

T.C.  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI  
İNSAN KAYNAKLARI BÖLÜMÜ  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE'DE BASIN ÇALIŞANLARININ İSTİHDAM  
SORUNLARININ İNCELENMESİ**

**Belgin YÖYEN**

Danışman

**Doç. Dr. Sevda DEMİRBİLEK**

2007

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Basın Çalışanlarının İstihdam Sorunlarının İncelenmesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.03/2007

Belgin YÖYEN

İmza

## YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

### Öğrencinin

**Adı ve Soyadı** :Belgin YÖYEN  
**Anabilim Dalı** :Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri  
**Programı** :Tezli Yüksek Lisans  
**Tez Konusu** :Türkiye’de Basın Çalışanlarının İstihdam  
**Sorunlarının İncelenmesi**  
**Sınav Tarihi ve Saati** :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün ..... tarih ve ..... Sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliğinin 18.maddesi gereğince yüksek lisans tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini ..... dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI	O	OY BİRLİĞİ ile	O
DÜZELTME	O*	OY ÇOKLUĞU	O
RED edilmesine	O**	ile karar verilmiştir.	

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O\*\*\*  
Öğrenci sınava gelmemiştir. O\*\*

\* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.  
\*\* Bu halde adayın kaydı silinir.  
\*\*\* Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

	Evet
Tez burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.	O
Tez mevcut hali ile basılabilir.	O
Tez gözden geçirildikten sonra basılabilir.	O
Tezin basımı gerekliliği yoktur.	O

### JÜRİ ÜYELERİ

### İMZA

.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red	.....
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red	.....
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red	.....

## ÖZET

Tezli Yüksek Lisans

### Türkiye’de Basın Çalışanlarının İstihdam Sorunlarının İncelenmesi

Belgin YÖYEN

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı  
İnsan Kaynakları Bölümü

Yeni teknolojilerin kitle iletişiminde kullanımı sonucu, basın sektöründe 1990’lı yıllardan itibaren baş döndürücü gelişmeler yaşanmaktadır. Haberin üretimi, iletimi ve sunumu aşamalarında zaman ve mesafe sorun olmaktan çıkarken, yaygın kullanımı ile medya da diyebileceğimiz kitle iletişim organlarının sayısı sürekli artmakta, içerikler zenginleşmekte, okuyucu-dinleyici ve izleyicilere ulaşmak için yaşanan amansız rekabet ise, sektörde sürekli yeni yatırımlar yapılmasına yol açmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin yanı sıra, küreselleşme ve tekelleşme gibi ekonomik, toplumsal ve siyasal gelişmeler de basın sektörünü etkilemekte, medyadaki tekelleşme eğilimleri günümüzde kıtalararası boyutlara ulaşmaktadır. Haberin üretimindeki temel rolü nedeniyle, tüm bu gelişmelerden doğrudan etkilenen basın çalışanları ise, kitle iletişim organlarındaki niceliksel artışa karşın giderek artan oranlarda istihdam sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Sektördeki genel gelişmelerin yanı sıra, Türkiye’ye özgü ekonomik, hukuksal ve siyasal nedenler de gazetecilerin istihdam ve çalışma koşullarında sorunlara neden olmaktadır.

Türkiye’de basın çalışanlarının istihdam sorunlarının incelendiği çalışmanın ilk bölümünde; öncelikle basın, basın çalışanı ve basın sektörü kavramlarına yer verilmiş, ardından basın sektörü yapısal açıdan incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, basın sektörünün istihdam yapısındaki

**değişimin nedenleri ve basın çalışanları üzerindeki etkileri genel olarak ve Türkiye açısından değerlendirilmiştir. Son olarak, tespit edilen istihdam sorunlarının çözümüne yönelik önerilere üçüncü bölümde yer verilmiştir.**

**Anahtar Kelimeler:** 1) Gazeteci, Basın alışanı. 2) Medya. 3) Basın Sektörü.  
4) İstihdam. 5) Kitle İletişimi.

## **ABSTRACT**

**Master Degree With Thesis**

### **The Study of Employment Problems of the Media Workers in Turkey**

**Belgin YÖYEN**

**Dokuz Eylul University  
Institute Of Social Sciences  
Department of Human Resources**

**As a result of using new information and communication technologies in mass media, there has been fascinating developments in media industry since the 1990's. As the time and distance are no longer a concern in production, transmission and presentation of news, the number of mass media instruments is increasing. While the content of the news is getting richer, the strong competition to reach the readers and audience is leading to continuous investments in the media sector.**

**In addition to the technological advances, globalization and monopolization and similar economic, social and political developments effect the media industry. The tendency towards monopolization in media industry has reached to intercontinental dimensions. Media workers are directly influenced by these developments. Although the media workers have a fundamental role in the production of the news, and although the number of mass media instruments are increasing, the journalists are faced with unemployment. In parallel to general developments in the media industry, the economical, legal and political aspects of Turkey causes problems in employment and conditions of workplace.**

**Media workers' employment problems in Turkey has been studied in the first chapter; primarily media, media workers and media industry concepts have been emphasized, followed by a structural analysis of the media industry.**

**In the second chapter, the reason of changes in employment structure of the media industry and its effects thereof, have been evaluated in both general perspective and from the perspective of Turkey. Finally, the joint recommendations towards the solution of the employment problems that has been pointed out are provided in chapter 3.**

**Key World:** 1) Journalist. 2) Press. 3) Media Sector.

4) Employment. 5) Mass Media.

# TÜRKİYE’DE BASIN ÇALIŞANLARININ İSTİHDAM SORUNLARININ İNCELENMESİ

## İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
TABLolar LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. TEMEL KAVRAMLAR	4
1.1.1. Basın Kavramı	4
1.1.1.1. Tanımı	4
1.1.1.2. Unsurları	6
1.1.1.3. Basın Kuramları	10
1.1.2. Basın Çalışanı Kavramı	15
1.1.2.1. Genel Olarak	15
1.1.2.2. Mevzuat Bakımından	17
1.1.2.2.1. 5953 Sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa’ya Göre	18
1.1.2.2.2. 5187 Sayılı Basın Yasası’na Göre	21
1.1.2.2.3. Basın Kartları Yönetmeliği’ne Göre	23
1.1.2.2.4. 818 Sayılı Borçlar Yasası’na Göre	25
1.1.2.3. Uygulama Bakımından	26
1.1.2.3.1. Stajyer Gazeteci	26
1.1.2.3.2. Kadrosuz Gazeteci	27
1.1.2.3.3. Naylon Gazeteci	27
1.1.2.3.4. Taşeron Gazeteci	28
1.1.3. Basın Sektörü Kavramı	29



1.2. BASIN SEKTÖRÜNÜN YAPISAL AÇIDAN İNCELENMESİ	29
1.2.1. Sektörün Niteliği	30
1.2.2. Tarihsel Gelişimi	33
1.2.3. Toplumdaki Yeri ve Önemi	39

## İKİNCİ BÖLÜM

### BASIN SEKTÖRÜNÜN İSTİHDAM YAPISINDAKİ DEĞİŞİM VE BASIN ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

2.1. İSTİHDAM YAPISINI DEĞİŞTİREN TEMEL FAKTÖRLER	43
2.1.1. Genel Olarak	43
2.1.1.1. Küreselleşme	43
2.1.1.1.1. Küreselleşme Kavramı	43
2.1.1.1.2. Küreselleşmenin Çalışma Yaşamına Etkileri	45
2.1.1.1.3. Küreselleşme ve Basın Sektörü İlişkisi	48
2.1.1.2. Yeni Teknolojiler	53
2.1.1.2.1. Yeni Teknoloji Kavramı	53
2.1.1.2.2. Yeni Teknolojilerin Çalışma Yaşamına Etkileri	54
2.1.1.2.3. Yeni Teknolojiler ve Basın Sektörü İlişkisi	55
2.1.1.3. Tekelleşme	58
2.1.1.3.1. Tekelleşme Kavramı	58
2.1.1.3.2. Basın Sektöründe Tekelleşme	59
2.1.1.3.2.1. Genel Olarak	59
2.1.1.3.2.2. Basın Sektöründe Tekelleşme Türleri	61
2.1.1.3.2.3. Ülke Örnekleri	63
2.1.2. Türkiye Açısından	67
2.1.2.1. Ekonomik Faktörler	68
2.1.2.1.1. Kağıt Sorunu	68
2.1.2.1.2. Tiraj Sorunu ve Promosyon Dönemi	69
2.1.2.1.3. Holding Basını Dönemi	71
2.1.2.1.4. Özel Televizyonculuk ve Reklamlar	75
2.1.2.2. Sosyal ve Siyasal Faktörler	77

2.2.	DEĞİŞEN İSTİHDAM YAPISININ BASIN ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	80
2.2.1.	Çalışan Gazeteciler Bakımından	82
2.2.1.1.	Çalışma Koşullarına İlişkin Sorunlar	82
2.2.1.2.	Ücret ve Özlük Haklarına İlişkin Sorunlar	95
2.2.1.3.	Kıdem Tazminatına İlişkin Sorunlar	99
2.2.1.4.	Sendikal Örgütlenmeye İlişkin Sorunlar	103
2.2.1.4.1.	Örgütlenme Yapısı	109
2.2.1.4.2.	Basın Çalışanlarının Niteliği	111
2.2.1.4.3.	Medya Patronlarının Tutumu	113
2.2.2.	İşsiz Gazeteciler Bakımından	114
2.2.3.	İletişim Fakültesi Öğrencileri Bakımından	118

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BASIN SEKTÖRÜNDEKİ İSTİHDAM SORUNLARINA YÖNELİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

3.1.	BASIN İŞLETMELERİ BAKIMINDAN	125
3.1.1.	Tekelleşmenin Önlenmesi ve Denetimi	125
3.1.2.	İdari ve Ekonomik Düzenlemeler	131
3.2.	BASIN ÇALIŞANLARI BAKIMINDAN	135
3.2.1.	Gazetecilik Mesleğinin Tanımı	136
3.2.2.	İş Güvencesi ve Kıdem Tazminatı	137
3.3.	SENDİKAL ÖRGÜTLENME BAKIMINDAN	139
3.3.1.	Teşmil Uygulamasının Etkinleştirilmesi	140
3.3.2.	Kadro Kanunu Önerisi	141
3.3.3.	Uluslararası Sendikal Birlik Önerisi	144
3.4.	YEREL BASIN BAKIMINDAN	146
3.5.	İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ BAKIMINDAN	150
3.6.	MEDYA OKURYAZARLIĞI ve YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ	153
	SONUÇ	160
	KAYNAKÇA	169

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>a.g.e.</b>	Adı geçen eser
<b>a.g.ç.</b>	Adı geçen çalışma
<b>a.g.r.</b>	Adı geçen rapor
<b>Bkz.</b>	Bakınız
<b>BYEGM</b>	Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü
<b>C.</b>	Cilt
<b>ÇGD</b>	Çağdaş Gazeteciler Derneği
<b>ÇSGB</b>	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
<b>EFJ</b>	Avrupa Gazeteciler Federasyonu
<b>FIJ</b>	Uluslararası Gazeteciler Federasyonu
<b>ILO</b>	Uluslararası Çalışma Örgütü
<b>İGS</b>	İstanbul Gazeteciler Sendikası
<b>RTÜK</b>	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
<b>S:</b>	Sayı
<b>s.</b>	Sayfa No
<b>SBE</b>	Sosyal Bilimler Enstitüsü
<b>TGC</b>	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
<b>TGS</b>	Türkiye Gazeteciler Sendikası
<b>TMSF</b>	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
<b>UNESCO</b>	Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Kurumu
<b>Ünv.</b>	Üniversite
<b>Yay.</b>	Yayını veya Yayınları

## TABLolar LİSTESİ

<b>TABLO ADI</b>	<b>SAYFA NO</b>
Tablo 1 : Normatif Medya Kuramları	13
Tablo 2 : ABD Pazarındaki Dünyanın En Büyük 15 Medya Devi	67
Tablo 3 : Holding, Banka ve Medya İlişkisi	73
Tablo 4 : Yazılı Basında Basın Kartı Taşıyan Gazeteci Sayısı	84
Tablo 5 : Görüntülü Basında Basın Kartı Taşıyan Gazeteci Sayısı	85
Tablo 6 : Medya ve İletişim Sektörlerinde İstihdam Senaryosu (1992-2010)	89
Tablo 7 : AB’de Medya Sektörü İle İlgili Mesleklerin 2002-2012 İstihdam Senaryosu	90
Tablo 8 : 18 Avrupa Ülkesinde Bağımsız Gazetecilerin Toplam Gazetecileri Oranı	94
Tablo 9 : Ç.S.G.B. İstatistiklerine Göre 2001-2006 Yılları Arasında Sektörde Çalışanların Sayısı ve TGS Üyeliği	108
Tablo 10 : Gazete, Radyo Ve Televizyon Kuruluşlarının Haber Birimlerinde Yasal Olarak Oluşturulması İstenen Asgari Zorunlu Kadro Sayıları	142
Tablo 11 : Kamu Yayıncılığı İçin Çalışan Bazı Organizasyonlar	155

## GİRİŞ

Çağdaş demokrasilerde, yasama, yürütme ve yargı organlarından sonra dördüncü güç olarak kabul edilen ve kamuoyunun yönetime katılım hakkını kullanabilmesinde önemli bir rol üstlenen basın, 21.yüzyılda büyük değişimler geçirmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu geleneksel basın işletmelerinin dev medya holdinglerine dönüştüğünü günümüzde, basın çalışanlarının çalışma ilişkileri de tüm boyutlarıyla değişmekte, gazetecilerin sahip olması gereken nitelikler artarken, fikir işçisi olarak istihdam edilme olanakları ise daralmaktadır.

Ülkemizde gazeteciler, diğer çalışanlardan farklı olarak 1952 yılında yürürlüğe giren Basın İş Yasası ile fikir işçisi olarak kabul edilmiş ve mesleğin gereklerine uygun çeşitli haklarla donatılmışlardır. 1961 Anayasası'nın ardından yürürlüğe giren 274 sayılı Sendikalar ve 275 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi, Grev ve Lokavt Yasaları ile de basın çalışanları, çalışma koşulları bakımından ileri düzeyde haklara sahip olmuşlardır. Belirtmek gerekir ki, diğer yandan gazeteciler, basın işletmelerinin hukuksal konumuna bağlı olarak, farklı yasal düzenlemelere tabidirler. Bu durum, ülkemizde gazetecilerin her zaman sorunlar yaşamasına neden olmuştur. Bununla birlikte, ancak 1980'li yıllara kadar Basın İş Yasası sayesinde önemli haklara sahip olan gazeteciler, 1980 sonrası dönemde ise başta istihdam, ücret ve örgütlenme konularında olmak üzere çalışma koşulları bakımından elde ettikleri birçok kazanımı kaybetmişlerdir.

1980'li yıllarda yaşanan ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeler sonucu basın sektöründe görülen sendikasızlaştırma süreci, gazeteciler için hak kayıplarının başladığı bir dönem olmuştur. Aynı dönemde, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin basın sektöründe kullanılmaya başlaması, sektörde büyük yatırımlar yapılmasını gerektirmiştir. 1990'lı yıllara kadar teknolojik olarak gelişmiş ülkelerle aynı standartlara ulaşan Türk basın sektöründe, haber üretimini gerçekleştiren insan

kaynağı olarak gazetecilere ise yeterli derecede yatırım yapıldığını söylemek mümkün olamamaktadır.

1990'lı yıllarda, farklı faaliyet alanlarındaki holdinglerin basın sektörüne girişi ile Türk basın sektörünün çehresi de tamamen değişmeye başlamıştır. Yeni teknolojilerin kitle iletişimi bakımından sağladığı olanaklar, basın sektöründe yatay, dikey ve çapraz tekelleşmenin de önünü açmıştır. Bu süreçte geleneksel basın işletmeleri; gazeteleri, televizyonları, internet siteleri, dağıtım ve reklam ağları ile dev medya holdinglerine dönüşmüş, kendisi de gazeteci olan eski basın işverenlerinin yerini ise bankacılıktan enerjiye, otomotivden beyaz eşyaya çok çeşitli alanlarda faaliyet yürüten medya sahipleri almıştır. Bununla birlikte, faaliyet alanlarının büyüklüğü, medyayı ülkede ve hatta dünyada yaşanan ekonomik değişimlere karşı da daha duyarlı hale getirmiştir.

Medyada yaşanan ciddi ekonomik krizler, basın çalışanlarının işsizlik, iş güvencesinden yoksunluk, sosyal hak kayıpları gibi birçok sorunla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Günümüzde de, basın çalışanları yasal haklarını yeterince kullanamamakta ve istihdam sorunu yaşamaktadırlar. Çoğulcu demokrasilerin vazgeçilmez unsurlarından biri olan basın sektöründe, kendisine önemli kamusal görevler atfedilen basın çalışanlarının çalışma koşulları, kuşkusuz toplumun geleceği açısından da önem taşımaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde basın, basın çalışanı ve basın sektörü kavramları yer almaktadır. Bu bölümde, basın çalışanlarının mevzuat karşısındaki durumu ile uygulamadaki yerleri de irdelenmiş, Türk basın tarihindeki gelişmelerle birlikte basın sektörü yapısal açıdan incelenmiştir. İkinci bölümde, hem dünyadaki gelişmeler hem de Türkiye açısından sektörün istihdam yapısındaki değişimin nedenleri üzerinde durulmuş ve bu değişimin gazeteciler üzerindeki etkilerine yer verilmiştir. Kamuoyu oluşturma ve kamuoyunu etkileme özelliği nedeniyle basın sektörü diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Bu nedenle, ikinci bölümde tespit edilen istihdam sorunlarının çözümüne yönelik önerilere yer verilen üçüncü bölümde ise; basın işletmeleri, basın çalışanları, sendikalar, devlet, iletişim fakülteleri ve sivil

toplum kuruluşlarının birlikte gerçekleştirebilecekleri çok yönlü çözüm önerilerine değinilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. TEMEL KAVRAMLAR

Gerek basın sektöründeki sahiplik yapısı, gerekse basın çalışanlarının ürünlerinin yazılı-işitsel ve görüntülü basında kullanılabilir olması nedeniyle, aşağıda basın, basın çalışanı ve basın sektörü kavramları genel bir bakış açısı ile incelenecektir.

#### 1.1.1. Basın Kavramı

##### 1.1.1.1. Tanımı

Basının başlıca hammaddesi ve kağıdın ilkel şekli olan papirüsün bulunması, ardından 1440'da modern baskının temelini atan Johann Gutenberg'in hareketli harf baskısını içeren matbaayı icadı ile gelişmeye başlayan gazetecilik<sup>1</sup> ve basın, günümüze büyük değişimler geçirerek ulaşmıştır. Bu nedenle, basın kavramını öncelikle basın ve yayın kavramları ile birlikte açıklamak gerekmektedir.

Sözlük anlamı ile basın; gazete, dergi gibi belirli zamanlarda çıkan basmaların hepsine, yayın ise; gazete, kitap gibi okunacak şeylerin basılıp dağıtılması veya dinlenip görülecek şeylerin radyo, televizyon aracılığıyla yayılmasına denmektedir<sup>2</sup>. Tarihsel gelişimi sonucu içeriğinin değişmesi, basın kavramını dar ve geniş anlamıyla karşımıza çıkarmaktadır. Geniş anlamda basın; belirli zamanlarda basılıp, her çeşit haberi ve fikirleri topluma ulaştıran tüm yayın ürünlerine denilmektedir. Dar anlamda basın ise, sadece gazete ve dergileri yani mevkuteleri<sup>3</sup> kapsamakta ve diğer basın ürünleri bu kavramın dışında kalmaktadır. Basın için en belirgin özellik; belirli zamanlarda basılmak ve yayınlanmaktır.

---

<sup>1</sup> Muhammet İSPİRLİ, **Medya Gerçeği ve Haberciler**, Akçağ Yayınları, Ankara, 2000,s.16.

<sup>2</sup> Basma: basmak eylemi, gazete, dergi, kitap gibi basılarak hazırlanmış şeyler anlamındadır. Bkz., Ali Püsküllüoğlu, **Çağdaş Türkçe Sözlük**, Milliyet Yayınları A.Ş., İstanbul, 1985, s.97.

<sup>3</sup> Mevkute, belli zaman aralıklarıyla çıkan, başka bir deyişle süreli yayınlara denmektedir. Bkz., 5680 sayılı Basın İş Yasası 3.md.



Yayın ürünleri içinse bu özellik söz konusu değildir. Böylece basın; haberleri ve fikirleri toplama, değerlendirme, işleme ve başkalarına ileterek kamuoyu oluşturma sanatını mümkün hale getiren yazılı kitle haberleşme aracı olarak tanımlanabilir<sup>4</sup>.

Adını bu işte kullanılan baskı makinesinden alan ve basma ve yayma anlamına gelen (Presse) basım sanatı, basın kavramı içinde yalnızca yazılı basını kapsamakta, radyo ve televizyon gibi diğer haberleşme araçları bu kavram dışında kalmaktadır<sup>5</sup>. Oysa günümüzde, basın ve yayın terimi kitle iletişim aracı anlamında bir arada kullanıldığı zaman gazeteler, dergiler ve kitaplarla birlikte, radyo, televizyon ve internet gibi tüm haber araçlarını da kavrayan bir kavram kastedilmektedir<sup>6</sup>.

Toplumun tümünün ya da önemli bir bölümünün alıcı konumunda olduğu kitlelere yönelik iletişim, “kitle iletişimi”; bunu sağlayan araçlar (gazete, kitap, televizyon, sinema, dergiler, afişler vb.) ise “kitle iletişim araçları” olarak adlandırılmaktadır. Bir başka deyişle, yazılı, görüntülü ve sözlü basını da kapsayan, İngilizce’de “mass media” olarak tanımlanan terim, Türkçe’ye “kitle iletişim araçları” olarak çevrilmektedir.<sup>7</sup> Türkiye’de özel radyo ve televizyonların 1990’larda kurulup yayılmasıyla birlikte media<sup>8</sup> kelimesi konuşma dilimize uygun olarak dönüşmüştür. Böylece, daha önce “basın-yayın” olarak ifade edilen sektörün adı ülkemizde “medya” şeklinde kullanılmaya başlanmıştır ve yazılı-sözlü-görüntülü basını tanımlamaktadır.<sup>9</sup> Bu bağlamda klasik anlamda basın; haber ve bilgi vermek, eğitmek ve oyalamak gibi temel görevleri olan, sürekli gelişen basılı bir kağıttır.<sup>10</sup> Ancak, teknolojik gelişmelerle birlikte aynı görevleri üstlenen araçların çoğalması, gelişmesi ve farklılaşması, basın kavramı yerine yeni arayışlara neden olmuş ve

<sup>4</sup> M. Nuri İNUGUR, **Basın ve Yayın Tarihi**, Der Yayınları, İstanbul, 2002, s.19.

<sup>5</sup> İNUGUR, a.g.e.,s.23.

<sup>6</sup> Oya TOKGÖZ, **Temel Gazetecilik**, (Temel), İmge Yayınevi, Ankara, 2003,s.65.

<sup>7</sup> Mehmet SAĞNAK, **Medya-Politik**, Eti Kitapları Yayınevi, İstanbul, 1996, s.43.

<sup>8</sup> “Media”, aslı Latince olan çoğul bir kelimedir. Tekili ise “medium”dur. Medium temelde; ara, orta gibi anlamlara gelmektedir. Bkz., SAĞNAK, a.g.e.,s.43.

<sup>9</sup> İSPİRLİ, a.g.e.,s.11-12.

<sup>10</sup> Sencer GÜNEŞSOY, **Gazeteciliğin Temel İlkeleri ve Tekniği**, Altuğ Ofset, Ankara, 1979, s.12.

kamuoyunun da yaygın kabulü ile basın ve medya kavramları aynı anlamda kullanılmaya başlanmıştır.

Yazılı basın tanımını basın kavramının üstlendiği daha geniş anlamdan ayırarak yapmak gerekirse yazılı basın; kamuoyunu ilgilendiren çeşitli güncel konulara ilişkin yorumlu ya da yorumsuz haber ve bilgi veren günlük ya da süreli yazılı kitle iletişim aracıdır. Yüzlerce tanımı yapılan gazete için M.Zekeriya Sertel, “Gazete bir aynadır. Gazeteci, cemiyeti, bütün istekleri, bütün dertleri ve kederleri bu aynaya yansıtır” derken, Pierre Dayoner gazeteyi, “en dayanıksız sebze ve meyvelerden daha çabuk değerini ve tazeliğini kaybeden bir mal” olarak nitelmiştir<sup>11</sup>.

Bu tanımların ardından basının unsurlarına ve çeşitli basın ya da daha yaygın deyimle medya kuramlarına değinmek, basın kavramının incelenmesi bakımından yararlı olacaktır.

#### **1.1.1.2. Unsurları**

Basın kavramı üç önemli unsuru içermektedir. Bunlar; amaç, işlev ve araç unsurlarıdır. Basın faaliyetlerinin belirli amaçlar için gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade eden amaç unsuru; kamuoyuna haber verme, kamuoyunu eğlendirme, etkileme ve eğitime vb. şeklinde ortaya çıkmaktadır. İşlev unsuru ise, hedeflenen amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için basının haber ve fikirlerin toplanıp değerlendirilmesi ve kamuoyuna iletilmesi gibi hususları yerine getirmesi gerekliliğini ifade etmektedir.

Basının bu işlevleri yerine getirirken sahip olduğu hareket serbestliğini, düşünceyi açıklama özgürlüğünün tayin ettiği işlev unsuru kapsamında değerlendirmek gerekir. Basın kavramını oluşturan unsurlardan üçüncüsü olan araç unsuru ise, basının gazete, dergi, radyo, televizyon gibi araçlar olduğunu belirtmektedir.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> İNUĞUR, a.g.e., s.22.

<sup>12</sup>Nuray Gökçek KARACA, Türkiye’de Basın Çalışanlarının İş İlişkileri ve Sorunları, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000, s.4.

Öte yandan, basının var olmasını sağlayan amaçlarına ulaşmak için yerine getirmesi gereken temel işlevler şöyle sıralanabilir<sup>13</sup>:

1) Haber verme işlevi: Basının kamusal görevlerinin başında, temel işlevi olan “haber verme” işlevi gelmektedir. Basın için hak da olan bu görev, haberde somutluk-gerçeklik-doğruluk ilkelerinin yerine getirilmesiyle gerçekleşir. Kitle iletişim araçları içinde en uzun geçmişe sahip olan gazetelerin temel görevi en iyi, en çarpıcı, en geniş, en yeni ve etkili haberleri en doğru biçimiyle okuyucuya vermektir.

2) Denetim ve eleştiri işlevi: Demokrasilerde basının en önemli kamusal görevi, tüm kamusal yaşantının kontrolü ve eleştirisidir. Siyasal iktidarların icraatlarını takip edip, araştırıp, eleştiriler getirerek kamuoyunu bilgilendirmek konusunda toplumsal bir görevle donanmıştır.

3) Kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma işlevi: Basının toplumsal bir kurum olma özelliği nedeniyle sosyal sorumlulukları, bu sorumlulukla birlikte ticari kazancın ötesinde bir görevi ve toplumun iletişim kurumu olması nedeniyle önemli işlevleri bulunmaktadır. Bunlar bir bütün haline geldiğinde basın, yöneldiği kitle üzerinde dolaylı yada dolaysız, olumlu yada olumsuz, az yada çok oranda bir etkileme, yönlendirme ve saptama gücüne sahiptir.

4) Kültürel işlevi: Basının kültürel işlevi iki grupta ele alınabilir. Bunlardan ilki basının “eğitime-öğretme” işlevi, ikincisi ise “eğlendirme” işlevidir. Bu iki alt işlevden biri, gazetenin izlediği politikaya göre ağırlık kazanabilir. Örneğin, ciddi politik gazeteler eğitim konusuna ağırlık verirken; bulvar gazeteleri magazin konularına ve dedikodu-eğlendirme haberlerine daha çok yer ayırabilirler. Bir ülkenin kültürel altyapısının oluşmasında çok önemli görevler üstlenen basın, ülkelerin kültürleri arasında da çok önemli bir bağıdır ve kültürlerin tanışmasına, karşılıklı etkileşime girmesine katkıda bulunur.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Ali Murat VAROL, **Yerel Basın ve Kamuoyu**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları, Eskişehir, 1999, s.73-95.

<sup>14</sup>Kazım KILINÇ, **Türk Basınında İstihdam ve Ücret Politikası**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1994, s.24.

Basın, işlevlerini yerine getirirken geniş kitlelere ulaşmakta ve eğlendirme işlevinden toplum adına siyasal iktidarları denetleme işlevine kadar her yönüyle kamuoyu oluşturmaktadır. Bu yönüyle, basının kamuoyu üzerinde yarattığı etkilere değinmeden önce kamuoyu kavramını açıklamak gerekmektedir. Kamuoyu kavramı, günümüz çağdaş toplumlarında sıkça kullanılan bir kavram olmakla birlikte; bu kavramın tanımı konusunda sosyologlar, sosyal psikologlar ve siyaset bilimciler arasında önemli görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu bağlamda, sosyologlar kamuoyunu grup olayı, sosyal psikologlar kişilerin dış çevrelerden aldıkları etkilere göre gösterdikleri psişik tepkiler, siyaset bilimciler ise kitle olayı olarak ele almaktadır. Buna göre Davson kamuoyunu, “toplumdaki kişi ve gruplar arasında bir değerlendirme, ortak gelişen bir tutum ve tavır oluşumu” olarak tanımlarken; Daver, “halkı ilgilendiren belirli bir mesele hakkında, belirli bir zamandaki genel yargı yahut kanaat” şeklinde betimlemiştir. Childs ise kamuoyunu, “anlaşma ya da tıpkılık derecesine bakılmaksızın belirli bir sorun hakkında açıklanmış olan görüşlerin toplamı” olarak değerlendirmektedir<sup>15</sup>.

Literatürde çok farklı tanımları bulunan kamuoyunun, teknolojinin gelişimiyle birlikte günümüzde basın ya da kitle iletişim araçları tarafından giderek daha çok etkilenmekte olduğu söylenebilir. Basının, işlevleri dolayısıyla kamuoyu üzerindeki etkilerini şu başlıklar altında toplamak mümkündür:

**Algılama Etkisi:** Algılama, algılanan uyarıcının ve algılayan kişinin bireysel özelliklerinin etkileşimiyle oluşur. Algılama modelinde, algılanan uyarıcıları bulunduran bir çevre (mekan) ve bu çevre içinde bulunan uyarıcıları algılayan bir birey vardır. Tek bir cümlenin söyleniş biçimi veya cümle öğelerinden birinin vurgulanışı bile algılamayı etkilediğine göre<sup>16</sup>, medyanın kendi istekleri ya da kendi tutum, kanaat ve değerlerine göre subjektif uyarıcı şekliyle yayın yaptığında, bu uyarıcıları alan birey ve toplumların yayınlar doğrultusunda etkilenip değerlendirmelerini de bu uyarıcıların etkisinde kalarak yapacakları söylenebilir.

---

<sup>15</sup> Metin IŞIK, Basının Kamuyou Oluşturma Fonksiyonu; Bir Örnek Olay Olarak 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri Sonrasında ANAP-RP Koalisyon Görüşmelerine Basının Yaklaşımı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1998, s.26-27.

<sup>16</sup> Doğan CÜCELOĞLU, **Yeniden İnsan İnsana**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000,s.78-89.

Günümüzde, yerel bir bilgiyi ulusal hatta uluslar arası birey ve toplumlara taşıyan medyanın, algılama sürecindeki etkisi olumlu yada olumsuz olabilmektedir<sup>17</sup>.

**Gündem Oluşturma Etkisi:** Günün en önemli ve kapsamlı haberini kamuoyu geneline ulaştırarak, aktardığı mesajla çoğunluğun ortak fikir ve kanaat oluşturmasına etki edecek haber şekli olarak tanımlanan gündemin oluşturulması, basının önemli amaçlarından biridir. Basın mensupları, kamuoyuna ne tür haberlerin ve eylemlerin ulaşip hangilerinin ulaşmayacağına karar veren kişi ve gruplar olma özellikleriyle, gündem hazırlamada etkili bir fonksiyona sahiptirler. Bu yönüyle basın mensupları, ellerindeki olay ve haberleri kendi gündemlerindeki önem derecesine göre seçerek ve denetleyerek, kendi istekleri doğrultusunda bir gündem ve bu gündeme bağlı bir kamuoyu oluşumunu sağlamaktadırlar<sup>18</sup>.

**Yansıma (Ayna) Etkisi:** Toplumda meydana gelen olayları ve kamuoyunun yapısını basın araçlarının aynen toplama sunmasına “yansıma etkisi” denmektedir. Bu teoriye göre medya haberlerinin fonksiyonu, bir aynadan bakıyormuşçasına toplumda olan her şeyi aynen yansıtmaktır.<sup>19</sup>

**Tutum ve Kanaatlere Etkisi:** Basın; yazılı, sözlü ve görsel propaganda<sup>20</sup> ile müdahale ya da etki ederek, birey ve toplumun tutum ve kanaatlerini, kendi yayınları doğrultusunda ve çoğunlukla hissettirmeden ikna etme ve değiştirme yoluna başvurmaktadır. Basın, yayın ve yayımlarıyla tutum ve kanaatleri etkileyerek kamuoyu oluşumu sağlamakta; oluşturulan kamuoyu da bireylerin tutum ve kanaatlerini etkilemektedir. Dolayısıyla, birbirini etkileyen sosyal bir iletişim döngüsü ortaya çıkmaktadır.<sup>21</sup>

Görüldüğü üzere, basının işlevleri kamuoyunu çeşitli şekillerde etkilemektedir. Bu noktada, basının hem toplumla ilişkisinin, hem de basının

---

<sup>17</sup> Orhan ALAV, **Kitle İletişim ve Yerel Medya**, Fakülte Kitabevi, Isparta, 2001, s.65-67.

<sup>18</sup> ALAV, a.g.e., s.71-74.

<sup>19</sup> ALAV, a.g.e., s.75.

<sup>20</sup> Propaganda; bir inancı, düşünceyi, doktrini vb. başkalarına tanıtmak, benimsetmek amacını güden faaliyetlerdir. Günümüzde en etkili propoganda medya tarafından yapılmakta ve siyaset, ekonomi, din, eğitim gibi alanlarda kamuoyu desteği sağlamada kullanılmaktadır. Bkz.,ALAV, a.g.e.,s.82.

<sup>21</sup> ALAV, a.g.e., s.76-78.

işlevlerini yerine getirmede bulunduğu ülkenin yönetim biçimi etkili olduğundan basın ve devlet ilişkisinin nasıl işlediğini açıklamaya çalışan kuramlar ortaya çıkmıştır. Bu kuramlar aşağıda incelenecektir.

### 1.1.1.3. Basın Kuramları

1950’li yıllarda televizyon henüz başlangıç evresindeyken daha çok yazılı basın ağırlıklı olarak ortaya çıkan “Dörtlü Basın Kuramı”, Fred S.Siebert ve arkadaşları tarafından gruplandırılmıştır. Bu normatif kuramlar, Otoriter Kuram-Liberal Kuram-Toplumsal (Sosyal) Sorumluluk Kuramı ve Sosyalist (Sovyet) Kuram şeklindedir.<sup>22</sup>

Kuramların incelemesine geçmeden önce belirtmek gerekir ki, basın analizinde kullanılan geleneksel dörtlü kuramdan otoriter kuram ve sosyalist kuram; liberal kuram ile de sosyal sorumluluk kuramı birbirlerine benzerlik gösterdiği için temelde iki grup olarak da ayrılmaktadır. Üçüncü dünya ülkelerinde ise, genel olarak ilk gruptaki kuramlar kapsamında yer alan farklı modeller görülmektedir. Çünkü basının ekonomik olanakları ve performansı, bu işleyişi çevreleyen felsefeye bağlıdır. Zaten dörtlü basın kuramı da, ekonomilerin işleyişini temel alarak ortaya çıkmıştır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında, ilk ve en tanınan medya sistemi sınıflandırması olan “Dörtlü Basın Kuramı” aşağıda incelenecektir:

**Otoriter Kuram:** Otoriter kuramın özünde, 16. yüzyıl İngiltere’indeki merkantalist<sup>23</sup> felsefe yatmaktadır<sup>24</sup>. Bu kurama göre basın, sadece otoritenin görüşünün iletilmesinde bir araçtır. İletişim araçlarının doğrudan siyasal erke bağlı

<sup>22</sup> Nejdet ATABEK-Erdal DAĞTAŞ, **Kamuoyu ve İletişim**, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1995, s.91.

<sup>23</sup> Merkantalizm, müdahaleci ve monoter bir doktrindir. Devletçiliği benimseyen bu görüşte devlet, iktisadi faaliyetleri belirlemeli ve yönetmelidir. Temel amaç para miktarını arttırmaktır ve milli servet değeri, değerli madenlerin çokluğuyla ölçülür. Bkz.,[www.ekodialog.com/Konular/merkantilizm.html](http://www.ekodialog.com/Konular/merkantilizm.html), Erişim: 08.02.2007.

<sup>24</sup> Peter J.S. DUNNET, **The World Newspaper Industry**, Croom Helm Publishing, London, 1988, s.17-18.

kılına adeta onun sözcüsü konumunda işlev gördüğü otoriter basın kuramı, tarihsel süreç içerisinde en uzun süre uygulanan kuram olma özelliğini taşımaktadır. İletişim alanındaki ilk düzenlemelerde egemen olan bu kurama göre, basının gerektiğinde zorla da olsa siyasi erke bağlanarak, otoritenin çıkarları doğrultusunda faaliyet gösteren bir araç olması söz konusudur. Yayın öncesi sansür, doğrudan kontrol, yazı işleri kadrolarını atama, rüşvet, korkutma, ağır vergiler uygulama, haber ve bilgi dolaşımına sınır getirme şeklinde belirginleşen kuram, bugün Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere çoğulcu demokrasiye geçememiş pek çok ülkede uygulanmaktadır<sup>25</sup>.

**Liberal Kuram:** Otoriter kurama bir tepki olarak, 17.yüzyıldan itibaren liberal anlayışın sosyal, siyasi, felsefi ve iktisadi temelleri üzerinde liberal kuram şekillenmeye başlamıştır. Rasyonel bir varlık olan bireyin kendisine sunulan iletiler arasından ayrıma giderek gerçeklere ulaşabileceğini ön gören liberal kuram, bireyin özgürlüklerinin sınırlanmaması halinde, kendi sorunlarını çözebileceğini varsaymaktadır<sup>26</sup>.

Öte yandan, demokratik sistemlerde siyasal sistemin sağlıklı işleminin teminatı olarak görülen basın organlarının haber ve bilgi verme, denetim, eleştiri gibi işlevlerini yerine getirmesi gerekmektedir. Ancak basının işlevlerinden saparak hükümet ve siyasilerin eylemlerinin eleştirel bir sorgucusu olmada yetersiz kalması, toplumsal süreç ve problemlerin basmakalıp haber ve yorumlarını sunması, tekelleşme eğilimleri, ilan-reklam verenlerle ilişkiler ve iletişim araçlarının rakiplere karşı bir şantaj aracı olarak kullanılması gibi hususlar liberal kurama yönelik eleştirilerin artmasına yol açmıştır<sup>27</sup>.

