolu, Finanskent Konutları, Yeşilvadi Konakları, Vatan Caddesi Vergi Dairesi Hizmet Binası, Mersin Öğrenci Yurdu, Şahinbey Şehir Parkı Kompleksi, K.T.Ü.Farabi Hastanesi, Kalen 1-2 Regülatörü ve Hidroelektrik Santralı, Melet Enerji Ordu Regülatörü ve Hidroelektrik Santralı, İnegöl (Alanyurt ve

		Yenişehir Bölgeleri) Doğalgaz Dağıtım Hattı Altyapısı vd. **Enerji:** Kalen Enerji Elektrik Üretim A.Ş.(Giresun-Ordu ve Erzurum'da üç adet hidroelektrik santralı, Türkmenistan doğalgazının Gürcistan üzerinden Hopa'ya taşınması ve elektrik üretimi, İNGAZ (İnegöl Gaz Dağıtım Sanayi ve Ticaret A.Ş)
Ciner Grubu	**Ciner Yayın Holding:** **Gazete:**Habertürk **TV:**Habertürk,Bloomberg HT,Show TV **Basım:**Habertürk Gazetecilik ve Matbaacılık **Yapım:** Ciner Medya Yatırımları, C Yapım Filmcilik **Radyo:** Habertürk Radyo, Bloomberg HT Radyo	**Enerji ve Madencilik:** Park Termik(Çayırhan Termik Santrali), Park Teknik(Tunçbilek-Büyükdüz Madeni),Eti Soda(Beypazarı Trona Madeni), Park Enerji(Siirt Madenköy Bakır Madeni,Siirt Tarihler Hidroelektrik Santrali), Park Elektrik(Gaziantep,İslahiye Boksit Madeni,Adana Ceyhan'da Doğalgaz Santrali), Silopi Elektrik Üretim(Termik Santral), Park Toptan Elektrik Enerjisi Satış(Ankara/Söğütözü Elektrik Satışı),Konya Ilgın Elektrik(termik santral), Kazan Soda Elektrik **Havacılık:** ETİ Hava Taşımacılığı A.Ş. **Sağlık:** Park Tıp Sağlık **Taşımacılık:** Havaş **Turizm:** Larespark Hotel, Lares Turizm **Sigorta:** Park Sigorta **Denizcilik:** Park Denizcilik(Hopa Limanı) Cam Sanayi: Park Cam **İnşaat:** Park İnşaat

Ethem Sancak Murat Sancak	**Gazete:** Akşam, Güneş, Star **Dergi:** Alem,Platin Digital Platform: DİGİTURK **TV:** 360,24 TV,TV 4 **Radyo:** Alem FM,Lig Radyo **Reklam İlan:** AD Grup Basın Servisleri ve Ticaret A.Ş.	**Otomotiv Sanayi:** BMC Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.,MT Motorlu Araçlar Alım Satım ve Kiralama **Enerji:** MT Petrolcülük ve Enerji A.Ş. **Sağlık:** MT Sağlık Ürünleri Sanayi, Medisalus Sağlık Ürünleri A.Ş. **Hizmet:** ES Yönetim Danışmanlığı,MT Gayrimenkul, MT Bilgi Teknolojileri Dış Ticaret, MT Teknik Servis Elektronik Pazarlama Nakliye İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.(alışverişte kullanılan akıllı pos cihazları)
Feza Gazetecilik	**Gazete:** Zaman, Today's Zaman, Zaman Azerbaycan, Zaman Kazakistan, Zaman Avusturya, Zaman Fransa, Zaman Bulgaristan, Zaman Romanya, Zaman Türkmenistan, Zaman Amerika **Dergi:** Aksiyon, Sızıntı, Gonca, Yeni Bahar **Haber Ajansı:** Cihan Haber Ajansı **İnternet:**zaman.com.tr,zaman.online.de,today'szaman.com, kazakzaman.kz, zaman.az,zaman.arabic.com, zaman.fransa.com,zaman.bg,zaman.ro,zaman.amerika.com, zaman. avusturya.at, videozaman.com.tr,yenibahardergisi.com **Kitap Yayıncılığı:** Zaman Kitap	Fethullah Gülen Cemaatine bağlı şirket ve dernekler tarafından desteklendiği bilinmektedir
Samanyolu Yayın Grubu	**TV:** STV, STV Avrupa, STV Amerika, S Haber,Mehtap TV, Irmak TV, Ebru TV,Yumurcak TV, Küre TV, Hazar TV, Dünya TV **Radyo:** Burç FM, Dünya Radyo, Samanyolu Haber **İnternet:**kure.tv,stv.com.tr, samanyoluhaber.com,irmaktv.com.tr	Fethullah Gülen Cemaatine bağlı şirket ve dernekler tarafından desteklendiği bilinmektedir
Albayrak Grubu	**Gazete:** Yeni Şafak **TV:** TVNET,TEMPO TV(El Cezire Yayıncılık)	**İnşaat:**Albayrak GYO, Albayrak İnşaat(İstanbul