**Sosyal Sorumluluk Kuramı:** Liberal kuram başta devlet müdahalesini ön görmemesine karşın, kamu yararı ve diğer bireylerin haklarının korunması bağlamında zamanla müdahaleyi kabul etmiştir. Basının halka karşı sorumluluklarını

---

<sup>25</sup> Metin IŞIK, Normatif Medya Kuramları Çerçevesinde İletişim Alanının Düzenlenmesi: Türkiye'deki İletişim Düzeni Üzerine Teorik Bir Çalışma 1980-2001, (Normatif), (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2002, s.2 ve s.23.

<sup>26</sup> IŞIK, Normatif, a.g.e., s.24.

<sup>27</sup> IŞIK, Normatif, a.g.e., s.24-25.

ihmal etmesi ve liberal kuramın serbest düşünce pazarı oluşturma noktasındaki eksiklikleri, sosyal sorumluluk kuramının doğmasında rol oynamıştır. “Pozitif özgürlük” kavramından hareket eden sosyal sorumluluk kuramı, bireye özgür olduğunu söylemenin yetersiz olduğunu vurgulayarak, özgürlüğünü kullanabileceği ortam ve araçlarında sunulması gerektiğini ileri sürmektedir.<sup>28</sup>

**Sosyalist Kuram:** Özellikle 1917 devriminin ardından SSCB’de uygulanması nedeniyle Sovyet-Totaliter Kuramı olarak da adlandırılan kuram, basını komünist partinin siyasetinin gerçekleştirilmesi için, işçi sınıfının kontrolünde ve işçi sınıfının çıkarlarına hizmet eden bir araç olarak görmektedir. Bu kuram, SSCB’nin dağılmasından sonra tümüyle ortadan kalkmamış olup, Küba ve Çin gibi ülkelerde değişik uyarlamalarla uygulanmaya çalışılmaktadır.<sup>29</sup>

Aşağıda, Tablo 1’de dört kuramın özelliklerine karşılaştırmalı olarak yer verilmektedir:

---

<sup>28</sup> IŞIK,Normatif, a.g.e., s.3.

<sup>29</sup> IŞIK,Normatif, a.g.e., s.4.



**TABLO 1: NORMATİF MEDYA KURAMLARI**

KURAM:	OTORİTER	LİBERAL	SOSYAL SORUMLULUK	SOVYET-TOTALİTER
Gelişimi	16. ve 17.yy.'da İngiltere'de gelişti. Adapte edilerek bugün hala birçok yerde uygulanıyor	1688'den sonra İngiltere ve ABD'den uyarlanmıştır. Etkileri her yerdedir	20.yy.da ABD'de ortaya çıkmıştır	Naziler ve İtalyanlarca benzer şeyler yapılmakla birlikte Sovyetler Birliği'nde
Çıkış Noktası	Hükümdarın, hükümetin ya da her ikisinin mutlak gücü felsefesidir	Milton, Locke ve Mill gibi yazarlar, akılcılık ve doğal haklar.	Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu ve Uygulayıcıları	Marxist-Leninist-Stalinist düşünce ile Hegel ve 19.yy. Rus düşüncesi
Ana Hedefleri	Devlete hizmet etmek, hükümet politikalarını desteklemek ve iletirmek	Bilgi verme, eğlendirme, satış, fakat ana olarak gerçeğin keşfedilmesine yardım etmek.	Bilgi verme, eğlendirme ve satışın yanı sıra çatışmayı tartışmaya dönüştürme	Sosyalist sistemin başarılı olmasına ve varlığını sürdürmesine katkı sağlamak
Medya Kullanımı	Kralın izin verebileceği herkes	Ekonomik gücü olan herkes	Bir şeyler söylemek isteyen herkes	İşveren, sadık ve kesin inançlı parti üyeleri
Medya Denetimi	Hükümet; patent vererek, lisanslayarak, sansür ederek	Fikirlerin özgür pazarda kendi gerçeğini arama süreci olarak, mahkemeler tarafından	Kamuoyu, tüketici eylemleri ve profesyonel etik	Hükümet
Yasaklar	Siyasi mekanizmanın ve yönetimdeki görevlilerin eleştirisi	İftira, müstehcenlik, hayasızlık, savaş zamanında isyana teşvik	Hayati önemdeki sosyal konulara ve özel haklara ciddi tecavüzler	Parti amaçlarını eleştirmek
Medya Mülkiyeti	Özel veya kamu sektörü	İlke olarak özel sektör	Hükümet kamu hizmetini devralmadıkça özel sektör	Kamu sektörü
Diğerleri ile Farkları	Hükümete ait olma şartı olmamasına rağmen, medya devlet politikasını yürütme aracıdır	Toplumun diğer ihtiyaçlarını karşılama ve hükümeti denetleme aracıdır	Medya sosyal sorumluluğu olduğunu kabul etmeli, aksi takdirde birileri onu gözlemlemelidir	Mülkiyet devletindir ve bu araçlar devletin bir silahı olarak varlığını sürdürür

Kaynak: Fred S. SIEBERT, Theodore PETERSON and Wilburn SCHRAMM: Four Theories of The Press, University of Illinois Press.,Urbana, 1963, s.7'den aktaran IŞIK, a.g.e., s.17.

Dörtlü Basın Kuramı'na daha sonra iletişimbilimci Denis McQuail tarafından, gelişmekte olan ülkelerde basının kalkınma amacıyla kullanılabileceği düşüncesinden hareket eden “gelişme aracı kuramı” ve yeni iletişim teknolojileri ile birlikte basının karşılaştığı toplumsal sorunları irdeleyen “demokratik katılımcı kuram” da eklenmiştir. Demokratik katılımcı basın kuramı, özellikle özel mülkiyete dayalı kitle iletişim araçlarının ticarileşmesine, tekelleşmesine, sosyal sorumluluk normuna dayalı olarak oluşturulan kamusal yayıncılık kurumlarının merkezileşmesine ve bürokratikleşmesine karşı bir tepkinin kavramsal düzeyde dile getirilmesidir<sup>30</sup>.

Basın kuramları bağlamında Türkiye’de yazılı basının devletle olan ilişkisine bakıldığında, tarihsel gelişim sürecinde sırasıyla “otoriter”, “sosyal sorumluluk” ve “liberal” kuramların işlerlik kazandığı görülmektedir. Dünyadaki siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelere paralel olarak “demokratik katılımcı basın kuramı” ön plana çıkarken, Türkiye’de de yurttaşlık haklarına sahip çıkılması ve desteklenmesinde bu kuramın basın alanına uyarlanmasının sivil toplum açımları anlamında taşıdığı önem büyüktür.<sup>31</sup>

Öte yandan, bu kuramın en azından günümüz Türkiye gerçeğine uymadığı ve Türkiye’deki basın ortamının gelişmeci kurama daha yakın olduğu ileri sürülmektedir. Demokratik katılımcı basın kuramında; okur, dinleyici ya da izleyicinin ihtiyaç ve çıkarlarının ön planda tutulması, basının varlık nedeninin şirketler, gazeteciler ya da müşteriler değil; okuyucular, izleyiciler ve dinleyiciler olarak görülmesi, merkezi otoriteye tabi olunmadan tüm vatandaşlara, azınlıklara ya da alt kültür tabakalarına, etnik veya dini gruplara kendini ifade ve kendi medyasına sahip olabilmeye hakkı tanınması anlayışı vardır. Altschull’a göre ise, basın uygulamaları daima kuramdan farklı olmuştur. Çünkü, medya içeriği daima medyanın masraflarını karşılayan çıkarlara uygundur ve bu yüzden kaçınılmaz olarak güç sahiplerinin var olmasına, haber araçlarını kontrol etmelerine yardımcı olur.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> ATABEK, DAĞTAŞ, a.g.e., s.92.

<sup>31</sup> ATABEK, DAĞTAŞ, a.g.e., s.92-93; IŞIK, Normatif, a.g.e., s.7.

<sup>32</sup> J. Herbert ALTSCHULL, **Agents of Power: The Media and Public Policy**, Publisher Longman, New York, 1995, s.62-65.

## 1.1.2. Basın Çalışanı Kavramı

### 1.1.2.1. Genel Olarak

Basın çalışanı kavramına geçmeden önce, gazeteci, basın çalışanı ve medya çalışanı kavramları arasındaki farka değinmek gerekmektedir. Özünde gazete<sup>33</sup> kelimesinden türeyen gazeteci ile tarihsel gelişimi itibarıyla dar anlamdaki basın kelimesinden türeyen basın çalışanı arasında bir fark bulunmamaktadır. Ancak, önceki bölümde değinildiği gibi basın kavramı günümüzde yazılı-işitsel-görsel basının tümünü, dolayısıyla basın çalışanı kavramı da gazete, radyo, televizyon ve hatta internet sitelerinde gazeteci olarak görev yapan çalışanları kapsamaktadır. Öte yandan, bu anlamda daha geniş bir ifadeyle medya çalışanı kavramı da yaygın olarak kullanılmaktadır<sup>34</sup>.

İletişim kuramcısı O’Neil’e göre gazetecilik, “doğruyu söyleme mesleği” olarak tanımlanmaktadır. Gazeteci, toplumdaki olayları nesnel bir biçimde aktarmak, vatandaşları doğru bilgilendirmek ve eleştirel nitelikteki yurttaşların yaratılmasına katkıda bulunmak göreviyle karşı karşıya bulunmaktadır.<sup>35</sup> Tarihin görgü tanığı, gerçeğin takipçisi ve halkın gözü olmak, gücün kötüye kullanımına karşı denetim gazeteciliğın geleneksel rollerini belirtmek için kullanılan tanımlardır. Bunların arasında “watchdog”- bekçi köpeği/eşik bekçisi- deyimini ise, gazeteci ve gazeteciliği; kanuna aykırı veya umuma zararlı hareketlere karşı tetikte olan kimse veya makam olarak tarif etmektedir. Gazeteci; merak duygusunun, yurttaşların hak ve sorunlarına ilginin, ideallerin, kelimeleri sevmenin, her gün insanlığın yaşadığı olayları tarihe geçirme çabasının ve detaylara dikkat etmek konusundaki hünerin bir bileşkesidir<sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> XVI. yüzyılda Venedik’te halka son haberleri iletmek için basılan mevkutenin fiyatı bir “Gazzetta” yani bir metelikti. İşte bu günkü “La Gazette”, bizde “Gazete” adı bu kelimedenden gelmektedir. Bkz., Orhan Remzi YÜREĞİR, **Gazete ve Gazeteci**, Mars Matbaası, Ankara, 1969.

<sup>34</sup> Bununla birlikte gerek medya çalışanları içine gazetecilerin dışında, bu kurumların idari hizmetlerinde çalışanların da girmesi, gerekse medya kelimesinin Türkçe olmaması nedeniyle bu çalışmada tercih edilmemiştir.

<sup>35</sup> Atilla ÖZSEVER, **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, İmge Kitabevi, İstanbul, 2004, s.29.

<sup>36</sup> Allan R. ANDREWS, **Just What Is A Journalist?**, Pacific Stars and Stripes, Tokyo, 1997, s.3.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) ise gazeteciyi, “Düzenli bir şekilde günlük yahut süreli, yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital bir basın ve yayın organında; kadrolu, sözleşmeli yada telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar” şeklinde tanımlanmıştır.<sup>37</sup>

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ndeki bu tanım, uluslar arası belgelerde yapılan tanımlamalarla benzerlik göstermekte ve basın çalışanının istihdam alanı sadece günlük gazete ve mevkutelerle sınırlı olmamaktadır. Nitekim, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ) da gazeteciyi; asli, sürekli ve ücretli işi bir veya birkaç yazılı veya görsel-ışitsel basın aracına yazı yada fotoğrafla katkıda bulunarak gelirinin çoğunu bu çalışmasından sağlayan kişi” olarak tarif etmiştir.<sup>38</sup>

Öte yandan, gazeteciliğin tanımlanmasında da tam bir görüş birliği bulunmamaktadır. Bir yandan profesyonel gazeteci olabilmek için avukatlık ya da hekimlikte olduğu gibi mutlak bir eğitimin şart koşulmaması, bir yandan da asıl işi gazetecilik olmayan ve farklı bir alanda mesleki formasyona sahip kişilerin gazetecilik yapabilmesi bu tanıma güçleştirmektedir. Ayrıca, pek çok ülkede gazeteciliği tanımlayan ve çalışma koşullarını düzenleyen bir yasa bulunmamakta, gazeteciliği tarif eden uluslararası belgelerde ise görüş farklılıkları ortaya çıkabilmektedir.<sup>39</sup>

Örneğin Uluslararası Gazeteciler Federasyonu gazeteciliğin asli ve sürekli bir iş olduğunu vurgularken, Uluslararası Çalışma Örgütü’nün (ILO) tarifinde bu özellik yer almamaktadır. ILO, 1981 tarihli mesleklerin uluslararası standart sınıflamasında gazeteci, “Yazılı basında ya da benzer şekilde radyo ve televizyonda yayınlanmak üzere güncel olaylar hakkında bilgi veren, haber toplayan, röportaj yapan kişi” olarak ifade edilmektedir.<sup>40</sup> Yine ILO’nun 1988 tarihli mesleklerin uluslararası standart

---

<sup>37</sup> Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, **Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi**, TGC Yayını, İstanbul, 1998, s.13.

<sup>38</sup> G.BOHERE, **Gazetecilik Mesleği**, (Çeviren: Nurhan Süral), ILO Yayını, Ankara 1986, s.8.

<sup>39</sup> Rahmi YILDIRIM, “Medyada Emek Sermaye Çelişkisi”, Erişim: 29.06.2005, [www.sendika.org.tr](http://www.sendika.org.tr).

<sup>40</sup> ILO, ISCO-81 International Standart Classification of Occupations, Geneva, 1981, s.15.

sınıflandırmasında da gazeteci, “Gazetelerde ve süreli yayınlarda yayımlanmak veya radyo ve televizyonda yayınlanmak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren ve yorumlayan kişi” olarak tanımlanmıştır.<sup>41</sup>

Çeşitli tanımların ortak özelliklerini dikkate alarak bir tanımlama vermek gerekirse, basın çalışanını; yazılı işitsel, görsel veya dijital basında ücret karşılığı çalışan, düzenli olarak güncel olaylar hakkında haber ve bilgi toplayan, bunları değerlendiren, veren, yorumlayan, yazı veya fotoğrafıyla katkıda bulunan, kısaca haber ya da olayın meydana gelmesi ile bilginin son kullanıcıya (okuyucu-izleyici-dinleyici) ulaşması arasındaki tüm süreçlerde yer alan ve başlıca geçim kaynağı gazetecilik olan fikir işçisi” şeklinde ifade edilebilir.

Belirtmek gerekir ki, sadece genel tanımlamalarda değil, ülkemiz açısından mevzuat bakımından da gazetecinin tarifi ve iş ilişkileri konusunda birçok farklılıklar bulunmakta, bu durum hukuksal açıdan da tek bir gazeteci tarifi yapılmasını mümkün kılmamaktadır.

### **1.1.2.2. Mevzuat Bakımından**

Türkiye, gazeteciliği genel iş yasası dışında özel bir yasayla tanımlayan ve düzenleyen ender ülkelerden biridir. Örneğin, Almanya’da gazetecilik özel bir yasa ile düzenlenmemiştir ve gazetecilerin yasal konumları toplu sözleşmelerle belirlenmektedir. Danimarka’da gazetecilik yasayla değil geleneklerle düzenlenmiştir ve gazeteci sayılmak için Danimarka Gazeteciler Birliği’ne üye olmak gerekir. Hollanda, İngiltere ve Yunanistan’da da yasal bir düzenleme yoktur. Hollanda’da gazetecilik tamamen serbest bir iş niteliğinde olup, gazeteciler asıl işleri gazetecilik olmak şartıyla Gazeteciler Sendikası’na üye olabilmektedirler. İngiltere’de sendikaların verdikleri basın kartları mesleki kimlik yerine geçerken, Yunanistan’da gazetecilerin hukuki durumu toplu sözleşme ile belirlenmekte; sendika, gazeteci sayılabilmek için asıl geçim kaynağının gazetecilik olması koşulunu getirmektedir.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> ILO,ISCO-88 International Standart Classification of Occupations, Geneva, 1990, s.80-81.

<sup>42</sup> YILDIRIM, a.g.m.,s.2.

Dünyada basında çalışanlarla ilgili yasal düzenlemelerin temeli ilk kez 1766 yılında İsveç'te “Basın Özgürlüğü Yasası”nın çıkartılmasıyla atılmış, bunu 1920 yılında Avusturya'daki yasal düzenlemeler izlemiştir.<sup>43</sup> Gazeteciliğin özel ve toplumsal öneme sahip bir meslek olduğu 1928 yılında Uluslararası Çalışma Bürosu'nun, “Gazetecilerin Yaşam ve Çalışma Koşulları Üzerine” adıyla hazırladığı bir rapor ile vurgulanarak, gazetecilere özel bir statü tanımlanmasının zorunlu olduğu belirtilmiştir. Gazetecilerin özel konumlarını yasal bir düzenlemeyle belirleyen ilk ülkelerden biri de Fransa'dır. Fransa'da 1935 yılında kabul edilen “Gazetecilerin Profesyonel Statüsü Yasası (Le statut professionnel des journalistes)”, Türkiye'de gazetecilerin çalışma koşullarını düzenleyen temel yasa niteliğindeki Basın İş Yasası'na da modellik etmiştir.<sup>44</sup> Basında çalışanlarla ilgili ilk geniş kapsamlı yasal düzenlemeler arasında, 1955 tarihli Hindistan Çalışan Gazeteciler Hizmet Koşulları ve Çeşitli Hükümler Yasası da yer almaktadır.<sup>45</sup>

Türk mevzuatında ise, kime gazeteci denileceğine ilişkin belli başlı düzenlemelere, “5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa”, “5187 sayılı Basın Yasası” ve “Basın Kartları Yönetmeliği”nde yer verilmektedir. Ayrıca, herhangi bir basın kuruluşuna bağlı olmaksızın neşir mukavelesi ile çalışan gazeteciler ise 818 sayılı Borçlar Yasası kapsamına girmektedir.

#### **1.1.2.2.1. 5953 Sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa'ya Göre**

Kısaca Basın İş Yasası olarak da ifade edilen 1952 tarihli ve 5953 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa”, basın işlerinde çalışan gazeteciler ile bunların işverenleri arasındaki iş ilişkilerini, İş Yasası dışında ayrıca ve özel olarak düzenleyen ilk ve tek yasadır. Söz konusu yasanın şimdiye dek gördüğü en önemli değişiklik 212 sayılı Yasa ile

---

<sup>43</sup>Semra ATILGAN, **Gazetecilerin Korunması-Türk Basınında İstihdam Sorunları ve Çözüm Yolları**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:36, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul 1991, s.29.

<sup>44</sup>Mehmet Ali ŞUĞLE, “Basın İş Kanununa Göre Gazeteci Kavramı”, Erişim:27.03.2006, [http://www.istanbulbarosu.org.tr/komisyonlar/230202\\_chk\\_tebliğ.htm](http://www.istanbulbarosu.org.tr/komisyonlar/230202_chk_tebliğ.htm).

<sup>45</sup>BOHERE, a.g.e., s.4.

yapılanıdır.<sup>46</sup> Bu nedenle 212 sayılı Yasa olarak da bilinmektedir<sup>47</sup>. Yasanın 1.maddesi ilk fıkrasında “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” hükmüyle uygulama alanı belirtilmiş, ikinci fıkrasında ise, “Bu Kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir” hükmüyle gazetecinin tanımı yapılmıştır<sup>48</sup>. Yasada da yer aldığı gibi, gazeteci sayılmanın bazı unsurları bulunmaktadır.

Bu unsurlardan ilki, Türkiye’de yayınlanan gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda, haber ve fotoğraf ajanslarında çalışmaktır. Buna göre, bir yabancı ülkede yayınlanan gazete, mevkute, haber ve fotoğraf ajansının Türkiye’de bulundurduğu muhabir ya da temsilcileri, Türk vatandaşı olsalar dahi Basın İş Yasası hükümlerine göre gazeteci sayılmayacaklardır<sup>49</sup>. Öte yandan, Basın İş Yasası’nın gösterdiği uygulama alanı dışında, 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Yasa’nın 38. maddesi ile, radyo ve televizyon kuruluşlarının haberle ilgili birimlerinde çalışanlarda gazeteci sayılarak 5953 sayılı Yasa kapsamına dahil edilmişlerdir<sup>50</sup>. Ancak Basın İş Yasası’nın istisnalar başlığı altındaki 2. maddesinde ise, “Birinci maddenin şümulü dahilinde bulunup da devlet, vilayet ve belediyeler ve iktisadi devlet teşekkül ve müesseseleriyle sermayesinin yarısından fazlası bu teşekküllere ait şirketlerde istihdam edilen memur ve hizmetliler hakkında bu Kanun hükümleri uygulanmaz” denilerek, bu yasaya göre gazeteci sayılabilmek için özel hukuk hükümlerine tabi bir işletmede çalışılması gerektiği hükmedilmiştir. Zira 5953 sayılı Yasa, özel sektörde çalışan fikir işçilerinin haklarını korumak amacıyla hazırlanmıştır.<sup>51</sup>

---

<sup>46</sup> Tankut CENTEL, **İş Hukuku Cilt 1, Bireysel İş Hukuku**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1992, s.17.

<sup>47</sup> 13 Haziran 1952 tarihli ve 5953 sayılı Yasaya 1961 yılında 212 sayılı Yasa ile getirilen değişiklikler, basın çalışanlarını daha geniş haklarla koruma altına almıştır.

<sup>48</sup> Kabul Tarihi: 13/6/1952, Yayımlandığı R.Gazete Tarih: 20/6/1952 Sayı: 8140, Yayımlandığı Düstur : Tertip: 3 Cilt: 33 Sayfa: 1511.

<sup>49</sup> A.Can TUNCA, **Hukuki Yönden Basında İşçi-İşveren İlişkileri**, Evrim Yayınları, İstanbul, 1989, s.27.

<sup>50</sup> Kabul Tarihi: 13/04/199, R.G. Tarihi: 20/04/1994, R.G. Sayısı : 21911.

<sup>51</sup> Çetin ÖZEK, “Basın Hukukumuzda Göre Fikir İşçileri ile İşverenler Arasındaki Hukuki Münasebet”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C:28, İstanbul, 1962, s.67.

Basın İş Yasası'na göre gazeteci sayılmanın unsurlarından ikincisi ise, fikir ve sanat işlerinde çalışmaktır. Gazete, dergi gibi yazılı eser basan işletmelerde ya da haber veya fotoğraf ajanslarında çalışan yazar, muhabir, redaktör, fotoğrafçı, ressam, karikatürist, çevirmen, düzeltmen gibi gazetecilik mesleğiyle doğrudan ilgili, fikren çalışanlar, Basın İş Yasası anlamında gazetecidir. Öte yandan, bu çalışmanın gazetecilik mesleğine özgü bir sanatı da içermesi gerekir. Bu nedenle, gazete işletmesinin ilan, pazarlama, satış, personel, muhasebe bölümleri gibi yardımcı, teknik ve hizmet bölümlerinde çalışanların, sekreter ve daktilo ile uğraşan katiplerin, fikir işçisi olsalar da gazeteci sayılmaları mümkün değildir.<sup>52</sup>

Basın İş Yasası'nın 1.madde ikinci fıkrasında yer aldığı üzere, bu yasaya göre gazeteci sayılabilmenin bir diğer unsuru ise ücret karşılığı çalışmadır. Bu da, gazeteci ile işveren arasında bir hizmet akdi bulunması gerekliliğini göstermektedir. Nitekim Yasanın 4. maddesinde, "Gazeteci ile kendisini çalıştıran işveren arasındaki iş akdinin yazılı şekilde yapılması mecburidir" denilmekte ve mukavelede yer alacak hususlar açıklanmaktadır. Buna göre, işin nev'i, ücret miktarı ve gazetecinin kıdemi iş aktinde belirtilmek zorundadır. Ayrıca, yapılan işin türü ve ücret değişikliğinin mukaveleye yansıtılması zorunludur.

Gazeteci, geçimini esas itibarıyla işten aldığı bu ücretle sağlamalıdır. Ancak, geçimini sadece gazetelere günlük haber, fotoğraf, resim vb. satarak temin eden serbest gazeteciler bile<sup>53</sup> neşir mukavelesi ile çalıştıkları için 5953 Sayılı Yasaya göre gazeteci sayılmamaktadır.

212 sayılı Yasa ile değişik 5953 sayılı Yasa'ya göre gazeteci sayılabilmenin önemli bir diğer unsuru ise, İş Yasası'ndaki "işçi" tanımı dışında kalmaktır. Türkiye'de başkalarına bağlı olarak çalışanların mesleki ve sosyal haklarının yasal düzeni ilk olarak 8 Haziran 1936 tarihli ve 3008 sayılı İş Yasası ile sağlanmışsa da, bedensel çalışması fikri çalışmasına üstün ya da eşit olanları işçi sayan bu kanun fikir işçilerini, dolayısıyla gazetecileri de kapsamına almamaktaydı. 1949 yılında fikir işçilerinin durumunu düzenlemek için bir kanun tasarısı hazırlanmış, ancak

---

<sup>52</sup> TUNCA Y, a.g.e., s.31-32.

<sup>53</sup> TUNCA Y, a.g.e., s.37.



kanunlaşmamıştır. 5953 sayılı Yasa, basın iş kolunda çalışanlarla ilgili olarak yapılan ilk yasal düzenleme olmaktadır.<sup>54</sup>

Buna karşılık, basın işlerinde beden işçisi olarak çalışanların yaptıkları işler, İş Yasası'nın kapsamındadır.<sup>55</sup> Örneğin, basın işletmelerinin araçlarını kullanan şoförler, matbaalarında çalışan işçiler ya da depo veya yemekhane görevlileri gazeteci sayılamaz. Öte yandan, fiili olarak gazetecilik yapsa bile İş Yasası'na göre kadrolu olan bir kişi 5953 sayılı Yasa kapsamına giremez.<sup>56</sup>

#### **1.1.2.2.2. 5187 Sayılı Basın Yasası'na Göre**

Çeşitli tarihlerde üzerinde yapılan değişikliklere karşın 54 yıl boyunca yürürlükte kalan 1950 tarihli ve 5680 sayılı Basın Yasası, 9 Haziran 2004 tarihli ve 5187 sayılı Basın Yasası ile yürürlükten kaldırmıştır. 5680 sayılı Yasa'nın genel yaklaşımına göre bir çok yönüyle ileri adım olarak kabul edilen, ancak işçi-işveren ilişkileri boyutuyla çalışanlar açısından beklentileri karşılamayan yeni Basın Yasası'nda, yayın sahibi, sorumlu yazı işleri müdürü gibi sıfatlarla gazeteci sayılmak için taşınması gereken asgari koşullarda değişiklikler yapılmıştır.

Eski Basın Yasası'nda olduğu gibi, yeni Basın Yasası'nın da 5. maddesinde yer alan sorumlu yazı işleri müdürünün taşınması gereken asgari koşulları karşılaştırarak örnek verirsek;

- a. “Türk vatandaşı ve lise tahsili görmüş olmak” şeklindeki koşul yeni Basın Yasası'nda, “En az ortaöğretim veya dengi bir eğitim kurumundan mezun olmak” şeklinde değiştirilmiş ve Türk vatandaşı olma koşulu kaldırılmıştır. T.C. vatandaşı olmayanlar için karşılıklılık koşulu aranacaktır.
- b. “21 yaşını bitirmiş olmak” koşulu, yeni yasada 18 yaşına indirilmiştir.
- c. Türkiye'de ikametgah sahibi olmak ve devamlı oturmak,

---

<sup>54</sup>Nahide Gökalp KARABAY, Türkiye'deki Basın İşletmelerinde İstihdam Sorunları, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1993, s.48-50.

<sup>55</sup> CENTEL, a.g.e., s.17.

<sup>56</sup> Bu şekilde çalışan kişiye uygulamada taşeron gazeteci de denilmektedir. Taşeron gazeteci kavramında ayrıca incelenecektir.

- d. Kısıtlı veya kamu hizmetlerinden yasaklı olmamak, yeni yasada da aynen kalan koşullar olup,
- e. Eski Basın Yasası'nda "hırsızlık, sahtecilik, dolandırıcılık, hileli iflas, zimmet, yalan yere yemin etmek" gibi tek tek sayılan fiillerden mahkum olmamak" yerine 5187 sayılı yeni Yasada kısaca "Yüz kızartıcı suçlardan mahkum olmamak" koşulu getirilmiştir.
- f. "Devlet memuru, asker veya ordu mensubu bulunmamak (mesleki ve ilmi mevkateler<sup>57</sup> için bu şart aranmaz)" şeklindeki 5680 sayılı Basın Yasası'nda yer alan ve sorumlu yazı işleri müdürünün taşıması gereken asgari koşullardan birini ifade eden bu koşul, yeni Yasada yer almamaktadır. Böylece, "devlet memuru ya da ordu mensubu" olanlara da, gazeteci olmadıkları halde sorumlu müdürlük yapma yolu açılmıştır. Doğru olan, eskiden olduğu gibi, bu kişilerin kendi alanlarındaki meslekî yayınlarda sorumluluk üstlenmeleridir<sup>58</sup>.

Öte yandan, 5187 sayılı Yasa'nın 5.maddesine, "Sorumlu müdürün Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) üyesi olması halinde sorumlu müdürlüğü üstlenmek üzere müdür yardımcısı tayin edilir. Sorumlu müdür için bu Yasada yer alan hükümler, sorumluluğu üstlenen yardımcı için de geçerlidir" şeklinde bir fıkra eklenmiştir. "Sorumlu yazı işleri müdürünün TBMM üyesi olması" ifadesinin yasaya niçin girdiğini anlamak kolay değildir. Uygulamada, TBMM üyesinin yazı işleri müdürlüğü kâğıt üstünde kalacak ve sadece milletvekilinin adından veya konumundan yararlanmak için künyede adına yer verilmiş olacaktır. Bu da haksız rekabete yol açmanın yanı sıra, milletvekili dokunulmazlığı yüzünden hukukî açıdan da sorun yaratacaktır. Bu nedenle, milletvekili dokunulmazlığının yazı işleri görevinde geçerli olmayacağına ilişkin Anayasa değişikliği yapılması zorunlu hale gelmektedir.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup>5680 sayılı Yasa'nın 3. maddesinde yer alan "gazeteleri, haber ajansları yayınlarını ve belli aralıklarla yayınlanan bütün diğer eserler" mevkateler olarak tanımlanırken, 5187 sayılı Yasa'da bu tanım çıkarılarak yerine süreli yayın tanımı getirilmiş ve yaygın süreli yayın, bölgesel süreli yayın gibi daha kapsamlı ve Türkçe ifadelerle yer verilmiştir.

<sup>58</sup>solMeclis Medya Çalışma Grubu, Medya İzleme Raporu, Nisan-Haziran 2004, Erişim: 07.05.2005, [http://www.solmeclis.net/sm\\_izrap\\_medya\\_02.htm](http://www.solmeclis.net/sm_izrap_medya_02.htm).

<sup>59</sup>solMeclis Medya Çalışma Grubu , a.g.r., s.3-4.

Sürekli yayın sahibi sıfatını taşıyan gazeteciler içinde aynı koşullar geçerli olup, sürekli yayın sahibinin onsekiz yaşından küçük veya kısıtlı olması halinde kanunî temsilcisi, tüzel kişi olması halinde ise tüzel kişi temsilcisi hakkında da 5. maddenin ikinci fıkrasında belirtilen koşullar (Türkiye’de yerleşim yeri sahibi olmak ve devamlı oturmak vb.) aranır. Basın Yasası’na göre yayın organı sahibi olan bir kişinin, gazetecilik mesleği ile ilgisi olmasa da, Basın Kartları Yönetmeliği’ne göre gazeteci sayılabılmanın koşullarından olan sarı basın kartını alabilmesi ise kime gazeteci denileceği konusunda tartışma ve eleştirilere yol açmaktadır.

### **1.1.2.2.3 Basın Kartları Yönetmeliği’ne Göre**

9/8/1998 tarihli ve 23428 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Basın Kartları Yönetmeliği, 23/3/ 2001 tarihli ve 24351 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Basın Kartı Yönetmeliği ile değiştirilmiştir. 231 sayılı Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnameye dayanılarak hazırlanan 2001 tarihli Basın Kartları Yönetmeliği’nin amacını belirleyen 1. maddesinde ifade edildiği üzere; yerli ve yabancı yazılı, sesli ve sesli-görüntülü basın-yayın kuruluşlarının gazeteci çalışanları<sup>60</sup>, sürekli yayın sahipleri<sup>61</sup>, radyo-televizyon kuruluşlarının yönetim kurulu başkanları ve devlet enformasyon hizmetleri mensupları, basın mensubu olarak kabul edilmekte ve bu kişilerin basın kartları, Yönetmeliğin 3.maddesine göre Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından verilmektedir.

Basın Kartları Yönetmeliği’nde, TBMM Televizyonu’ndan TRT ve özel radyo televizyon kuruluşlarına, içeriği ve yayın periyodlarına göre ayrımı yapılarak tüm gazete ve dergilerden kamu görevlileri ile BYEGM ve bağlı birimlerine kadar çok detaylı tanımlarla hangi unvanlara basın kartı verileceği kontenjanları ile birlikte belirlenmiştir.

---

<sup>60</sup> Yönetmeliğin 3.maddesi r bendinde gazeteci; 5953 sayılı Yasa kapsamında fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlar olarak tanımlanmıştır.

<sup>61</sup> Yönetmeliğin 3.maddesi p bendinde yayın sahibi; Basın Yasası gereğince verilen beyannamede belirtilen gerçek kişi olarak tanımlanmıştır.

Gazeteci sayılmanın bir koşulu olarak kabul edilen basın kartı alabilmek için gerekli genel koşullar, Yönetmeliğin 4. maddesinde belirtilmiştir. Buna göre basın kartının;

- a. Yerli basın-yayın kuruluşlarının Türk uyruklu sahip ve mensuplarına, yabancı basın-yayın organlarının Türk uyruklu mensuplarına ve bu Yönetmelikte sayılan kamu kurum ve kuruluşlarının devlet enformasyon hizmetlerinde çalışan personeline,
- b. Gazetecilik dışında başka bir işinin bulunmaması şartıyla, yerli veya yabancı bir veya birkaç basın-yayın kuruluşu adına Türkiye’de mukim veya mukim olmamakla beraber görev alanı Türkiye’yi de kapsayan yabancı uyruklu gazetecilere, verileceği belirtilmektedir.<sup>62</sup>

Bu bağlamda, basın-yayın kuruluşlarının Türk uyruklu sahip ve mensuplarının basın kartı alabilmesi için aranacak nitelikler yönetmeliğin 5. maddesine göre şöyledir:

- a.18 yaşını bitirmiş olması,
- b. En az ortaöğrenim veya dengi bir eğitim kurumundan mezun olması,
- c.Kısıtlı veya kamu hizmetlerinden yasaklı olmaması,
- d..Ağır hapis, taaksirli suçlar hariç olmak üzere beş yıldan fazla hapis cezalarından biriyle veya yayın tehdidiyle para ve menfaat temini, hırsızlık, sahtecilik, dolandırıcılık, inancı kötüye kullanma, yalan yere şahadet, yalan yere yemin etmek, iftira, suç tasnii, resmi mercileri iğfal, müstehcen ve hayasızca yayın, fuhuşuyata tahrik, hileli iflas, zimmet, ihtilas, irtikap, rüşvet, istimal ve istihlak kaçakçılığı suçları dışındaki kaçakçılık suçlarından veya resmi ihale ve alım-satımlara fesat karıştırma veya 5680 sayılı Kanun’un ek birinci maddesinin birinci fıkrasında yer alan suçlar ile bu suçlara tahrik ve teşvikten hüküm giymemiş olması<sup>63</sup>,
- e.5953 sayılı Kanun hükümlerine uygun sözleşme yapmış olması,

---

<sup>62</sup>Önceki Basın Kartları Yönetmeliği uyarınca yabancı uyruklu gazetecilere mavi basın kartı, Türk uyruklu gazetecilere ise sarı basın kartı verilmekte iken, bu uygulama kaldırılarak tüm gazeteciler için sarı basın kartı uygulamasına geçilmiştir. Kartların görünüş olarak aynılaştırılması için yapılan eski kartların değiştirilmesi çalışmaları ise Basın-Yayın Enformasyon Müdürlüğü’nde sürdürülmektedir.

<sup>63</sup> Değişik: R.G..T: 2.6.2002 S: 24773.

f.Gazetecilikle birleşebilen işler dışında, resmi veya özel bir kuruluşa ücretli-ücretsiz görev almaması, anonim şirketler ve kooperatiflerde ortaklık hariç herhangi bir kuruluşun sahibi veya ortağı olmaması, şarttır.

Ancak Yönetmeliğin sadece 5953 sayılı Yasa kapsamındaki gazetecileri kapsamaması nedeniyle, 5. maddenin son fıkrasında “Basın kartı alacak günlük, haftalık ve onbeş günlük süreli yayın sahiplerinde, televizyon-radyo şirketi yönetim kurulu başkanlarında ve kamu görevlilerinde bu maddenin (e) ve (f) bentlerinde, aylık süreli yayın sahiplerinde (e) bendinde yer alan şartlar aranmaz” denilerek açıklama getirilmiştir. Öte yandan, Yönetmeliğin 40. maddesinde ise yabancı uyruklu gazeteciler hakkında düzenleme yapılarak; yabancı basın-yayın organlarını temsilen Türkiye’de yerleşik olarak faaliyet gösteren veya görev alanı Türkiye’yi de içine alan veya geçici olarak Türkiye’ye gelen veya Türkiye’deki yayın organlarında çalışan yabancı uyruklu gazetecilere, talepleri halinde basın kartı verilebileceği belirtilmiştir.

#### **1.1.2.2.4 818 Sayılı Borçlar Yasası’na Göre**

KKTC mevzuatında serbest gazeteci, gazetecilik mesleğini herhangi bir kurum veya kuruluşa bağlı olmadan, telif veya ücret karşılığı sürdüren, başlıca geçim kaynağı gazetecilik olan kişidir<sup>64</sup>. Türkiye’de ise serbest gazetecilik uygulaması müesseseseleşmiş olarak bulunmamakta, ancak serbest gazetecilik yapılmaktadır<sup>65</sup>. IFJ’ye göre de serbest gazeteci; tek bir işveren için çalışmayan, süreli sözleşme ilişkisine bağlı olarak esnek çalışma koşullarında bağımsız faaliyet gösteren gazetecidir<sup>66</sup>.

İş Yasası’nın kapsamı dışında kalan ve Deniz İş Yasası ile Basın İş Yasası gibi özel yasaların uygulama alanına girmeyen işlerde; söz konusu işlerin görüldüğü işyerleri ile buralarda çalışan işçilere ve bunların işverenlerine, Borçlar Yasası’nın

<sup>64</sup> KKTC Enformasyon Dairesi Kuruluş, Görev ve Çalışma Esasları Yasası Basın Kartı Tüzüğü, Yayınlandığı R.G.,S:105, T:17.9.1997.

<sup>65</sup> Süleyman UKAV, “Yerel Basının Sorunları”, **XI.Yerel Medya Eğitim Semineri**, T.C.Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Mayıs 2005, Erişim:27.10.2005, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr).

<sup>66</sup> IFJ, **World Survey: Social and Economic Status of Freelance Journalists**, IFJ, Geneva, 1999, s.3-5.

hizmet sözleşmesine ilişkin hükümleri ile genel hükümleri uygulanır<sup>67</sup>. Böylece, bağımsız çalışmaları nedeniyle söz konusu kanunların kapsamına girmeyen serbest gazeteciler, 818 sayılı Borçlar Yasası'nın<sup>68</sup> neşir mukavelesi (md.372) istisna akdi (md.355) veya vekalet akdi (md.386) hükümlerine göre çalışırlar ve eserlerini birden fazla işverene satabilirler.

Geçmişte öyle olmakla birlikte, serbest gazetecilik artık atipik bir çalışma biçimi değildir. Bazı gazeteciler geleneksel istihdam biçimi yerine tam zamanlı çalışma zorunluluğu olmaması ve serbest çalışma kuralları nedeniyle bu pozisyonu tercih etmektedirler. Ancak serbest gazeteciler, iş sözleşmeleri, gazeteci hakları ve profesyonel standartlar gibi temel konularda sorunlar yaşamaktadır. Öte yandan, serbest gazeteciler için geçerli olan esneklik koşulları, giderek artan bir ölçüde gazeteciliğin doğal çalışma biçimini oluşturmaktadır. Bu nedenle Avrupa Gazeteciler Federasyonu, kadrolu olarak çalışan gazetecilerin haklarını ve çalışma koşullarını savunmak için, bağımsız gazetecilik koşullarının en yüksek standartlara ulaşması amacıyla etkin olarak mücadele edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır<sup>69</sup>.

### **1.1.2.3. Uygulama Bakımından**

#### **1.1.2.3.1. Stajyer Gazeteci**

Stajyer gazetecilik mevzuata uyulduğunda kanuni bir gazetecilik türü olmasına karşın, yaygın olarak yasal düzenlemelere aykırı bir şekilde kullanılması nedeniyle uygulama bakımından yapılan ayırım kapsamında yer almaktadır. 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. Bir başka deyişle stajyer gazeteci kavramı, mesleki öğrenimin bir parçası olarak staj yapan öğrenciyi değil, mesleğe ilk girişte deneme süresi içinde olan gazeteciyi ifade eder. Yine yasanın 10. maddesi 1.fıkrasında değinildiği üzere, bu deneme süresi sadece

---

<sup>67</sup> CENTEL,a.g.e., s.48.

<sup>68</sup> Resmi Gazete: T: 29.4.1926 , S:359.

<sup>69</sup>The EFJ Freelance Right Expert Group,**International Freelance**, 2005, Erişim:04.04.2006, <http://www.ifj.org/default.asp?Issue=FREEELANCE&Language=EN>.

mesleğe ilk girişte söz konusu olmaktadır. Gazeteci işyeri değiştirdiğinde, yapılacak iş farklı olsa bile tekrar deneme süresine tabi tutulamaz<sup>70</sup>. Yapılan toplu iş sözleşmelerinde de korunan stajyer gazeteci sayısı, hiçbir surette sözleşmeli kadronun yüzde beşini geçemez<sup>71</sup>.

Ancak kurumlarda yaygın olarak mevzuata uyulmaması sonucu stajyer gazetecilik; staj sürelerini dolduran, serbest gazeteci olarak çalışmayan ama Basın İş Yasası'na göre kadroya da alınmayan gazeteciler için yıllarca kadrosuz çalışacakları bir dönemi ifade etmektedir.

#### **1.1.2.3.2. Kadrosuz Gazeteci**

Kadrosuz gazeteci, bir gazetede sürekli olarak ve sanki bir hizmet sözleşmesine bağlıymış gibi çalışıyor olmalarına rağmen, çalışma koşullarına uygun bir şekilde yasal olarak işveren ile aralarında hiçbir bir iş ilişkisi olmayan gazetecilere denmektedir. Kadrosuz gazeteciler uygulamada bazen hiç ücret almadan, bazen de “telifli çalışma” denilen ödemelerle sigortasız ve kadrosuz olarak istihdam edilmektedir<sup>72</sup>.

Belirtmek gerekir ki “kaşeli” de denilen kadrosuz gazeteciler basın çalışanları arasında en korunmasız gruptan birini oluşturmaktadır. İstihdam güvencesi ile sosyal haklardan tamamen yoksundurlar ve yıllarca bir gün kadroya alınacakları günü bekleyerek çalışırlar.

#### **1.1.2.3.3. Naylon Gazeteci**

Adından da anlaşılacağı üzere, naylon gazeteci gerçekte gazeteci olarak çalışmadığı halde Basın İş Yasası hükümlerine göre mevzuat bakımından gazeteci görünen kimselere denmektedir. Yasal olarak hiçbir dayanağı olmamasına karşın

---

<sup>70</sup> TUNCAY, a.g.e., s.39-41

<sup>71</sup> TGS –Anadolu Ajansı 2004-2006 Dönemi Toplu İş Sözleşmesi, Md. 18., Erişim: 22.11.2005, [www.tgs.org.tr/belgeler](http://www.tgs.org.tr/belgeler).

<sup>72</sup> sol Meclis Medya Çalışma Grubu, a.g.r., s.4.

Türkiye’de yaygın olarak uygulama alanı bulan naylon gazetecilik, kadrosuz gazeteciliğin tersi bir işleyişi içermektedir.

İşveren ile aralarında gerçekte hiçbir iş sözleşmesi ve dolayısıyla iş ilişkisi olmamasına karşın gazetenin kadrosunda çalışıyor görünen naylon gazeteciler, bazen sadece sarı basın kartı almak için günlük yayınlanan büyük gazetelerde işverenin eş, akraba veya tanıdıkları olan kişilerdir. Ancak bu uygulamanın asıl nedeni, Basın İlan Kurumu’ndan resmi ilan alabilmektir. Günlük olarak yayınlanan ve tirajı gerçekte birkaç yüzü bile aşmayan, aslında kendisi de naylon olan gazetelerde, Basın İlan Kurumu’nun yasal olarak tarif ettiği belirli bir tiraj ve belirli sayıda gazeteci çalıştırma zorunluluğunu aşmak için gerçekleştirilen bir uygulamadır. Bu şekilde, devletin resmi ilanlarından ve sarı basın kartı avantajlarından yararlanılmaktadır.<sup>73</sup>

#### **1.1.2.3.4 Taşeron Gazeteci**

5953 sayılı Basın İş Yasası’na göre hizmet sözleşmesi ile çalıştırılmaları gerektiği halde, daha önce 1475 sayılı İş Yasası’na göre, yasanın 2003 yılında değiştirilmesinden sonra da 4857 sayılı İş Yasası hükümlerine göre istihdam edilen gazetecilere uygulamada taşeron gazeteci denmektedir.

Diğer bir çok sektörde olduğu gibi, basın sektöründe de geniş bir uygulama alanı bulan taşeronlaştırma ile basın çalışanı basın iş kolu dışına çıkartılmaktadır. Bazen başkasına ait işyerlerinde bazen de basın işverenin kendisine ait başka işletmelerde İş Yasası kapsamında kadrosu yapılan basın çalışanı, böylece fiili olarak gazetecilik yapmasına karşın hukuken gazeteci sayılamamaktadır.

Bu uygulama ile Basın İş Yasası’nın kendisine tanıdığı yıllık izin, kıdem tazminatı gibi bir çok konuda haklarını kullanamayan gazeteciler, sendika üyesi de olmadıklarından toplu iş sözleşmelerinden doğan olanaklardan da yararlanamamaktadır. Gazeteciler için mesleklerini tanımlayan mevzuata göre

---

<sup>73</sup> KILINÇ, a.g.e., s.13.



kadrolu olmamanın en üzücü yanlarından biri ise, sarı basın kartı taşıma hakkına sahip olamamaktadır.<sup>74</sup>

### 1.1.3. Basın Sektörü Kavramı

Kelime anlamı olarak bir bütünün bölümü, kesimi anlamına gelen sektör, ekonomi dilinde ekonominin aynı özellikleri gösteren faaliyet bölümlerini ifade etmektedir. Ayrıca bir ekonomi üretimin niteliği yönüyle klasik olarak tarım, sanayi ve hizmetler sektörü olarak ayrılmaktadır.<sup>75</sup> Bu genel çatı altında sektörler kendi alt sektörlerini oluşturmakta, örneğin turizm sektörü, bankacılık sektörü, eğlence sektörü gibi alt sektörler hizmet sektörü kapsamında yer almaktadır. Bu yönüyle basın sektörü de üretiminin niteliği bakımından hizmet sektörü grubunda bulunmaktadır.

Öte yandan, her alt sektörde birçok işletmeden meydana gelmektedir. İşletme, insan gereksinimlerini karşılamak ve kar elde etmek amacıyla ekonomik mal ve hizmetleri üretmek veya pazarlamak için faaliyette bulunan bir örgüt<sup>76</sup> olarak tanımlanabilir. Ancak bu tanım sadece ticari işletmeleri kapsamakta olup, toplumsal kuruluşlar ise, kar amacından öte kamu hizmeti görmek amacıyla faaliyette bulunan kuruluşlardır. Bununla birlikte, bazı işletmeler kar amacı yanında toplumsal amaçlar içinde kurulmuş olabilirler. Nitekim, basın işletmeleri ticari işletme kimliği ile birlikte düşünce üreten ve kamu hizmeti gören işletmelerdendir.<sup>77</sup> Daha önce değinildiği üzere basının işlevleri nedeniyle kamu hizmeti vermesi bakımından, sadece birer ticari işletme olarak düşünülmesi basının varlık nedenleri ile de gelişmektedir.

Tüm bu kavramları bir araya getirdiğimizde, basın sektörünü “Haber ve bilgi vermek, eğitmek ve eğlendirmek gibi amaçlarla kurulan ve faaliyet gösteren basın

---

<sup>74</sup> Orhan ERİNÇ, “Medyadaki Sorunlar”, **VII.Yerel Medya Eğitim Semineri**, BYEGM Yayını, Ankara, 2001, s.18.

<sup>75</sup> Fisher ve Clark ekonomik alanı üç sektöre ayırarak tarım madencilik gibi temel faaliyet alanını birinci sektör, sanayi alanını ikinci sektör, ulaştırma, turizm, borsa, eğlence gibi hizmet alanını üçüncü sektör adıyla nitelemektedir. Bkz., Orhan HANÇERLİOĞLU, Ekonomi Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1986, s.226.

<sup>76</sup> Muammer DOĞAN, **İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 1998, s.6.

<sup>77</sup> Işık ÖZKAN, **Basım ve Basın İşletmeciliği**, Bilgehan İşletmecilik Yayını, İzmir, 1989, s.7.

işletmelerinin oluşturduğu, üretiminin niteliği bakımından hizmet sektörü grubunda, mülkiyet ve girişimcinin niteliği bakımından hem kamu hem de özel sektör grubunda yer alan ekonomik bir birim” olarak tanımlamak mümkündür. Dolayısıyla basın sektörünün bu ikili yapısı, kamusal alanda basın çalışanlarını koruyucu önlemlere gereksinim duyarken, ekonomi alanında da istihdam yaratmaktadır.

## **1.2. BASIN SEKTÖRÜNÜN YAPISAL AÇIDAN İNCELENMESİ**

### **1.2.1. Sektörün Niteliği**

Basın işletmelerinin niteliğini açıklamak bakımından öncelikle basın ve basım sektörü arasındaki farka değinmek gerekmektedir. Bir basın işletmesine özelliğini veren ürettiği malın fiziksel değeri değil, üzerindeki haber ve fikirlerdir. Üretilen bu hizmet, basın işletmelerini diğer işletmelerden ayıran temel özelliklerden biri olan gazetedir.

Basım işletmeleri ise üretim faaliyetleri sonucunda oluşturulan mamullerin fikir ve içerikleriyle ilgilenmezler, yalnızca baskı işini üstlenirler. Basım işletmeleri farklı baskı sistemlerini ayrı ayrı ya da birlikte kullanarak, standart tip ve belli hacimde olmayan, birbirinden farklı basılı mamullerin üretimini yapan endüstri işletmeleridir. Yazılı basın işletmeleri, basım işletmeleri ile birlikte yaşamak zorundayken, basım işletmeleri yazılı basın işletmelerinden bağımsız olarak varlıklarını sürdürebilirler.<sup>78</sup>

Basın işletmelerinin türleri ise, üretim araçlarının mülkiyetine, büyüklüklerine, üretim araçlarına, yönetim biçimlerine ve hukuki biçimlerine göre olmak üzere beş türde incelenebilir. Bunlara kısaca değinilecek olursa; basın ve basım işletmelerinin büyüklüğü çalışan sayısına, makine gücü ya da sermayesine göre, tipo ya da ofset sistemi gibi üretim araçlarına göre, kişi veya sermaye işletmesi

---

<sup>78</sup> Selecian DALBUDAK, Türkiye’de Basın İşletmeciliğinin Doğuşu ve Gelişimi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1996, s.5.

olması ile yönetim biçimine göre ayrıldıkları belirtilebilir. Basın işletmeleri, bir ticari işletme olarak da Türk Ticaret Yasası hükümlerine bağlıdır.<sup>79</sup>

Basın işletmeleri sahiplik yönüyle de kamu ve özel işletmeler olarak ikiye ayrılabilir. Sermayesinin bir bölümü devlet bir bölümü de gerçek kişi ve kurumlar tarafından sağlanan karma işletme şeklinde bir basın işletmesi henüz Türkiye’de bulunmamaktadır. Ülkemizdeki kamu işletmeleri statüsündeki basın kuruluşları şöyle sıralanabilir<sup>80</sup>:

- a. 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası ile kurulan, tarafsız, kamu tüzel kişiliği olan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu,
- b. Türk Ticaret Yasası hükümlerine göre kurulmuş, anonim şirket niteliğinde olan Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi,
- c. Başbakanlığa bağlı Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.

Özel işletmeler ise, sermayelerinin tamamı veya büyük bir bölümü özel kişilere ait olan işletmelerdir. Hukuki yapıları açısından basın işletmeleri de, diğer işletmeler gibi tek kişi işletmeleri ve ortaklıklar olarak gruplandırılabilir. Ancak, basın sektöründe büyük sermayeye gerek duyulmakta ve bu nedenle uygulamada basın işletmeleri genellikle anonim şirket şeklinde faaliyet göstermektedir.<sup>81</sup> Basın alanında özellikle 1980’lerle birlikte başlayan yoğunlaşma eğilimleri, 1990 sonrasında giderek güçlenmiş ve tekelci yapıları ortaya çıkarmıştır. 1970’li yıllarda basın alanında pazara serbest girişin olanaklı olmasına karşın, 1995 yılına gelindiğinde büyük sermaye yatırımı olmadan pazara giriş olanağının bulunmadığı görülmektedir.<sup>82</sup>

Basın işletmeleri, basının işlevlerini yerine getirmesinde araç unsurunu temin eder ve ticari olarak faaliyet gösterir ama, basına niteliğini veren, bu işletmelerin

---

<sup>79</sup> Şevket EVLİYAGİL, **Basın ve Basım İşletmeciliği**, Bilim Yayınları Serisi No:4, Ankara,1977, s.37-43.

<sup>80</sup> EVLİYAGİL, a.g.e., s.38.

<sup>81</sup> DALBUDAK, a.g.e., s.18.

<sup>82</sup> Burak ÇELİK, “Basında Tekelleşmenin Denetimi Sorunu: Dünyadan Örnekler ve Türkiye Uygulaması”, Mülkiye, C:26, S:233-235, Mart-Nisan 2002, s.119.

ürettiği ürün, yani temel olarak haberdur. Daha önce de değinildiği gibi, basının kamusal görevlerinin başında, temel işlevi olan “haber verme” işlevi gelmektedir. İngilizce’deki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden (NEWS) oluşan haber, her yönde meydana gelen olaylar olarak tanımlanmaktadır. İşlevinin çeşitliliği ve etkisinin yoğunluğu nedeniyle yüzlerce tanımı yapılabilen haber, gerçekleşen herhangi bir olayın kitlelere aktarılmasıdır.

Ancak bir olay, eylem ya da söylemin, diğerlerinden ayrılarak hedef kitlelere ulaşması, onun bir haber değerine sahip olmasına bağlıdır. Haber değeri ise genel olarak gerçeklik, yenilik, anlaşılabilirlik, önemlilik gibi kriterlerle belirlenmektedir. Ancak, neyin haber değeri taşıdığı basın kuruluşunun yayın politikasına göre değişebilmektedir.<sup>83</sup>

Diğer medya içeriklerinin aksine haber, her bireyin kesinlikle gereksinim duyduğu ve bir biçimde bu gereksinimini karşıladığı, çok yüksek tüketim devinimi olan bir içeriktir. Haberler; seçimi, değerlendirilişi ve sunuluş biçimleri ile bireyin düşüncelerini ve duygularını etki altında bırakabilmektedir. Hedef kitlenin kimliği, toplumun yaşam biçimi, gelenekleri, olayın niteliği, haberin kaynağının kimliği, haberin yayılmasını isteyen çıkarı, hükümetin tutumu, verilen bilginin özelliği, neyin gizli tutulduğu, ekonomik durumun halk üzerindeki baskısı, haberi etkileyen dış güçlerdir. Ürünü biçimleyen haber odasındaki güçler ise izlenen gazeteciliğin türü, uğraşa yönelik tutum, kitle iletişim aracının ve teknolojisinin türü, kurumun haberi yazanlara yönelik tutumu, zaman, yer ve ekonomik kısıtlar ise haberi etkileyen iç yapılarıdır.<sup>84</sup>

Sonuç olarak basına niteliğini teorik olarak ticari yönü değil işlevleri ve özellikle de kamusal sorumluluğu verse de, bu işlevleri yerine getirecek olan basın araçlarının mülkiyet yapısı, teknolojik ve etik olarak gelişmişlik düzeyi, siyasi kurumlarla ilişkileri ve toplumun yapısı da basın sektörünün niteliğine etki etmekte,

---

<sup>83</sup> Atilla GİRĞİN, “Haber”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:10, 2000, s.7.

<sup>84</sup> GİRĞİN, a.g.m., s.7.

basın sektörünün içinde bulunduğu durum ise doğrudan basın çalışanlarının iş ilişkilerini ve istihdamını etkilemektedir.

### 1.2.2. Tarihsel Gelişimi

Toplumsal bir varlık olan insanın iletişim ihtiyacı ve çevresinde olup bitenleri öğrenme merakı, tarihin ilk dönemlerinden itibaren haberleşme eylemini yaratmıştır. Haberleşme eyleminin en eski, en etkin ve en yaygın aracı ise, en yalın haliyle haberleri toplama ve yayma aracı olarak tarif edilebilen basındır. Bu yönüyle basının, ilk insan topluluklarıyla yaşıt olduğu söylenebilir. İlk çağlarda ateş dumanı ya da aletlerle ses çıkarma gibi işaretleşme yolu ile, daha sonra ezberi güçlü yaya veya atlı habercilerin gönderilmesi ile gerçekleştirilen doğrudan haberleşme eylemi, yazının icadı ile dolaylı haberleşmeye dönüşmüştür. Yazının ardından kağıdın ve matbaanın icadı ise kitle iletişiminde olanak sağlayan basının temelini oluşturmuştur<sup>85</sup>.

Bilgi taşıma işlevi gören haber kağıtları ve burjuvazinin ticari sorunlarını çözmesine yardımcı olan haber mektupları, gazetelerin öncüleri olarak 14. yüzyıldan itibaren Avrupa'da kullanılmaya başlanmıştır. İlk gazetelerin yayınlanması, özellikle Orta Avrupa'da ticaretin geliştiği, kentleşmenin yoğun olarak yaşandığı şehirlerde insanlara belirli ve düzenli aralıklarla bilgi sunma olanağı şeklinde ortaya çıkarken, yine Avrupa'da mutlak monarşilerle yönetilen, merkezi otoritenin hakim olduğu ülkelerde ise güçlü iktidar baskısı gazeteciliğin gelişmesini olumsuz etkilemiştir. 18. yüzyıla gelindiğinde ise Amerikan Bağımsızlık Savaşı ve Fransız İhtilali gazetelerin ve gazeteciliğin gelişim çizgisinde çok önemli değişimler yaratmış, basının özgür olması anlayışı Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi'ne ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'ne yazılı olarak girmiştir. Gazeteciliğin kuramsal çerçevesini oluşturan düşünce ve fikir özgürlüklerinin yazılı hale gelmesi, gazete ve gazeteciliğe özgü yöntem ve tekniklerin biçimlenmesine büyük ölçüde katkıda bulunmuştur<sup>86</sup>.

19. yüzyılda İngiltere'de Endüstri Devriminin başlaması ise, dünyada gazeteciliğe damgasını vurmuştur. Endüstri Devrimi ile sağlanan teknolojik

---

<sup>85</sup> İNUĞUR, a.g.e.,s.25-32.

<sup>86</sup> TOKGÖZ, Temel, a.g.e., s.58-59.

gelişmeler gazetelerin toplumsal ve teknolojik bir kurum olarak yerini almasını sağlarken, gazeteler sadece seçkinlerin okuduğu yayın organları olmaktan çıkıp halka dönük gazetecilik anlayışı ile geniş kitlelerin okuduğu gazetelere dönüşmüştür. Endüstri Devrimi ile bağlantılı olarak gelişen enformasyon devrimi ve bunların yanı sıra ulaşım ve iletişimdeki teknolojik devrimler ile insanlığın zaman ve yer üzerinde egemen olması, haber toplama, yazma, dağıtma olanaklarını geliştirmiştir. Gazeteciliğin temeli olan bilginin toplanması ve dağıtımını kolaylaştıkça gazete ve gazetecilik toplum içinde etkisini arttırmaya başlamış ve bu gelişmeler gazeteciliği bir mesleğe dönüştürmüştür.

Basın tarihinde 20. yüzyıldaki en önemli gelişme ise yazılı basın organları dışında çeşitli kitle iletişim araçları ile gazetecilik yapabilme olanağının doğmasıdır. 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren önce radyo, ardından televizyon ve 1970’li yıllardan itibaren bilgisayarın gazetecilik alanında kullanıma girmesi, geleneksel gazetecilik anlayışını değiştirmiştir<sup>87</sup>.

Basının bu tarihsel gelişimi içinde, dünyanın bilinen en eski gazetesinin 911 yılında Pekin’de yayınlanan King Pao olduğu öne sürülmektedir. İlk süreli yayın olarak gazete 1609’da Almanya Augsburg’da yayınlanan “Avisa Relation Oder Zeitung” dur. Daha sonra 1619’da Hollanda’da “Wettlycke Tijdinghe” yayınlanmış, bunu 1622 yılında ilk İngiliz gazetesi “The Weekly From Italy and Germany”, 1631’de ilk Fransız gazetesi “La Gazette” ve 1640’da Roma’da yayınlanan ilk İtalyan gazetesi “Gazetta Publica” izlemiştir. Bu gazeteler arasında Theophraste Reanudot tarafından yayınlanan La Gazette, belirli aralıklarla ve düzenli olarak yayınlanan ilk mevkute olma özelliğine sahiptir. İktidara yakınlığı sayesinde haberler ve ilanlar tekeli elinde bulunduran La Gazette, 1672 yılında Fransa’nın resmi gazetesi haline getirilmiş ve 1914 yılına kadar yayını sürdürmüştür<sup>88</sup>.

Büyük tirajlara ve satışlara dayanan gazetecilik ise, ancak 19.yüzyılda ortaya çıkmıştır. Avrupa’da gazeteyi ucuza satarak tirajını yükseltmek ve bu yolla okuyucuların sayısını çoğaltarak ilan fiyatlarını arttırma sistemini, 1836’da

<sup>87</sup> TOKGÖZ, Temel, a.g.e., s.60-61.

<sup>88</sup> İSPIRLİ, a.g.e., s.16-17; TOKGÖZ, Temel, a.g.e., s.58; İNUĞUR, a.g.e., s.59.

yayınladığı La Presse adlı gazetesinde ilk uygulayan Emile Girardin olmuştur. 1860'lardan itibaren ilan sisteminin büyük önem kazanması, Amerikan gazeteciliğinde büyük gelişmelere yol açmış, başta Amerika, Fransa ve İngiltere olmak üzere tüm dünyada ilan, satış ve abone olmak üzere üç büyük gelir kaynağına ve büyük tiraja dayalı gazetecilik doğmuştur. Büyük tiraja dayalı gazeteciliğin oluşumu ise, gazetecilik ve matbaacılık alanında büyük teknik icatların gerçekleşmesine imkan sağlamış ve ortaya gerçek bir endüstri çıkmıştır<sup>89</sup>. Nitekim günümüzde örneğin ABD'de gazetecilik 1710 günlük gazete, 7500 haftalık gazete ve 450 bin çalışanı ile en büyük üçüncü endüstridir. Ayrıca, 10.800 magazin yayını ve 9000 şirket yayını basın sektöründe yer almaktadır<sup>90</sup>.

19.yy.da artık gerçek kişiliğini bulmaya başlayan gazetecilik, iktidarların sansür ve baskıları ile karşılaşmıştır. Fransa'da sürekli değişen hükümetlerin sallantılı davranışları, Almanya'da Bismarck dönemi, tıpkı Napoleon döneminde olduğu gibi basının hükümet politikalarına araç olarak kullanılmasına yol açmış, bu duruma tepki olarak bir yandan fikir gazeteleri diğer yandan da bulvar gazeteleri ortaya çıkmıştır. Bu çağda, politikanın dışında kalan, halk yığınlarına eğlenceli yazılar ve heyecanlı havadisler vermekle yetinen, "Generalanzeiger basın tipi" olarak adlandırılan bulvar gazeteciliği Alman gazeteciliğinin başta gelen özelliği olurken, karşı cephede ise tümüyle demokrasi prensiplerine bağlı kalmakla ünlenen "Frankfurter Zeitung" bir fikir gazetesi olarak doğmuştur.

Yüzyıllar boyunca örnek bir fikir gazeteciliği yaratan ve en tipik örneği Times Gazetesi olan İngiltere'de de, aynı zamanda popüler gazeteciliğin en mükemmel örneği 1896 yılında "Daily Mail" ile ortaya çıkmıştır. İngiliz aristokrasisinin hor gördüğü gazetenin üzerinde, sahibi Lord Northcliffe ait olan, "Bir köpek bir insanı ısırırsa bu haber değildir; fakat bir insan bir köpeği ısırırsa, işte bu haberdir"<sup>91</sup> şeklindeki bakış açısı, okuyucunun farklı olana ilgisini çekmek bakımından günümüzde hala iletişim öğrencileri için örnek olarak verilmektedir.

---

<sup>89</sup> DÖNMEZER, a.g.e. , s.28.

<sup>90</sup> Shonan F.R., NORANHE, **Careers in Communication**, VGM Professional Series, Washington Publishing Co., Belmont, 1999, s.7-9.

<sup>91</sup> YÜREGİR, a.g.e., 1969, s.20-23.

Kimliğini bulan gerçek Amerikan basını ise, “Penny Press” ile ortaya çıkmıştır. Amerikan kolonilerinin bağımsızlığını ilan etmesinin ardından yaşanan büyük sınai, ekonomik ve sosyal gelişmelerin ardından işçi olaylarına, polis ve mahkeme haberlerine yer veren ve bu haberleri izlemek için ilk defa muhabir kullanan gazete 1833 yılında çıkarılan “The Sun” Gazetesi’dir. Gazetesini tek penny’ye satmaya başlayan Benjamin Day, böylece Amerika’da ilk ucuz ve popüler halk gazetesi’nin dolayısıyla “Penny Press’in doğmasına neden olmuştur<sup>92</sup>.

Belirtmek gerekir ki, basın tarihinde gazeteciliğin otorite tarafından baskı görmesi, ancak iktidarlar ile iyi geçinenlerin ayrıcalıklara kavuşması, bu zincirin dışına çıkmak isteyen basın işletmelerinin ucuz fiyatlı yüksek tirajlı gazete tipine yönelip ilanlar yoluyla gelir elde etmesi, fikir gazetelerinin ise her zaman düşük tiraj ve çok saygınlık kazanması tipik özellikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, ülkemizde de benzer bir gelişim izlemiştir.

İstanbul’un Türkler tarafından fethedildiği yıllarda Almanya’da icat edilen matbaanın, ülkemize 300 yıl sonra gelebilmesi, Avrupa’daki gelişmelere kıyasla basının ülkemizde ağır bir tempo ile gelişmesine neden olmuştur. Bu büyük gecikmenin nedeni genellikle dinsel dirençle izah edilse de, asıl neden ekonomiktir. O dönemde Büyük Osmanlı İmparatorluğu bünyesinde elle kitap yazarak geçinen binlerce insanın, matbaanın gelişiyile birlikte sıkıntıya düşecek olması, devrin aydını olan bu kişilerin dini kalkan ederek matbaaya karşı amansız bir mücadeleye girişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda, ilk Türk Basımevi resmen, ancak 1727 yılında İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuştur<sup>93</sup>.

Daha önce azınlıkların çıkardığı gazeteleri bir yana bırakırsak, ülkemizde basın tarihinin başlangıç noktası 1 Kasım 1831’de yayınlanmaya başlayan ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekayi olarak kabul edilmektedir. Adı bizzat II. Mahmut tarafından konulan ve devlet eliyle çıkartılan Takvim-i Vakayi, 2 Ocak 1928 tarihinde Resmi Gazete’ye dönüştürülmüş olup halen yayınlanmaktadır. Türkçe ikinci gazete ise, William Churchill tarafından 1840 yılında yayınlanan Ceride-i Havadis’tir. Ceride-i

<sup>92</sup> YÜREGİR, a.g.e., s.23; DÖNMEZER,a.g.e., s.27.

<sup>93</sup> EVLİYAGİL, a.g.e., s.12-13.



Havadis'in özelliği ise devletten destek görmesine karşın özel çaba ve sermayenin yer aldığı ilk Türkçe gazete olmasıdır. Ancak, özel teşebbüs tarafından ve Hazine'den yardım almadan 21 Ekim 1860'da Agah Efendi tarafından çıkarılan Tercüman-ı Ahval, bu yönüyle bir çok yazar ve düşünür tarafından Türk gazeteciliğinin başlangıç noktası olarak da kabul edilmektedir. Ardından 1862 yılında yazar İbrahim Şinasi tarafından çıkarılmaya başlanan Tasvir-i Efkâr ise, hürriyet düşüncesini yayması bakımından Türk basın tarihinde özel bir öneme sahiptir<sup>94</sup>.

Türk basın tarihi genel olarak, siyasal ve hukuki açıdan belirli olayların damgasını taşıyan beş döneme ayrılır. Bunlar:

- i. Tanzimat Dönemi Basını (1831-1876)
- ii. Birinci Meşrutiyet ve İstibdat Dönemi Basını (1876-1908)
- iii. İkinci Meşrutiyet Dönemi Basını (1908-1918)
- iv. Mütareke ve Kurtuluş Savaşı Dönemi Basını (1918-1923)
- v. Cumhuriyet Dönemi Basını'dır (1923 ve sonrası)<sup>95</sup>.

Türk basın tarihinin ayrıntılı değil fakat genel olarak günümüzle bağlantısını kurabilmek için cumhuriyet dönemi kısaca incelenecek olursa; bankalardan temin edilen sınırlı sermaye ile küçük basın işletmeleri kurulduğu görülmektedir. Yapı Kredi Bankası'nın kuruluşuna kadar, kredi alınabilecek tüm bankaların ya devlet bankası olması yada devlet kontrolünde çalışması nedeniyle, bir gazete için verilecek kredi için çoğu kez devletin görünmeyen kefaleti aranmaktadır. Bu durum, cumhuriyetin ilk yıllarında gazetecilikte devlet himayesinin doğal karşılanmasının en önemli nedenlerinden biri olmuştur<sup>96</sup>.

Böylece bankadan temin edilen küçük miktardaki asıl sermaye, aynı zamanda başyazar olan ve gazeteyi yayınlayan kişinin adına dayanmaktadır. 1960'lı yıllara kadar bu nedenle gazetelerin isimleri; Yunus Nadi'nin Cumhuriyet'i, Hüseyin Cahit

---

<sup>94</sup> İNUĞUR, a.g.e., s.172-193.

<sup>95</sup> İNUĞUR, a.g.e., s.174.

<sup>96</sup> Orhan BİRGİT, "MED 472: Issues In Journalism: A Professional Perspective-Ders Notları-1", s.9, Erişim: 17.04.2006, <http://gerilim.com/index.php?q=node/161>.

Yalçın'ın Tanin'i Sedat Simavi'nin Hürriyet'i veya Falih Rıfkı Atay'ın Dünya'sı gibi başyazarının ismi ile birlikte anılmıştır. Ancak tek sahipli gazete dönemi kısa sürmüş, düz baskıdan rotatif baskı sistemine ve teknoloji geliştikçe diğer yeni sistemlere geçişin maliyetleri arttırması, kağıt, mürekkep, klişe çinkosu gibi çoğunlukla dışalım yolu ile edinilen başlıca malzemeler için gerekli sermayenin büyümesi, basın işletmelerini de değiştirmeye başlamıştır. Özellikle çok partili yaşama geçişle birlikte, küçük işletmeler yerini orta boy şirketlere bırakmaya başlamıştır. Bununla birlikte, limited ya da kolektif ortaklıkların temel direği hala başyazarlardır<sup>97</sup>.

Hürriyet Gazetesi'nin 1950'li yıllarda Türkiye'nin her ilçesinde muhabir bulundurarak oluşturduğu haber ağı ile sadece Hürriyet Gazetesi'ne servis yapmak üzere ilk kez bağımsız bir anonim şirket kurarak Hürriyet Haber Ajansı'nı oluşturması, Türk basınında anonim şirket yapısını başlatmıştır. Dağıtım alanında da şirketleşmelerin görüldüğü basında; yeni basım ve dağıtım anlayışı tirajları arttırırken, tirajların arttırması kağıt sorununu, kaliteli kağıt ithalatı ise sıcak para ihtiyacını gündeme getirmektedir. İhtiyaçlara çare olarak lotarya ve promosyon uygulamalarının başlatıldığı bu dönemde birbiri ardına kurulan yeni şirketler, basının giderek holdingleşmesi sonucunu doğurmuştur.<sup>98</sup>.

Böylece önce 1980'li yıllarda holdingleşen Türk basını, 1990'lı yıllarda ise basına holdinglerin girmesi ile yeni bir boyut kazanmıştır. Sadece 250 adet basılan Takvim-i Vakayi'den Uzan Grubu veya Ciner Grubu gibi dev cirolarıyla holdinglerin basına girdiği son dönemlere kadar yaklaşık 175 yıllık Türk basın tarihinde, basın çalışanlarının istihdam koşulları ile özlük ve sosyal hakları ise sektördeki bu baş döndürücü gelişimin tersine bir seyir izlemektedir.

---

<sup>97</sup> BİRGİT, a.g.ç., s.8.

<sup>98</sup> BİRGİT, a.g.ç., s.11-14.

### 1.2.3. Toplumdaki Yeri ve Önemi

Montesquieu'nun 1748 yılında yayınlanan "Yasaların Ruhu" adlı kitabında ortaya koyduğu ve bugün parlamenter, çoğulcu demokrasi ile yönetilen ülkelerde rejimin dayanak noktasını oluşturan "kuvvetler ayrılığı prensibi"nin hareket noktası, yasama, yürütme ve yargı erklerinin birbirini denetleyerek devlet mekanizmasının işlerliğini sağlamak ve yozlaşmasını önlemektir. Bağımsız ve tarafsız basının asıl görevi ise, bu üç gücün dışında bir kontrol mekanizması olarak yönetilenler adına yönetenleri kontrol etmektir. Bu nedenle, basın dördüncü güç olarak da ifade edilmektedir<sup>99</sup>.

Demokratik rejimlerde medyanın iki temel işlevinden söz edilmektedir. İlk işlevinde dördüncü güç kavramıyla medyaya, demokratik siyasal sistem içinde kendi başına halkın gözü ve kulağı olan, doğruyu ve haklıyı temsil eden, siyasal iktidarı denetleyen ve gözetleyen, toplumun üretim ilişkilerinin belirleyiciliğinden bağımsız ideal bir görev atfedilir. Medyanın yerine getirmesi beklenen ikinci işlev ise, farklı görüş ve düşüncelere yer vererek "serbest düşünce pazarı"nın oluşmasına katkıda bulunmaktır. Medya bu işlevini ancak serbest rekabet koşullarında, kamusal yayıncılığa da olanak sağlandığı durumlarda ve medya sektöründe tekelleşmenin engellendiği ortamlarda gerçekleştirebilir<sup>100</sup>.

Gerçekten, basının kendisine atfedilen toplumsal rolünü yerine getirebilmesi için basın özgürlüğüne gereksinim vardır. Fransız İhtilalinin mimarlarından Robespierre'nin özgürlük bildirgesinde de, "Basın özgürlüğü beyan edilen tüm özgürlüklerin ayrılmaz bir parçasıdır ve beyan edilen tüm özgürlükler ona bağlıdır. Her ikisi de doğal olarak kutsaldır. Ancak toplum için gerekli olan basın özgürlüğünün tam ve limitsiz olması gerekir. Aksi takdirde varolmaz" denilerek, özgürlüklerin ve basın özgürlüğünün olmadığı yerde demokrasinin olamayacağını belirtilmiştir<sup>101</sup>. Batı ülkelerinde, özgürlük mücadelelerinin başladığı andan itibaren

<sup>99</sup> Suat GEZGİN, **Medya ve Eğitimde Birikimlerim**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2002, s.28.

<sup>100</sup> Nejdet ATABEK, "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi", Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Kurgu Dergisi, S:19, 2002, s.230-232.

<sup>101</sup> Sandra B. HRVATIN, "Media Concentration, How Big a Threat to Pluralism and Independence?", European Parliament, s.1-2, Erişim:16.02.2006, [www.ifj.org/docs/intervention-hvatin.doc](http://www.ifj.org/docs/intervention-hvatin.doc).

basın özgürlüğünün bir numaralı özgürlüğü oluşturduğu ve bu sağlanmadıkça diğerlerinin teminat altında bulunamayacağı anlaşılmıştır<sup>102</sup>.