	İnternet:yenisafak.com.tr, tvnet.tv.tr,tempotv.com.tr,gazetemanset.com,derintarih.com **Dergi:** Derin Tarih, Lokma Dergisi, Nihayet Dergisi **Reklam:** Reklam Piri **Dağıtım:** Birlikte Dağıtım	Metrosu,Kağıthane Başak Konutları Sitesi, Albayrak Sitesi, Düzce Deprem Konutları, İstanbul Halkalı'da Güneş Park, Esenler'de Kemer Park, İzmir Albayrak Mavişehir Evleri, İstanbul Tokapı Merkez Evleri, Altunizade Hilal Konakları,İkitelli Başakşehir Villaları,Kiptaş Genel Müdürlük Binası, Bayrampaşa Ticaret Merkezi, BayrampaşaCarrefourSA Hipermarket ve Ticaret Merkezi, Odak-Opel Show Room ve Servis Binası, Fatih Katlı Otoparkı, İETT Motor Yenileme Fabrikası, İETT Ayazağa Garjı ve Adapazarı,Yalova,İzmit-Merkez ve Bolu'da inşa edilen prefabrik hastaneler, Pakistan lahor'da metrobüs altyapı faaliyetleri **Sanayi:** Tümosan Traktör ve Motor Fabrikası(Savunma Bakanlığı'ndan Altay Tankı Güç Grubu İhalesi),İspanyol Talgo şirketi ile Hızlı tren üretimi ihalesi, Hava kuvvetlerinde ilk yerli uçak çeker Rahvan için motor üretimi), Ereğli Entegre Tekstil Fabrikası, Varaka (kağıt) **Lojistik:** Trabzon Limanı, Mogadişi Limanı, Albayrak Araç Kiralama, Albayrak Personel Taşımacılığı **Hizmet:** Al-Bil Bilgi İşlem, Atık Yönetimi(Yeşil Adamlar, Pakistan Rawalpindi ve Murree şehirleri temizlik

		ihaleleri), Sistem (İstanbul'da İSKİ,TEDAŞ,İGDAŞ, Ankara sayaç okuma), **Enerji:** Kuvve Elektrik **Turizm:** Birun Otelcilik,Marmaris Turizm Tesisi, Didim Turizm Tesisi
Koza İpek	**Gazete:** Bugün **TV:** Kanaltürk, Bugün TV **Radyo:** Kanaltürk Radyo **Yapım:** Koza Prodüksiyon Ticaret A.Ş. **Reklam:** Rek-Tur Reklam Pazarlama ve Ticaret Ltd.Şti.	**Matbaa:**Koza Davetiye, Koza İpek Basın ve Basım Sanayi Ticaret A.Ş., **Maden:** Koza Altın İşletmeleri A.Ş(Ovacık AltınMadeni,Mastra Altın Madeni).Koza Anadolu Metal Madencilik İşletmeleri A.Ş.(Balıkesir Sağırlar,Niğde Çiftehan sendemir,Çiftehan Elmalı,Konak,Diyabakır Çündüş,Batman Sason Madenleri),Özdemir Antimuan Madenleri A.Ş.,İpek Doğal Enerji Kaynakları A.Ş.,Konaklı Metal Madencilik A.Ş., **İnşaat**: ATP İnşaat ve Ticaret A.Ş.(İpek Kız Öğrenci KonukeviGümüşhane Ali İpek Öğrenci Yurdu), **Ticaret:** Koza İpek Tedarik Danışmanlık A.Ş.,AE İpek Danışmanlık Proje Reklam ve Organizasyon Hizmetleri Tic.A.Ş. AZ İpek Danışmanlık Proje Reklam ve Organizasyon Hizmetleri Tic.A.Ş.,BB. İpek Danışmanlık Proje Reklam ve Organizasyon Hizmetleri Tic.A.Ş **Tarım ve Hayvancılık:** ATP Koza Tarim Hay.San. ve Ticaret AŞ. **Havacılık:** ATP Havacılık Ticaret AŞ.

		Eğitim: Altın Koza üniversitesi, Koza İpek Eğitim Sağlık Hizmet Yardım Vakfı Turizm:ATP-Koza Turizm Seyahat ve Ticaret A.Ş.
Fox Grubu	**Televizyon:** Fox TV, Fox life,FX, National Gegraphic Channel , Baby TV, 24 Kitchen	News Corporation
TMSF	Dijital TV Platformu:Digitürk	Kamu
İhlas Grubu	**Gazete:** Türkiye **TV:** TGRT Haber, TGRT Haber TV EU, TGRT Belgesel, **Haber Ajansı:** İHA **Dergi:** İhlas Magazin Grubu(31 dergi) **Reklam:** İhlas Reklam Ajansı **Medya Pazarlama:** TGRT Pazarlama **İnternet:** ihlas.net	**İnşaat:** İhlas İnşaat Grubu(İhlas Yuva Evleri, Marmara Evleri, Bizim Evler, Gaziosmanpaşa İlçesi kentsel dönüşüm projesi), **Üretim:** İhlas Ev Aletleri, Bisan, Kristal Kola **Sağlık ve Turizm:** Türkiye Gazetesi Hastanesi, İhlas Armutlu Tatil Köyü, Kuzuluk Tatil Köyü, Kuzuluk Termal Otel **Bilişim:** İhlas Net(Bağcılar Belediyesi'nden kablosuz geniş alan ağı ve güvenli internet bağlantısı ihalesi) **Eğitim: İhlas Koleji** **Madencilik:**İhlas Madencilik A.Ş.(Salihli ve Bayındır'da poli metal madenleri),Mir maden işletmeciliği(Elbistan'da Linyit Madeni ve termik santral)
Beyaz İletişim A.Ş.Hayat Görsel Yayıncılık A.Ş.	**TV:** Kanal 7,Kanal 7 Avrupa,Ülke TV,Ülke Haber, **Radyo:** Radyo 7 **İnternet:**haber7.com,haber7emlak,izle7.com **Pazarlama:** Mepa Medya A.Ş.	**Beyaz Şirketler Grubu:** **Meslek ve Sanat Eğitim Kursları:** İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları (İSMEK),İzmir Büyükşehir Belediyesi Meslek edindirme Kursları(İZMEB),Bursa Büyükşehir Belediyesi Sanat