1971 yılında Münih'te onaylanan Avrupa Topluluğu Gazetecilerin Hakları ve Görevleri Konusundaki Bildiride, “Halkın olayları ve düşünceleri bilme hakkı, gazetecilerin görev ve haklarını doğurur. Gazetecilerin halka karşı olan sorumlulukları, özellikle işverenlerine ve kamu otoritelerine karşı sorumluluklarından önce gelir.” denilerek basın ve basın çalışanlarının toplumsal açıdan önemi belirtilmiştir<sup>103</sup>. Kitle iletişim araçlarının demokratik toplumlarda üstlenmesi gereken işlevler, UNESCO'nun 1980 yılında yayınlanan McBride Raporu'nda da<sup>104</sup> sekiz ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar; haber ve bilgi sağlama işlevini yerine getirmek, bireylerin toplumsal hayatın bir parçası olmalarına katkı sağlamak, toplumsal amaçları açıklayarak ve özendirerek bireylerin bu amaçlar etrafında çaba sarf etmesini sağlamak, düşünsel tartışma ortamı sağlamak, toplumun bilgi ve eğitim düzeyinin yükseltilmesi, kültürün geliştirilmesi ve kültürel mirasın korunmasında görev üstlenmek, bireylere iyi vakit geçirterek eğlendirmek ve bütünleştirme fonksiyonudur<sup>105</sup>.

Dünyanın her yerinden uluslararası ve bölgesel düzeydeki profesyonel gazetecilik örgütlerinin UNESCO himayesindeki danışma toplantıları McBride Raporu'ndan sonra da devam etmiş ve 1983 yılında kabul edilen “Profesyonel Gazetecilik Etiği Uluslararası İlkeleri” belgesinde de gazetecilerin toplumsal rolü 3, 4 ve 5.ilkelerde belirlenmiştir. Bu ilkeler özetle şöyledir<sup>106</sup>:

3. İlke: Gazetecinin sağladığı enformasyon bir meta değil, toplumsal bir değerdir. dolayısıyla gazeteci aktardığı enformasyon için sadece medyayı kontrol edenlere karşı değil, değişik çıkar gruplarından oluşan halka karşı da sorumludur.

<sup>102</sup> Sulhi DÖNMEZER, **Basın ve Hukuku**, Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1976, s.37.

<sup>103</sup> Zeynep ALEMDAR, **Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990, s.148

<sup>104</sup> İletişimle ilgili sorunların incelenmesi için kurulan uluslar arası McBride Komisyonu 1977-1979 yılları arasında toplanmış ve 1980'de “İletişim Araçlarının Temel İlkeleri Üzerindeki Bildirge” kabul edilmiştir.

<sup>105</sup> Hamza ÇAKIR, “Medya ve Etik”, **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, Editör: Metin Işık, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2004, s.129-130.

<sup>106</sup> Kaarle NORDENSTRENG, “Değişim Sürecindeki Profesyonellik: Gazetecilik Etiği”, (Çeviren Süleyman İRVAN), Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, S:4, 1997, s.1,4 ve 8.

4. İlke: Gazetecinin toplumsal rolü, onun yüksek dürüstlük ilkelerine sahip olmasını gerektirmektedir. Dürüstlük anlayışı gereği gazeteci rüşvet alamaz veya toplum yararına aykırı özel çıkarları ilerletmek için çaba harcamaz.

5. İlke: Mesleğin doğası, gazetecinin, halkın enformasyona erişimini ve medyaya katılımını savunmasını gerektirmektedir.

Tüm demokratik toplumlarda böylesine ağır sorumluluk altında bulunan gazetecilerin, yüklendikleri toplumsal görevlerini en iyi şekilde yapmaları gerektiği açıktır. Ancak, bu sorumluluğun yerine getirilebilmesi için her anlamıyla özgür bir çalışma ortamı içinde bulunmaları gerekmektedir. Bu yönüyle vurgulamak gerekir ki, basın çalışanlarının nitelik olarak eğitim ve birikim seviyeleri, istihdam koşulları, ekonomik olanakları ve sosyal güvenceleri açısından buldukları düzey, sadece basın çalışanlarını değil genel olarak tüm toplumu etkilemektedir.

Ülkemizde de, basın özgürlüğü her şeyden önce Anayasa ile güvence altına alınmıştır. 1982 tarihli Anayasamızın 26-27-28 ve 29.maddelerinde; düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti, süreli ve süresiz yayın hakkı ve basın hürriyeti açıklanmış, 28.maddesinde, “Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz” hükmü ile basın özgürlüğü açık bir şekilde belirtilmiştir<sup>107</sup>.

Ancak basın, işlev unsurları arasında yer alan basın özgürlüğü sayesinde gerçekleştirebildiği toplumsal görevi dışında ekonomik olarak da toplumsal bir öneme sahiptir. Gazeteleri, dergileri, radyo ve televizyonları, internet siteleri ile günümüzde dev bir sektöre dönüşen basın sektörünün, toplumda önemli bir istihdam da yarattığını vurgulamak gerekir. Ayrıca ekonomik açıdan medya kuruluşları arasındaki rekabet, kamu sorunları üzerine görüş çeşitliliğini teşvik ettiğinden önemli bir işleve sahiptir. Sermaye, hükümet ve baskı grupları tarafından etkilenmeyen, bağımsız ve güçlü medya kuruluşları değişik görüş açılarını gündeme getirme yeteneğine ve arzusuna sahiptir.

<sup>107</sup> Mahmut İhsan ÖZGEN, **İnsanlık ve Sosyal Boyutuyla Basın Meslek Ahlakı ve Yasalar**, Filiz Kitabevi, İstanbul 1994, s.157-159.

Medyada farklı görüş açlarına yer verilmesi, kamuoyunda tartışmanın ve fikir alışverişinin sürmesini, bu da vatandaşların sürekli bilgilendirilmesin olanaklı kılar. Bilgilendirilmiş vatandaşların karşılıklı tartışma ve görüş açıklaması yoluyla ortaya çıkan kamuoyu görüşü sayesinde de hükümet ve belirli karar mekanizmaları kamuoyu görüşleri doğrultusunda yönlendirilir. Böylece halkın kendi kendini yönetme ilkesine dayanan demokrasi fikri meşruiyet kazanır<sup>108</sup>.

Teorik düzlemdeki bu bakış açısı, basının ikili yapısı nedeniyle uygulamada farklılıklar gösterebilmektedir. Gazeteciliğin ikili imajına uyan ve her biri diğerinin tamamen zıttı olan çift yönlü bir gerçeklik söz konusudur. Gazetecilik bir yandan da, piyasa ekonomisi içinde büyük bir oyuncu olarak kar yapmaya çalışan bir endüstridir. Gazeteciler ise, bu endüstri içinde sadece geçimlerini sağlamaya çalışan birer işçidir. Diğer yandan gazetecilik bir hekim titizliğiyle doğru davranış ve tavırların sürekliliğini gerektiren, etik prensiplere bağlı profesyonel bir meslektir. Meslekleri gereği kamuoyu çıkarlarını gözetmelidirler. Birbiriyle çelişik bu iki gerçekliği tanımlamak ve analiz etmek ise giderek daha da güçleşmektedir<sup>109</sup>.

Ancak özünde birer ticari işletme olmaları sonucu piyasa kurallarının geçerli olduğu medya sektöründe, sermaye yoğunlaşması veya tekelleşme eğilimlerinin artması nedeniyle bu kuruluşların belirli ellerde toplanması, demokratik siyasal sistemin sağlıklı bir şekilde işleyişi adına önemli riskleri de beraberinde getirmektedir<sup>110</sup>.

---

<sup>108</sup> N.ATABEK, a.g.m., s.231.

<sup>109</sup> Andrew .BELSEY, "Journalism and Ethics-Can They Co-exist?", **Media Ethics**, Edited by Matthew Kieran, London, 1998, s.3-5.

<sup>110</sup> N.ATABEK, a.g.m., s.231-232.

## İKİNCİ BÖLÜM

### BASIN SEKTÖRÜNÜN İSTİHDAM YAPISINDAKİ DEĞİŞİM VE BASIN ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

#### 2.1. BASIN SEKTÖRÜNDE İSTİHDAM YAPISINI DEĞİŞTİREN TEMEL FAKTÖRLER

##### 2.1.1. Genel Olarak

Basın sektörünün genel olarak yapısını değiştiren faktörler aynı zamanda sektördeki istihdam yapısının farklılaşmasında da etkilidir. Türkiye’de basın sektörü ve basın çalışanlarının yaşadığı sorunlara kaynaklık eden yapısal değişimlerin ise, ağırlıklı olarak dünyadaki gelişmelerden kaynaklandığı söylenebilir. Aşağıda, öncelikle sektördeki değişimin nedenleri genel olarak incelenecek, ardından bu değişimlerin Türkiye’deki yansımaları ile ülkemize özgü diğer faktörlere yer verilecektir.

##### 2.1.1.1. Küreselleşme

###### 2.1.1.1.1. Küreselleşme Kavramı

En genel anlamıyla “dünyanın tek bir mekan haline gelmesi süreci” olarak tanımlanan<sup>1</sup> küreselleşme, temelde ulaşım ve iletişim maliyetlerini inanılmaz ölçüde azaltmaktadır<sup>2</sup>. Günümüzde, toplumsal değişimleri incelemek için anahtar bir kavram olarak kullanılan küreselleşme, “uluslararası mal ve hizmet ticaretinin artması, doğrudan yabancı yatırım ve kısa dönemli sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, çokuluslu işletmelerin oynadıkları rolün değişmesi, üretim ağlarının uluslar arası çapta yeniden organizasyonu, teknolojik yeniliklerin, özellikle bilgi

---

<sup>1</sup> D.A. KING, **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, (Çeviren:H.Yolsal, G. Seçkin), Bilim ve Sanat Yayını, Ankara, 1998, s.29.

<sup>2</sup> Joseph E. STİGLİTZ, **Küreselleşme Büyük Hayal Kırıklığı**, Plan B Yayıncılık, İstanbul, 2002, s.31.

teknolojisinin ivme kazanarak yaygınlaşması ve kuralsızlaştırmanın benimsenmesi ile dünya ekonomisinin bütünleşmesi süreci” olarak<sup>3</sup> ifade edilebilir.

1980’li yıllara kadar sıklıkla telaffuz edilmeyen, gerek tanımı gerekse başlangıcı konusunda çeşitli çevrelerde tartışmalara neden olan küreselleşmenin, özellikle son çeyrek yüzyılda enformasyon teknolojilerinin ve telekomünikasyonun gelişimi ve yaygınlaşması, bilgi ekonomisinin öne çıkması, dünyada yaşanan neo-liberal politikaların yükselişi ve çokuluslu sermayenin yeni pazarlar arayışı ile hız kazandığı söylenebilir.

Küreselleşmeye yaklaşımları şüpheciler ve radikaller olmak üzere ikiye ayıran Gidens’e göre, refah devleti anlayışı ve sosyal politika uygulamalarının sürmesini isteyen şüpheciler, küreselleşmeyi serbest piyasa taraftarlarının ortaya attığı bir ideoloji olarak görmekte, radikaller ise dünya ticaret hacmi, finans ve sermaye akış düzeyindeki daha önce görülmemiş düzeydeki artış nedeniyle gerçek bir değişim olarak kabul etmektedir<sup>4</sup>. Ancak tüm farklı görüşlere karşın ILO’nun tespitiyle günümüzde küreselleşme; yeni teknolojiler, yeni ekonomik ilişkiler, aralarında hükümetler, uluslararası örgütler, işletmeler, işgücü ve sivil toplum kuruluşlarının da bulunduğu ulusal ve uluslararası çok geniş bir politika yelpazesi tarafından yönlendirilmektedir<sup>5</sup>.

Uluslararası ticaretin yaygınlaşması ve modern sanayi örgütlenmelerinin ulus aşırı veya çok uluslu karakterinin belirginleşmesi ulusal ekonomilerin önemini azaltırken, küresel ekonomiyi geliştirmektedir. Belirtmek gerekir ki, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu ekonomideki küreselleşmenin en yoğun

---

<sup>3</sup> Zeki ERDUT, **Küreselleşme Bağlamında Uluslar arası Sosyal Politika ve Türkiye**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir,2002, s.1-2.

<sup>4</sup> Mehmet ZENCİRKIRAN, “Küreselleşme: Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, “İş Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C:3, S:1, 2001, Erişim:06.08.2006, <http://www.isguc.org/memet2.htm>.

<sup>5</sup> Oğul ZENGİNGÖNÜL, “Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?”, Siyasa, ESİAD Yayını, S:1,Bahar 2005, s.91.



yaşandığı alan ticari değil finansal küreselleşme olmuştur. Emeğin dolaşımı ise, küreselleşmenin en sınırlı düzeyde gerçekleştiği alan olarak dikkat çekmektedir<sup>6</sup>.

Ticaretin serbestleşmesi ve sınırların kalkması sonucu firmalar için coğrafi pazarın dünya pazarı haline gelmesi, rekabeti de küresel düzeye çıkarmış, şirketler de daha büyük pazar payı edinmek ya da ayakta kalabilmek için konularında uzman başka şirketlerle birleşmeye başlamışlardır<sup>7</sup>. Geçmiş XIX. yüzyılın ortalarına kadar dayanan ve II. Dünya Savaşına kadar kurumsallaştıkları bilinen çokuluslu işletmeler, rekabetin ve pazar payının öneminin artması ile 1990'lı yıllardan itibaren küreselleşmeyi hızlandıran faktörlerin başında gelmektedir<sup>8</sup>.

Yaşanan tüm bu gelişmeler sonucu küreselleşme; ekonomik büyüme, ülkelerin toplam yatırımları içindeki yabancı yatırımların payının yükselmesi, rekabet artışı sonucu mal ve hizmetlerin kalitesinde iyileşme, nitelikli işgücünün artması gibi ekonomik alanda olumlu etkiler yarattığı gibi, çalışma yaşamının da küreselleşme sürecinden etkilendiği belirtilebilir.

#### **2.1.1.1.2. Küreselleşmenin Çalışma Yaşamına Etkileri**

Siyasi ve iktisadi sistemlerin altyapısını oluşturan ve daha önce ulus devletin simgeleri arasında yer alan endüstri ilişkileri, küreselleşme sürecinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Uluslararası düzeyde sermaye hareketlerinin artması sonucu, işgücü, mal ve hizmet üretimi de sınırlar üstü genişleme göstermektedir. Sermaye hareketlerinin en önemli nedenlerinden birinin işgücü maliyetlerinin düşürülmesi olduğu göz önüne alındığında, çalışma hayatı da küreselleşme sürecine girmektedir<sup>9</sup>.

Çalışma ilişkileri alanında hemen her ülkede ortaya çıkan birçok temel değişiklikler söz konusudur. Bunların bir bölümü, üretimdeki, teknolojiye ve

---

<sup>6</sup> DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı-Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu (538), DPT Yayını, Ankara 2000, s.5.

<sup>7</sup> D.P.T., a.g.r., s.12.

<sup>8</sup> Gülşen Sarı GERSİL, "Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmelerin Çalışma İlişkilerine Etkileri", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi C:6 S:1, 2004, s.149.

<sup>9</sup> GERSİL,a.g.m., s.152.

istihdam yapısındaki değişikliklerle ilgilidir. Örneğin endüstrileşme sürecindeki her ülkede hizmet sektörü büyümekte, endüstri veya hizmet sektöründe daha ileri teknolojiler kullanılmakta, buna bağlı olarak niteliksiz işgücü istihdamı düşerken, nitelikli işgücü istihdamı artmaktadır. Öte yandan sermaye, mal ve hizmet dolaşımı küresel düzeyde gerçekleştikçe, emeğin de kullanımı küreselleşmekte, bu durum işgücü ve çalışma ilişkilerini etkilemektedir<sup>10</sup>.

Küreselleşen emek piyasası ve esnek işgücü kullanımı, çeşitli gelişmelere neden olmaktadır. Bunlardan ilki, işgücünde küresel, bölgesel, ulusal ve hatta işletme bazında kutuplaşma eğiliminin önem kazanmasıdır. Bilgi, uzmanlık ve nitelik açısından gelişmiş ve küresel çapta çalışma olanağına sahip “elit” işgücü ile niteliksiz ve giderek kendisine daha az ihtiyaç duyulan işgücünün bu bölünmesi; ucuz-pahalı emek, nitelikli-niteliksiz işgücü anlamında bir bölünme değil, dünyada küçük ve elit bir işgücü için koşullar gelişirken, büyük bir kesimin istihdam dışı kalmaya mahkum olması gibi çok daha derin bir bölünmedir<sup>11</sup>.

İşgücünün niteliğindeki bu temel değişme, beyaz yakalı işgücünün<sup>12</sup> kendi içinde farklı nitelikler taşıması, farklı işler yapması, farklı koşullarda çalışması nedeniyle çok daha karmaşık bir işgücü yapısı ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, hizmet sektörü içinde gazeteciden bilgisayarçıya, öğretmenden turizm elemanına kadar değişen birçok meslek grubu yer almakta ve bunlar arasında, farklı işkollarında çalışan endüstri işçisinden çok daha az ortak nokta bulunmaktadır. Ayrıca, bu işgücü içinde sözleşmeyle çalışanından kardan pay alana kadar değişen çok esnek bir istihdam biçimi ortaya çıkmaktadır<sup>13</sup>.

Küreselleşen emek piyasasının ve esnek işgücü kullanımının ortaya çıkardığı ikinci değişiklik ise kuralsızlaşmadır. Kuralsızlaştırma, ne ulusal düzeyde ne de

<sup>10</sup> Meryem KORAY, **Sosyal Politika**, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 2000, s.166.

<sup>11</sup> KORAY, a.g.e., s.168.

<sup>12</sup> Mavi ve beyaz yakalılardan sonra, küresel ekonomi ve bilgiye dayalı üretim alanları; “zeki, çok iyi eğitim görmüş, çok yönlü teknoloji bilgisine sahip, küresel düşünen, zihinsel esnekliğe sahip, ekip çalışmasına yatkın, inisiyatif sahibi, yaratıcı ve yer değiştirme özelliklerine sahip olan ve “altın yakalılar” olarak ifade edilen yeni bir işgücü tipini de ortaya çıkarmıştır.Bkz., Songül AKTÜRK, “İşgücünün Küreselleşmesi”, “İş-Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C:3, S:2, 2001, Erişim 19.11.2005, <http://www.isguc.org/songul1.htm>.

<sup>13</sup> KORAY, a.g.e.,s.170-171.

uluslar arası düzeyde kamu müdahalesinin istenmesi anlamını taşır. Yeni liberal ideoloji çerçevesinde ulusal düzeyde kamu müdahalelerinden, özellikle sosyal politika alanındaki müdahalelerden uzak, esnek bir yapılanmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum ise, sermaye ve emek arasındaki dengenin bozulmasına neden olmakta, çalışanları ulusal sınırlara bağlı kalırken, çokuluslu işletmeler küresel düzeyde yayılmaktadırlar<sup>14</sup>. Küreselleşmenin çalışma yaşamı ve endüstri ilişkilerine yansıyan diğer özellikleri ise şöyle sıralanabilir<sup>15</sup>:

- A) Ulus devletler, küresel sistemin yerel otoriteleri konumuna girmeleri nedeniyle, artık kendi sınırları kapsamındaki ekonomik faaliyet ve istihdam düzeylerini bağımsız olarak etkileyememekte, bunlar uluslararası hareketliliğe sahip sermayenin tercihleriyle belirlenmektedir.
- B) Özellikle artan uluslararası rekabetin beraberinde getirdiği yeni koşullar, önceliğin “eşitlikten”, “verimlilik” ve “rekabet edebilirlik” kavramlarına doğru kaymasına yol açmış ve bunun sonucu olarak eşitlikçi politikaların “altın çağı” da sona ermiştir.
- C) Küreselleşmenin ortaya çıkardığı sosyal politika sorunlarının en önemlilerinden biri de işsizliği arttırarak derinleştirmesidir.
- D) Atipik istihdam biçimleri yaygınlaşmıştır.

Yukarıda belirtilenlerin dışında, küreselleşmenin çalışma yaşamına getirdiği değişikliklerden biri de işçi-işveren ve devletin taraf olarak yer aldığı endüstri ilişkileri yerine insan kaynakları yönetimine olan ilginin artmasıdır. Heneman’ın tanımıyla, “Örgütsel amaçlara ulaşabilmek için, işletmedeki insan kaynaklarını en etkili ve verimli ölçüde harekete geçirecek faaliyetleri yürütmekten sorumlu birim” olan insan kaynakları yönetimi, esasen çokuluslu şirketlerin önemini arttırdığı bir oluşumdur. Çünkü çokuluslu şirketler, insan kaynaklarının etkili ve verimli kullanılmasında, her ülkenin sosyal, kültürel ve ekonomik yapısının farklı olması nedeniyle ulusal şirketlerden daha çok sorunla karşılaşmaktadır<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Z.ERDUT, a.g.e., s.14-18.

<sup>15</sup> H. Sami GÜVEN, **Sosyal Politikanın Temelleri**, Ezgi Kitabevi Yayını, Bursa, 2001, s.267-270.

<sup>16</sup> Ceyhan ALDEMİR, Alpay ATAOL., Gönül BUDAK, **İnsan Kaynakları Yönetimi**, Fakiülteler Kitabevi, İzmir, 2001, s.18 ve 21.

Öte yandan, endüstri ilişkileri sisteminde stratejik bir aktör konumuna gelen çokuluslu işletmeler, insan kaynakları yönetiminde, ulusal bağlamda geçerliliğini sürdüren endüstri ilişkileri kurum, kural ve usulleri ile çatışmaya yol açmaktadır<sup>17</sup>. Çokuluslu işletmelerin ucuz emek, yeni yönetim teknikleri ve yüksek teknolojiye dayalı üretim uygulamaları; artan rekabette üstünlük sağlama çabaları sonucu özellikle sendikalara bakış açısını olumsuz şekilde değiştirmiştir. İşletmelerin sendikasızlaştırma yönündeki tutumları ve küresel düzeyde artan işsizlik<sup>18</sup>, bireye önem veren ve çalışma yaşamını insancillaştırması beklenen insan kaynakları yönetimi felsefesine karşın çalışma yaşamındaki dengelerin çalışanlar aleyhine değişmesine yol açmıştır.

Küreselleşmenin yol açtığı sosyal gerilemeler giderek daha çok kaygı yaratmakta ve sürecin sosyal istikrar, istihdam, eşitlik ile çalışma normları üzerindeki etkisi pek çok uluslar arası kuruluşta tartışmaya konu oluşturmaktadır<sup>19</sup>. Sonuç olarak, küreselleşmenin liberal ekonomik düzenin uluslararası bir yansıması olduğu kabul edilirse, Türkiye gibi devletin ekonomik ve sosyal yaşamda daha yoğun bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde etkisini daha yoğun hissettirmekte<sup>20</sup> olduğu ve ekonomik alanda görülen olumlu gelişmelerin yanı sıra çalışma yaşamında olumsuz sosyal sonuçlara da yol açtığı ileri sürülebilir.

### **2.1.1.1.3. Küreselleşme ve Basın Sektörü İlişkisi**

Bugün bir gerçeklik olarak yaşamlarımızda yer alan küreselleşme sürecinin merkezine yerleştirilen kitle iletişim araçları, ortak kanıya göre hem küreselleşmeye neden olmakta, hem de yaşanan küreselleşme sonucu kendisi de giderek küreselleşmektedir. Öte yandan, konuya kitle iletişim araçları ya da medya yönüyle bakıldığında küreselleşme kavramı, “tekelleşme, sendikasızlaştırma, esnek istihdam,

---

<sup>17</sup> Tijen ERDUT, **İnsan Kaynakları Yönetimi ve Endüstri İlişkilerinde Değişim**, TÜHİS Yayınları, İzmir, 2002, s.29.

<sup>18</sup> GERSİL, a.g.e., s.154-156.

<sup>19</sup> Z.ERDUT, a.g.e., s.18.

<sup>20</sup> Mim K.ÖKE., **Küresel Toplum ve Türkiye**, Konrad Adenaur Vakfı Yayını, Ankara, 2001, s.46.

işsizlik, iktisadi ve kültürel emperyalizm gibi ekonomi-politik süreç ve olguların da” göz önüne alınmasını gerektirmektedir<sup>21</sup>.

Uluslararası ekonominin yeniden yapılandırılması ve ekonomik üstünlüğün sürdürülmesinde, enformasyonun rol ve önemi yadsınamayacak bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Enformasyon aktarımının en hızlı ve etkili yolunun ise, iletişim teknolojilerini kullanmaktan geçtiği göz önüne alındığında, iletişim teknolojileri ve dolayısıyla kitle iletişim araçları olmadan küreselleşmenin de olmayacağı söylenebilir<sup>22</sup>. Kuralsızlaştırma, yeni teknolojiler ve uluslararasılaştırmanın sektör politikalarını anlamada anahtar kavramlar haline dönüştüğü küreselleşme süreciyle birlikte, öncelikle ülkelerde iletişim alanında yapılan ulus aşırı bağlantılar ve yatırımlar teşvik edilmiştir. Böylece, niceliksel açıdan artan iletişim araçlarının kısa sürede yeni değerlerin aktarılmasında ve benimsetilmesinde etkin rol oynamasının önü açılmış, ulus-devletler gibi ulusal medya sistemleri de küreselleşme sürecinde telafisi zor yaralar almıştır<sup>23</sup>.

1980’li yıllara kadar, baskın oligopoller tarafından kontrol edilse de bir çok ülkedeki medya sektöründe dengeli sayılabilecek bir ortamdan söz edilebilir. Ancak artan küreselleşme, internet ve yeni iletişim teknolojileri bu ortamı etkilemiştir. 1980’lerde ve özellikle 1990’larda ortaya çıkan medya birleşmeleri, kontrol edilemeyecek bir rekabet korkusundan doğmuş, bu korku, yeni veya güçlendirilmiş ittifaklar oluşturmuştur. Öncelikle ABD’de bu ittifaklar özellikle film, televizyon, uydu-telefon, kablolu yayın gibi birçok alanı kapsayan ağ sahibi şirketler tarafından oluşturulmuştur<sup>24</sup>. Yeni haberleşme sistemleri alt yapı maliyetlerinin yüksekliği, ulusal sermayeler ile kurulan uluslararası ittifakların da yeni medya sistemleri etrafında çok çabuk bir şekilde kümelenmesine neden olmuştur<sup>25</sup>.

---

<sup>21</sup> Ümit ATABEK, “Global Medya-Bir Durum Saptaması”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Dergisi - Çağdaş, S:14, Ekim 2003, s.34.

<sup>22</sup> Metin IŞIK, “Globalleşme-Yerelleşme ve Medya”, Selçuk İletişim-Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, S:1, 2001, s.38.

<sup>23</sup> Metin IŞIK, “Küreselleşme ve Medya Sistemleri Üzerine”, **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, Eğitim Kitabevi, Konya, 2004, s.12-13.

<sup>24</sup> James CURRAN, “Global Media Concentration: Shifting the Argument”, Erişim:21.10.2005, [http://www.opendemocracy.net/media-globalmediaownership/article\\_37.jsp](http://www.opendemocracy.net/media-globalmediaownership/article_37.jsp).

<sup>25</sup> Dan SCHİLLER, **Digital Capitalism-Networking the Global Market System**, The MIT Press, London, 2000, s.66.

İletişimin hızlı küreselleşmesi kurumsal ve teknolojik olarak iki temel gelişmeyle birlikte ele alınabilir. İletişim, dağıtım, depolama ve iletim alanlarında gerçekleşen ve farklı iletişim faaliyetlerini birleştiren süreçler teknolojik gelişmeleri temsil ederken, birleşmeler, ele geçirmeler, şirket evlilikleri sonucu ortaya çıkan ve küresel ölçekte, üretim, iletim ve dağıtım alanlarında etkinlik gösteren dev iletişim örgütleri ise kurumsal gelişmeleri temsil etmektedir<sup>26</sup>.

Aslında, işgücüne ve sermayeye dayalı toplumlardan bilgi toplumuna geçiş doğal olarak homojen değil, karşıtlıklar içinde ilerlemektedir. Bu nedenle günümüzde, Baacke'nin formüle ettiği haliyle; bilgi ve ticaret otobanı (işlevsel ve bilişsel ağırlıklı), eğitim otobanı (töresel, öğrenmeye yönelik) ve eğlence sanayi otobanı (estetik amaçlı) olmak üzere yan yana ilerleyen üç veri ya da iletişim otobanından söz edilebilir. Ancak bu gelişmelerde sektör bakımından önemli olan, her üç otobanın da medyanın geniş caddesine açılmasıdır. Sonuç olarak küreselleşme süreci, iletişim araçlarının birbirine yaklaşmasına hatta kaynaşmasına neden olmakta, büyük medya kuruluşlarının merkezileşme sürecini hızlandırmaktadır<sup>27</sup>. Aşağıda, diğer yapısal etkenlerle birlikte bu sürecin ortaya çıkardığı Avrupa pazarı ağırlıklı belli başlı örneklerle yer verilmiştir<sup>28</sup>:

**Bertelsmann A.G. (Küresel Oyuncu)** : Avrupa'daki en büyük medya grubudur ve dünyadaki ilk on medya devi arasındadır. Çokuluslu hatta çok kıtalı bir medya grubu olan Bertelsmann A.G., finansal gücü sayesinde yeni pazarlarda baskın pozisyonlarını genişletme olanaklarına sahiptir. Sadece farklı coğrafik pazarlarda değil, farklı ürün gruplarında da sinerji yaratarak büyümesini sürdürmektedir.

Almanya hariç tüm Avrupa'da medya sektöründeki yatırımların %42.2'ne sahip olan Bertelsmann, Almanya'da % 29.7 ve ABD'de % 22 pay sahibidir. Yazılı basında; bünyesindeki 125 dergi ile Avrupa'daki en büyük dergi grubu olan

---

<sup>26</sup> Bünyamin AYHAN, Küreselleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü, (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2001, s.97.

<sup>27</sup> H.Jürgen LAUFFER, "Medyanın Globalleşmesi ve Kültürel Sonuçları", **Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik**, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara, 2001, s.41-44.

<sup>28</sup> Konuya ilişkin daha genel bir tablo ise küreselleşmenin yanı sıra medyadaki yoğunlaşmayı göstermesi bakımından tekelleşme bölümünde yer almaktadır.

Gruner+Jahr'ın % 79.4'ü, dünyanın en büyük kitapevlerinden olan Random House, cd-dvd vb üretimlerde dünyanın en büyük medya içeriğine sahip (250 alt ürün alanı) Arvato A.G., kırktan fazla ülkede takip edilen 31 televizyon ve 30 radyo istasyonu bulunan RTL Group'un % 94'ü, yine tüm dünyada yaygın olan müzik market Sony-BMG'nin % 50'si Bertelsmann grubundadır<sup>29</sup>.

**Lagadere (Çokuluslu ve Çoklu-Medya Oyuncusu):** Silah, otomotiv, teknoloji, uzay ve havacılık sektörlerinde söz sahibi olan Fransız endüstri devi Lagadere Grubunun, medya sektöründeki parçası olan Hachette-Filipacchi Presse, aşağıda kısaca açıklanan dört bağlı şirkete sahiptir<sup>30</sup>:

Hachette Livre: Eğitim amaçlı kitap, dergi gibi kaynakların yayımını üstlenir. İspanya, İtalya, ABD ve İngiltere'deki bir çok yayınevi üst grup olarak bu gruba bağlıdır.

Hachette-Filipacchi Medias (HFM) : Grubun haber ve dergi içeriğini kapsar. 36 ülkede 238 basılı dergisi olan dünyanın en büyük yayımcılarından biridir.

Hachette Distribution Services (HDS): Yazılı basın ve diğer medya ürünlerinin dağıtımını yapar. Ayrıca, Kanada ve İngiltere'de en büyük haber stand zincirlerinin sahibidir.

Lagadere Active: Sinema filmi ve televizyon alanında üretim ile radyo yayınları bu gruba bağlıdır. Bünyesindeki reklam şirketi Interdeco ile Fransa'da, Hachette-Filipacchi Global Advertising ile Fransa dışında, bünyesindeki dergilerin reklam ve satışını yapar.

**Axel Springer Verlag:** Coğrafik büyümede çaprazlama müdahale olarak ifade edilen “diagonal interveawing” yönteminin uygulayıcılarından. Almanya'nın en büyük gazete yayımcısı (örneğin; günlük 4.5 milyon tirajı ile Avrupa'nın en çok satan günlük gazetesi Bild) ve dünyanın başlıca medya gruplarından biridir. Kurumun temel ilgi alanı gazete, dergi ve dijital satış kanallarıdır. Teknolojik olarak en üst seviyedeki basımevlerini işletir. Sadece 2004 yılında, 120'den fazla gazete,

---

<sup>29</sup> IFJ, **Media Power in Europe: The Big Picture of Ownership**, (Media Power), Druk, Hoeilaart, Belgium, 2005, s.10.

<sup>30</sup> IFJ, Media Power, .a.g.e., s.11-12.

dergi ve dünya çapında özel yayınları yayımlamıştır. Etkinlikleri Batı Avrupa'da İspanya, Fransa, İsviçre, Doğu Avrupa'da ise Macaristan, Rusya, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'da yoğunlaşır. Örneğin, Polonya'nın en büyük günlük gazetesi Fakt, Axel'e aittir<sup>31</sup>. Axel Springer, bir süre önce Doğan TV'nin % 25'ni satın alarak Türkiye'de de medya pazarına girmiştir<sup>32</sup>.

**WAZ:** Orta Doğu Avrupa'da medya yoğunlaşmasının örneği olan Alman medya devi WAZ (Almanya'nın en büyük ikinci grubu), içeriğindeki 130'dan fazla gazete ile bir Avrupa imparatorluğudur. 1989'dan itibaren önce Almanya ve Avusturya'daki gazeteleri, daha sonra da SSCB'den ayrılan Orta Doğu Avrupa'daki ülkelere ait bölge gazetelerini satın alarak büyümesini sürdürmektedir. Örneğin, Romanya'da bir gazeteyle sahipken komşu Bulgaristan'da yayındaki gazetelerin çoğunu kontrol etmekte, Makedonya'da ise monopol oluşturmaktadır<sup>33</sup>.

**News Cooperation:** Avustralya asıllı Amerikalı girişimci Rupert Keith Murdoch'un sahibi olduğu Dünyanın en büyük medya devlerinden olan News Cooperation'un bünyesinde Fox Company, National Geographic, 37 television istasyonu, basımevleri, The New York Post, yayınevi HarperCollins, film sektörünün en büyüklerinden 20th Century Fox, Fox Searchlight Pictures ve Blue Sky Studios gibi kuruluşlar bulunmaktadır. Gazeteleri ile Avustralya'da bir tür basın tekeli kuran Murdoch, "Today" gazetesini de almasının ardından İngiltere piyasasının da üçte birine egemen olmuştur. Triangle Publications şirketi ile de ABD'nin en büyük dergi yayımcısıdır. News Coop., bir süre önce TGRT'yi satın alarak Türkiye'de de faaliyet göstermeye başlamıştır<sup>34</sup>.

**Time Warner:** Time Warner, dünyadaki en büyük medya yoğunlaşması olarak kabul edilmektedir. Kitle iletişim devi Time Warner Inc.; The WB Television Network, CNN, HBO, Cinemax, Cartoon Network, TBS, TNT, America Online, MapQuest, Moviefone, Netscape, Warner Bros Pictures, Castle Rock ve New Line Cinema,

---

<sup>31</sup> IFJ, Media Power, a.g.e., s.12-13.

<sup>32</sup> Doğan TV Satışına Ulusal Güvenlik Engeli, Sabah Gazetesi, 08.12. 2006.

<sup>33</sup> IFJ, Media Power, a.g.e., s.15.

<sup>34</sup> Free Press, Who Owns The Media, Erişim: 19.10.2006, [www.stopbigmedia.com](http://www.stopbigmedia.com); Haluk ŞAHİN, "Murdoch Türkiye'de Ne Yapar?", Radikal Gazetesi, 26.07.2006.



Time, Cooking Light, Marie Claire, People gibi 150'in üzerinde dergiyi içeren holdingler birlikteliğidir<sup>35</sup>.

Kitle iletişim sektörünün yapısal olarak böylesine değiştiği bir süreçte, basın çalışanlarının da gerek sahip olmaları gereken nitelikler gerekse çalışma koşulları ve istihdam olanakları bakımından olumlu ve olumsuz yönleriyle etkilenmesi kaçınılmaz olmaktadır.

### 2.1.1.2. Yeni Teknolojiler

#### 2.1.1.2.1. Yeni Teknoloji Kavramı

Toplumbilimciler, mühendisler, ekonomistler ya da işletmeciler gibi farklı meslek dallarında farklı şekillerde tanımlanabilen teknoloji, genel olarak, "Toplumun üretime ilişkin bilgi birikimi" olarak ifade edilebilir. Teknolojik değişim ise; teknolojiye ilişkin bilgi birikiminin artmasıdır<sup>36</sup>. İnsanların yaşamlarını kolaylaştırmak ve iyileştirmek için kullanılan araç ve sistemleri geliştirebilmenin bilgisi olarak da tanımlanan teknoloji; bilimin, özellikle ticari ya da endüstriyel amaçların gerçekleştirilmesindeki kullanımındır.

İnsanın toplumsal ilişkilerinin oluşum tarzını ve bu ilişkilerden kaynaklanan zihinsel kavrayışlarını etkileyen teknolojinin dönüştürme gücünün<sup>37</sup>, insanlık tarihinin hiçbir döneminde günümüzdeki kadar hızlı bir şekilde ortaya çıkmadığı söylenebilir. Eğer teknoloji büyük bir makine, güçlü bir hızlandırıcı olarak tanımlanırsa, bilgiye de bu makinenin yakıtı olarak bakmak yerinde olur. Bu yaklaşım ile, toplumdaki hızlandırıcı sürecin özüne ulaşılabilir; çünkü makineye her gün daha bol, daha zengin yakıt atılmaktadır<sup>38</sup>.

---

<sup>35</sup> Free Press, a.g.ç., [www.stopbigmedia.com](http://www.stopbigmedia.com).

<sup>36</sup> Gönül BUDAK, **Yenilikçi Yönetim Yaratıcı Birey**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1996, s.38-39.

<sup>37</sup> **Teknoloji**, Türkiye Makine Mühendisleri Odaları Birliği Yayını, Kazım Ofset, Ankara, 2004, s.3-4.

<sup>38</sup> Alvin TOFFLER, **Şok-Gelecek Korkusu**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul 1996, s.36.

Endüstri ötesi toplum kavramı, teknolojik gelişme açısından endüstri toplumlarına göre önemli bir özelliğe işaret etmektedir. Bu da, “entelektüel teknoloji” olarak tanımlanabilecek yeni teknolojilerdir. İşgücünün beceri ve niteliklerinde, işin yeniden örgütlenmesinde, ürün teknolojisi ve pazarlanması gibi konularda ortaya çıkan değişimlerle yeni teknolojiler, endüstri ötesi ekonomilere geçiş sürecini hazırlayan ana faktörleri oluşturmaktadır<sup>39</sup>. Kısaca, yeni teknolojilerin esas nesnesi bilgidir. Toplumun temel dinamiğinin bilgi olduğu enformasyon toplumunda bilgi; yeni teknolojilerin nesnesi ve uygulama alanıdır.