		ve Meslek Eğitim Kursları(BUSMEK), Sakarya Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları(Samek),İnegöl Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları(İNESMEK),Keçiören Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları(KEÇMEK), Isparta Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları(ISMEK),Küçükçekmece Belediyesi Yaşam Boyu Eğitim Kursları, Odunpazarı Belediyesi Meslek Eğitim Kursları(OMEK) ve Beyoğlu Belediyesi Semt Konakları vermiş oldukları ücretsiz sanat ve meslek eğitimleri, Belediyeler için hizmet içi eğitim projeleri **Gençlik Merkezleri:** Lise Ders Takviye Kursları, Üniversite Hazırlık Kursları, Okuma Yazma Kursları **Kültür Merkezleri-Bilgi Evleri:** Küçükçekmece Belediyesi Cennet Kültür ve Sanat Merkezi(CKSM), Sefaköy Kültür ve Sanat Merkezi(SKSM), Halkalı Kültür ve Sanat Merkezi(HKSM), Başakşehir Belediyesi Muhsin Ertuğrul Tiyatrosu Projeleri,Bağcılar Belediyesi Bilgi Evleri, Başakşehir Belediyesi Bilgi Evleri, Gaziosmanpaşa Belediyesi Bilgi Evleri, Denizli Belediyesi Bilgi Evleri, Küçükçekmece Belediyesi Bilgi Evleri Projeleri

		Organizasyon: Başakşehir Belediyesi Tiyatro ve Film Gösterimleri, Küçükçekmece Belediyesi Tiyatro ve Film Gösterimleri, Konserler,Seminerler, Sergiler, İSMEK Konser ve Seminerleri, Keçiören Belediyesi Yaz Kampı, Beyoğlu Belediyesi KEFKEN Yaz Kampı, Erzurum Kış Olimpiyatları Projeleri
Demirören Grubu	**Gazete:** Milliyet, Vatan **İnternet**: milliyet.com.tr, gazetevatan.com, milliyet tv, skorer.com, milliyetemlak.com	**Demirören Şirketler Grubu:** **Enerji:** Milangaz,Oto Milangaz, Moil, Demirören-AXPO Enerji **Sanayi:** Demirören Ağır Metal Sanayi A.Ş.,Parsat Piston, MS Motor Servis, D-Mermer (Diyarbakır'ın Hani İlçesi,Çardaklı ve Şaklat Köyü'nde blok mermer üretimi, Elazığ,Adana ve Bursa'da mermer ocakları, Diyarbakır Lice'de mermer fabrikası **Liman İşletmeciliği:** İstanbul Zeytinburnu Zeyport **Gayrimenkul:** Kemer Golf&Country Club,Kemer Golf Resort Hotel, Taksim Gayrimenkul Yatırım Geliştirme ve İşletmecilik A.Ş.(Demirören istiklal Mama Shelter) **İnşaat:** Lidya Yapı, Demirören Eskidji İnşaat(Adana Seyhan Park Evleri), **Eğitim Grubu:** Ata Koleji
Dünya Grubu	**Gazete:** Dünya **Basım:** Dünya Süper Web Ofset A.Ş. Dünya Yayıncılık A.Ş. Dünya Aktüel A.Ş. **Dağıtım**: Dünya Süper Dağıtım	

	E-Dünya:dunyastore.com, pcworld.com.tr,dunyagida.com.tr,dunyainsaat.com.tr	
Alkım Yayıncılık	**Gazete:** Taraf	**Yayıncılık:** Alkım Basım Yayın Dağıtım Tic.A.Ş., Yılmaz Yapı ve Malzemeleri İnşaat Matbaacılık Yayıncılık A.Ş. **Turizm:** Turban TUR.Tic.A.Ş.
Burak Akbay	**Gazete:** Sözcü,AMK	**Sanayi:** Planet Sistem Dişli Kutuları ve Redüktör Ticaret Ltd.Şti. **İnşaat:** FC Yapı İnşaat Ltd.Şti.
Acun Ilıcalı	**TV:** TV8 **Yapım:** Acun Medya Prodüksiyon ve Reklam Hizmetleri A.Ş., Onsekiz Reklam Prodüksiyon Medya Yapımevi A.Ş., Sekiz Prodüksiyon ve Reklam A.Ş.,MNG Reklam Pazarlama ve Prodüksiyon A.Ş.	**Havacılık:** A F Havacılık **Denizcilik:** A F Yat İşletmeciliği ve Turizm A.Ş. **E-Ticaret:** MNG Sanal Ürün Pazarlama Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.
Osman Gökçek	**TV:** Beyaz TV	Ankara 1.Bölge Milletvekili Aday Adayı
Termikel	**KTV Yayıncılık:** Kanal A, Radyo A	**Sanayi:** Termikel A.Ş.
Durdu Özbolat CHP 23.ve 24.Dönem Milletvekili	**Gazete:** Yurt Gazetesi	**Enerji:** Öz Lodos Enerji, Efil Enerji Üretim A.Ş., Ankara Rüzgar Enerji Üretimi Ltd.Şti.,Başkent Rüzgar Üretim Enerji Ltd.Şti **İnşaat:** Özbolat İnşaat **Madencilik:** Özbolat Madencilik, **Gıda:** Öz-Süt, Öz Su, Öz Pakbuz, Öz Organik, Özbal **Spor-Turizm:** Sport Hill, Grand Hotel Termal Hotel **Eğitim:** İlkem Koleji
Mediasa(Sabancı)	Fashion TV Türkiye, Fashion TV Magazine, Z TV	**Tekstil:** Demsa Group, Harvey Nichols
Spectrum Medya:	Super FM, Metro FM, Joy Fm, Joy Türk FM	Actera Group(Özel Fon) Mey İçki, G2M,LBT Varlık Yönetim, Mars Entartaintment Group

Power Group	**Radyo:** Power FM,Power Türk, Power XL,Radyo Fenomen, Virgin radyo	**Giyim:** Vakko,Vakkorama, V2K Designers, W Collection
Saran Group	**Radyo:** Radyo Spor, Radyo Trafik, Radyo Müzik, Radyo Slow Time **Seslendirme:** Saran Digital Studios **İnternet:** tuttur.com, nba.com, ajansspor.com, Samsung Application **Lisans-Yayın Hakları:** Saran Medya(Avrupa Liglerinin Brezilya,Arjantin gibi pek çok ligin yayın hakları, 2016 UEFA Avrupa Futbol Şampiyonası ve 2018 FİFA Dünya Kupası Eleme Maçları;Türk Milli Futbol Takımı'nın yurtiçi ve yurtdışı yayın haklarının pazarlanmasına ilave olarak 250'den fazla Avrupa klubünün, 40 ulusal federasyonun ve Türkiye'nin dört büyükler dahil 12 futbol klubünün dünya çapında yayın hakları; UEFA Şampiyonlar Ligi ön Eleme,UEFA Avrupa Ligi Ön Eleme, Diamon League, Wimbledon, ATP Master Series, Dünya ve Avrupa Voleybol Şampiyonaları, HBO Boks Geceleri, MotoGP, F1 Yayın Hakları, Warner Bros, Walt Disney Company, Paramount Studios yayın hakları, The History Channel, Crime&investigation Networkve The Biography Channel Türkiye Yayıncısı,Revolution ,The Following,Person of İnterest, Supernatural dizileri yayın hakları) **Yapım:** HD Protek **Reklam:** S Reklam(Spor toto Süper Lig'de bulunan 3 takımın (Beşiktaş, Trabzonspor ve D.Ç.Karabükspor)saha içi reklam alanlarının, A Milli Takım Hazırlık maçlarının, UEFA Avrupa Şampiyonası ve FİFA Dünya Kupası ön eleme maçları, Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor'un UEFA Kupası,Şampiyonlar Ligi Ön Eleme yurt içi ve yurt dışı maçlarının saha içi reklam satış hakları)	**Turizm:** Cedok,Ahoy Turizm **Enerji:** Saran Enerji(güneş ve rüzgar enerjisi) **Hizmet:** Anadolu Çağrı Merkezi **Savunma Sanayi:** Saran Savunma (Bell Helikopter A Textron Company,Raytheon İnternational, İsrael Airspace Industries, Elbit System Ltd. ve Rada Technologies distribütörlükleri **Havacılık:** Saran Havacılık (Bell Helikopter Textron Distribütörlüğü)
Bir Numara Yayıncılık	**TV:** Number One TV, Fashion One TV, **Radyo:** Number One FM, Radyo Klas	
Palmali Group	**Radyo:** Radyo Voyage, Radyo Eksen	**Denizcilik:** Palmali Shipping (gemi yapımı, yönetimi, acenteliği ve kiralaması)

EK 2: 4857/5953 Sayılı İş Kanunları ve Türkiye Gazeteciler Sendikasının İmzaladığı Toplu İş Sözleşmeleri Arasında İşçi Hakları Yönünden Genel Bir Karşılaştırma (Gazetecinin El Kitabı, 2010, s.44-47)

	4857-İş Kanunu	**5953-Basın İş Kanunu**	**Toplu İş Sözleşmeleri**
Genel Değerlendirme	İşçi-işveren arasında çıkabilecek ilişkiler ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Kanunda, işveren, çalışma saatleri, işçiler arası ilişkiler düzenlenmiştir.	Kanun çok eski ve çok kısa bir kanundur. Sadece iş akdinin yapılış ve sona erdirilişi, kısaca düzenlenmiştir. Uygulama şekline ait bir tüzük ve yönetmelik yoktur.	ÜYELERİN ÇALIŞMA BİÇİMİNE İLİŞKİN AYRINTILI DÜZENLEMELER VARDIR. ÜYELERİN ANAYASASIDIR.
İşe Giriş	YAZILI ŞEKİL ZORUNLU DEĞİLDİR	Yazılı sözleşme zorunludur. İşin niteliği, ücret-kıdem sözleşmeye yazılmak zorundadır.	YAZILI SÖZLEŞME ZORUNLUDUR**.**
İhbar Öneli	İşyerindeki kıdem esas alınır. Kıdemi, 6 aydan az ve 3 yıldan çok olan işçiler arasında kademeli belirleme var. 3 yıldan fazla işçi için ihbar süresi 8 hafta. İşçi ve işveren aynı fesih ihbar süresine tabidir.	İşyerindeki kıdem esas alınır. İşverenin yaptığı fesihlerde; işyeri kıdemi 5 yıldan az olan gazeteci için ihbar öneli 1ay-5 yıldan fazla olan için 3 aydır. İş akdini gazeteci feshediyorsa ihbar süresi daima 1 aydır.	6 AYDAN 1 YILA KADAR KIRK GÜN 1-3 YIL 3 AY 3-5 YIL 4 AY 5 YIL 5 AY 6 YIL YA DA FAZLA 7 AY
Geçersiz Sebeple İş Akdi ve İşe İade	Kanunda ayrıntılı düzenlenmiştir	4857 sayılı kanuna atıf yoluyla düzenlenmiştir.Gazeteciler için de 4857 sayılı kanuna tabi işçiler için olduğu haliyle aynen uygulanmaktadır.	Geçersiz fesih halinde ek tazminat ödenmesi çok eski bir Toplu İş Sözleşmesi hükmüdür. Politize koşullardan, kıdemli işçilerin işini korumasını sağlar.
İş Akdini İşçinin Feshi	Sağlık sebepleri, Ahlak ve iyi niyetle bağdaşmayan hallerde, zorlayıcı sebeplerde işçi iş sözleşmesini feshedip kıdem tazminatını alabilir.	Gazetenin yayın politikasında gazetecinin manevi haklarını ihlal edecek derecede bir değişiklik olması halinde gazeteci iş sözleşmesini feshedip kıdem tazminatını alabilir.	TÜRKİYE GAZETECİLER SENDİKASI ÜYELERİ, İŞ AKİTLERİNİ KENDİLERİ FESHETTİKLERİNDE DE KIDEM TAZMİNATLARINI ALIRLAR.