Bilgi teknolojisi; bilginin toplanması, işlenmesi, saklanması ve iletilmesinde köklü değişiklikler sunan bir teknolojidir. Endüstri Devrimindeki teknolojik sistemlerin enerji temeline dayanmasına karşın, günümüz teknolojileri özellikle bilgiye dayalı olarak hareket etmekte, böylece farklı nitelikleri ile belirginleşen yeni bir toplumsal modele geçiş gerçekleştirmektedir<sup>40</sup>.

#### **2.1.1.2.2. Yeni Teknolojilerin Çalışma Yaşamına Etkileri**

Bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin başlattığı gelişme hareketleri sonucunda, işletmelerde türlü değişimler yaşanmaktadır. Hızla değişen dünyada yenileşmek ve buna bağlı olarak örgütsel ve yönetsel değişiklikler yapmak, işletmelerin yaşamları ve gelişmeleri için kaçınılmaz hale gelmiştir. Hatta günümüzün rekabet dünyasında rekabet üstünlüğü sağlamak, işletmecilerin ve yöneticilerin fırsatları değerlendirerek yenileşmelerine bağlı görünmektedir. Yeni üretim yöntem ve teknikleri, pazarlama ve dağıtım sistemindeki yenileşmeler, örgütlerin değişim ve gelişme karşısında yeniden yapılanması gibi olaylar işletmelerdeki yenilik hareketleri içinde irdelenmekte, bunların yapılması sonucu işletmeler değişime uğramaktadır<sup>41</sup>.

Bilgi toplumuna giden yolda yaratılmış olan sinerjiler ve verimlilik artışı, istihdamda, çalışma koşullarında ve işyerlerindeki aktivitelerin yapılanmasında ciddi etkilere neden olmaktadır. Örneğin Almanya’da, İşgücü Pazarı ve Mesleki Araştırma

<sup>39</sup> Serap SOYER, **Endüstri Sosyolojisine Giriş**, Saray Medikal Yayıncılık, İzmir, 1996, s.146.

<sup>40</sup> SOYER, a.g.e., s.142 ve .s.153.

<sup>41</sup> BUDAK, a.g.e, s.65.

Enstitüsü tarafından sağlanan verilere göre, şu andaki Alman işgücünün % 50'si bilgi ile ilgili teknolojik aktivitelerde istihdam edilmekte, ve bu oranın 2010 yılında % 55'e ulaşması beklenmektedir. Benzer tahminler ABD içinde söz konusudur<sup>42</sup>.

Mikro elektronik, telekomünikasyon, genetik mühendisliği, enformasyon, çok merkezli kitle iletişimi gibi meslek grupları oluşturan yeni teknolojiler, endüstri ilişkileri alanındaki sonuçları bakımından; sadece işletmelerin yönetiminde değil; sendikacılık hareketlerinde, toplu sözleşme düzeninde, işgücünün yapısında, istihdam ve çalışma koşullarında da önemli değişimlere neden olmaktadır<sup>43</sup>. Yeni teknolojilerin yaygınlaşması hem sendikalaşabilir işgücü miktarını; hem de çalışanların sendikalaşma eğilimlerini azaltmaktadır. Yeni teknoloji ve onun ortaya çıkardığı ölçek ekonomileri büyük şirketlerin ortaya çıkmasına neden olmuş, bunun sonucunda tekel eğilimli bir yapılanma hız kazanmıştır. İşverenin yer aldığı sektörün oligopolist bir yapıda olması ile rekabetçi koşullarda olması arasında büyük fark bulunmaktadır. Bu durum ise, toplu pazarlık sürecini doğrudan etkilemektedir<sup>44</sup>.

Özet olarak, yeni teknolojiler ve ortaya çıkan yeni yönetim anlayışları bugüne kadar kabul edilen standart çalışma biçimlerini değiştirmiş, esnek çalışma biçimleri olarak da adlandırılan yeni çalışma biçimleri ortaya çıkmıştır. Esnek çalışma saatleri, part-time çalışma, tele çalışma gibi yeni çalışma biçimleri; rekabet avantajı elde etmek amacıyla işletmelerce tercih edilirken, çalışanlar açısından getirdiği bazı yarar ve sakıncalar ile işe ilişkin tutumları etkilemektedir<sup>45</sup>.

### 2.1.1.2.3. Yeni Teknolojiler ve Basın Sektörü İlişkisi

Günümüzde dünyayı yönlendiren yeni teknoloji kavramı ancak kitle kavramı sayesinde bir anlam kazanmaktadır. Çünkü medya, diğer işlevlerinin yanı sıra nüfusu

<sup>42</sup> Jürgen WARNKEN, "Information of Society 2000: The German Experience of Multimedia Convergence", **Multimedia Convergence: Breaking the Silence**, Labour Education 1998/1-2, ILO, Geneva, 1998, s.16.

<sup>43</sup> SOYER, a.g.e., s.156 ve s.159.

<sup>44</sup> Nihat YÜKSEL, **Küreselleşme ve Toplu Pazarlıktaki Değişim**, TİSK Yayını, Ankara, 1997, s.29.

<sup>45</sup> Özlem ÇAKIR, "Yeni Çalışma Biçimleri ve İşe İlişkin Tutumlar", "**İş,Güç**" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi C:3, S:1, 2001, Kocaeli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, Erişim:24.09.2005, <http://www.isguc.org/ocakir1.htm>.

fiziksel olarak bir araya getirmeden bir arada tutmanın etkili bir yolu olmuştur<sup>46</sup>. Küreselleşmenin ekonomik tabanı esnek üretim biçimine, kültürel tabanı ise bilgi ve enformasyonun küreselleşmesine dayalıdır. Bu geçiş, iletişim teknolojilerindeki gelişmenin ekonomik, kültürel ve siyasal alanın yeniden yapılanmasındaki aracılık rolü ile yakından ilişkilidir<sup>47</sup>.

Masuda'ya göre enformasyon teknolojilerinin önemi yalnızca iletişim ve enformasyonda yeni bir aşama olması değil; aynı zamanda yeni bir dünya açmasıyla ilişkilidir. Bilgisayar destekli teknolojinin sonucu olan enformasyon çağı, Endüstri Devriminden daha büyük bir toplumsal dönüşüme neden olmaktadır. Çünkü, enformasyon toplumunun ruhu küreselleşmedir<sup>48</sup>. Böylece, yeni teknolojilerin bir sonucu olarak iletişim ve kitle iletişim sektörü etkinliklerinde sınırların önemi kalmamakta, yeni medya düzeni küresel bir düzen haline gelmektedir<sup>49</sup>.

Medya sektörü, Toffler'in deyimiyle üçüncü dalga bilgi toplumu dünyasında gerek teknolojik imkanları ve gerekse değişen yaşam formlarıyla birlikte bir evrim dönemi yaşamıştır. İkinci dalga toplumlarındaki endüstrisi döneminin sunduğu ticaret alan, bugün algıladığımız bütünleşik medya pazarı ve üretim biçimlemesi yerine, parçalı bir görünüm sergilemektedir. Gazete, radyo, televizyon ya da bir başka kitle iletişim aracına başlı başlına bir ürün olarak yaklaşan bir üretim ve tüketim evreni vardır. Oysa üçüncü dalga gelişmeleri medya alanının oluşumu, ticarileşmesi ve toplumsal iletişim ihtiyaçlarına cevap verme biçimini baştan aşağı değiştirmiş, bu gelişme kaçınılmaz olarak medya sektörüne girişi ve medya sektöründe çalışma koşullarını etkilemiştir<sup>50</sup>.

Yeni teknolojilerin basın sektörüne bir diğer etkisi ise; teknolojinin gelişimi ile tek yanlı haber üretiminin değişmesi ve geleneksel medyanın haber üretimindeki merkezi rolünün sarsılmasıdır. Gerçekten de günümüzde internet, geleneksel

---

<sup>46</sup> AYHAN, a.g.e., s.98.

<sup>47</sup> Nilüfer TİMİSİ, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Yayınevi, Ankara, 2003, s.110.

<sup>48</sup> Yoneji Masuda, **Managing in The Information Society**, Blackwell, Cambridge, 1980, s.58'den aktaran TİMİSİ, a.g.e., s.96.

<sup>49</sup> David MORLEY, Kevin ROBİNS, **Kimlik Mekanları**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995, s.111.

<sup>50</sup> Can BİLGİLİ, "Gelişen Bilgi Toplumu ve Uluslararasılaşan Medya Sektöründe İnsan Kaynağının Önemi", Erişim: 17.03.2006, [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com).

medyanın işlevinin büyük bir bölümünü üstlenmeye başlamıştır. Geleneksel medyanın, tek elden, merkezi bir denetim yoluyla haber üretmesi ve belirli bir kitleye yönelik, uzmanlaşmış üretim biçimine dayanmaması da bunda rol oynamıştır. Çünkü internetin ortaya çıkardığı yeniliğin temel dayanağı; internet medyasının sanayi toplumu boyunca pasif bir konuma terkedilmiş bireylere toplumsal anlamda üretici olma imkanı vermesidir. Bu yolla tek kaynaklı kontrollü üretim, yerini çok kaynaklı fakat kontrolsüz enformasyon üretimine bırakmaktadır<sup>51</sup>.

Ancak öte yandan enformasyon teknolojileri; bilgisayar ağları ile birleşmiş medya yaratarak, sayısallaştırılmış içerikleri olanaklı kılmaktadır. Yeni teknolojilerin içerik aktarımına sağladığı bu olanaklar sonucu; yazılı içeriğin-dergi ve gazetelerin-sayısal hale getirilmesi ile gerçekleştirilen internet yayıncılığının daha da yaygınlaşacağı; televizyon içeriklerinin geniş bant yayınları ile bilgisayar, cep telefonu gibi araçlar ile elde edileceği söylenebilir<sup>52</sup>. Özellikle medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok küçük maliyetlerle ve hem yazılı hem görsel basının fonksiyonlarını da içeren yapısıyla internet gazeteciliği, kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almıştır. Alternatif medya olarak da ifade edilen ve internet üzerinden yayın yapan bu yeni habercilik türü<sup>53</sup>; kendi içinde meslek etiğinden telif haklarına kadar bir çok tartışmaya neden olurken, özellikle yazılı basının geleceğine yönelik tehdit oluşturup oluşturmadığı sorgulanmaktadır.

ABD İnternet Kurulu'nun yayınladığı İnternet Raporunda, internet kullanıcılarının en popüler 10 etkinliği arasında online haber okuma üçüncü sırada yer almaktadır. İlk sırada e-mail, ikinci sıra web'de sörf, ardından alışveriş, eğlence, bankacılık işlemleri, hobi, sağlık ve seyahat amaçlı bilgi arama etkinliklerinin takip ettiği listede online haberciliğin payı dikkat çekicidir<sup>54</sup>.

---

<sup>51</sup> İnternet Kurulu, Gençlerin İnternet Kullanımı Çalıştay Raporu, 10.06.2002, Erişim: 26.03.3006, <http://www2.internethaftasi.org.tr/calistay/calistay.doc>.

<sup>52</sup> Cem YAŞİN, "Medyada Yeni Trendler", Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:21,2005, s.289.

<sup>53</sup> Hilmi BENGİ, "İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu", Erişim:24.05.2006, [www.inet-tr.org.tr](http://www.inet-tr.org.tr).

<sup>54</sup>US Internet Council (USIC), "State Of The Internet 2000, Erişim: 11.9.2005, [www.itta.com](http://www.itta.com).

Yine ABD İnternet Kullanıcıları ve Arama Motorları Araştırması ABD-Pew Survey 2004'e göre, tüm arama motorlarında sürekli olan ortak sınıflandırma; kullanıcıların aramalarının güncel haberler, pop kültürü ve dönemsel ilgiler şeklinde olmasıdır. 18 yaş üstü 108 milyon Amerikalıyı kapsayan araştırma sonucu, kullanıcıların % 44'ü her bilgiyi internet üzerinden araştırmaktadır<sup>55</sup>. Ülkemizde dördüncü kuvvet medya web sitesinde 3.552 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen "İnternet en çok hangi medyayı olumsuz etkiliyor" konulu araştırmada da gazeteler % 48.45 ile ilk sırada yer almaktadır. Katılımcıların % 10.02'si televizyonun, % 1.83'ü radyoların, % 2.25'i dergi ve % 6.22'si kitap okuyuculuğunun olumsuz etkilendiğini düşünürken, internetin hepsini olumsuz etkilediğini düşünenlerin oranı % 18.92 olmuştur<sup>56</sup>.

Sonuç olarak, 1990'ların başından beri aynı bing bang (büyük patlama) gibi infilak ederek büyüyen internet, gazetelerin de bu yeni medya ortamında okuyucularıyla oluşturduğu yazışma gruplarına, yüzlerce tartışma grubuna, sohbet odalarına, e-mail ağlarına dönüşmesine yol açmış, bu yeni medya evreninde her okuyucu aynı zamanda bir gazeteci olmaya başlamıştır<sup>57</sup>.

### **2.1.1.3. Tekelleşme**

#### **2.1.1.3.1 Tekelleşme Kavramı**

Eski dilde inhisar ve İngilizceden dilimize geçip kullanımı yaygınlaşan haliyle monopol olarak da ifade edilen tekel; bir malın üretim, dağıtım, satış veya hizmetinin tek bir kuruluş denetiminde olması demektir. Tekelleşmiş piyasalarda rakip olmadığı için rekabet de yoktur. Tekel, yeni teknolojilerin büyük sermaye yatırımları gerektirdiği günümüz koşullarında belli bir malın ya da hizmetin pazardaki payının, malın arz koşullarını ve fiyatını belirleyecek oranını elinde tutan

---

<sup>55</sup>Pew Internet&American Life Project, "Search Engine Users", Erişim 23.9.2005, [www.digitalequity.edreform.net](http://www.digitalequity.edreform.net).

<sup>56</sup> İnternet En Çok Hangi Medyayı Olumsuz Etkiliyor?, Erişim: 10.12.2006, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/pollBooth.php>.

<sup>57</sup> David Paul NORD, **Communities of Journalism: A History of American Newspapers and Their Readers**, University of Illinois Press., 2001, s.285.

kuruluş olarak da tanımlanabilir. Bu yönüyle tekelleşme, piyasa ekonomilerinde oligopol olarak tanımlanan ve bir süre sonra fiili tekele dönüşebilen kurumlaşma modeline benzer<sup>58</sup>.

Tekeller; doğal, tekol, kanunu tekol veya ekonomik tekol olarak ortaya çıkabilir. Eğer tekol; herhangi bir malın hammaddesinin bir işletmenin kontrolünde olması sonucu diğer firmaların kendisi ile rekabet edememesinden ortaya çıkıyorsa “doğal tekol”, eğer bazı malların üretimi ve satışının kanunlarla tek bir firmaya verilmesinden ortaya çıkıyorsa “kanuni tekol” olarak adlandırılır. Ekonomik tekellerde çeşitli şekillerde oluşabilir. Bunlardan ilki; aynı malı üreten firmaların rekabet etmemek için aralarında anlaşma yapmaları sonucu oluşan “anlaşmaya dayalı tekol”dir. İkincisi ise; bir firmanın rakiplerini herhangi bir şekilde ezerek piyasadan çıkarması yoluyla piyasada fiilen tek başına kalmasıdır ki, bu şekilde oluşan tekele tröst denmektedir. Son olarak; bir ürünün, yalnızca o ürünün patentine sahip olan firma tarafından üretilmesi ise “İhtira Beratı’nın (patent) sağladığı tekeli ortaya çıkarmaktadır<sup>59</sup>.

### **2.1.1.3.2. Basın Sektöründe Tekelleşme**

#### **2.1.1.3.2.1. Genel Olarak**

Endüstrileşme, teknolojik yenilikler, girdi maliyetlerinin yüksekliği ve sermaye ihtiyacının artması sonucu, büyük şirketler daha da büyüüp gelişirken; küçük şirketlerin ise yok olmasıyla ortaya çıkan sermaye birikimi ve beraberinde gelen tekelleşme eğilimleri, basın sektöründe 19.yüzyılın son çeyreğinde öncelikle ABD’de başlamıştır. Günümüzde başta ABD olmak üzere İngiltere, Fransa, Almanya ve İtalya’da yaygın olan ticari medya tekelleri tüm dünyaya yayılmakta; dünya medya sektöründe egemen olan ticari tekellerin sayısı ise giderek azalmaktadır<sup>60</sup>. Örneğin, 1983 yılında dünya medyasına 50 kadar şirket hakim olup gerçekleşen en

---

<sup>58</sup> Oligopol: Az sayıda üreticinin veya satıcının fiyatları etkileyebildiği ve pazarı büyük ölçüde denetleyebildiği piyasa türüdür. Bkz., HANÇERLİOĞLU, Ekonomi Sözlüğü; Ekonomist Online, <http://www.ekonomist.com>.

<sup>59</sup> DALBUDAK, a.g.e., s.122-124.

<sup>60</sup> TOKGÖZ, Temel, a.g.e., s.30-31.

büyük birleşme tutarı 340 milyon doları bulmaktadır. 2000 yılında ise hakim şirket sayısı dokuza düşerken birleşme tutarları da, AOL ve Time Warner örneğinde 350 milyar dolara ulaşmıştır<sup>61</sup>.

Çokuluslu şirketlerin çok sayıda pazarda baskın hale gelmesini sağlayan medya yoğunlaşmalarındaki artış, iki yeni olguya daha neden olmaktadır. Bir taraftan yerel medya sahipliği yok olmakta, medyaların çoğu büyük şirketler tarafından sahiplenilmekte, “aile” gazeteleri ve “aile” televizyon istasyonları kaybolmaktadır. Diğer yandan ise medya sahipliği günümüzde artan oranlarda çok uluslu hatta çok kıtalıdır. Bunun sonucunda, ulusal medya düzenlemeleri fazla geçerli olmamakta ve ekonomik rekabet kurallarını da uygulamak zorlaşmaktadır. Medya şirketleri, kendi yerel pazarları dolduğunda ya da medya kuralları daha fazla büyüme veya birleşmelerine engel olmaya başladığında başka ülkelere kaymaktadır.

Batı medya gruplarının yeni pazarlara girişi ise, bu ülkelerde bağımsız ve ulusal medya gruplarının gelişmesini engellemekte ya da hayatta kalmalarını zorlaştırmaktadır. Örneğin yabancı yatırımcıların Ortadoğu Avrupa’ya girmesi sonucu; Alman ve İsveç şirketleri Çek gazete ve dergilerinin % 80’ine sahip olmuştur. Çoğunlukla Almanya, Avusturya, Fransa, İsviçre ve İskandinavya şirketlerine ait yabancı sermaye, Bulgaristan, Macaristan, Polonya ve Baltık ülkelerinde yazılı basını ele geçirmektedir<sup>62</sup>. Kuşkusuz, bu durum basın çalışanlarının istihdamını ve çalışma koşullarını doğrudan etkilemektedir.

Dünyada medya sektöründe egemen olan tekelleşme biçimleri arasında şirket satın alma, şirketlerde payların çoğunluğunu satın alarak denetim sağlama, anlaşmalar, birleşmeler ve akçalı ilişkileri ortak kılmak sayılabilir<sup>63</sup>. Ancak medya sektörünün giderek karmaşıklaşan yapısı ile birlikte tekelleşme; yoğunlaşma, yakınsama, ultra çapraz tekelleşme gibi yeni terimlerle ifade edilmekte olup, bu kavramlar aşağıda incelenecektir.

---

<sup>61</sup> Ü.ATABEK,a.g.m.,s.36.

<sup>62</sup> IFJ, Medya Power, a.g.e., s.1-2.

<sup>63</sup> TOKGÖZ,Temel, a.g.e., s.32.



### 2.1.1.3.2.2. Basın Sektöründe Tekelleşme Türleri

Basın sektöründe tekelleşme türlerine geçmeden önce, günümüzde bu eğilimi hızlandıran en önemli faktörlerden biri olan ve Türkçede yakınsama-yakınlaşma-yöndeşme gibi kelimelerle ifade edilebilen “convergence” kavramından bahsetmek faydalı olacaktır.

Çokuluslu veya ulusaşırı nitelikleriyle “conglomerate” (holdingler holdingi-şirketler topluluğu) olarak da adlandırılan medya devlerinin<sup>64</sup> oluşumunda en önemli faktörlerden biri olan yakınsama kavramı; mevcut iletişim teknolojilerinin yeni ürün ve hizmetleri ortaya çıkaracak şekilde birbirine yaklaşmasını ifade etmektedir. Temelde benzer hizmetlerin değişik iletişim şebekeleri aracılığıyla taşınabilmesi ve telefon, bilgisayar ya da televizyon gibi araçların bir araya gelmesi olarak da tanımlanabilen yakınsama<sup>65</sup>, medya ve iletişim sektörleri arasındaki mesafeyi kısaltmıştır. Bilginin bir ve sıfır kodlarıyla ifadesini bulduğu sayısal teknolojiler, medyanın gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel kullanımını değiştirip hepsini bir araya getirmekte, bu durum farklı sektörlerin yakınlaşarak birleşmesine, kaynaşmasına neden olmaktadır. Time Warner-AOL<sup>66</sup>, Bertelsmann, Pearson birleşmeleri yakınsama için verilebilecek çarpıcı örneklerdir<sup>67</sup>.

Yakınsama ile birlikte medya sektöründe giderek artan yoğunlaşma (birikim), çeşitli tekelleşme türleriyle birlikte ortaya çıkmaktadır. Medyada yoğunlaşma eğilimleri yatay, dikey, çapraz ve ultra çapraz tekelleşme olarak gerçekleşmektedir. Yatay tekelleşme; şirketlerin pazar paylarını arttırmak için kendi kaynaklarıyla büyümesiyle veya aynı pazarda faaliyet gösteren başka şirketleri devralmasıyla gerçekleşir. Yani yatay tekelleşmede aynı türden medya işletmelerinin mülkiyeti

<sup>64</sup> TOKGÖZ, Temel, a.g.e.,s.35.

<sup>65</sup> Bayram Ali GEÇGİL, **Medya Piyasalarında Hukuki Düzenlemeler ve Rekabet Hukuku Uygulamaları**, Rekabet Kurulu Yayını, Ankara 2005, s.16.

<sup>66</sup> Ocak 2000’de dünyanın en büyük internet erişim şirketi American Online’nın Time Warner ile 160 milyar dolarlık birleşme planını açıklamasının ardından, İngiltere merkezli müzik devi EMI’de Time Warner ile 20 milyar dolarlık bağlantı planını duyurunca dünyanın en büyük tekellerinden biri ortaya çıkmıştır. Bkz., Wayne ELLWOOD, **Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu**, Metis Yayınları, İstanbul, 2002, s.52.

<sup>67</sup> Gillian DOYLE, **Media Ownership: Concentration, Convergence and Public Policy**, Sage Publications, London, 2002, s.2-3.

daha az elde toplanır. Bir grup, birden fazla gazete, radyo ve televizyon kanalına sahip olur. Kendi yazı işleri kadrosuna sahip medya organı sayısında azalma görülür.

Özellikle yazılı basının ekonomik koşullara uyum sağlamakta çektiği güçlükler, birtakım gazetelerin ya kapanmasına ya da el değiştirmesine neden olmaktadır. Bu değişimler, genelde başka yayın organlarına sahip patronlara doğru olmakta; yeni patronlar ise gazete ve diğer medyaların mevcut yazı işleri kadrolarını korumak yerine “havuz sistemi” ile bütün yayın organlarını aynı kaynaktan beslemektedir. Böylece tekelleşmenin ilk etkisi basın çalışanlarına olurken, piyasa kontrolünün de az sayıda kurumun eline geçmesine yol açmaktadır<sup>68</sup>.

Dikey bütünleşmede ise firma; ürettiği malın hammaddesinden pazarlamasına kadar olan tüm aşamaları kendi bünyesinde toplamaktadır. Bu durum, birim maliyetlerde ve fiyatlarda düşüş sağlamaktadır. Dikey yapılanmadaki ya da Doyle'nin ifadesi ile değer zincirindeki tüm aşamalar birbiri ile ilgilidir. Dağıtım olmadan içerik üretimi ya da içerik olmaksızın dağıtım bir işe yaramaz. Çünkü değer zincirinin herhangi bir aşamasında faaliyet gösteren bir firmanın o aşamada kontrolü ele geçirmesi, değer zincirinin diğer aşamalarında faaliyet gösteren firmalar için potansiyel tehdit oluşturur. Bu nedenle, medya firmaları kendi yatırımlarını kullanarak ya da mevcut şirketleri devralarak değer zincirinin farklı aşamalarında dikey tekelleşmeye gitmektedirler. Böylece, birim maliyetlerde ve fiyatlarda düşüş sağlayarak diğer firmalara karşı önemli bir üstünlük elde ederler<sup>69</sup>.

Çapraz tekelleşmede önceleri tek bir alanda etkin olan kuruluşlar başka alanlara el atar; gazete, dergi, televizyon, radyo, sinema, internet, ajans, video yayıncılığı gibi farklı türden medya işletmeleri aynı grubun mülkiyetinde toplanır. Ultra çapraz tekelleşmede ise, grubun medya dışında da akla gelebilecek her sektörde yatırımı vardır. Farklı alanlarda, farklı medyalarla çalışan firmalar; örneğin oteller ve restoran zincirleri, uçak şirketleri, otomobil üreticileri, madencilik şirketleri, basın,

---

<sup>68</sup> DOYLE, a.g.e., s:4, YILDIRIM, a.g.m, s.10.; Zakir AVŞAR, “Medyada Klasik Kodlar Bir İllizyon mu?”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Dergisi, C:2, S:3, 2002, s.40.

<sup>69</sup>G.DOYLE, **Understanding Media Economics**, Sage Publications, London, 2002, s.34'den aktaran GEÇGİL, a.g.e., s.15; DALBUDAK a.g.e., s.126-127.

kitap film hatta tiyatro ile ilgilenmektedir. Sonuç olarak; enformasyon endüstrilerinin çok kapsamlı çoklu medya tekelleri şekline dönüşmek için birleşmeleri ve kaynaşmaları önemli bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır<sup>70</sup>.

### 2.1.1.3.2.3. Ülke Örnekleri

**Fransa:** Fransa'nın genel medya politikası günümüze kadar kendi kültür ve dilinin savunusunu yapmak üzerine şekillendirilmiştir. Ancak küreselleşme ve medya yoğunlaşmaları bakımından örnek verecek olursak; % 12.5'lük pazar payı ile ülkenin en büyük ikinci özel kanalı olan M6'nın yüzde 53'ünün, Bertelsmann Grubunun sahip olduğu RTL Group'a ait olduğunu belirtmek gerekir. Fransız basın sektörünün genel görünüşüne bakılırsa, Le Monde, Liberation, Le Figaro gibi dünya çapında bilinen ulusal gazetelere karşın, yazılı basında asıl ağırlığın yerel ve bölgesel gazeteler üzerinde olduğu görülür. Bölgesel 33 gazete bulunmakta, örneğin Ouest Frans tek başına günlük 770 bin adet satmaktadır<sup>71</sup>.

Öte yandan, Norveç (20 Minutes) ve İsveç kökenli (Metro) gazetelerde ücretsiz dağıtım yoluyla pazara girmiştir. Aynı zamanda en yoğun dergi okuyucu kitlelerinden birine sahip Fransa'da (Bin kişi başına 1300 dergi) büyük yazılı basın gruplarının durumu şu şekildedir<sup>72</sup>:

Socpresse: Grubun % 87'si aslen bir silah ve havacılık endüstrisi devi olan Dassault Grubu tarafından yönetilmektedir.

Amaury Group: Grubun % 75'i Amaury ailesi tarafından, % 25'i ise Lagadere grubunun sahip olduğu Hachette tarafından yönetilmektedir.

Bayard: Ülkenin en büyük beşinci basın grubu olan Bayard'in bünyesinde bile, Avrupa ve Kuzey Amerika'da dağıtımı olan 95 gazete ve dergi bulunmaktadır.

---

<sup>70</sup> Halil NEBİLER, **Medyanın Ekonomi Politikası-Türk Basınında Tekelleşme ve Basın Ahlakının Çöküşü**, Sarmal Yayınevi, İstanbul, 1995,s.95; YILDIRIM, a.g.m., 10.

<sup>71</sup> IFJ,Medya Power, a.g.e.,s.55-57.

<sup>72</sup> IFJ,Medya Power, a.g.e.,s.57-60.

Le Monde Group: Bünyesinde ülkenin en popüler günlük gazetelerinden biri olan Le Monde'yi de bulunduran Monde S.A.'nın ortakları arasında Lagadere (%17), İspanyol Grubu Prisa (%17) ve Stampa (%3) bulunmaktadır. Televizyon ve radyo yayıncılığı alanında ise, Lagadere ve Bertelsmann grupları ağırlıklı olarak yer almaktadır.

**Almanya:** Almanya öncelikle, 2005 yılı itibarıyla 95'i özel 97 TV istasyonu olan Avrupa'nın en büyük TV pazarıdır. Ülkemizdeki TRT 1 ve TRT 2'ye eşdeğer olan, ARD ve ZDF'nin 1990'lı yıllarda % 60 olan payı günümüzde % 40'lara gerilemiş iken, RTL ve ProSieben ise hızla büyümektedir. Alman yazılı basın sektörü ise 5 büyük grup tarafından yönetilmektedir<sup>73</sup>.

Bunlardan ilki Axel Springer'dir. Satılan her beş gazeteden biri bu gruba ait olup, sadece günlük tirajı 4.5 milyonu bulan Bild'e sahiptir. İkinci büyük grup WAZ ise, daha çok bölgesel gazetecilikte yaygındır ve Avusturya ile Orta Doğu Avrupa'da da aktiftir. Diğer üç büyük yayın grubu ise, Verlaggruppe Medien Union, Ippen Group ve DuMont-Schauber olarak sıralanabilir<sup>74</sup>.

Ülkede, basılı iletişim araçları içinde en fazla gelişme gösteren alan ise dergi piyasası olmuştur. Almanya'da toplam dergi sayısı 20 binin üzerinde olup, geniş halk kitlelerince okunan ve tirajı 117 milyonu aşan 600 dergi bulunmaktadır. (Der Spiegel, Focus, Stern, Bunte vb.) Dergi piyasasının üçte birlik kesimini ise, çeşitli örgüt, dernek ve birliklerin yayımları oluşturmaktadır. Örneğin, Alman Otomobil Kulübü'nün yayım organı ADAC-Motorwelt dokuz milyon baskı yaparak en yüksek tirajlı kulüp dergisi olmuştur. Ancak Alman dergi grubunun birkaç elde toplanması, (Baurer, Springer, Burada, H.Jahr ve Bertelsmann grubu) hem ekonomik güç avantajını, hem de tekelleşme sorununu beraberinde getirmektedir<sup>75</sup>.

---

<sup>73</sup> IFJ,Medya Power, a.g.e., s.61.

<sup>74</sup> IFJ,Medya Power., a.g.e.,s.61-68.

<sup>75</sup> Nurhayat YOLOĞLU, "Almanya'da Basın", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi ,S:5, 1997, s.104-105.

**İngiltere:** İngiltere’de medya gruplarının ticari geleceklerini geliştirmek amacıyla 17 Temmuz 2003 tarihinde yürürlüğe giren İletişim Yasası (The Communications Act) ile; gazete, radyo ve televizyonlarda medya mülkiyetinde yabancı sahipliğinin önü açılmıştır. 11 ulusal, 12 Pazar gazetesi, 20 sabah ve 76 akşam gazetesinin ve sadece tüketiciye yönelik 3 bin derginin bulunduğu İngiltere’de söz konusu Yasa; İngiliz medyasında ses ve çeşitliliği garantileyeceği savunuyla çıkarılmış, ülkede daha önce yer alan beş adet düzenleyici kurum tek çatı altında birleştirilmiştir<sup>76</sup>. Günümüzde İngiltere’de medya sektöründeki büyük gruplar şöyle sıralanabilir<sup>77</sup>:

News International: Times Newspaper ve News Groups adlı iki bağlı şirketi bulunan News International, Rupert Murdoch’un sahibi olduğu News Corporation’a bağlıdır. The Sun(tirajı 2.5 milyon), The Times, The Sunday Times gibi İngiltere’nin önde gelen gazetelerini bu grup çıkarmaktadır. News Co.nun etkinlikleri ise, İngiltere’nin dışında ABD, İrlanda, Avusturalya, Asya ve Avrupa’da sürmektedir. Murdoch grubu, İngiltere’de dijital uydu yayıncılığının % 37.6’sına ve örneğin Türkiye’de tartışmaları süren Sky TV’nin % 71’ine sahiptir.

Pearson: Londra merkezli grup, İngiltere ve Kanada’nın en büyük ikinci kitap basımevidir. Avusturalya ile Yeni Zelanda’da da çok yoğun olmak üzere toplam 100 ülkede faaliyet gösterir, bilim kurgu, best seller (çok satan), klasik ve çocuk kitaplarını basar. İspanya’da % 30, Polonya’da % 50’suna sahip olduğu dergileri, Güney Afrika, Rusya ve Hindistan’da gazeteleri bulunmaktadır. Ünlü The Economist Dergisinin % 50’sine de sahip olan Pearson grubu, kitap yayıncılığında da ABD’de Bertelsmann grubunun ardından ikinci sırada yer alır.

Ayrıca kadın dergilerinde Time Warner’ın sahibi olduğu IPC Media Ltd. İngiltere basın sektöründe önemli yer kaplamakta, yine Amerikan medya grubu Ganett and Jonston Pres ise Newouest ile bölgesel günlük gazete pazarının % 62’sine sahip bulunmaktadır.

---

<sup>76</sup> IFJ,Medya Power, a.g.e., s.156.

<sup>77</sup> IFJ,Medya Power, a.g.e., s.157-159.

**Amerika Birleşik Devletleri:** ABD, medya sektöründe tekelleşmelerin ilk olarak ortaya çıktığı ve geliştiği bir ülke olarak, medya pazarında aynı zamanda dünyaya yaygın medya devlerini barındırmaktadır. Gazete, basım, radyo ve televizyon alanlarında dünyanın medya devleri sıralamasındaki şirket toplulukları, çoğunlukla Amerikan sermayesinden oluşmaktadır.

Tablo 2’de, ciroları ve hakim oldukları Pazar büyüklüğü itibarıyla dünyanın en büyük medya devleri arasında yer alan şirketlerin ABD pazarındaki sıralaması yer almaktadır.

**TABLO 2: ABD PAZARINDAKİ DÜNYANIN EN BÜYÜK 15 MEDYA DEVİ**

<b>GAZETE VE YAYINCILIK</b>	<b>TELEVİZYON</b>	<b>RADYO</b>
Bertelsmann	General Electric	Walt Disney
Reed Elsevier	Walt Disney	CBS
Gannet	News Cooperation	Viocom
Pearson	CBS	Clear Channel
McGraw-Hill Companies	Clear Channel	Cox
advance.net	Gannett	Entercom
Tribune	Cox	Citadel Broadcasting Co.
The Hearst Cooperation	Tribune	Emmis
The Washington Post Co.	The Hearst Corporation	Culumus
The NewYork Times Co.	The Washington Post Co.	Salem Communication
Can West Global Com.	The NewYork Times Co.	Sagar
Kinght Ridder	Scripps	Regent
Scripps	Belo	EMF
Hachette Filipacchi	Media General	AF
Dowjones	SBG	Next Media Gruop

Kaynak: Who Owns Media?, [www.stopbigmedia.com](http://www.stopbigmedia.com) sitesinden özetlenerek tablo haline getirilmiştir.

Küreselleşme dalgasıyla birlikte dünyada basın sektöründeki ana eğilim, tekelleşmeyi denetleme değil destekleme yönündedir. Başta ABD olmak üzere Batı, daha önce sınırlamalar koyduğu tekelleşme konusundaki kurallarını dünya ölçeğinde etkinlikte bulunabilmek amacıyla gevşetmektedir. 1983-1990 yılları arasındaki süreçte ABD'deki haber akışını denetleyen kuruluşların sayısında görülen çarpıcı düşüş, ABD basınındaki tekelleşme düzeyini göstermektedir. 1983 yılında ABD'de haber akışını düzenleyen kuruluş sayısı 50 iken, 1990'lı yılların sonunda bu denetim 6 kuruluşun eline geçmiştir<sup>78</sup>.

ABD'nin RTÜK'ü F.C.C.'nin (Federal İletişim Komisyonu) 2003 yılında, aynı şirketin aynı piyasada hem gazete hem televizyon sahibi olması önündeki 28 yıllık engeli kaldıran "medya sahipliğindeki kısıtlamaların gevşetilmesi" kararı ile ABD'de medyaya yeni bir esneklik getirilmiştir. 1996 tarihli Telekomünikasyon Yasası'nın ardından zaten büyük ölçüde tekelleşmiş yayın piyasasında, dev şirketlerin farklı alanlarda da etkinlik göstermesinin önünü açan değişiklik; aynı kurumun aynı kentte

<sup>78</sup> ÇELİK, a.g.m., s.113-114.

hem gazete hem televizyon hem radyo sahibi olabildiğini serbest bırakmıştır. Bir şirket, büyük kentlerde üç TV istasyonuna sahip olabilecektir. Daha önce, bir TV istasyonunun ülke genelinde izleyicilerin % 35'inden fazlasına ulaşmasını temin edecek sayıda yerel istasyona sahip olması yasak iken F.C.C. düzenlemesi ile bu sınırdan % 45'e çıkarılmıştır. Sonuç olarak, son iki yıl içinde, örneğin Murdoch sahip olduğu 22 istasyon ile izleyicilerin % 40.5'ine ulaşmaktadır<sup>79</sup>.

Sektördeki tekelleşmelerin en büyük etkisi ise tüm dünyada ve Türkiye'de çalışan gazeteciler üzerinde görülmektedir.

### **2.1.2. Türkiye Açısından**

Basın işletmelerinin dış çevresini; ulus ötesi rekabetçi kuruluşlar, ajanslar ve diğer haber kaynakları, yabancı sermayeye olan açılım, diğer rakip basın işletmelerinin tümü, sendikalar, işletmeye girdi sağlayan kuruluşlar, yasama, yürütme yargı, ordu gibi sayısız kurumlar, iç çevresini ise; örgütsel politikalar, kültürel ve felsefi iklimi, teknolojik donanımı, iletişim yapısı, fiziki olanakları, insan kaynakları vb. oluşturmaktadır. Bu nedenle, basın işletmeleri hem ticari birer kuruluş olarak piyasa gereklerinin yerine getirilmesi, hem de ürettikleri ayrıcalıklı ürünlerin okurlara ulaştırılmasını sağlamada dengeli bir yapılanma oluşturmak zorundadır.