	4857-İş Kanunu	5953-Basın İş Kanunu	Toplu İş Sözleşmeleri
Kıdem Tazminatı	1 yıllık işyeri kıdemine sahip işçinin işten çıkarılması halinde kıdem tazminatı ödenir.	5 yıllık meslek kıdemine sahip gazetecinin, işyerindeki kıdemi de bir yılı doldurmuşsa, işveren tarafından işten çıkarılması halinde kıdem tazminatı ödenir.	1 YILLIK İŞYERİ KIDEMİNE SAHİP ÜYE, İŞ AKDİNİ KENDİSİ VEYA İŞVEREN FESHETTİĞİNDE KIDEM TAZMİNATINI ALIR.
Kıdem Tazminatının Miktarı ve Faizi	İşçinin, aylık brüt ücretine, kendisine yapılan sürekli ek ödemeler eklenerek bulunacak ücret, kıdem tazminatı hesabında kullanılır. Hizmet yılı ve küsurları kıdem tazminatı hesabında dikkate alınır. Gecikmeli ödemelerde en yüksek banka faizi uygulanır(şu an yıllık %29)	Gazetecinin, sadece çıplak ücreti kıdem tazminatı hesabına esas alınır. Hizmetin 6 aydan az kısmı hesaba katılmaz. Yasal faiz ödenir, şu an yıllık%9'dur.	Üyenin, hem ücreti hem de kendisine toplu iş sözleşmesi ile getirilen birçok sosyal hakkın brüt tutarı, kıdem tazminatında dikkate alınır. Hizmet süresinin 6 aydan az kısmı 6 ay kabul edilir.6 ayı geçen hizmet, tam yıl gibi işlem görür. Mevduat faizi uygulanır.
Ücret	Çalışılan ayın sonunda ödenir, haftalık olarak da ödenebilir.	Peşin ödenir, peşin ödenmezse gecikilen her gün için %5 fazlası ödenir. Ek işlerin ek ücretinin ödenmesi gerekir, ancak uygulamada ödenmez.	ÜYE ÜCRETİNİ PEŞİN ALIR.
Haftalık çalışma Süresi ve Hafta Tatili	Haftada 45 saatlik çalışma normal iş süresi olarak belirlenmiştir. Haftada 45 saat çalışan işçi, hafta tatili iznine hak kazanır.	Haftada 6 gün çalışıp bir gün izine hak kazanır.	GÜNLÜK 8 SAAT(1 SAAT YEMEK ARASI DÂHİL) HAFTALIK 40 SAAT
Fazla Mesai	Haftalık 45 saatin üzerindeki çalışma, fazla mesai çalışmasıdır.	Günlük 8 saatin üzerindeki çalışma fazla mesaidir. Zamanında ödenmezse günlük %5 fazlasıyla ödenir.	Günlük 8 Saatinüzeri çalışma, fazla mesaidir. Yarım saatler tama yükseltilir.

	4857-İş Kanunu	5953-Basın İş Kanunu	Toplu İş Sözleşmeleri
Yıllık İzin	5-10-15 Yıl kıdeme göre 14 gün ile 26 gün arasında izin hakkı vardır.	10 yıla kadar meslek kıdemi olanlar için 4 hafta, 10 yıl üstü kıdemdekiler için 6 hafta yıllık izin süresi vardır. Uygulamada, 15 günden fazla izin kullanan gazeteci yoktur. Fesihte iki katını alır.	9.5 Yıla kadar 1 ay, 9.5 yıldan sonra 1.5 ay. 6 Aylık işyeri kıdemine sahip gazeteci, meslek kıdemine göre hakkı olan tutardaki yıllık izni kullanabilir. 8 gün ek ücretsiz izin hakkı vardır.
Askerlik	Askerlik hizmeti için işyerinden ayrılma, kıdem tazminatının ödenmesini gerektiren bir haldir. İş akdi sona ermektedir.	Gazetecinin, ücretinin yarısı, askerlik süresince ödenmek zorundadır. Uygulaması hemen hiç yoktur.	5953 sayılı yasa ile çalışanlara askerlik süresince yarım ücret ödenir.
Gebelik	Doğumdan önce 6 ve sonra 6 hafta izin verilir. Doğumdan önce 3 haftaya kadar çalışan işçinin kalan izni doğum sonrasına eklenir. Dilerse, doğum sonrası izinlerine ek olarak 6 ay ücretsiz izin verilir.	Hamileliğin 7 ayından sonrası ile doğumun ikinci ayı arasında izinlidir. Ücretinin yarısını alır, SSK ödemesi, ücretin yarısının ödenmesine engel değildir. Ücretsiz izin hakkı yoktur.	Doğum öncesi ve sonrasında toplam 4 ay izin kullanır. Dilerlerse 6 ay ücretsiz izin verilir. Günde 1,5 saat süt izni vardır.
İşçinin Hastalanması Halinde İş Akdi Feshi	İşçinin raporlu olduğu süre 1 yıl içinde ihbar öneline 6 ay eklenmesi ile bulunan süreyi aşarsa, iş akdi, hastalık nedeniyle feshedilebilir.	Gazetecinin 6 ayı aşan hastalığı halinde, iş akdi feshedilebilir.Bu süre gazetecinin kıdemi ne olursa olsun, aynıdır.	Hasta üyenin iş akdi 18 süreyle feshedilemez.
İkramiye	Zorunlu değil, hizmet akitlerinde düzenlenmişse ücret gibi işlem görür.	İşveren kar ediyorsa bir maaş tutarında.	Yılda 4 maaş tutarında ikramiye.

EK 3: Muhabir ve Kameramanlar İçin Anket Soruları

Sayın Katılımcı, elinizdeki soru formu habercilerin çalışma koşullarını tespit etmek amacı ile hazırlanmıştır. Soru anketinde ad-soyad ve çalıştığınız kurumun ismi istenmemektedir. İlk 22 soruda demografik bilgilerinizi işaretlemeniz, 22.sorudan sonra diğer sorular için ifadeleri okuyarak 1 ile 5 arasında bir puan vermeniz istenmektedir. Bu ölçekte;(1)kesinlikle katılmıyorum, (2)katılmıyorum, (3)ne katılıyorum ne de katılmıyorum, (4)katılıyorumve (5)kesinlikle katılıyorumseçeneğini temsil etmektedir. Formda yer alan 83 sorunun, yaklaşık cevaplama suresi 15-20 dakikadır. İlginiz ve desteğinize şimdiden teşekkür ederim.

Kişi ve çalıştığı kurum hakkında genel bilgiler	
1) Yasınız?	
2) Cinsiyetiniz?	☐Kadın ☐Erkek
3) Öğrenim düzeyiniz?	☐İlköğretim ☐Lise ☐Üniversite ☐Lisansüstü ☐Doktora
4) Çalıştığınız basın isletmesindeki göreviniz?	☐Muhabir ☐Kameraman ☐ Prodüktör ☐Editör ☐ Yönetici ☐Diğer
5) Kaç yıldan beri basın sektöründe çalışıyorsunuz?	
6) Aynı işyerinde çalışma süreniz?	
7) Çalıştığınız basın isletmesinde ise başlama sekliniz?	☐Tanıdık aracılığıyla ☐Kendim başvurdum (Mülakatla) ☐Teklif aldım ☐Diğer (açıklayınız)
8) Aylık kazanç seviyeniz	☐Asgari Ücret ☐2000 TL altı ☐2000-3000 TL ☐3000-5000 TL ☐5000-10000 TL☐10000 TL üstü
9) Gazetecilik mesleğinde issiz kaldığınız dönemler oldu mu? Eğer cevabınız evetse ne kadar süre ile issiz kaldığınızı boşluk bırakılan yere yazınız.	☐Evet ☐Hayır
10) Meslek yaşamınızda psikolojik bir rahatsızlık yaşadınız mı?	☐ Evet ☐Hayır
11) Cevap evetse ne tür olduğunu yazın	

12) Meslek yaşamınızda fiziksel bir rahatsızlık yaşadınız mı?	☐ Evet ☐Hayır
13) Cevap evetse ne tür olduğunu yazın	
14) Meslek yaşamınızda hiç kaza geçirdiniz mi? Cevap evetse ne tür olduğunu yazın	☐ Evet ☐Hayır
15) Fiziksel rahatsızlık nedeniyle tıbbi yardım aldınız mı?	☐Evet ☐Hayır
16) Psikolojik rahatsızlık nedeniyle tıbbi yardım aldınız mı?	☐Evet ☐Hayır
17) İş yasalarına göre çalışma şekliniz?	☐657 devlet memuru yasası ☐2954 sayılı yasa(sözleşmeli) ☐4857 no'lu yasa (SSK) ☐5953-Basın İş Kanunu (212 no'lu yasa) ☐sendikalı ☐telif ücreti (parça başı) ☐stajyer ☐Hiç bir iş yasasına tabi değil
18) Aldığınız ücretle bordroda gösterilen ücret aynı mı?	☐Evet ☐Hayır
19) İş yasalarına göre yasal haklarınızı biliyor musunuz?	☐Evet ☐Hayır
20) Haftada kaç saat çalışıyorsunuz?	☐40 saatten az ☐40-45 saat ☐45-50 saat ☐50-55 saat ☐55 saatten fazla
21) Sendikalı mısınız? (Hangi sendika açıklayın)	☐Evet ☐Hayır
22) Basın sektöründe istihdam problemi var mı?	☐Evet ☐Hayır

Sendikalı değilseniz nedenleri	1	2	3	4	5
23) Yeteri kadar sendika konusunda bilgim yok	☐	☐	☐	☐	☐
24) İşyerimle problem yaşanabilir	☐	☐	☐	☐	☐
25) Sendikanın yararına inanmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐
26) Sendikaya ihtiyacım yok	☐	☐	☐	☐	☐
27)Sendikasız da haklarımı koruyabiliyorum	☐	☐	☐	☐	☐

Basın sektöründe istihdam sorununun nedenleri olarak aşağıda belirtilen noktalara ne düzeyde katıldığınız belirtiniz	1	2	3	4	5
28) Medya şirketlerinin tekelleşmesi	☐	☐	☐	☐	☐
29) Yeni teknolojiler	☐	☐	☐	☐	☐
30) Mesleğin prestij kaybı	☐	☐	☐	☐	☐
31) Üniversite eğitiminin yetersizliği	☐	☐	☐	☐	☐
32)Yeni mezun fazlalığı	☐	☐	☐	☐	☐
33) Yasaların basın çalışanlarını korumada yetersizliği	☐	☐	☐	☐	☐