Ülkemizde basın işletmeleri, ulusötesi faktörlerden önce ülkenin yapısal gelişmelerinden önemli ölçüde etkilenmiştir<sup>80</sup>. Özellikle 1980 sonrasında yaşanan ekonomik değişimlere bağlı olarak, basın işletmelerinde de bir takım yapısal değişiklikler ortaya çıkmış, basın işletmeleri dış çevreye egemen olabilmek için<sup>81</sup> çeşitli önlemler almaya çalışmıştır.

---

<sup>79</sup> Yasemin ÇONGAR, "ABD'den Medya Manzaraları-1", Milliyet Gazetesi, 06.08.1998; "Medya Manzaraları-2", Milliyet Gazetesi, 21.09.1998; "ABD'de Medyaya Esneklik Getirildi", Milliyet Gazetesi, 03.06.2003.

<sup>80</sup> Ahsen ARMAĞAN, Nimet ÖNÜR, "İzmir Basın İşletmelerinin Örgütsel Yapılarında Esnekleşme Sorunları", Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:1, 2001, s.90.

<sup>81</sup> ARMAĞAN, ÖNÜR, a.g.m., s.85.



Türk basın sektörünü yapısal olarak değiştiren en önemli faktörlerin ülke ekonomisindeki değişimler, basın-siyaset ilişkileri, mevzuattan kaynaklanan değişiklikler ile teknolojik yenilikler ve sosyal-kültürel özellikler olduğu söylenebilir. Aşağıda, sözkonusu faktörler ele alınacaktır.

### 2.1.2.1. Ekonomik Faktörler

#### 2.1.2.1.1. Kağıt Sorunu

12 Eylül Askeri Darbesi ve ardından gelen 24 Ocak Kararları, Türk basın sektöründe milat sayılabilecek değişimleri başlatmıştır. SEKA'nın tekel olduğu piyasada 1980 yılına kadar devletin uyguladığı büyük sübvansiyonlar ile basına piyasanın çok altında fiyatlarla verilen kağıt, 24 Ocak 1980 Ekonomik Kararları'nın ardından normal fiyatına dönmeye başlamıştır. Türkiye'nin genel ekonomik kriziyle birlikte, özellikle Özal iktidarı döneminde büyük artışlar gösteren kağıt fiyatları, sonunda bir çok dergi ve gazetenin ekonomik nedenlerle kapanmasına yol açmıştır<sup>82</sup>.

Basın sektörünün en temel girdisi olan kağıt fiyatları, 1980-1992 yılında 324 kat artmıştır. 1980 Ocak ayında 13.000 TL olan kağıdın tonu 1992 Aralık ayında 4.200.000 TL'ye ulaşmış, tüm ürünler içinde en büyük zammın gazete kağıdına yapılması, en büyük ikinci zammı gören ürünün gazete olmasına yol açmıştır. Özellikle 1988 yılında yaşanan SEKA grevi ile kağıt üretiminin durması, basının iç piyasadan da yüksek maliyetlerle ithal kağıt kullanma zorunluluğu<sup>83</sup> bir çok dergi ve gazete ile küçük ölçekli matbaaların kapanmasına yol açmıştır<sup>84</sup>. Bir gazetenin maliyetini ortalama % 25 düzeyinde etkileyen kağıt girdisine devlet tarafından

---

<sup>82</sup> Cemalettin ÖZDOĞAN, **Özeleştirisi: Basının Prestij Sorunu**, İzmir, 1993, s.85.

<sup>83</sup> ÖZDOĞAN, a.g.e., s.86-87.

<sup>84</sup> 1988 yılında ekonomik nedenler yüzünden kapanan Bulvar Gazetesi'nin veda yazısında Nazlı Ilıcak, "Elimdeki kalemi eğip bükmeyi hazmedebilsem bugün bu noktada olmazdım" derken, 1989'da tarihe gömülen Gazete Gazetesi'nin "Hoşçakalın" yazısında da "ekonomik güçlüklerle dayanacak gücümüz kalmadı. Hükümetin dolaylı olarak uyguladığı baskılar kapanmamıza yol açtı" denmektedir. Bkz., Hilmi Tutar, **21.Yüzyılda Türk Basını-Tiraj, Promosyon ve Değişim Gerçeği**, Ankara, 1993, s.65-68.

yapılan zamlar, başka faktörlerle birlikte basındaki tekelleşme sürecine hizmet etmiştir<sup>85</sup>.

### 2.1.2.1.2. Tiraj Sorunu ve Promosyon Dönemi

Basının yaşadığı ekonomik kriz ise, beraberinde tiraj sorununu getirmiştir. Diğer faktörlerle birlikte yüksek enflasyon ortamı nedeniyle halkın alım gücündeki düşüş ve yoksullaşmaya karşı gazete fiyatlarındaki zorunlu yükselişin satışları azaltması, basın patronlarını yeni bir arayışa itmiş ve Türkiye’de lotarya-promosyon çılgınlığı dönemini başlatmıştır.

Türk basınında bir dönem gazeteler arası savaşa dönüşen hediye verme yarışı, uçaktan peynir ve süte, vizon kürkten şoförlü otomobile, dayalı döşeli hizmetçili ev çekilişlerinden incik bocuğa kadar her türden ürünü kapsayan inanılmaz boyutlara ulaşmıştır<sup>86</sup>. Ne var ki, daha fazla okuyucuya ulaşmak hedefiyle başlayan bu uygulama sonunda tirajlar yükselmediği gibi; gazeteler ağır promosyon maliyetleri karşısında yeni bir kriz yaşamıştır.

Örneğin 1989 yılında gazetelerin toplam tirajı promosyon öncesi döneme göre sadece 386 bin 624 adet artarken, bu artışı sağlamak için basının promosyonların tanıtımı amacıyla televizyon reklamlarına ödediği bir günlük ortalama maliyet 1.102 milyon TL. olmuştur. 1991 Nisan ayında ise toplam tiraj düşerken; aynı ay gazeteler 7.5 milyar TL. reklam harcamasında bulunmuşlardır. Böylece 1989 yılında bir okuyucu günde 32 lirasını TV reklamları için öderken, 1991 yılında bu rakam 70 liraya çıkmış, gazetelerin reklam maliyetleri örneğin 1989’da % 30 ile % 140 (Güneş Gazetesi) oranında değişmiştir<sup>87</sup>.

Promosyonun bu hale gelmesinden rahatsız olan medya sahipleri, 1992 yılında bu duruma son vermek için aralarında centilmenlik anlaşması yapsalar da, anlaşma yürümemiş ve yarış devam etmiştir. Sektörde yaşanan mali sıkıntılarının

---

<sup>85</sup> ÖZDOĞAN, a.g.e., s.88.

<sup>86</sup> TUTAR, a.g.e., s.77.

<sup>87</sup> TUTAR, a.g.e., s.78 ve s.81.

faturası ise basın çalışanlarına çıkarılmıştır. Bu dönemde basın sektörü, insan unsuruna % 15-17, promosyona ise % 28 oranında pay ayırmıştır. Dinç Bilgin'in ifadesi ile basın sektörü, aylık ortalama 10 milyar TL. zarara yol açan promosyon çılgınlığına uyuşturucu müptelası gibi bağlanmıştır<sup>88</sup>. Sonunda 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Yasa ile birlikte medya organlarının promosyon uygulamalarına sınırlamalar getirilerek yalnızca kültürel içerikli ürünlerin promosyonuna izin verilse de<sup>89</sup>, bu süreç uzun yıllar Türk basın sektörünü etkisi altına almıştır.

Binlerce gazetecinin işsiz kaldığı ya da maaş almadan çalıştığı 1990-1991 dönemi, basın sektöründe aynı zamanda sendikacılığın çıkmaza girdiği, dağıtım sektöründe tekelleşmenin yaşandığı, gazetelerin satılmaya ve sektöre dışarıdan sermaye yatırımlarının girmeye başladığı bir dönemdir<sup>90</sup>.

Öte yandan, basın sektöründe dağıtım da önemli bir alt sektör olarak işleyişte büyük bir rol oynamaktadır. Türk basın sektöründe promosyon için kurulan şirketlerle holdingleşmenin önemli adımlarından biri olan promosyon dönemi, dağıtım şirketlerinde de kartelleşme sürecinin yaşanmasına neden olmuştur. Ortakları olan basın kuruluşları dışındaki gazetelerin dağıtılmaması sonucunu getiren dağıtım karteli 1990'lı yılların sonunda sektöre çok ciddi zararlar vermiştir. Yazılı basın pazarındaki mevcut paylaşımı değiştirebilecek her türlü gelişimin engellendiği bu dönemde, Doğan Holding bünyesindeki Yay-Sat ile Dinç Bilgin'e ait Medi Grup bünyesindeki Birleşik Basın Dağıtımın kurduğu Biray, pazara hakim duruma gelmiştir<sup>91</sup>.

---

<sup>88</sup> TUTAR, a.g.e., s. 85-89. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Oğuzhan Kavaklı'nın araştırma sonuçlarından aktarılmıştır.

<sup>89</sup> AVŞAR, a.g.m., s.41.

<sup>90</sup> Babialı'de Deprem, Cumhuriyet Gazetesi, 07.03.1991.

<sup>91</sup> Emine Banu SALMAN, "Türk Basınında ÇUŞ Dönemi", Ekonom Dergisi, Temmuz 2001, s:47-48. (Bu çalışma, Gazi Üniversitesi İletişim Fak.Öğretim üyeleri Nazife Güngör ile Tolga Tellan'ın iletişim fakülteleri dekanlarına Ekim 2000'de sundukları çalışmanın bir özettir.)

### 2.1.2.1.3. Holding Basını Dönemi

Türkiye’deki medyanın tekelleşme süreci genel olarak dört bölüme ayrılabilir. 1950’lere kadar basında devlet denetiminin egemen olduğu ancak gazetecilik geleneğinin gazeteci ve yazarların özel çabalarına dayandığı dönem, 1960’lardan 1980 yılına kadar basının holdingleşme sürecini içermektedir. Özellikle 1980’li yıllarda kar amaçlı yatırımların hız kazanması oligopolleşme<sup>92</sup> eğilimlerinin başlangıcı olmuştur. Libya’da inşaat işleri ile ilgilenen ve Hisarbank’ın da sahipleri arasında olan Kozanoğlu-Çavuşoğlu Grubu’nun, ardından Asil Nadir’in sektöre girişi ile Türk basınında gazetecilik geleneğini değiştiren büyük sermayenin egemenliği başlamıştır<sup>93</sup>.

1990’ların başında geleneksel medya sahipler piyasayı tamamen terk etmiştir.<sup>94</sup> Medya önce holdinglerin çapraz mülkiyete dönüşen yapısı ile tekelleşme sürecine girmiş, ardından ülke ekonomisindeki hızlı büyüme eğilimi de Çukurova Holding, Uzan Grubu, Doğu Grubu, İhlas Grubu gibi ekonominin dev kuruluşlarını medya sektörüne çekmiştir. Bu gelişmelerin ardından medya gruplarının finans sektörüne girmesi; Türkiye’de 90’lı yılların “holding-medya-banka” üçgeni ile birlikte anlacağı bir dönemi başlatmıştır<sup>95</sup>.

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından bir çok gazete, radyo ve televizyona el konulması ile tamamlanan holding-medya-banka dönemi, medya sahiplerinin aynı zamanda banka sahibi olmasının sakıncalarını ortaya koymaktadır. Tabla 3’de yer alan veriler, bu bakımdan önemli bir gösterge niteliğindedir.

**TABLO 3: HOLDİNG, BANKA VE MEDYA İLİŞKİSİ**

HOLDİNG/SAHİP	BANKA/FİNANS KURUMLARI	EL KOYMA TARİHİ	İLGİLİ MEDYA
---------------	------------------------	-----------------	--------------

<sup>92</sup>Medya sektöründeki yoğunlaşma bazı araştırmacılar tarafından tekelleşme ya da tekel takım adası olarak tarif edilirken, bazı yazarlarda sektörün yapısının tekelin teknik tanımına uymadığı düşüncesiyle oligopolleşme demeyi tercih etmektedir. Ancak her durumda kastedilen sektöre hakim olan yapılaşmadır.

<sup>93</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.116; SALMAN, a.g.m., s.47.

<sup>94</sup>Erol Simavi Hürriyet’teki hissesini Aydın Doğan’a satarak 1994’de piyasadan çekilmiş, Cumhuriyet Gazetesi ise ayakta kalabilmek için holdingleşmiştir.

<sup>95</sup> Metin AKSOY, “Holdinglerin Banka Medyası”, Ekonom Dergisi , S:25, Ağustos 2004, s.23.

<b>1.Devletin el koyduğu bankalar</b>			
Ahmet Kozanoğlu/ Ömer Çavuşoğlu	Hisarbank Odibank	15 Mart 1983	Güneş (1982/1992), Türk Haberler Ajansı
Has Holding/ Mete Has	İstanbul Bank	24 Kasım 1983	HBB TV (1992)
Lapis Holding	TYT Bank	11 Nisan 1994	Kanal 6
Korkmaz Yiğit	Türkbank	6 Kasım 1997	Kanal 6, Genç TV, Kanal E, Milliyet, Yeni Yüzyıl
Korkmaz Yiğit	Bank Ekspres	25 Ekim 1998	Kanal 6, Genç TV, Kanal E, Milliyet, Yeni Yüzyıl
Nergis Holding/ Cavit Çağlar	Interbank	7 Ocak 1999	NTV, Olay TV, Olay Gazetesi
Yaşar Holding/ Selçuk Yaşar	Yaşarbank	21 Aralık 1999	Ege TV, Gazete Ege, Ege Ekspres
Hayyam Garipoğlu	Sümerbank	21 Aralık 1999	Kanal 6
Ceylan Holding	Bank Kapital	27 Ekim 2000	CTV, C Radyo
Medya Grubu/ Dinç Bilgin	Etibank	27 Ekim 2000	ATV, Kiss FM, Radyo Port, Şık FM, Sabah, Bugün, Yeni Asır, Takvim, Fotomaç, Aktüel, Para, Bravo Dergileri, Sabah Haber Ajansı
Cıngıllıoğlu Holding/ Halit Cıngıllıoğlu	Demirbank Ulusalbank	6 Aralık 2000 28 Şubat 2001	ATV
İhlas Holding/ Enver Ören	İhlas Finans	10 Şubat 2001	TGRT, Türkiye Gazetesi, İHA Ajansı, İhlas.net
Erol Aksoy	İktisat Bankası	15 Mart 2001	CİNE 5
Mustafa Süzer	Kentbank	9 Temmuz 2001	KENT TV
Bayındır Holding/ Kamuran Çörtük	Bayındırbank	9 Temmuz 2001	BRT TV, BRT FM
Çukurova Grubu/ Mehmet Emin Karamehmet	Pamukbank	19 Haziran 2002	Show, Skytürk, Digtürk TV'leri, Show Radyo, Alem FM, Akşam, Güneş, Halka ve Olaylara Tercüman Gazeteleri, Alem ve Platin Dergileri, Turkcell, Superonline
Uzan Grubu/Cem Uzan	İmarbank	2 Temmuz 2003	Star TV, Kral TV, JDY TV, NEV TV. Kral FM, Süper FM, Star Gazetesi

<b>2. Faaliyeti Devam Eden Banka ve Finans Kurumları</b>	Banka	İlgili Medya	Son Durum
Doğan Holding/ Aydın Doğan	Dışbank	Kanal D, EURO D, CNNTÜRK, Bravo TV,	Temmuz 2005'de, Doğan

		Super Channel, Radyo D, Hür FM, Radyo Foreks, Hürriyet, Milliyet, Radikal, Posta, Referans, Fanatik, Turkish Daily News, Tempo, Ekonomist, Auto Show, Hafta Sonu +19 aylık dergi, Doğan Haber Ajansı, Doğan Dağıtım, Yaysat, e-kolay.net	Holding Dışbank ve bağlı ortaklardaki payını Fortis'e satmıştır <sup>96</sup> .
Doğuş Holding/ Ferit Şahenk	Garanti Bankası	NTV, CNBC-e, Discovery Channel, NTV Radyo, Radyo Eksen, Radio N101, National Geographic Türkiye, F1 Racing. Vision, Plus Dergileri	Faaliyetlerini sürdürmektedir <sup>97</sup> .
MNG Holding/ Mehmet Nazif Günal	MNG Bank	TV 8, MNG Haber Ajansı, MNG.net	Faaliyetlerini sürdürmektedir <sup>98</sup> .
Fethullah Gülen	Asya Finans	Samanyolu TV, Burç FM, Dünya Radyo, Zaman Gazetesi, Aksiyon ve Sızıntı Dergileri, Cihan Haber Ajansı	Faaliyetlerini sürdürmektedir <sup>99</sup> .

Kaynak: AKSOY, a.g.m., s.27-28.

Büyük sermayenin; banka ve medya sahipliği ile elde ettiği güç sayesinde siyasi iktidar üzerinde de büyük etki sahibi olduğu 90'lı yıllarda, büyük medya grupları dağıtım ve reklam alanında da kartel oluşturmuştur<sup>100</sup>. Öte yandan, bu dönemde yapılan büyük teknolojik yatırımlar, basın sektörünün gelişip büyümesini de sağlamıştır. Ancak, 2001 yılında patlak veren ekonomik krizle birlikte basın patronlarının bankaları da batmaya başlayınca, medyada ilk fatura basın çalışanlarına çıkarılmış, bir iki ay içinde beş bin gazeteci işsiz kalmıştır<sup>101</sup>.

<sup>96</sup> Gedik Yatırım Menkul Değerler 17.10.2005 tarihli Şirket Raporu, **Doğan Holding-Önemli Yatırım Noktaları**, Erişim: 17.08.2006, [www.gedik.com](http://www.gedik.com).

<sup>97</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz: [www.dogusgrubu.com.tr](http://www.dogusgrubu.com.tr).

<sup>98</sup> [www.mng.com.tr](http://www.mng.com.tr)'den bkz: MNG Holding/ Sektörler.

<sup>99</sup> Faaliyetleri için bkz: [www.asyafinans.com.tr](http://www.asyafinans.com.tr).

<sup>100</sup> Bu dönem daha sonra "Medyada Sevr" dönemi olarak anılmaktadır. Bkz., Umur TALU, "Medyada Sevr", Sabah Gazetesi, 27.1.2005. TGS 1995-1998 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu'na göre ise ; 1998 yılı itibarıyla Doğan ve Bilgin grupları tirajın %70'ine sahiptirler. 2002 yılında ise bu oran Doğan-Bilgin ve Çukurova Grubu toplamında % 84'e ulaşmıştır.

<sup>101</sup> AKSOY, a.g.m., s.25.

Tablo 3’de yer alan veriler, 23 yıl içinde TMSF’ye devredilen 28 banka ve bir finans kurumundan 18’nin sahiplik yapısının medya sektörü ile ilgili olduğunu göstermektedir. Tablo, basın sektöründe yoğun olarak 1999 ve 2000 yıllarında yaşanan ekonomik krizler bakımından incelendiğinde ise; 2003 yılında tamamlanan TMSF operasyonlarının ardından, sektörde mülkiyet yapısının değiştiği söylenebilir. 2003 yılından itibaren TMSF’ye devredilen medya kuruluşları önce atanan yeni genel müdürler yönetiminde yayınlarını sürdürmüş, ardından banka borçlarını ödeyen bazı holdinglere bağlı medya kuruluşları yayınlarını aynı holding çatısında sürdürürken, bazıları marka lisanslarının kiralanması yoluyla devredilmiş, satışa çıkarılanlardan bazıları ise satılmış olup bu süreç halen devam etmektedir.

Günümüzde, medya büyükleri bakımından incelendiğinde; Dinç Bilgin’in Etibank borçları nedeniyle TMSF kontrolüne geçen medya kuruluşları, marka lisanslarının kiralanması yoluyla Park Holding patronu Turgay Ciner’in Merkez Grubu şemsiyesi altında faaliyetlerini sürdürmektedir<sup>102</sup>. Yine Çukurova Grubu’na bağlı ilgili medya kuruluşları da Mehmet Emin Karamehmet’in sahipliğinde yayınlarına devam etmektedir.<sup>103</sup> İhlas Holding’e bağlı medya kuruluşları da yayınlarını sürdürürken, Uzan Grubu’na ait Star Gazetesi TMSF onayıyla Safa Ali Özmen’e satılmıştır<sup>104</sup>. Sonuç olarak, Gazete Ege gibi bazı yayınların kapandığı, ya da Korkmaz Yiğit örneğinde olduğu gibi banka-holding-medya üçgenine mafya ilişkilerinin de katılmasıyla kamuoyunun basına güveninin de sarsıldığı bu süreçte, basın sektörü ve çalışanlarının hem mesleki saygınlık hem de istihdam bakımından zarar gördüğü söylenebilir.

---

<sup>102</sup> Etibanka el konulmasının hemen ardından Dinç Bilgin’in Sabah Gazetesi ve Sabah Pazarlamadaki hisselerini Turgay Ciner’e satması ile Ciner bu kurumlarda çoğunluk hissesine sahip olmuş, ayrıca ATV, BBD ve Bir Numara Yayıncılık’ın %50 hissesini satın almıştı. [www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com), 21.10.2000 tarihli haber. Erişim:06.02.2007.

<sup>103</sup> Show TV’yi satın almak için Amerikan Fon Yönetim Şirketi Providence ile Canwest Firmasının Çukurova Holding’e teklif verdiği ve görüşmelerin sürdüğü belirtilmektedir. Ekonomist Dergisi’nden aktaran [www.medyatava.com](http://www.medyatava.com), 05.02.2007 tarihli haber, Erişim:08.02.2007.

<sup>104</sup> Detaylı bilgi için bkz.,10.02.2007 tarihli Zaman Gazetesi ve [www.haber7.com](http://www.haber7.com).

#### 2.1.2.1.4. Özel Televizyonculuk ve Reklamlar

Türkiye’de basın kuruluşları, çağdaş gazetecilik teknolojilerini kullanarak sektörde hizmet verebilmek için ciddi yatırımlar yapmışlardır. Ancak bu yatırımlarını ve yeni teknolojiler sayesinde çıkaracakları farklı yayınlarını finanse edebilmek için ilan ve reklam bulma zorunluluğu, özel televizyonların kuruluşu ile sektöre yeni bir açılım getirmiştir.

1972 yılında televizyonun reklama açılması ile birlikte ilan-reklam pastasını radyo ve TRT kanalları ile paylaşmak zorunda kalan basın işletmeleri; 1980’li yıllarda renkli yayına geçilmesi, uydu yayınlarının ülke içine alınabilmesi, kablolu televizyon yayınlarının artması, TRT’nin kurum dışında yapılmış filmlere kapısını açması, ardından da 1990 yılında Star 1 adıyla uydu aracılığıyla yayın yapan Magic Box’ın kurulması gibi etkinlikler sonucunda yeni bir sürece girmiştir<sup>105</sup>. Önce, lotarya ve promosyonlarını duyurmak için televizyon reklamlarına büyük rakamlar harcayan medya sektörü için, devletin radyo ve televizyon üzerindeki tekeli kaldırmasının ardından çapraz tekelleşme dönemi başlamıştır.

Öncelikle yazılı basın patronlarının kanal sahibi olmaya başladığı televizyonculuk, sektördeki reklam pastası dağılımını etkilemiştir. Sektördeki ticarileşme, reklamcılarının medya sistemine şekil vermelerinde merkezi bir rol oynamıştır. Medya sektörleri arasında reklam paylaşımındaki değişim, geleneksel medyayı aşağı çekmiştir.

Ancak, sonuçta her bir medya sektörü içindeki reklamcılık dilimi veya dağılımı, o medya ortamının karakter ve gelişimini ciddi oranda etkilemiştir. Medya, reklamcılarının karlarını maksimize etmeye yönelik gereksinmelerine kendini adapte etmiştir. Bu da basının kamusal işlevi ile ticari yapısı arasında artan bir kutuplaşmaya yol açmıştır. Reklamcılığın basın sektöründeki etkisi kısmen bölgesel yayıncılığın gelişmesine de katkı sağlamıştır. Bununla birlikte, genel olarak özellikle ulusal basının tutucu baskınlığını güçlendirmiştir. Sonuçta basın sektöründeki ticarileşme,

<sup>105</sup> Oya TOKGÖZ, “Medyada Birikim, Tekelleşme ve Sorunlar”, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 1991-1992 Yıllığı, 1992, s.101-102.



kamu ve özel sektör yayıncılığı arasında da büyüyen mali dengesizliğe katkıda bulunmuştur<sup>106</sup>.

Öte yandan, büyük maliyetler getiren televizyon yatırımlarının ve işletme bedellerinin, ülkenin sahip olduğu ilan-reklam gelirleri ile karşılanamayacağı da tartışılmaya başlanmıştır. Gelişmiş ülkelerde yerel TV yayıncılığının ve sektörel uzmanlaşmaya dayalı yayıncılığın artmasına karşılık; Türkiye'deki ulusal kanalların çokluğu dikkat çekmekte, her yeni kanalın gazetelerin reklam gelirlerine belli bir ölçüde ortak olması, gelecekte gazetelerle birlikte özel televizyonlarında ekonomik sıkıntılar yaşayacağına işaretlerini vermektedir. Gazete sahiplerinin televizyon sahibi olmaya ve televizyon sahiplerinin de gazete almaya başladığı 1990'ların başından itibaren, yayıncılık üzerindeki tekelin tehlikeleri konusunda uyarılar da yapılmaya başlanmıştır.<sup>107</sup> Yıllar içinde bu öngörü gerçekleşirken, televizyon, gazete ve dergilerin aynı çatı altında toplandığı medya kuruluşlarında; bu işletmelerin maliyetleri ile Türkiye reklam pastası ve ürün satışlarından elde edilebilecek gelir arasında mantıklı bir bağ kurulamaması ise medya-siyaset ilişkilerini gündeme getirmiştir.

Türkiye'de, kişi başına geliri, okur-yazar oranı, kentleşme eğilimleri, reklam pastası, tüketim harcamaları gibi ülkenin ekonomik ve sosyal göstergeleri ile uyumlu olmayan bir medya niceliği (16'sı ulusal, 15'i bölgesel, 229'u yerel ölçekte yayın yapan 537'si kablolu 260 televizyon kanalı; 30 ulusal, 108 bölgesel, 1062 yerel yayın yapan 1200 radyo, 32 ulusal gazete ve dergi) bulunmaktadır. Sonuçta, pazardaki toplam reklam gelirleri ile<sup>108</sup> gazetelerin tiraj ve satış gelirleri toplamı karşılaştırıldığında, maliyetler ile gelirlerin başa baş bir noktaya bile yaklaşmadığı görülmektedir. Örneğin 2002-2003 dönemi itibarıyla basın sektöründe reklam ve satış gelirleri toplamı 908 milyon dolar olarak hesaplanmıştır. Oysa sadece tek bir televizyon kanalının yıllık operasyon maliyeti 100 milyon dolara ulaşmaktadır.<sup>109</sup>

---

<sup>106</sup> James CURRAN, Richard E.Collins, Nicholas Garnham., **Media Cultur& Society: A Critical Reader**, Sage Publications Inc.,London, 1987, s.332-333.

<sup>107</sup> Nezh DEMİRKENT, **Medya Medya**,Dünya Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.254.

<sup>108</sup> Bkz.,Reklamcılar Derneği, [www.rd.org.tr](http://www.rd.org.tr).

<sup>109</sup> Mustafa SÖNMEZ, "Türkiye Medyasının Ekonomik Açmazları", Erişim: 05.03.2005, [www.bağımsizsosyalbilimciler.org](http://www.bağımsizsosyalbilimciler.org).

Bu durum, sermaye sahipleri için medyanın neden vazgeçilmez olduğu sorusunu gündeme getirmekte ve medyanın “siyasete karşı sopa ve/veya havuç olmak üzere bir silahlanma ve güç aracı” olarak kullanılmasına bağlanmaktadır<sup>110</sup>. Gerçekten de, Türkiye örneğinde medya-siyaset ilişkileri, geçmiş dönemlerde sektörün yapısını değiştirecek boyutlarda yaşanmıştır.

Basın sektörü ve reklamlar arasındaki bir diğer ilişki ise; medyanın satış gelirlerinden çok ilan ve reklam gelirlerine bağlı olmasının yanı sıra özel şirketlerin de ilan ve reklamlarını tiraj yüksekliği ya da izlenirlik ölçütüne göre dağıtmalarıdır. Bu durum medyada holdingleri daha çok büyütürken, küçük ölçekli kuruluşların ise daha fazla güç kaybetmesine, bazen de yok olmasına yol açmıştır<sup>111</sup>.

### 2.1.2.2. Sosyal ve Siyasal Faktörler

Toplumdaki en etkin güç merkezlerinden biri haline gelen medya; toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne ve yeteneğine sahiptir. Medyanın bu gücünün toplumsal ve siyasi yapı içinde etkin bir konuma sahip siyasi liderleri ve meşru hükümet politikalarını da kapsayacak boyutlara ulaşması, Amerikalı sosyal bilimci Rivers tarafından “ikinci ya da öteki hükümet” olarak tanımlanmaktadır<sup>112</sup>. Gerçekten de, günümüzde popüler medyayı kontrol edenler politik ünü ve kariyeri meydana getirmek veya sona erdirebilmek gücüne sahiptir.<sup>113</sup>

Genel anlamda tekelleşme, bir pazarda bir ya da birkaç kuruluşun çeşitli yöntemlerle hakim konuma gelmesini, pazara giriş çıkışları denetlemesini anlatan bir kavram iken, basında tekelleşme; dolaşıma sunulan ürünün bilgi olması nedeniyle farklıdır. Bilginin belli ellerde toplanması, erkin belli ellerde toplanması anlamına

---

<sup>110</sup> SÖNMEZ, a.g.m., [www.bagimsizsosyalbilimciler.org](http://www.bagimsizsosyalbilimciler.org).

<sup>111</sup> SALMAN, a.g.m., s.47-48.

<sup>112</sup> Ali ARSLAN, “Medyanın Gücünün Sosyolojik Temelleri”, (Medyanın Gücü), “İş Gücü” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Kocaeli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, C:6, S:2, 2004, Erişim: 13.07.2006, [www.isgucdergi.org](http://www.isgucdergi.org).

<sup>113</sup> DOYLE, a.g.e., s.173.

gelir<sup>114</sup>. Bu nedenle, medyanın kamuoyunun ve iktidarın gözünde büyük bir güç oluşturması, yeni bir ekonomik anlayış çerçevesinde sermaye sahiplerinin medyaya bakışını değiştirmiştir.<sup>115</sup>.

Türkiye’de de, 24 Ocak Kararlarının ardından liberal ekonomi uygulamaları ile birlikte medyaya hükümetler tarafından önemli avantajlar sağlanmıştır. Banka kredileri ile yeni teknolojilerin getirilmesine yardımcı olmak, ucuz kredi ve gümrüksüz ithalat olanağı gibi kolaylıklar sektörün büyümesini sağlamış, ANAP Hükümeti döneminde bu oran Brezilya dışındaki tüm OECD ülkelerini geçerek toplam sermaye birikiminin % 4’üne ulaşmıştır. Bir yandan basının eleştiri özgürlüğünü çeşitli yollarla sınırladığı için eleştirilen Özal, diğer yandan bu dönemde daha sonra sektörün medya devleri arasında yer alacak olan Çukurova ve Uzan gruplarına GSM operatörlerinin tahsisini sağlamış, yine Uzan ailesi Özal’ın oğlu Ahmet Özal ile birlikte ilk özel televizyon şirketi Magic Box’u kurmuştur. 1990-1993 yılları arasında yasadışı olarak fiili yayın yapan özel televizyonlar, daha sonra gerçekleştirilen Anayasa değişikliği ile de yasal zemine kavuşmuştur<sup>116</sup>.

1990’lı yıllarda devletin medyaya ilişkin teşvik uygulamalarındaki tercihleri de, sektörün yapısının değişmesinde rol oynamıştır. Rakamlara bakıldığında; Bilgin Grubu bünyesindeki Basın Holding’e 1983-1993 ve 1994-1997 yılları toplamında 200.4 milyon dolar, Doğan Holding’e ise 1983-1993, 1994-1997 yılları toplamında 424.8 milyon dolar, ayrıca 1999 yılında 18.8 trilyon liralık teşvik verildiği görülmektedir. Türk basınındaki tekelleşme eğiliminin, günümüzde önemli bir güç haline gelen medyayı yanında görme isteği ile siyasi iktidarlar tarafından verilen maddi yardımlarla da desteklendiğini göstermektedir<sup>117</sup>. Özelleştirmelerde ve banka satın almalarda da medya-siyaset ilişkisi yoğunlaşmış, medya sahipleri TV ve gazetelerini silah olarak ya da yakın ilişkiler için kullanırken, siyasilerde medyanın gücünden yararlanmışlardır.

---

<sup>114</sup> ÇELİK, a.g.m.,s.121.

<sup>115</sup> AVŞAR, a.g.m, s.41.

<sup>116</sup> Gülseren ADAKLI, “Türk Basınından Türk Medyasına: Hakim Medya Gruplarının Kısa Tarihi”, Erişim:27.12.2005, <http://www.bianet.org/27919.htm>; TOKGÖZ,Temel, a.g.e., s.45; ÖZSEVER,a.g.e. s.123.

<sup>117</sup> SALMAN, a.g.m., s.48.

Sonuç olarak günümüzde, Türkiye’deki güç odaklarından birinin de, iletişim ve kamuoyunu etkileme gücünü elinde bulunduran medya ve özellikle gazete ve televizyonların oluşturduğu “enformatik güç odağı” olduğu söylenebilir<sup>118</sup>. Çağdaş toplumlarda çok önemli toplumsal bir güç konumuna ulaşan medya Türkiye’de de gerçek anlamda toplumdaki dördüncü güç konumuna gelmenin ötesinde, Türk iktidar seçkinlerinin güçlü bir ortağı olarak tanımlanmaya başlanmıştır<sup>119</sup>. Ülkemizdeki okuma yazma oranının düşüklüğü ve demokrasinin darbelerle kesintiye uğraması sonucu suskunlaşan kamuoyunun da etkisiyle, medya-siyaset ilişkilerinin büyük tepkilerle karşılaşmadan işletildiği de söylenebilir.

Teknolojik nedenler, ürünlerin sunulduğu pazarın özellikle okuyucu kitlesinin yetersizliği, uluslar arası rekabet koşulları, enflasyonist ortam, devlet destekli gelenek, ekonomik krizler, reklam gelirlerinin yetersizliği gibi bir çok faktörün etkisiyle yapısal olarak değişen basın sektöründe, basın çalışanlarının da çalışma ve istihdam koşulları kaçınılmaz olarak değişmiştir.

## 2.2. DEĞİŞEN İSTİHDAM YAPISININ BASIN ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Günümüzde genel olarak, yüksek seviyede teknik uzmanlık gerektiren istihdam türlerinin doğduğu, beyaz yakalı çalışanlar ve ekip çalışması gereksiniminin arttığı söylenebilir. Kariyer gelişiminin sorumluluğu, iş güvencesi ve iş eğitimi; büyük ölçüde işverenin sorumluluğundan çıkarak, çalışanların omuzlarına yüklenmiştir<sup>120</sup>. Öte yandan, Fortune Dergisi’nin büyük Amerikan şirketlerinde çalışan 1003 yöneticiyi kapsayan bir araştırmasında, her üç kişiden birinin işe başladığında var olmayan görevleri yürüttükleri ortaya çıkmıştır. ABD Çalışma Bakanlığı’nca yapılan bir araştırmada ise 71 bin kişilik işgücünde kişinin aynı işi

<sup>118</sup>Coşkun Can AKTAN, “Türkiye”de Güç Odakları ve Yozlaşan Demokrasi”, Düşünen Siyaset Dergisi, S:1, Şubat 1999, s.130.

<sup>119</sup> Ali ARSLAN, “Türkiye”de Medya Sektörünün ve Medya Çalışanlarının Sorunları”, (Medya Sektörü), “İş Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Kocaeli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, C:6, S:1, 2003, Erişim: 30.05.2006, [www.isgucdergi.org](http://www.isgucdergi.org).

<sup>120</sup> Sabir I. GIGA, Helge HOEL, Cary L. COOPER, *Violence and Stress at Work in the Performing Arts and in Journalism, Sectoral Activities Programme Working Paper 201*, ILO, Geneva, June, 2003, s.4.

yapma süresi 4.2 yıl olarak saptanmıştır. Üç yıl önce bu sürenin 4.6 olduğu göz önüne alındığında süre kısalmasının yüzde 9'a yakın olduğu görülmektedir<sup>121</sup>.

Teknolojik ilerlemeler, küreselleşme, özelleştirmeler, şirket birleşmeleri-şirket satın almaları ve yeniden yapılanmanın sonucu olarak medya sektörü de yapısal olarak birçok değişikliğe şahit olmuştur. Bu değişiklikler, yetenek ve performans açısından ekstra talepler getirmesine ve teknoloji, otomasyon gibi yeniliklerden ötürü iş kayıplarına yol açmış olmasına karşılık, aynı zamanda yeni ürünler, yeni pozisyonlar ve istihdam olanakları yaratmıştır<sup>122</sup>.

Sektördeki yapısal değişikliklerin basın çalışanları üzerine etkilerine geçmeden önce, bu etkileri yaratan medya piyasalarının yapısal değişimlerin sonucu olarak nasıl işlediğini incelemek faydalı olacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde değinildiği gibi; basın sektörünün hem kamusal alana hitap etmesi hem de ticari bir işletme olmasından kaynaklanan ve ürüne yani habere de yansıyan ikili yapısı; yukarıda değinilen küreselleşme, yeni teknolojiler gibi faktörler sonucunda ölçek ve kapsam ekonomilerinin bir arada kullanması sonucunu doğurmuştur.

Medya piyasalarında gerekli olan yatırımların daha çok sermaye yoğun bir nitelik taşıması, sabit maliyetlerin yüksek gerçekleşmesine neden olmaktadır. Bu durum, piyasaya giriş engellerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ek kopya maliyetleri ise oldukça düşüktür. Bu durum, piyasadaki en büyük firmaların en etkin biçimde çalışmasına olanak sağlamaktadır. Medya ürünlerinin tek bir üründen çoğaltılmalarını gerektiren prototip özellikleri, diğer bazı sanayi ürünlerinden farklı bir maliyet yapısına sahip olmalarının nedenidir<sup>123</sup>.

Medya endüstrisinde, genel olarak ilk üretim maliyetinin yüksek, yeniden üretim ve dağıtım maliyetlerinin ise düşük olması ortalama maliyetleri düşürmektedir. Bir gazetenin daha çok kişi tarafından okunması ya da bir TV programının daha çok kişi tarafından izlenmesi ortalama üretim maliyetinin sürekli

---

<sup>121</sup> TOFFLER, a.g.e., s.95.

<sup>122</sup> GIGA vd., a.g.e., s.2.