Haber muhabirliği ve kameramanlığının niteliklerini lütfen (49.soruya kadar muhabirler, 49.sorudan itibaren kameramanlar için) cevaplayınız	1	2	3	4	5
34) Haber muhabirleri iş yasalarına göre yasal haklarını biliyorlar	☐	☐	☐	☐	☐
35) Haber muhabirlerinin aldığı ücret yeterlidir	☐	☐	☐	☐	☐
36) Haber muhabirlerinin özel yaşamlarına ayırdıkları zaman yeterlidir	☐	☐	☐	☐	☐
37) Haber muhabirleri mesleki gelişim için istek duymaktadır	☐	☐	☐	☐	☐
38) Haber muhabirleri mesleki gelişim için çalıştığı kurumlarda ortam bulabilmektedir.	☐	☐	☐	☐	☐
39) Teknolojik değişimler haber muhabirlerini genelde olumlu etkiliyor	☐	☐	☐	☐	☐
40) Haber muhabirlerinin yaptıkları haberlerde medya kuruluşunun politikası yönündeoto sansür yapması doğaldır	☐	☐	☐	☐	☐
41) Haber muhabirlerinin üniversite eğitimi alması mesleki yaşamlarında önemlidir	☐	☐	☐	☐	☐
42) Haber muhabirlerinin, meslekte yönetici olma olasılığı yüksektir	☐	☐	☐	☐	☐
43) Haber muhabirliği tarihe tanıklık etmek isteyen kişilerin mesleğidir	☐	☐	☐	☐	☐
44) Haber muhabirliği teknik beceri gerektiren bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
45) Haber muhabirliği editoryal bilgi gerektiren bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
46) Haber muhabirliği fizyolojik olarak yıpratıcı bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
47) Haber muhabirliği psikolojik olarak yıpratıcı bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐

48) Haber muhabirliği Türkiye'de yeteri kadar takdir edilmektedir	☐	☐	☐	☐	☐
49) Haber kameramanları iş yasalarına göre yasal haklarını biliyorlar	☐	☐	☐	☐	☐
50) Haber kameramanlarının aldığı ücret yeterlidir	☐	☐	☐	☐	☐
51) Haber kameramanlarının özel yaşamlarına ayırdıkları zaman yeterlidir	☐	☐	☐	☐	☐
52) Haber kameramanları mesleki gelişim için istek duymaktadır	☐	☐	☐	☐	☐
53) Haber kameramanları mesleki gelişim için çalıştığı kurumlarda ortam bulabilmektedir	☐	☐	☐	☐	☐
54) Haber kameramanlarının haberlerde medya kuruluşunun politikası yönündeoto sansür yapması doğaldır	☐	☐	☐	☐	☐
55) Teknolojik değişimler haber kameramanlarını genelde olumlu etkiliyor	☐	☐	☐	☐	☐
56) Haber kameramanlarının üniversite eğitimi alması mesleki yaşamlarında önemlidir	☐	☐	☐	☐	☐
57) Haber kameramanlığı, halkın haberleri kameramanın gözüyle görmesini sağlayan meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
58) Haber kameramanlığı macera arayan kişilerin mesleğidir	☐	☐	☐	☐	☐
59) Haber kameramanlığı teknik beceri gerektiren bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
60) Haber kameramanlığı, editoryal bilgi gerektiren bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
61) Haber kameramanlarının meslekte yönetici olma olasılığı yüksektir	☐	☐	☐	☐	☐
62) Haber kameramanlığı fizyolojik olarak yıpratıcı bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
63) Haber kameramanlığı psikolojik olarak yıpratıcı bir meslektir	☐	☐	☐	☐	☐
64) Haber kameramanlığı Türkiye'de yeteri kadar takdir edilmektedir	☐	☐	☐	☐	☐

Haber sektörünün başlıca problemleri	1	2	3	4	5
65) Türkiye haber sektöründe tekelleşmenin varlığı	☐	☐	☐	☐	☐
66) Siyaset kurumunun haber sektörü üzerinde etkileri	☐	☐	☐	☐	☐
67) Mesleğin Prestij kaybı	☐	☐	☐	☐	☐
68) Yasaların basın çalışanlarını korumada yetersizliği	☐	☐	☐	☐	☐
69) Sendikaların etkisizliği	☐	☐	☐	☐	☐

70) Çalışanların ücret yetersizliği	☐	☐	☐	☐	☐
71) Çalışma saatlerinin yüksekliği	☐	☐	☐	☐	☐
72) Haber ekiplerinin sayısal yetersizliği	☐	☐	☐	☐	☐
73) İşyerlerinde mobbing (psikolojik şiddet, baskı,) uygulaması	☐	☐	☐	☐	☐

Aşağıdaki yargılar/ ifadeler hakkındaki düşüncelerinizi işaretleyiniz	1	2	3	4	5
74) Haber üretiminde haber araçlarına hükmeden sermaye etkilidir	☐	☐	☐	☐	☐
75) Haber üretiminde mülkiyeti elinde bulunduranlar ile siyasi erkin ekonomik çıkar ilişkisi haber içeriğine yön vermektedir	☐	☐	☐	☐	☐
76) Reklam verenlerin-TV yönetimi üzerinde içerik belirleme etkisi olmaktadır	☐	☐	☐	☐	☐
77) Türkiye haber sektöründe çalışanların haklarını koruyacak sendika yokluğu/eksikliği, çalışanların pazarlık gücünü azaltmaktadır	☐	☐	☐	☐	☐
78) Türkiye'de haber sektöründe muhabir ve kameramanların emeği sömürülmektedir	☐	☐	☐	☐	☐
79) Türkiye'de haber sektörü sadece habercilik yapan kurumların oluşması ve siyasetle bağın azaltılması ile ilerler	☐	☐	☐	☐	☐
80) Video Journalism, muhabir, kameraman ve montajcıların işlerini tek bir kişinin yapmasını sağladığı için çalışan insan sayısını azaltacaktır	☐	☐	☐	☐	☐
81) Video journalism ile muhabir ve kameramanlar daha kalifiye olacaktır	☐	☐	☐	☐	☐
82) Türkiye'de haber sektörü gelecek yıllarda istihdam olarak küçülecektir	☐	☐	☐	☐	☐

83) Konu ile ilgili anlatmak istediğiniz görüş, düşünce, anı, veya önerinizi lütfen aşağıya yazınız.

EK 4: Nitel Analizler Kapsamında Yapılan Görüşmelerin Listesi

Görüşmeci 1: İstanbul, 19.03.2014

Görüşmeci 2: İstanbul, 21.03.2014

Görüşmeci 3: İstanbul, 25.03.2014

Görüşmeci 4: İstanbul, 27.03.2014

Görüşmeci 5: İstanbul, 03.04.2014

Görüşmeci 6: İstanbul, 06.04.2014

Görüşmeci 7: İstanbul, 10.04.2014

Görüşmeci 8: İstanbul, 15.04.2014

Görüşmeci 9: İstanbul, 18.04.2014

Görüşmeci 10: İstanbul, 24.4.2014

EK 5: Muhabir ve Kameramanların İş Yaşamı Derinlemesine Görüşme Soruları

1- Adınız soyadınız nedir?
2- Kaç yaşındasınız?
3- Medeni haliniz?
4- Eğitiminiz nedir?
5- Kaç senedir bu işi yapıyorsunuz?
6- Haber Sektörünü nasıl tanımlarsınız?
7- Sektörün koşulları(politik, ekonomik, yasal, rekabetçi yapı) çalışmanızı nasıl etkiliyor?
8- Maliyetlerin kısılması gazetecileri nasıl etkiliyor?
9- Gazetecilikte verilen ücretler(muhabir ve kameraman özelinde) sizce yeterli midir?
10- İş güvencesi için günümüzde sendika ve derneklerin etkisi var mı?
11- Basın sektöründe tekelleşmenin çalışanlara etkisi var mı?
12- Medya holdinginde çapraz tekelleşme(grubun hem TV, gazete ve diğer iş kollarında şirketlere sahip olması)çalışanları nasıl etkiliyor?
13- Yeni teknolojiler sizin işlerinizi olumlu-olumsuz nasıl etkiliyor?
14- Yeni medya ve üçüncü nesil cep telefonlarının amatörler tarafından kullanılması habercileri nasıl etkiliyor?
15- Kısaca haber üretiminin adımlarını kurumunuzda sıralar mısınız?
16- Haber üretiminin diğer iş kollarından farkları nelerdir?
17- Haber değeri nasıl tespit edilir?
18- Hangi haberler yapmaya değer bulunur?
19- Ulusal ve uluslar arası kurumların habere bakışında farkları nelerdir?
20- Ulusal ve uluslar arası kurumların çalışma sistemlerinde ne gibi farklar vardır?
21- Haberciler neden resmi kaynaklara daha fazla atıfta bulunur?
22- Haber kaynaklarıyla ilişki kurulması ve kaynağın gizliliği nasıl olur?
23- Habercilere politik etki var mı?
24- Muhabir ve kameramanlar şirket ve kurum değerleri için oto sansür uyguluyor mu?
25- Türk medyasında en önemli sorunlar nelerdir?

26- Ulusal ve uluslar arası kurumlarda muhabir veya kameraman olmanın, ekonomi politik farkları var mıdır?
27- Varsa neler? (ücret, çalışma süresi, izin durumu, yasal güvence, harcırah, ekipman vb…)
28- Araştırmacı gazeteciliğin son yıllarda geri plana atıldığına inanıyor musunuz?
29- Haberin seçiminde ve yapımında muhabirin etkisi nedir?
30- Çalışma ortamı haricinde, kameraman ve muhabirlerin mesleki gelişimleri için herhangi bir çalışma var mı?
31- Varsa neler? (Örneğin, Akademi, kurs, atölye gibi...)
32- Muhabirlik mesleğini tanımlar mısınız? (Kişisel deneyimleriniz...)
33- Haber Kameramanlığı nasıl bir meslektir?(Kişisel deneyimleriniz...)
34- Muhabir ve kameramanları nasıl tanımlarsınız? (Örn. Muhabirler editoryal ve kameramanlar ise teknik elemandır vb…)
35- Haber sektöründe muhabir ve kameramanlar ilişkisi nasıldır? (sınıf ayrımı, statü, para vs…)
36- Eklemek istediğiniz düşünceleriniz?

ÖZGEÇMİŞ

1967 Eskişehir doğumlu yazar, 1991 yılında Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği'nden mezun oldu. 1992 TRT Sınavlarını kazanarak başladığı, iletişim-medya sektöründe, yirmi iki yıl, yurtiçi ve dışında televizyon ve ajanslarda çalıştı.2011 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema Televizyon Bölümünde ''Savaş ve Barış Haberciliği Açısından CNN ve El Cezire Örnekleri: İkinci Körfez Savaşı Sırasında Savaş Haberlerinin Söylem Çözümlemesi''isimli teziyle yüksek lisansını tamamlayarak, aynı yıl, aynı fakültede İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı'nda doktora eğitimine başladı. Yazar, öğretim görevlisi olarak, 2014 Yılı Eylül ayında Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi'nde çalışmaya başladı. Televizyon sektörünün ekonomi-politiği, televizyon haberciliği, habercilik söylemi, iletişim teknolojilerinin haber sektöründe kullanımı ve görsel kültür çalışmaları akademik ilgi alanları arasında yer almaktadır.