<sup>123</sup> GEÇGİL., a.g.e., s.3.

olarak düşmesine neden olmaktadır. Bu da, birçok firmanın ölçek ekonomisinden<sup>124</sup> faydalanarak karını arttırmasını sağlamaktadır. Bu yüzden, özellikle yatay büyüme medya kuruluşları arasında yaygınlaşmaktadır.

Bir işletmede birden fazla ürünün birlikte üretilmesi durumunda işletmenin sağladığı maliyet avantajını ifade eden kapsam ekonomileri<sup>125</sup> ise, medya endüstrilerinde kullanımı giderek yaygınlaşan ikinci bir özellik olmuştur. Tek bir ürün içeriğinin, çok az ya da sıfır maliyetle, medyanın değişik alt pazarlarında kullanılması sayesinde de ortalama maliyetler düşürülmektedir. Bu nedenle, bir basın çalışanının bir ürünü birden çok medya aracında kullanılmaktadır. Kapsam ekonomisinin medya şirketine sağladığı bu artı değer, sektördeki tekelleşme eğiliminin ve çapraz tekelleşmenin önemli nedenlerindedir<sup>126</sup>.

### 2.2.1. Çalışan Gazeteciler Bakımından

İstihdamın yapısal bozukluğu ve işsizlik, ülkemizde sosyal yapının yanı sıra uygulanmakta olan makro-ekonomik politikalara bağlı olarak da ortaya çıkan toplumsal bir sorundur. Türkiye’de; hızlı nüfus artışı, sermaye birikimi yetersizliği, kamu ve özel sektör yatırımlarının yeterince arttırılamaması, yabancı sermaye yetersizliği, işgücü niteliğinin modern sanayi ihtiyaçlarına uygun olmaması, mesleki eğitim-işgücü piyasası arasındaki uyumsuzluk, hızlı teknolojik değişmeler gibi nedenlerle, istihdam sorununun boyutları geçmişten günümüze artmaktadır<sup>127</sup>. Türkiye İstatistik Kurumu’na göre her yüz kişiden on ikisi işsizdir<sup>128</sup>. Genel tarifiyle istihdam; bir ekonomide belli bir dönemde üretim öğelerinin var olan teknolojik düzeye göre ne ölçüde kullanıldığını ifade etmektedir<sup>129</sup>. Medya sektöründeki teknolojik düzeyin artışına karşın; istihdam oran ve olanaklarının ise benzer bir

<sup>124</sup> Ölçek ekonomileri; bir firmada bir ürünün üretimi arttıkça ortalama maliyetlerde azalma nedeniyle ortaya çıkan maliyet avantajlarını ifade eder. Bkz., Coşkun Can AKTAN, Dilek DİLEYİCİ, “Genel Olarak Alt Yapı Hizmetleri”, Erişim:05.02.2007, <http://www.canaktan.org/ekonomi/altyapi-ekon/genel-olarak.htm>

<sup>125</sup> AKTAN, DİLEYİCİ, a.g.m., <http://www.canaktan.org/ekonomi/altyapi-ekon/genel-olarak.htm>

<sup>126</sup> GEÇGİL, a.g.e., s. 4-5.

<sup>127</sup> Burcu GEDİZ, M. H.YALÇINKAYA, “Türkiye’de İstihdam-İşsizlik ve Çözüm Önerileri:Esneklik Yaklaşımı”, Erişim:14.07.2006, [www.ceterisparibus.net/makale](http://www.ceterisparibus.net/makale) .

<sup>128</sup> Türkiye İstatistik Kurumu’nun Ocak-Mart 2006 Dönemi Hanehalkı İşgücü Anketi sonucuna göre işsizlik oranı % 11,9, işgücüne katılım oranı ise % 45,5’dir. Bkz.,[www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr).

<sup>129</sup> GEDİZ,YALÇINKAYA, a.g.m., [www.canaktan.org/ekonomi/altyapi-ekon/genel-olarak.htm](http://www.canaktan.org/ekonomi/altyapi-ekon/genel-olarak.htm).

düzye değiştiği söylenemez. Türk basınının en çok okunan kalemlerinden Emin Çölaşan, daha 1999 yılında, kendisine “Gazeteci olayım mı?” diye soran genç gazeteci adaylarına, eskiden tüm içtenliğiyle mesleğini tavsiye ederken artık, “Eğer ben anamdan gazeteci doğmuşum, ölüüm de başka iş yapamam diyorsan ve yıllar boyu sürünmeyi göze alıyorsan ol. Yoksa unut gitsin” yanıtını verdiğini belirtirken sektörde basın çalışanları aleyhine gelişen süreci özetlemektedir<sup>130</sup>.

### **2.2.1.1. Çalışma Koşullarına İlişkin Sorunlar**

Basın çalışanı kavramı incelenirken açıklanan istihdam türleri, bu bölüm için de geçerlidir. Mevzuat açısından bakıldığında, daha önce de değinildiği gibi özel sektörde görev alan basın çalışanlarının istihdamı, 5953 sayılı Yasa’ya veya 818 sayılı Borçlar Yasası’na göre hazırlanan hizmet akdi çerçevesinde yapılmak zorundadır.

Basın İş Yasası’na göre gazetecinin istihdamı; basın sektöründe çalışanla çalıştıran arasında yapılacak belirli veya belirsiz süreli hizmet akdine göre “belirli süreli istihdam” veya belirsiz süreli istihdam” olarak ikiye ayrılabilir. Ayrıca taraflar arasındaki iş ilişkisinde bir deneme süresi kararlaştırılmış ise, 5953 Sayılı Yasaya göre bu süre en fazla üç ay olabilmektedir. Öte yandan, ölkemizde serbest gazeteciliğe ilişkin ayrı bir düzenleme bulunmadığından, işveren ile basın çalışanı arasında parça başı üzerinden anlaşma yapılıyor ise, bu durumda 818 sayılı Borçlar Yasası’na göre istisna akdi veya neşir sözleşmesi ile telifle çalışma söz konusudur.

Kamu sektöründe TRT ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü’nde çalışanlar ise 657 Sayılı Devlet Memurları Yasası ile TRT Kurumu Yasası’na bağlı olarak devlet memuru, sözleşmeli personel, geçici personel ve Borçlar Yasası çerçevesinde istisna akdi ve neşir sözleşmesi ile istihdam edilirler. Anadolu Ajansı ise, A.ř. kapsamında olduğundan Basın İş Yasası hükümlerine göre gazeteci istihdam etmektedir. Öte yandan, medya sektöründeki istihdam türlerinin mevzuat çerçevesi ile sınırlı olmadığını, naylon gazeteci, taşeron gazeteci gibi yasa dışı

---

<sup>130</sup> Emin ÇÖLAŞAN, “şu Bizim Basın Kartı”, Hürriyet Gazetesi, 01.08.1999.

istihdam türlerinin yanı sıra, yasal boşlukların da sektörün yapısal dönüşümden kaynaklanan ihtiyaçlarına göre kullanıldığını vurgulamak gerekmektedir.

Tablo 4 ve Tablo 5’de yer alan veriler, basın çalışanlarının istihdamında mevzuata ne kadar uyulduğu hakkında bilgi vermektedir.

**TABLO 4: YAZILI BASINDA BASIN KARTI TAŞIYAN  
GAZETECİ SAYISI**

Anadolu Ajansı dahil kurumlarda basın kartı taşıyan toplam gazeteci sayısı:		<b>8831</b>
Halen çalışmakta olan	5.984	
Sürekli Basın Kartı Sahibi	238	
Serbest Basın kartı	51	
Hem halen çalışmakta olup hem sürekli basın kartı sahibi olan gazetecilerden kaynaklanan fark:	62	

Kaynak: Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü.



**TABLO 5: GÖRÜNTÜLÜ BASINDA BASIN KARTI TAŞIYAN  
GAZETECİ SAYISI**

TRT	1050
Kanal D Televizyonu	41
DHA	97
ATV-Merkez Haber Ajansı	63
Show TV	54
TGRT Haber TV	16
TGRT Televizyonu	52

Kaynak: Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü.<sup>131</sup>

Yalnızca 2001 yılında işine son verilen gazeteci sayısının 5000 olduğu<sup>132</sup> düşünülürse, sektörde çalışan basın kartı sahibi toplam gazeteci sayısının 5984 kişi olması, kadro kıyımına işaret etmektedir. Yine, emeklilik yaşı gelen tüm personelin zorunlu olarak emekliye ayrılmasından ve istihdam edilen personel sayısının önemli miktarda düşürülmesinden sonra bile TRT’de görevli basın çalışanı sayısı ile diğer televizyon kanallarında görünen kadrolu çalışan arasındaki fark da sektördeki istihdamın şekli konusunda bir fikir vermektedir.

Basın sektöründe dönem dönem çeşitli basın meslek örgütleri tarafından yapılan taramalar da gazetecilerin mevzuata uygun olarak istihdam edilmediklerini göstermektedir. Örneğin, ÇGD Akdeniz Şubesi’nin, Antalya’da görev yapan gazetecilerin Basın İş Yasası kapsamı dışında çalıştırıldığını belirten bir dilekçe ile Antalya Valiliği’ne başvurusu üzerine Çalışma Bakanlığı iş müfettişleri tarafından yapılan denetlemeler sonucu, kent merkezinde 42 basın işyerinde toplam 180 gazetecinin üçte birinin Basın İş Yasası kapsamında, üçte birinin İş Yasası kapsamında, diğerlerinin ise sigortasız çalıştırıldığı belirlenmiştir<sup>133</sup>.

<sup>131</sup> Tablo 4 ve Tablo 5’e ait rakamlar, 26 Mayıs 2006 tarihi itibarıyla, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü, Basın Yayın Dairesi Başkanlığı Basın Şubesi Basın Kartları Servisi’nden alınmıştır.

<sup>132</sup> solMeclis Medya Çalışma Grubu, a.g.r., s.1

<sup>133</sup> Hasan ÜSTÜN, “ÇGD’nin Antalya Zaferi”, Erişim: 27.11.2005, [www.bianet.org](http://www.bianet.org).

Örneğin, Fransa'da da çalışan gazetecilerin birçoğu kadrosuz olup basın kartı alamamaktadır. Bunun nedeni, mevzuatın uygulanmaması değil; gazetecilerin mesleklerinden düşük gelir elde edebilmeleridir. Çünkü Fransa'da basın kartı Gazeteciler Cemiyeti tarafından verilmekte, Cemiyet her yıl gazetecinin durumunu değerlendirmekte ve gazeteci kazancının % 50 sini gazetecilikten sağlıyorsa basın kartını alabilmektedir<sup>134</sup>. Dolayısıyla yasalara uygun kadro düzeyi, Türkiye örneğinde istihdam koşulları hakkında gerçekçi bir bilgi vermektedir.

Kaldı ki, Basın Kartı Yönetmeliği'ne göre günlük, haftalık ve on beş günlük ve aylık süreli yayın sahiplerinde, televizyon-radyo şirketi yönetim kurulu başkanlarında ve kamu görevlilerinde, yönetmeliğin e bendinde yer alan “5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Yasa hükümlerine uygun sözleşme yapmış olması” şartı aranmamaktadır. Yine çalışmanın birinci bölümünde açıklanan “naylon gazeteci” sıfatıyla kadrolu gösterilerek basın kartı sahibi olanlar da toplam sayının içinde yer almaktadır<sup>135</sup>.

Ülkemizde, Türk basını niceliksel olarak çoğulcu bir yapı izlenimi verse de, gerçekte birkaç büyük topluluğun denetimindedir. Bu topluluklar üretimden dağıtım, iletişim zincirinin bütün aşamalarına egemen durumdadırlar. Böylece, tekelleşmenin getirdiği sonuçlardan biri olan kuralsızlaşma, Türk basın sektöründe de en açık biçimde görülmektedir<sup>136</sup>.

Öte yandan tekelleşme, basın çalışanlarının yalnızca mevzuat bakımından değil, fiili olarak da istihdam sorunu yaşamasında etkili olmaktadır. Bu etkiyi Halil Nebiler, “Bir malın satışı tekelin yönetimindeyse, o malın üretiminde kullanılan hammaddelerin alımı da aynı tekelin elindedir. Basında, kağıdın dışında en önemli üretim unsuru basın emekçisidir. Tekelci basının elindeki gazetelerden birinde çalışması olanaksız kılınan gazeteci, aynı basın grubunun diğer gazetelerinde de çalıştırılmaz. Çünkü onun çalışmasına izin vermeyen o gazete değil, o gazetenin

---

<sup>134</sup> Jerome BASTİON, “Avrupalı Gazeteci Olmak”, Erişim:23.03.2004, [www.gelisimplatformu.org](http://www.gelisimplatformu.org).

<sup>135</sup> Basın Kartı Yönetmeliği, Resmi Gazete: 23 Mart 2001 – 24351.

<sup>136</sup> ÇELİK, a.g.m., s.120.

bağlı bulunduğu basın tekelidir. Yani gazetecinin çalıştırılması da tekele bağlıdır” şeklinde özetlemektedir.<sup>137</sup>

Sektördeki tekelleşmenin kısa dönemde yeni düzenlemelere ihtiyaç duyması, medya kuruluşlarına somut olarak işten çıkarılmalar biçiminde yansımaktadır. İşletmenin “rasyonelleştirilmesi”, ilk önce çalışanlardan başlayarak gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Tekelleşme olgusuna karşı gazetecilerin duyarlı olmasının önemli nedenlerinden biri de budur<sup>138</sup>. Tekel ortamında, arz yönünden basın çalışanlarının pazarlık gücü yoktur ve sendikasılaştırma artmıştır. Dolayısıyla talep yönünden her şeyi kurum belirler, istediği şartlarda çalıştırır ve istediği ücreti öder, istediğini yazdırma gücüne sahip olur<sup>139</sup>. Böyle bir çalışma ortamında tüm kararları veren medya sahipleri veya onların atadığı üst düzey yöneticiler olmaktadır. Durumundan memnun olmayan çalışanlar için tek seçenek işlerinden ayrılmaktır. Arzın çok ve talebin az olduğu basın sektöründe, ayrılanların yerleri ise başkaları tarafından doldurulacaktır<sup>140</sup>.

Basın çalışanlarının istihdama ilişkin bir diğer sorunu da teknolojik gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Gerçekten de, son zamanlarda gazeteciliğin doğasında ve gazetecilerin istihdamında kayda değer değişiklikler olmuştur. Örneğin online medyanın gelişiminin, geleneksel medyanın kısmi düşüşüne sebep olması kaçınılmazdır. Gazeteler, TV kanalları ve diğerlerinin oluşturduğu geleneksel medyanın bilginin dağıtımı ve yayını üzerinde oluşturduğu tekel, sayısal bilgi ağları tarafından hızla erozyona uğratılmıştır. Haberin sunumundaki medya patronluğunun azalması ve haberdeki editörlük sisteminin zayıflaması, 1990’larda başlamış ve gazetecilerin profesyonel ve sosyal fonksiyonlarını değiştirmiştir.<sup>141</sup>

---

<sup>137</sup> NEBİLER, a.g.e., s.48 ve 49.

<sup>138</sup> Ömer ÖZER, “Medya Alanında Tekelleşme: Ankara’daki Muhabirlerin Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri”, **Medya Okuryazarlığı**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul, 2006., s.105.

<sup>139</sup> ÖZER, a.g.m., s.106.

<sup>140</sup> P.J.SHOEMAKER, S.D. REESE, **Meating The Massage: Theories of Influences on Mass Media Content**, Longman USA, NewYork, 1996,s.163.

<sup>141</sup> The Future of Work and Qality in The Information Society: The Media, Culture, Graphical Sector, (Sectoral), TMMCGS/2004, ILO, Genova, 2004, s.29.

Bilgi toplumunda medyadaki değişimlerin büyüklüğü, gazetecilerin daha üretken olmak için yeni teknolojilere dört elle sarılıp kullanmasını ve içerik malzemelerini daha iyi ve daha erişilebilir hale getirmelerini zorunlu kılmıştır. Çünkü aksi takdirde, benzer profesyonelliği veya kaliteyi taşımayan başka haber kaynakları tarafından tehdit edilmektedirler<sup>142</sup>. Öte yandan, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere, internet kullanımı ve medya birleşmeleri gazetecilerin istihdamında olumsuz rol oynamaktadır. Örneğin Amerikan Gazete Sahipleri Birliği'nin yaptığı bir araştırmaya göre, internet kullanımının gazete satışlarını %10 düşürdüğü, %25 kar marjını korumak isteyen yazılı basın sahiplerinin bu nedenle gazetecileri işten çıkarma yoluna gidebileceği belirtilmiştir<sup>143</sup>.

Medya devleri arasında yaşanan teknoloji destekli birleşmeler de çok sayıda gazetecinin işsiz kalmasına yol açmaktadır. Örneğin Amerikan Online şirketinin Time Warner'ı satın almasıyla 500 gazeteci işini kaybederken<sup>144</sup>, yine yazılı basının ciro kaybı nedeniyle Eylül 2005'de New York Times % 5, Philadelphia Inquirer %15 oranında gazetecinin işine son vermiştir<sup>145</sup>. Toplam ADSL kullanımının 1 milyon 900 bin, internete bağlı bilgisayar sayısının 750 bin ve toplam kullanıcı sayısının 15 milyon olduğu ülkemizde de kuşkusuz online haberciliğin yazılı basına etkisi olmaktadır. Ancak, yine 2005 sonu itibarıyla tüm dünyadaki internet kullanımının bir milyar 18 milyon kişi ile dünya nüfusunun % 15.7'sini oluşturduğu<sup>146</sup> dikkate alınacak olursa, yazılı basındaki tiraj kaybının internete bağlanması ve bu nedenle gazetecilerin işten atılması çok açıklayıcı görünmemektedir. Bununla birlikte, teknolojiye yönelik büyük yatırımlar sonucu maliyetler nedeniyle basın çalışanı sayısında sürekli azaltma yoluna gidilmesi ise ülkemizde ve diğer ülkelerde rastlanan bir durumdur<sup>147</sup>.

---

<sup>142</sup> ILO, Sectoral, a.g.e., s.29.

<sup>143</sup> ABD'de Gazete Okuyanların Sayısında Düşüş, Erişim:11.05.2005, [www.sansursuz.com](http://www.sansursuz.com).

<sup>144</sup> ABD'de Gazete Okuyanların Sayısında Düşüş, Erişim:11.05.2005, [www.sansursuz.com](http://www.sansursuz.com)

<sup>145</sup> Mehmet SUBAŞI, "Basın Sektörü Temel Taşlarından Sallanıyor", Erişim:15 Nisan 2006, [www.markastrateji.com](http://www.markastrateji.com).

<sup>146</sup> Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu Açıklaması, Erişim:11.07.2006, [www.internetmedyasiderneği.com](http://www.internetmedyasiderneği.com).

<sup>147</sup> AVŞAR, a.g.m., s.40-41.

Türkiye’de gerçekte kaç gazetecinin istihdam edildiğine ilişkin verilere ulaşmak bile mümkün değilken, birçok ülkede, teknolojik gelişmeler sonucu medya ve etkileşim içinde olduğu sektörlerin gelecekteki istihdama etkisi incelenmektedir. Almanya özelinde ve AB genelinde yapılan iki ayrı gelecek senaryosu Tablo 6 ve Tablo 7’de yer almaktadır.

**TABLO 6: MEDYA VE İLETİŞİM SEKTÖRLERİNDE İSTİHDAM  
SENARYOSU (1992- 2010)**

<b>İlgili Medya</b>	1992 (Bin)	2000 (Bin)	2010 (Bin)	Fark (Bin)	Oran (Yüzde)
Yazılı Basın	416	393	366	-50	-0.7
Elektronik Basın	93	127	151	58	2.7
Yazılı ve Elektronik Basın Toplamı	509	520	517	8	0.1
Medya ve Haberleşme Teknolojileri	554	585	623	69	0.7
Haber Servisleri	845	870	950	105	0.7
Medya ve Haberleşme Sektörü	1908	1975	2090	182	0.5

Kaynak: Forecast of the German Institute for Economic Research (DIW)’den aktaran  
WARNKEN, a.g.e., s.20.

**TABLO 7: AB'DE MEDYA SEKTÖRÜ İLE İLGİLİ MESLEKLERİN  
2002-2012 İSTİHDAM SENARYOSU**

Meslek	İstihdam 2002	İstihdam 2012	Değişim (Bin)	Değişim Yüzde
Kamera operatörleri, television, motion picture, video	28	32	4	13.4
Radyo ve TV spikerleri ve newscasters	76	68	-8	-10.1
Haber analistleri, reporters ve correspondents	66	70	4	6.2
Baskı öncesi teknisyenleri ve işçiler	91	81	-10	-11.2
Baskı makinesi operatörleri	199	208	9	4.6

Kaynak: D.E. HECKER, "Occupational Employment Projections to 2012", Montly Labour Rewiew, Washington D.C., Departman of Labour, Feb.2004, s.82,86 ve 95'den aktaran ILO, Sectoral, a.g.e.,s.59.

Buna göre Almanya'da 2010 yılına kadar yazılı basın çalışanlarının istihdamında 50 bin kişilik bir düşüş söz konusu iken, online basında ise benzer oranda yükselme beklenmektedir. Öte yandan, AB üyesi 15 temel ülkeyi kapsayan (sonraki katılımlar hariç) ve medya, kültür-sanat ve grafik sektörlerindeki mesleklerin geleceğine yönelik 2002- 2012 yıllarına ait istihdam senaryosunda da yazılı basında görev yapan gazeteciler ile baskı öncesi teknisyenler ve işçilerin istihdamında düşüş öngörülmektedir.

Tablo 7'ye, yalnızca bu çalışmanın konusunu ilgilendiren meslek dalları alınmıştır. Özellikle baskı öncesi teknisyeni ve işçilerin istihdamında % 11.2'lik düşüş beklenirken, baskı makinesi operatörlerinde ise istihdam artışının sürmesi, basın sektöründe dizgi, düzeltme gibi baskı öncesi bir çok işin de teknolojik gelişmeler sonucu artık muhabirler tarafından yapıldığının bir göstergesi olmaktadır. Dolayısıyla yeni teknolojiler, basım sektöründe işsizliği, basın sektöründe ise çalışanın iş yükünü arttırmaktadır.

Öte yandan, istihdama ilişkin sorunların bir diğer boyutu da, iş güvencesi olarak karşımıza çıkmaktadır. En yalın haliyle iş ya da istihdam güvencesi; çalışma hakkının korunması olarak tanımlanabilir. Bir işyerinde başkasına bağımlı olarak

çalışan emek sahibinin iş sürekliliğinin sağlanmasını, işçinin ciddi ve objektif nedenler bulunmadan işten çıkarılmaya karşı korunmasını amaçlayan iş güvencesi<sup>148</sup>, 4857 sayılı İş Yasası ile dolaylı olarak basın çalışanlarını da kapsamına almıştır.

4857 sayılı Yasa'nın yürürlüğe girmesinden önce Basın İş Yasası'na göre kadrolu olarak çalışan gazeteciler, yasanın 6. maddesine göre iş akitlerinin feshi halinde yalnızca kıdem tazminatlarını alabilmekteydiler. Ancak, işten çıkarılmanın haklı bir nedene dayandırılması zorunluluğu bulunmamaktaydı. Öte yandan gazetecilerin çoğunun kadrosu da zaten başka bir birimde 1475 sayılı eski İş Yasası'na göre yapılmaktaydı.

4857 sayılı Yasa'nın 116'ncı maddesine; Basın İş Yasası'nın 6'ncı maddesine, "İş Yasası'nın 18, 19, 20, 21 ve 29'uncu madde hükümleri kıyas yoluyla uygulanır" fıkrasının eklenmesi ile gazeteciler hukuki açıdan iş güvencesine kavuşmuşlardır. İş Yasası'nın 19 ve 20.maddeleri sözleşmenin feshi ve feshin bildiriminde usul hakkında iken, 18. madde feshin geçerli bir nedene dayandırılmasını öngörmekte, 21. madde ise geçersiz sebeple yapılan feshe karşı itiraz ve yargı yoluyla işe iade hakkı tanımaktadır. İş Yasası'nın 29.maddesi ise toplu işten çıkarmayı kurallara bağlamıştır<sup>149</sup>. Sonuç olarak İş Yasası'nın kıyasen uygulaması ile gazeteciler kısmen iş güvencesine kavuşmuşlar, ancak bu durum bir çok gazeteci için 2003-2004 yılları "performans kısıımı" olarak da adlandırılan bir sürece neden olmuştur.

Bu süreçten önce, 19 Şubat tarihinde Milli Güvenlik Kurulu zirvesinde yaşanan kavga ile patlak veren 2001 krizi de, ülke genelinde ağır faturaların ödenmesine ve Türk basın sektöründeki istihdam sorununun devasa boyutlara taşınmasına neden olmuştur. Haklı ekonomik gerekçelerin yanı sıra, medya patronlarının "fırsat bu fırsattır" zihniyeti ile gazeteciler üzerinde kırım gerçekleştirerek sendikanın olmadığı, Basın İş Yasası'nın işletilmediği bir döneme

---

<sup>148</sup> KILINÇ, a.g.e., s.68.

<sup>149</sup> Fikret İLKİZ, "212 Sayılı Basın İş Yasası'nı Değiştiren 4857 sayılı İş Yasası", Erişim: 09.07.2005 [www.ivhp.org.tr](http://www.ivhp.org.tr) .

geçiş yapıldığı da değerlendirmeler arasındadır<sup>150</sup>. Böyle bir dönemin ardından örneğin yasanın 18.maddesinin a,b,c,d ve e bentlerinde yer alan nedenlerin haklı fesih nedeni sayılmaması, basın patronlarını bazı önlemler almaya itmiştir. Bu nedenler şu şekildedir:

- a. Sendika üyeliği veya çalışma saatleri dışında veya işverenin rızası ile çalışma saatleri içinde sendikal faaliyetlere katılmak.
- b. İşyeri sendika temsilciliği yapmak.
- c. Mevzuattan veya sözleşmeden doğan haklarını takip için işveren aleyhine idari veya adli makamlara başvurmak veya bu hususta başlatılmış sürece katılmak.
- d. Irk, renk, cinsiyet, medeni hal, aile yükümlülükleri, hamilelik, doğum, din, siyasi görüş ve benzeri nedenler.
- e. 74 üncü maddede öngörülen ve kadın işçilerin çalıştırılmasının yasak olduğu sürelerde işe gelmemek.

Medya sahipleri 4857 sayılı Yasa'nın esneklik getiren hükümlerinden faydalanırken, gazeteciler ise ya iş güvencesini hepten ortadan kaldıran ve Basın İş Yasası'nın çalışanlardan yana hükümlerini geçersiz kılan bireysel sözleşmeleri imzalamak ya da yeni Yasayla getirilen performans/verimlilik düşüklüğü gerekçesiyle işsiz kalmak seçenekleri arasında kalmıştır<sup>151</sup>.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın verilerine göre, 2003 yılında, Türkiye çapında basın yayın kuruluşlarında işten çıkarılmaların sayısı toplam 6078'e ulaşmıştır. Ancak daha ilginç bir tespit olarak; değiştirilen iş yasası gereği işverenin işe alınan ve işten çıkarılan işçilerle ilgili bakanlığa bildirdiği formlardan oluşturulan verilere göre, bu kişilerden 3486'sı kendi isteği ile istifa ederken, yalnızca 797 kişinin iş akdi tazminatlı olarak feshedilmiştir<sup>152</sup>.

---

<sup>150</sup> Araştırma: "Kriz ve Medya", Ekonom Dergisi, S:18, Temmuz 2001, s. 52.

<sup>151</sup> Metin AKSOY, "Aynaya Bakabilmek", Erişim: 3.5.2005, [www.sansürsüz.com](http://www.sansürsüz.com); solMeclis Medya Çalışma Grubu Medya İzleme Raporu.

<sup>152</sup> TGS Ankara Şubesi Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, 18. Olağan Genel Kurul, TGS Yayını, Ankara, 2004, s.15.



Gazetecilerin iş güvencesi hakkına sahip olmasıyla birlikte, Basın İş Yasası'ndan kaynaklanan ancak kullanılmayan hakların basın çalışanlarınca kullanılacağı endişesi, medya patronlarının, geçmiş yıllara ilişkin olarak “fazla mesaim yoktur”, ya da, “kıdem tazminatımı aldım”, veya “iznimi tam olarak kullandım” türünde bordro ve belge imzalatma şeklinde dayatmalarına yol açarken, iş sözleşmesinde yer almayan görevlerin yapılmasını zorunlu kılma, başka illere geçici görevle atama, geçmiş izinlerin toplu olarak kullanılarak aynı dönemde göreve başka kişilerin atanması gibi çalışanı yıldırarak tazminatsız olarak istifaya zorlama yöntemleri kullanılmıştır.

Belgeleri imzalamayan ya da dayatmaları kabul etmeyen basın çalışanlarının işine son verilirken, bu gazetecilerin bir bölümü yine aynı yasa sayesinde açtıkları davaları kazanarak işe iade edilmektedir. Ancak iş güvencesinin ardından işe başlayan gazeteciler ise, bu türden belgeleri genellikle en baştan imzalamak durumunda kalmaktadır<sup>153</sup>.

Basın çalışanlarının istihdam sorunlarına ilişkin olarak, atipik çalışma biçimlerine de dikkat çekmek gerekmektedir. Gelişen teknolojilerin bir sonucu olarak birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de uzaktan çalışma ya da evden çalışma şeklinde mesleki faaliyetini yürüten, gazetesine, dergisine hiç uğramadan çalışan gazetecilerin sayısı artmıştır. Ne var ki, atipik çalışma türleri arasındaki ağırlığı ülkemizde telifli çalışma denilen, gelişmiş ülkelerde ise serbest gazetecilik olarak yürütülen çalışma biçimi oluşturmaktadır. Geçmiş yıllarda toplam gazeteci sayısı içinde istatistiksel olarak kayda değer oranlara bile ulaşmayan serbest gazetecilik, günümüzde, “kurumların yasal düzenlemelerden kaçınmak için kullandıkları bir tuzaktır.”<sup>154</sup>

Aslında Basın İş Yasası'na ya da İş Yasası'na göre kadrosu yapılan meslektaşları ile aynı çalışma saatlerinde benzer işleri yapmalarına karşın telifle

---

<sup>153</sup> TGS Ankara Şubesi Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, 18. Olağan Genel Kurul, TGS Yayını, Ankara, 2004, s.23-24.

<sup>154</sup> Gerd NIES, Roberto PEDERSİNİ, **Freelance Journalist in the European Media Industry**, IFJ, Brussels, October 2003, s.9.

çalıştırılan gazetecilerin çokluğuna karşın, yasal olmayan bir uygulama olması nedeniyle Türkiye’de bu rakamlara ulaşmak mümkün değildir. Yine de, serbest gazeteciliğin ayrı bir mevzuatının olduğu batı ülkelerinden verilecek örnekler, genel durumu göstermek bakımından anlamlıdır. Tablo 8’de bu verilere yer verilmiştir.

**TABLO 8: 18 AVRUPA ÜLKESİNDE BAĞIMSIZ GAZETECİLERİN TOPLAM GAZETECİLERE ORANI**

Ülke	Toplam Gazeteci Sayısı	Bağımsız Gazeteci Sayısı
Belçika	4.500	950
Hırvatistan	6.000	2.000
Danimarka	12.000	2.000
Estonya	2.000	400
Finlandiya	13.257	1.414
Fransa	34.784	6.230
Almanya	75.000	40.000
Yunanistan	12.000	7.500
Macaristan	9.000	5.400
İzlanda	660	100
İtalya	27.114	12.918
Lüksemburg	320	30
Norveç	9.000	800
Portekiz	5.000	250
Slovenya	1.448	209
İspanya	20.000	5.000
İsveç	20.000	3.000
İsviçre	12.000	4.000
İngiltere	70.000	11.000
<b>Toplam</b>	<b>334.083</b>	<b>103.201</b>
Toplama oranı		<b>%30.89</b>

Kaynak: NIES,PEDERSİNİ,a.g.e., s.9.

Nies ve Pedersini’nin “gazetecilikte serbest çalışmanın yayılışı” olarak dikkat çektiği, Tablo 8’de yer alan verilere göre, bazı ülkelerde telifli çalışanlar kadrolu gazetecilerin yarısını geçmektedir. İtalya’da bu nedenle, “görevler ve yasalar” deyimini doğmuş, sektörde iş olduğunu, ancak yasal yüklerin ağır olduğunu söyleyen

patronların önerisi ile serbest gazeteciliğe geçenlerin sayısındaki artış bu kişilerin “jobs&status” olarak ifade edilmesine neden olmuştur<sup>155</sup>.

Yine aynı raporda, Danimarka, Almanya, İtalya, Finlandiya, Norveç, Slovenya, İsveç ve İngiltere’de gazetecilerin istihdam oranındaki değişimi kapsayan araştırmada ise, 1995- 2003 yılları arasında bağımlı ya da süresiz hizmet akdiyle çalışan gazetecilerin istihdamı ülkeler toplamında % 4.9 artarken, aynı sürede bağımsız gazetecilerin istihdam oranının % 38.1 oranında yükseldiği belirlenmiştir<sup>156</sup>.

Rutin aylık ücret, diğer ödemeler ve toplu iş sözleşmeleri gibi birçok konuda medya sahibi açısından avantaj sağlasa da, Avrupa ülkelerinde serbest gazetecilerin ücreti oldukça yüksektir<sup>157</sup>. Oysa, ülkemizde genelde “kaşe usulü” denilen asgari ücret civarındaki uygulama basın çalışanlarının önemli istihdam sorunlarından.

### 2.2.1.2. Ücret ve Özlük Haklarına İlişkin Sorunlar

Medya çalışanlarının, sekiz saatlik düzenli işgünü ve zamanlı öğle yemeği saatlerinin olduğunu hayal etmek zaten güçtür<sup>158</sup>. Basın çalışanları için daima zaman kısıtlamaları ve zaman baskısı vardır. Güncel bilgileri her an üretmek amacıyla uygulanan bu baskı, gece çalışmalarına, dağınık iş saatlerine ve hatta vardiya çalışmalarına sebep olmaktadır<sup>159</sup>. Öte yandan, günümüzde üretim ve tüketimdeki değişikliklere uyum için bir model olarak görülen esnek uzmanlaşmanın da<sup>160</sup>, işgücüne daha fazla baskı yüklediği düşünülmektedir. Dolayısıyla zaten klasik bir mesai anlayışı dışında çalışan gazeteciler, yeni çalışma biçimleri çerçevesinde daha

---

<sup>155</sup> NİES, PEDERSİNİ, a.g.e., s.9.

<sup>156</sup> NİES, PEDERSİNİ, a.g.e., s.12.

<sup>157</sup> NİES, PEDERSİNİ, a.g.e., s.13.

<sup>158</sup> H. FISCHER, “State of Health and Stres Factors In Occupation: The Mass Media Profession”, Social Science Medicine, C:12, S:21,1985, s.1367-1371.

<sup>159</sup> GIGA vd., a.g.e., s.2.

<sup>160</sup> İşçilerin iş tanımlarının değişen üretim metotlarına, teknolojik şartlara, iş yüküne bağlı olarak değiştirilmesi, bir başka ifade ile değişik alanlarda görev ve sorumluluk yüklenebilmesi anlamına gelen esnek uzmanlaşma (fonksiyonel esneklik) ; geleneksel üretim hattındaki bölünmüşlüğe dayanan iş örgütlenmesini ve iş bölümüne karşı olarak, meslek ve işlerdeki genişlemeyi ifade etmekte ve işgücünün işletme-içi sorumluluğunu artıran bir yaklaşım olarak belirtilmektedir. Tuncay GÜLOĞLU, “Yeni Teknolojilerin Çalışma İlişkilerine Etkileri”, Erişim:16.08.2006, [www.bilgiyonetimi.org](http://www.bilgiyonetimi.org).

çok sorumluluk üstlenirken, bu durumunun ücret ve diğer haklarına yansımaması ise çalışma yaşamlarını iyice güçleştirmektedir.

Gazetecilikte sürekli olarak kaliteden bahsedildiğini, bunun ise ancak olabildiğince elit, eğitilmiş, bilgili, objektif olabilmek yeteneğine sahip kişilerin istihdamı ile mümkün olacağını belirten Kanal D Haber Koordinatörü Metehan Demir, “Maalesef 200- 250 milyona, en fazla 500 milyona muhabir çalıştırdığımız dönemler oluyor. Çok iyi altyapısı olan kişilere ise bu rakamı öneremezsiniz. Çok kaliteli kişilerle çalışıyor olsanız bile bir süre sonra gideceklerdir. Bugün medyanın halka ulaşmasında bir kalitesizlik problemi, başka problemler yaşıyorsa, bunların en önemli kaynaklarından birinin de bu çok komik olarak değerlendirilebilecek, asgari ücretin altında kalabilen ücret politikaları olduğunu düşünüyorum” derken sektörde yasal sınırların bile altındaki ücret politikasına dikkat çekmektedir<sup>161</sup>. Gerçekten de, Türk basınında gazeteciler uzun yıllar kadrosuz, sosyal güvenceden yoksun ve karın tokluğuna çalışmakta, bu durum, ücretsiz stajyerlik süresinin yasa da en çok 3 ay ile sınırlandırılmış olmasına karşın 6 ay-8 yıl arasında sürmektedir<sup>162</sup>.

Basın çalışanlarının ücretlerinin belirlenmesi, iki yönlü olarak incelenebilir. Öncelikle, gazetecilerin çalıştıkları işyerinin özel ya da kamu sektörü niteliğine göre farklı yasal düzenlemelere tabi tutulması, ücretlerin belirlenmesi yöntemlerini de farklılaştırmaktadır. Buna göre özel sektörde çalışanların ücretleri 5953 sayılı Yasa kapsamında belirlenirken, bu kanun kapsamı dışında kalan TRT ve BYEGM’ de çalışan gazetecilerin ücretleri bütçe kanunlarıyla belirlenmekte, diğer devlet memurları gibi ücretleri memur maaş katsayısına göre artmaktadır<sup>163</sup>.

Özel sektörde çalışan gazetecilerin ücretleri ise, Basın İş Yasası’na göre bireysel sözleşmelerle ya da toplu iş sözleşmesi ile belirlenmektedir. 5953 sayılı Yasa’ya göre, ücretler temel olarak üç şekilde ayrılabilir. Bunlar asıl ücret, ek ücret ve fazla mesai ücretidir. 5953 sayılı Yasa’nın 4.maddesine göre, çalışan ile çalıştırılan

---

<sup>161</sup> Metehan DEMİR, “TV Haberciliği ve Haber Tekniği”, X. Yerel Medya Eğitim Semineri, BYEGM Yayını, Ankara, Şubat 2004, s.46.

<sup>162</sup> Asiye UYSAL, **Türk Basınında Muhabir**, TGC Yayını, İstanbul,1997, s.22.

<sup>163</sup> KARACA, a.g.e., s.137.

arasındaki hizmet akdinin yazılı olarak yapılması, ve akitte işin türünün, ücretin miktarının ve gazetecinin kıdeminin gösterilmesi zorunludur. Gazetecinin asıl ücreti yasanın 14. maddesinde tanımlanmış olup her ay peşin olarak ödenmesi gerekmektedir. Yine aynı maddenin 2.bendine göre ödemenin geciktiği her gün için % 5 gecikme faizi ödenmesi zorunluluğu doğmaktadır<sup>164</sup>.

Ancak Yargıtay kararıyla kusur şartına bağlanan bu durum, basın çalışanlarının “212 sayılı Yasa, Yargıtay kararıyla işletilmez hale getiriliyor” şeklinde tepkilerine neden olmaktadır<sup>165</sup>. Öte yandan özel bir iş yasasına tabi olmalarına karşın, gazetecilerin ücreti de asgari ücretin altında olamaz. İş Yasası kapsamına giren her türlü işçi ile gemi adamı, tarım işçileri ve gazeteciler asgari ücret uygulamasından yararlanırlar<sup>166</sup>. Basın İş Yasası’nın askerlikte ve hamilelikte ücret hakkını düzenleyen 16.maddesi, mevkutede yayınlanan haberi nedeniyle gazetecinin mahkumiyeti veya yayının tatili durumunda ücret hakkını düzenleyen 17. maddesi de çalışanlar lehine ücret hakları sağlamaktadır.

Öte yandan fazla mesai ücretlerine ilişkin kuralları düzenleyen ek madde 1’de de, gece veya gündüz sekiz saatlik mesai dışında kalan çalışma süresinin fazla mesaiden sayılacağı belirtilerek oranlar belirlenmiş, ek madde 1/8’de ise fazla çalışma ücretinin gününde verilmemesi halinde, bir zaruret söz konusu değilse her geçen gün için % 5 faize hükmedilmiştir.

Son olarak gazetecinin asıl ücret dışındaki ek ücret hakkı ise yasanın 15. maddesinde ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Buna göre, gazeteci mukavele hükümleri dışında olarak işveren tarafından verilen işler veya sipariş edilen veya yayınlanması kabul edilen yazılar için ayrıca ücrete hak kazanır. Bu işlerle ilgili ilave ücretlerin sigorta primlerinin ödenmesi ise mecburidir. Kuşkusuz ek ücret, sözleşme dışı

---

<sup>164</sup> Bu durumun gazeteci için haksız kazanç oluşturmaması amacıyla, Yargıtay, ödemenin gecikmesinde işveren ya da gazetecinin kusurlu bir davranışı olmaması halinde bu maddeye uygun olarak yapılmasını öngörmüştür. Aksi takdirde Borçlar Kanunu hükümleri geçerli olacaktır. Bkz., Yargıtay 9.HD.25.10.1996, e 1996/10976, K.1996/20098, Yargıtay Kararları Dergisi, C:23, S:0202,1997, s.214.

<sup>165</sup> Gazete Gazi, “212 Sayılı Yasa Göz Göre Göre Çiğneniyor”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, S:6, Mart 2006, s.2

<sup>166</sup>Tankut CENTEL, **İş Hukuku**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul ,1994, s.155-156.

ücretleri tarif etmektedir. İkramiye, prim, kardan pay, çocuk-yakacak-eğitim-konut yardımı gibi işverenin iradesi ya da toplu iş sözleşmesinden doğan ücreti tamamlayıcı nitelikteki ödemeler ise ücret ekleri kapsamında asıl ücrete eklenir<sup>167</sup>.

Basın İş Yasası'nın gazeteciye tanıdığı ek ücret hakkı ile, yine yasanın aslında gazetecinin yararını gözeterek düzenlediği ve gazeteciyi; işverenle yaptığı sözleşmede aksi belirtilmedikçe, basınla ilgili ya da ilgisiz başka iş yapmakta özgür bırakan rekabet memnuniyeti maddesi (Md.13), günümüzde kullanılan "havuz sistemi"ne de olanak sağlamaktadır. Gazetecinin başka bir basın işletmesinde çalışmasına ilişkin olarak ücret dair bir düzenleme getirilmeyişi, uygulamada yapılan hizmet akitleriyle işletme yararına kullanılmakta, ücretin; gazetecinin imzalı imzasız tüm yazı, röportaj, haber, fıkra, tefrika, karikatür, resim, diğer yazılı basın, radyo ve televizyon haberciliğiyle ilgili tüm çalışmalarını kapsadığı ve her ne sebeple olursa olsun kararlaştırılmış ücretin dışında başka bir ücret ödenmeyeceği hüküm altına alınmaktadır<sup>168</sup>.

Günümüz bilgi toplumunda önem kazanan bilgi üretimi ve kullanımı, zaten genel olarak beraberinde hukuksal sorunları da gündeme getirmektedir. Bilgi mülkiyetine (fikir mülkiyeti) ilişkin mevcut hukuksal kurallar ile örf ve adetler üzerindeki baskı giderek artmakta, mevcut fikirsel mülkiyet rejimi, değişen koşullar karşısında etkinliğini büyük ölçüde kaybetmekte, bilgi üzerindeki haklara da saldırılar artmaktadır. Korsanlık, sahtecilik, bilgi hırsızlığı, ortaya çıkmakta, telif haklarının, patentlerin, markaların ve ticari sırların ihlaline hayatın her alanında ve ülkeler arasında da rastlanmaktadır<sup>169</sup>.

Bu bağlamda, gazetecilerin fikri mülkiyet haklarında da ciddi kayıplar söz konusudur. Yalnızca Türkiye'de değil küresel düzeyde, organizasyonlar yaratıcı çalışanlarına; ürünleri için çoklu ödeme yerine bir kerelik ödeme yapmak ve üretimlerinin farklı farklı medyalarda çok defa kullanımını kabul etmeleri için artan

---

<sup>167</sup>TUNCAY, a.g.e., s.65.

<sup>168</sup> KARACA, a.g.e., s.124-125.

<sup>169</sup>Mehmet YÜKSEL, "Fikri Mülkiyete İlişkin Felsefi Tartışmalar", Kültür ve İletişim, C:1,S:4, 2001 s.88-89.

bir baskı uygulamaktadır. Örneğin New York Times’da çalışan gazeteciler, kendilerine önceden danışılmadan ürünlerinin çok defa kullanılmasına karşı çıktıkları için kara listeye alınmışlar ve bu durum IFJ tarafından kınanmıştır<sup>170</sup>. Teknolojik değişimler, parça başı çalışarak yaşamını idame ettiren serbest gazetecilerin ürünlerinin de tekrar tekrar elektronik ortamda yayınlanması gibi önemli bir soruna neden olmaktadır<sup>171</sup>.

Türkiye’de de, özellikle yatay ve dikey mülkiyet sahipliğini tamamlamış birkaç büyük medya grubunun bilgisayar sistemi içerisinde oluşturulan haber havuzları sayesinde, hem en düşük, en ucuz maliyetle eleman çalıştırma, hem bir kumaştan beş elbise çıkartma imkanı doğmuş, hem de gazetecilerin kendi yazdıkları haberlerin sahibi olabilme olanakları ortadan kalkmıştır<sup>172</sup>.

Son olarak, basında ücret sistemi ise ülkelere göre değişmektedir. Örneğin, Almanya’da beş dereceli bir ücret sistemi vardır. Bu sistemde gazetecinin ücreti 1.700 DM’ den başlar ve 6.000 DM’ a kadar yükselir<sup>173</sup>. İngiltere, İtalya ve Yeni Zelanda’da olduğu gibi ülkemizde de “otomatik ilerleme sistemi” kabul edilmiştir<sup>174</sup>. Basın İş Yasası’nın 4.maddesi son bendine göre, gazetecinin hizmet sözleşmesi ilk imzalandığında kararlaştırılan ücreti, eğer daha kısa bir süre şartı konulmamış ise, iki yılda bir artar. Artış oranının yüzde olarak hizmet sözleşmesinde gösterilmesi zorunludur.

5953 sayılı Yasa ve toplu iş sözleşmesi hükümleri ile kazanılan hakların kullanımı için, doğaldır ki gazetecilerin öncelikle yasaya göre kadrolu olarak çalışması ve daha sonra sendikalı olması gerekmektedir. Günümüzün istihdam şartlarında ise bu nedenle incelenen ücret ve özlük hakları ne yazık ki teorik düzeyde kalmaktadır. Çoğunluğun karın tokluğuna, star sistemi içine giren küçük bir azınlığın

---

<sup>170</sup> GIGA vd., a.g.e.,s.2-3.

<sup>171</sup> ILO,Sectoral, a.g.e.,s.29.

<sup>172</sup> Zülfikar DOĞAN, “Türkiye’de Ekonomi Gazeteciliği”, **X.Yerel Medya Eğitim Semineri**, BYEGM Yayını, Ankara, Şubat 2004, s.51.

<sup>173</sup> M. Kemal ÖKE, “Türkiye’de Basın Çalışanları Üzerine Bir İnceleme”, (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 1992, s.174.

<sup>174</sup> KILINÇ, a.g.e., s.105

ise 5 Nisan krizi öncesi 45-50 bin dolar aylık maaşlarla çalıştığı sektörde<sup>175</sup>, Basın İş Yasası'na göre çalışanlarla diğerleri arasındaki ücret skalası da aynı işi yapan çalışanlar arasında ekonomik uçurumlar yaratmaktadır.

### 2.2.1.3. Kıdem Tazminatına İlişkin Sorunlar

Basın İş Yasası'nın kıdem tazminatına ilişkin maddelerinin çok karmaşık bir şekilde düzenlenmesi nedeniyle kıdem tazminatı doktrinde ve uygulamada birçok tartışmaya, yoruma ve birbiri ile çelişen kararlara neden olmuştur. Basın İş Yasası'nın 6, 7 ve 11.maddeleri kıdem tazminatına ilişkindir.

Basın İş Yasası'na göre, bir gazetecinin kıdem tazminatını hak edebilmesi için meslekteki kıdem süresinin en az 5 yıl olması gerekir (Md.6/1). Kıdem tazminatı, gazetecinin mesleğe ilk giriş tarihinden itibaren hesaplanır (Md.6/2). Mesleğe ilk giriş tarihi olarak BYEGM' deki gazetecilere özgü sicil kaydı esas alınır. 1475 sayılı İş Yasası'nda ise kıdem tazminatı müessesesi, 14. maddede<sup>176</sup> düzenlenmiştir. Anılan maddeye göre, işçinin kıdem tazminatını hak etmesi için aynı işyerinde veya aynı işverenin değişik işyerlerinde en az bir yıl çalışmış olması yeterlidir. Kıdem tazminatının hesaplanmasında işçinin işe başladığı tarihin esas alınması kabul edilmiştir.

Basın İş Yasası'nın kıdem tazminatını, "Akdin İşveren Tarafından Feshi ve Kıdem Tazminatı" başlığıyla düzenlenmesi nedeniyle, çoğu görüşe göre sözleşmeyi işverenin feshetmesi halinde gazetecinin kıdem tazminatı alabileceğine hükmedilmiştir<sup>177</sup>. Ancak yasanın 6. ve 7.maddelerinde sebep gösterme zorunluluğunun bulunmaması, meslekte bu süreyi dolduran gazetecinin kendi isteği ile kıdem tazminatını alarak hizmet sözleşmesini feshedebileceği şeklinde de yorumlanabilmekte, 6.maddedeki eksik ve kötü düzenlemeye dikkat

<sup>175</sup> Ragıp DURAN, **Apoletli Medya**, Belge Yayınları, İstanbul, 2000, s.35.

<sup>176</sup>4857 sayılı İş Yasası'nın geçici 6.maddesi ile, "Kıdem tazminatı için bir kıdem tazminatı fonu kurulur. Kıdem tazminatı fonuna ilişkin Kanunun yürürlüğe gireceği tarihe kadar işçilerin kıdemleri için 1475 sayılı İş Yasası'nın 14 üncü maddesi hükümlerine göre kıdem tazminatı hakları saklıdır." hükmü getirilmiştir.

<sup>177</sup> KILINÇ, a.g.e. s. 88; TUNCAY, a.g.e., s.78; Ahmet SEVİMLİ, "Basın İş Kanunu'nda Kıdem Tazminatı", Erişim: 11.04.2006, [http://www.isguc.org/?avc=arc\\_view.php&ex=90&pg=m](http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php&ex=90&pg=m).



çekilmektedir.<sup>178</sup> Nitekim bu nedenle 1995 yılında açılan bir dava Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'na kadar gitmiş, 1997 yılında karşı oy yazısı ile birlikte oy çokluğu ile; ancak işveren tarafından hizmet sözleşmesinin feshi halinde kıdem tazminatına hak kazanılacağı, gazetecinin istifa etmesi durumunda ise bu tazminatın söz konusu olamayacağı kararına varılmıştır<sup>179</sup>.

Öte yandan, gazeteci eğer daha önce hiç kıdem tazminatı almamışsa, yasada aynı işverene bağlı olarak çalışması şartı bulunmadığından, meslekte geçirdiği tüm yıllara ait tazminat tutarının en son çalıştığı işveren tarafından ödenmesi gerekmektedir. Tazminatın tümünü ödeyen son işveren için, önceki işverenlere rücu imkanı da öngörülmemiştir<sup>180</sup>. Bu durum ise son işveren bakımından haksızlık yaratmakta, gazeteciler de genellikle yeni bir işe başlarken geçmiş yıllara ilişkin tazminat istemeyeceklerine dair gizli sözleşmeler imzalamak zorunda kalmaktadır.

Yine kanunun 6.maddesine göre, “Hizmetine bu madde hükümlerine göre son verilen gazeteciye feshi ihbar edilen mukavelenin taallük ettiği her hizmet yılı veya kusuru için, son aylığı esas ittihaz olunmak suretiyle her yıl için bir aylık ücreti miktarında tazminat verilir” denilmekte ve gazeteciler için İş Yasası’ndan farklı olarak bir kıdem tazminatı tavanı getirilmemektedir<sup>181</sup>. Oysa 1475 sayılı İş Yasası’nda; hizmet sözleşmeleri veya toplu iş sözleşmeleri ile belirlenen kıdem tazminatlarının yıllık miktarının, Devlet Memurları Yasası’na tabi en yüksek devlet memuruna T.C. Emekli Sandığı Yasası hükümlerine göre bir hizmet yılı içinde ödenecek en yüksek emeklilik ikramiyesini geçemeyeceği hükmü getirilmiştir (Md14/8).

Bu durum ise basın işverenlerinin, çalıştırdıkları gazetecileri Basın İş Yasası’na göre kadrolu yapmaktan kaçınmalarının önemli bir nedenidir. Aydın

---

<sup>178</sup> Türkiye Gazeteciler Sendikası, “Kıdem Tazminatı Hakkı”, [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr); Akşam Gazetesi Yazı Dizisi, “Çalışanın Güvencesi Kıdem Tazminatı-Gazetecinin Tazminatı”, erişim 3.9.2006 [www.aksam.com.tr](http://www.aksam.com.tr)

<sup>179</sup> Yerel mahkeme kararları ve hukuk genel kurulu kararları ile tam metni için bkz. [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).

<sup>180</sup> TUNCA Y, a.g.e., s.93.

<sup>181</sup> Adnan AVCI, **En Son Değişikliklerle İş Mevzuatı Açıklamalı-Uygulamalı Temel İş Kanunları**, Alfa Basın Dağıtım, İstanbul, 1998, s.63.

Doğan'ın TBMM Medya Sorunları Araştırması Komisyonu'nda 12 Haziran 2002 tarihinde yaptığı konuşma medya sahiplerinin konuya bakışını özetlemektedir:

“Gazetecilerin hiç biri, ne Tercüman Gazetesi'nden, ne Cumhuriyet Gazetesi'nden, ne de batan Güneş'ten Günaydın'dan hiç biri 212'ye göre tazminatlarını alamadı. Eğer bir gün toplu halde çıksalar biz de ödeyemeyiz. Sonsuz kıdem tazminatı olmaz. Bu kanun yanlıştır, kaldırılmalıdır”<sup>182</sup>.

Her ne kadar günümüzde gazetecilerinin genelinin işe başladıkları gazeteden emekli olmaları ya da maaşlarının İş Yasası'nda belirlenen kıdem tazminatı tavanını geçmesi pek mümkün olmasa da, yasa koyucuların basın çalışanlarını koruyucu nitelikteki kimi kararlarının günümüzde çalışanların aleyhine işlediği aşikardır.

Basın İş Yasası'nın kıdem tazminatını düzenleyen 7.maddesi, gazeteciye en az bir ay önce işverene yazılı ihbarda bulunmak suretiyle iş akdini her zaman feshetme hakkı vermektedir. Yasada basın çalışanlarına kıdem tazminatını alarak iş akdini feshetme hakkı tanıyan tek madde ise “vijdan hükmü” olarak da bilinen 11. maddedir. Fransa'da gazetecinin özel konumlarını düzenleyen ve 29 Mart 1935 tarihli iş yasası'nda “Çalışma sözleşmesi gazeteciye kendisinden istenen konularla ilgili yazı yazma yükümlülüğü vermiştir, ancak çalıştığı yayının görüş açısını, içeriğini, biçimini benimsemek zorunda değildir.” şeklinde yer alan düzenleme ile gazetecinin çalıştığı gazetenin ideolojik eğilimini değiştirmesiyle gazeteciye vijdanına aykırı hareket etmeye zorladığı takdirde, yüklü bir tazminatla işinden ayrılabilme yetkisine sahip olması hakkı tanınmıştır. Basın İş Yasası'nın 11.maddesi bu düzenlemenin uyarlanması ile yasada yer almıştır<sup>183</sup>. Batı gazeteciliğinin tüm yazılı metinlerinde de yer alan ve mesleki tepki hakkı (Clause Conscience) olarak da ifade edilen<sup>184</sup> bu hüküm uyarınca, R. Murdoch London Times'ı satın aldığı anda

---

<sup>182</sup> Aydın DOĞAN, **-Buyurun, İstediginizi Sorun.**, Doğan Kitaplık A.Ş., İstanbul, 2002, s.122.

<sup>183</sup> Güleda YÜCEDOĞAN, “Fransa'da Basın Sendikacılığı Olgusu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:11, 2001, s.189.

<sup>184</sup> ÖKE, a.g.e., s.148.

gazetecilerin önemli bir bölümü tazminatlarını alarak gazeteden ayrılmış ve Murdoch'a tepkilerini göstermişti<sup>185</sup>.

“Akden Gazeteci Tarafından Feshi” başlığını taşıyan 11. maddeye göre; “Bir mevkutenin yön ve karakterinde gazeteci için şeref veya şöhretini veya genellikle manevi çıkarlarını ihlal edici bir sonuç ortaya çıkacak şekilde bariz bir değişiklik vukuu halinde, gazeteci ihbar mühletini beklemeden akdi feshedebilir”(Md11/1). Yasaya göre hizmet sözleşmesini bu hakka dayanarak fesheden gazeteci, işverenin kusuru sonucunda hizmet sözleşmesini sona erdirseydi ne miktarda tazminat alacaksa o miktarda tazminat alabilir (Md11/2). Yasanın11/3.bendi ise, işverenin sözleşmeyi haklı feshini düzenlemektedir. “Vazifesinin ifasıyla ilgili hususlarda gazetecinin bilerek veya ağır bir ihmali neticesi olarak mevkutenin itibar veya şöhretine hanel verecek fiil ve harekette bulunması hali işverene ihbar mühletini beklemeden iş akdini derhal feshetmek hakkını veren ağır sebeplerden sayılır.“

Md.11/2,Türk basınında da gazetecinin inanç ve düşünce özgürlüğüne değer verilmesi bakımından çok önemlidir.<sup>186</sup> Ancak gazeteciye bağımsız kalabilme olanağı yaratan bu hakkın ülkemizde neredeyse hiç kullanılmamış olması da dramatiktir<sup>187</sup>. Öte yandan, ücretini alamayan gazetecinin bu haklı nedenle iş akdini feshetme hakkının bile Yargıtay kararı ile elinden alınması, TGS eski Genel Başkanı Şükran Soner'e göre gazetecileri bir çok konuda İş Yasası'na bağılı olarak çalışan işçilerin haklarının gerisine düşürmektedir<sup>188</sup>.

Sonuç olarak, Basın İş Yasası'ndaki boşluklar ve duraksamaya neden olan hükümler nedeniyle özellikle kıdem tazminatına ve hizmet akdinin feshine ilişkin bölümlerinin tekrar ele alınması gereğı sık sık dile getirilmektedir<sup>189</sup>.

---

<sup>185</sup> Ragıp DURAN, **Global Medya Eleştirileri-Burası Dünya Polis Radyosu!**, (Global), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2001, s.92.

<sup>186</sup> KILINÇ, a.g.e., s.90.

<sup>187</sup> ÖKE, a.g.e., s.150.

<sup>188</sup> Nesrin CANPOLAT (Şükran Soner'le Yapılan Ropörtaj), “Belki Ben de Yıldız Olurum”, Erişim: 14.09.2006, <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/73/haberler/m1.htm>.

<sup>189</sup> SEVİMLİ, a.g.m., [http://www.isguc.org/?avc=arc\\_view.php&ex=90&pg=m](http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php&ex=90&pg=m).

#### 2.2.1.4. Sendikal Örgütlenmeye İlişkin Sorunlar

Öncelikle basın sektöründe örgütlenme, gazetecilik mesleğinin yapılabilmesi için “resmi ve zorunlu örgütlenme” koşulu bulunup bulunmamasına göre zorunlu ve ihtiyari örgütlenme olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir çok demokratik ülkede basında zorunlu örgütlenme barolar gibi kamu kuruluşu şeklinde olmaktadır. Türkiye’de ise böyle bir koşul bulunmamakta, gazeteci örgütleri “ihtiyari örgütlenme” sistemi içinde yer almaktadır<sup>190</sup>. İhtiyari örgütlenme kapsamı içinde de, basın sektöründe yatay ve dikey örgütlenme bir arada görülmektedir<sup>191</sup>.

Dikey örgütlenme içinde yer alan dernekler ve sendikalar, genel olarak aynı gazeteci kitlesine hitap eden, tüzükleri ve amaçları benzerlik taşıyan örgütlenmelerdir. Basın çalışanları, sendikalar dışında, “kamuoyu yaratma” ve “baskı grubu oluşturma” amaçlarıyla dünyada ve Türkiye’de derneklerde örgütlenmektedir. Hizmet amaçları mesleğin gereksinmelerinin sağlanması ve ortak sorunların çözümü olan dernekler, dikey örgütlenme içinde “Toparlayıcı Dernekler” olarak da tanımlanabilir. Türkiye’de bu dernekler, TGC ve ÇGD’dir. Ayrıca ana amacı, siyasi iktidarların basın özgürlüğünü sınırlayıcı müdahalelerini önlemek amacıyla basının kendi içinde otokontrolünü sağlamak olan Basın Konseyi de dikey örgütlenme içinde yer alır<sup>192</sup>.

Basın sektöründe farklı alanlarda uzmanlaşmanın artması ile birlikte yatay örgütlenme kapsamında “Uzman Dernekleri” oluşmaya başlamıştır. Bu derneklere, Parlamento Muhabirleri Derneği, Ekonomi Muhabirleri Derneği, Radyo-TV Muhabirleri Derneği, Belediye Muhabirleri Derneği vb. örnek verilebilir. Gazeteciler arasındaki bu mikro örgütlenme süreci, hem mesleğin çok yönlülüğünden hem de sorunların farklı alanlarda tamamen ayrışmasından kaynaklanmaktadır<sup>193</sup>. Ancak, tüm basın çalışanlarının ortak kaygıları olan ücret, iş güvenliği gibi konularda ise sendika şeklindeki makro örgütlenmeye gidilememektedir.

---

<sup>190</sup> KARACA, a.g.e., s.157-158.

<sup>191</sup> ÖKE ,a.g.e., s.184.

<sup>192</sup> KARACA, a.g.e., s.161; ÖKE, a.g.e., s.185.

<sup>193</sup> Saadettin İNAN, N. Cumhuri ÖZKAYA, “Neden Sendika”, İletişim-Etik 99, 1999, s.31.

Bilindiği gibi sendikalar, üyelerinin hak ve çıkarlarını korumak ve geliştirmek amacıyla kurulan örgütlerdir. Sendika kavramı bazı ülkelerde işçi örgütlerini bazı ülkelerde- Türkiye’de olduğu gibi- hem işçi ve hem de işveren örgütlerini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır. Ancak, ilgilendikleri sosyal grubun genişliği ve ekonomik yönden zayıflığı işçi sendikacılığını ön plana çıkarmaktadır<sup>194</sup>. Ülkemizde 1947 yılında yasalarla tanınan sendikalaşma hakkı, 1961 Anayasası ile genişletilmiş, sendika, toplu iş sözleşmesi ve grev hakkı Türk hukukuna girmiştir. 1982 tarihli Anayasanın “sendika kurma hakkı” başlıklı 51. maddesinin 1. fıkrasında da, işçi ve işverenlere, çalışma ilişkilerinde ekonomik ve sosyal hak ve menfaatlerini korumaları için önceden izin almaksızın sendika kurma hakkı tanımıştır<sup>195</sup>.

Türk basın sektöründe sendikal örgütlenme, 20 Haziran 1952 tarihinde kabul edilen 5953 sayılı Basın İş Yasası’nda<sup>196</sup> gazetecilere 5018 Sayılı Yasa<sup>197</sup> dahilinde sendika kurma hakkı tanınması sonucu, 1952 yılında İstanbul Gazeteciler Sendikası ile başlamıştır<sup>198</sup>. 1950’li yıllarda gazetecilerin sosyal hakları ile ilgili çalışmalar yapan ve 5953 sayılı Yasa’da değişiklikler yapılması talebiyle hazırladığı yasa teklifini 1955 yılında DP Hükümetine sunan İGS’nin bu girişimleri sonuçsuz kalırken, ilgili dönemde basın özgürlüğünü kısıtlayıcı yasalar çıkarılmış, gazetelere yayın yasağı getirilmiş ve bir çok gazeteci hapse atılmıştır. 5018 sayılı Yasa’nın sendikalara siyaset ve grev yasağı getiren hükümlerine dayanılarak 1957 yılında 9 ay süreyle kapatılan İGS, diğer illerde kurulan gazeteciler sendikaları ile birlikte 1958 yılında Türkiye Gazeteciler Sendikaları Federasyonu adı altında bir birlik oluşturmuştur<sup>199</sup>.

Önceki baskıcı ve yasakçı yaklaşımlar yerine daha özgürlükçü ve demokratik yaklaşımları benimseyen, sosyal ve sendikal haklar alanında 1924 Anayasası’na göre

---

<sup>194</sup> Aysen TOKOL, “ Sendikaların Üye Sayısında Azalma Nedenleri ve Sendikaların İzledikleri Yeni Politikalar”, Erişim: 19.08.2005, <http://www.isguc.org/atokol3.htm>.

<sup>195</sup> A.Can TUNCAY, **Toplu İş Hukuku**, (Toplu), Alfa Yayınları, İstanbul, 1999, s.7.

<sup>196</sup> 212 Sayılı Yasa ile değiştirilmeden önceki haliyle Basın İş Yasası’nda yer almaktadır.

<sup>197</sup> 1947 yılında çıkarılan ve beden işçilerini kapsayan 5018 sayılı “İşçi ve İşveren Sendikaları ve Sendika Birlikleri Hakkında Yasa”, 5953 sayılı Yasanın kabulü ile fikir işçilerini de kapsamına almıştır.

<sup>198</sup> Orhan ERİNÇ, “Gazetecilerin Ekonomik ve Sosyal Hakları”, III. Yerel Medya Eğitim Semineri, 1998, Erişim: 21.10.2006, <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/bursa-iii/BurKonusma12.htm>.

<sup>199</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.90.

ileri bir dönemi simgeleyen 1961 Anayasası<sup>200</sup>, basın sendikacılığı bakımından da bir dönün noktası olmuştur. Toplu iş sözleşmesi ve grev haklarını anayasal güvenceye alan 1961 Anayasası'nın ardından<sup>201</sup>, 1963 yılında çıkarılan 274 Sayılı Sendikalar Yasası ve 275 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi, Grev ve Lokavt Yasası tüm sendikaları ilgilendiren önemli değişimlerin yolunu açmıştır<sup>202</sup>.

Basın sendikacılığı bakımından ise, 274 Sayılı Kanunu'nun ulusal düzeyde sendika kurma olanağı sağlaması ile İGS 1963 yılında Türkiye Gazeteciler Sendikası adını almış, Ankara, İzmir, Eskişehir, Bursa ve Adana Gazeteciler Sendikalarının da genel kurullarında şube olmayı kabul etmesiyle TGS'de yeniden yapılanma dönemi başlamıştır<sup>203</sup>. 27 Mayıs Askeri Müdahalesinin ardından Milli Birlik Komitesi'nin, sendikanın daha önce hazırladığı yasa tasarısını dikkate alarak<sup>204</sup> 4.1.1961 tarih ve 212 Sayılı Yasa ile değiştirdiği 5953 sayılı Yasa'daki gazeteciler lehine düzenlemeler de, TGS'nin gelişiminde rol oynamıştır.

TGS, beden ve fikir işçilerinin birlikte bulunduğu karma bir yapıya sahiptir. TGS'nin gazete, dergi ve ajanslar dışındaki matbaa işyerlerini de kapsayan önceki örgütlenme yapısı, 1983 tarihinde yürürlüğe giren 2821 sayılı Sendikalar Yasası'na göre hazırlanan İşkolları Tüzüğü nedeniyle değişmiş ve sendika yalnızca gazete, dergi ve ajans işyerlerinde örgütlenme konusunda yetkili olmuş, matbaa işyerleri 27 numaralı Gazetecilik İşkolu dışında kalmıştır. Ayrıca RTÜK 38. maddesi uyarınca Resmi Gazete'nin 10 Nisan 1996 tarihli sayısında yer alan tüzük değişikliği ile, özel radyo ve televizyonların haber birimlerinde çalışanlarda 27 numaralı gazetecilik işkoluna dahil edilmiştir<sup>205</sup>.

Gazetecilik işkoluna giren bir işyerinde, kadrolu ve sigortalı olarak çalışanlar sendikaya üye olabilmektedir. Buna göre, Basın İş Yasası'na göre kadrolu olan basın çalışanları dışında, asıl işin gazetecilik olduğu bir işyerinde asıl işe yardımcı işleri

---

<sup>200</sup> Mesut GÜLMEZ, **Memurlar ve Sendikal Haklar**, İmge Kitabevi, Ankara, 1990, s. 1-2.

<sup>201</sup> GÜLMEZ, a.g.e., s.7.

<sup>202</sup> Alpaslan IŞIKLI, **Sendikacılık ve Siyaset**, İmge Yayınevi, Ankara, 1990, s.335.

<sup>203</sup> ERİNÇ, a.g.e, <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/bursa-iii/BurKonusma12.htm>.

<sup>204</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.83.

<sup>205</sup> TGS, TGS Tarihçesi, Erişim: 27.05.2006, <http://www.tgs.org.tr>.

yürüten, ancak İş Yasası'na tabi olan diğer çalışanlarda TGS'ye üye olabilirler. Öte yandan, stajyer işçiler, kadrosuzlar, sigorta numarası olmayanlar, telifle çalışanlar, bir gazete, dergi, mevkute, haber ajansı ve fotoğraf ajansı, radyo ya da televizyona bağlı olsa bile gazetecilik işkoluna girmeyen “taşeron şirketlerde” çalışanlar TGS üyesi olamazlar. Örneğin; gazeteye bağlı matbaada çalışan ancak taşeron şirket kadrosunda bulunanlar 10 numaralı “basın ve yayın” işkoluna; ayrı bir taşeron şirket kadrosundaki taşıt görevlileri 18 numaralı “kara taşımacılığı” işkoluna; bir başka taşeron şirket kadrosundaki hizmetliler 17 sayılı “ticaret, büro, eğitim ve güzel sanatlar” işkoluna gireceklerinden o işkollarındaki işçi sendikalarına üye olabilirler. Yine, radyo ve televizyonların haber birimleri dışında istihdam edilen çalışanlar ise 25 numaralı “konaklama ve eğlence yerleri” işkoluna girdiklerinden, TGS'ye üye olamazlar<sup>206</sup>.

Medya sektörünün dünyada ve Türkiye'de geçirdiği yapısal değişim, basın çalışanlarının örgütlenme düzeyini de değiştirmiştir. Medya sahip ve yöneticilerinin açıkça ifade ettiği sendika karşıtı tutum<sup>207</sup> nedeniyle Hürriyet, Milliyet, Yeni Asır gibi gazetelerdeki tüm çalışanlar bir günde sendikadan istifa ederken, gerek medya patronlarının tutumu gerekse sendikanın hataları ve gazetecilerin tepkileri sonucu, günümüzde Anadolu Ajansı ile özel sektörde ANKA ve Cumhuriyet gazetesi dışında hiçbir basın kuruluşunda toplu iş sözleşmesi yapabilecek düzeyde sendikal örgütlenme bulunmamaktadır<sup>208</sup>.

Tablo 9'da yer alan verilerin, basın sektöründe yaklaşık beş bin basın emekçisinin işten atıldığı 2001 krizinden sonra başladığı göz önüne alınırsa, sayısal olarak 5 yıl önceki rakama ancak ulaşıldığı, sendikalaşma oranının ise düştüğü görülmektedir.

<sup>206</sup> <http://www.org.tr'den> bkz., “TGS'ye Kimler Üye Olabilir”.

<sup>207</sup> Delegasyona medya grubunun görüşünü açıklayan ve raporda yer alan ifadesi ile Ertuğrul Özkök; “212”den nefret ediyoruz ve sendikadan hoşlanmıyoruz.” Bkz., FIJ/EFJ Türkiye Heyeti Raporu, Türkiye'nin Gazetecilik ve İnsan Hakları Mücadelesi:Sendikal Haklar ve Basın Özgürlüğünün Gündeme Alınması, TGS Yayını, İstanbul, 2002, s.9.

<sup>208</sup> 16.10.2006 tarihinde TGS Genel Başkanı Ercan İpekçi ile yapılan kişisel görüşme. Söz konusu üç kurumda çalışan toplam 650 basın emekçisi (gazeteciler ve matbaa işçileri) için toplu sözleşme yapılabilmektedir. TGS, çeşitli medya kuruluşlarında sendikalı olan diğer gazeteciler içinse henüz gerekli çoğunluğa ulaşamadığı için sözleşme yapamamaktadır.

**TABLO 9: Ç.S.G.B. İSTATİSTİKLERİNE GÖRE 2001-2006 YILLARI  
ARASINDA SEKTÖRDE ÇALIŞANLARIN SAYISI VE TGS ÜYELİĞİ:**

<b>Dönem</b>	<b>Çalışan Sayısı</b>	<b>Sendika Üyesi</b>	<b>Sektördeki Sendikalaşma Oranı (Yüzde)</b>
2001 Temmuz	9.675	3.381	34.04
2002 Temmuz	9.834	3.423	34.80
2003 Temmuz	9.955	3.459	34.74
2004 Temmuz	12.508	3.638	29.08
2005 Temmuz	13.199	3.804	28.82
2006 Temmuz	14.494	3.955	27.28

Kaynak: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, “2821 Sayılı Sendikalar Kanunu Gereğince; İşkollarındaki İşçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayılarına İlişkin İstatistikler”, 27 Numaralı Gazetecilik İşkolu, [www.csgb.gov.tr](http://www.csgb.gov.tr).

Örgütlenme düzeyi dışında, Türk basın sendikacılığı toplu iş sözleşmesi ve grevleri bakımından incelendiğinde de basın çalışanlarının 1980’li yılların ortalarından itibaren sendikal hak kayıplarına uğradığı söylenebilir. 1963 yılında çıkarılan 274 ve 275 sayılı Yasaların ardından, TGS hem basın çalışanları hem de matbaa işçileri için toplu sözleşmeler yoluyla bir çok yeni haklar kazanmasını sağlamıştır. Basın İş Yasası karşılaştırıldığında, toplu iş sözleşmeleri ile kazanılan haklar şöyle özetlenebilir<sup>209</sup>:

1. Yasada bir gün olan hafta tatili, iki güne çıkarılmıştır.
2. Yasada günlük 8, haftalık 48 saat olan çalışma süresi, toplu sözleşmelerle günlük 7, haftalık 35 saate indirilmiştir.
3. Yasada %50 olan fazla çalışma ücreti %75’e, gece yapılan fazla mesai ücreti ise %150 zamlı hale getirilmiştir.
4. Yine bayram ve tatil günlerindeki ücret ödemesi de %50’den %150 oranına yükseltilmiştir.

<sup>209</sup> ÖKE, a.g.e., s.154.



5.Yasada, meslekte 5 yılını dolduran gazeteciler her yıl için 30 gün tutarında kıdem tazminatına hak kazanırken, bu oran toplu sözleşmelerle 50 güne çıkarılmıştır.

6. Toplu sözleşmeler yoluyla gazetecilerin kazandığı en önemli haklardan biri, istifa halinde de kıdem tazminatı ödenmesi olmuştur. 1980’li yıllara kadar kullanılan bu hak, 1990’larda sendikanın tasfiyesi ile ortadan kalkmıştır.

Basın sektöründe bu dönemde, toplu sözleşme görüşmeleri tıkandığında toplu iş bırakma niteliği taşıyan grevler de yoluyla da sendikal haklar kullanılmıştır. 1969-1980 yılları arasında biri DİSK’e bağlı Basın-İş Sendikası’nın örgütlü bulunduğu işyerine ait olmak üzere toplam 9 grev yaşanmış, bunun dışında uyuşmazlıkların çoğu grev aşamasına gelmeden anlaşma ile sonuçlanırken, bu dönemde lokavt kararları da alınmasına rağmen uygulanmamıştır<sup>210</sup>.

12 Eylül 1980 Askeri Darbesi ve 1982 Anayasası’nın kabulünün ardından, demokratik yaşamdaki gerileme sendikal alanda da ciddi hak kayıplarına yol açmış, bir dönem sendikalar kapatılmış, ve bu süreçte matbaa işçilerinin düzenlenen yeni mevzuat ile 27 sayılı işkolu dışına çıkarılması da basın sendikacılığını zayıflatmıştır.<sup>211</sup>

Bahsedilen çeşitli yasal, toplumsal ve siyasal faktörlerin dışında, TGS’nin örgütlenme yapısı, Türk basın patronlarının sendikaya bakış açısı ve basın çalışanlarının özellikleri de Türk basın sendikacılığının günümüzdeki duruma gelmesindeki diğer faktörler olarak sayılabilir. Bunlara aşağıda kısaca değinilmiştir.

#### **2.2.1.4.1. Örgütlenme Yapısı**

Küreselleşme, sendikacılık açısından mevcut krizlerin temel nedeni olarak ele alınsa da, küreselleşmenin yoğun olarak yaşandığı İskandinav ülkeleri ve bazı Batılı ülkelerdeki sendikalaşma oranlarındaki son yıllardaki artışlar; siyasi yapı, ekonomi-politika tercihleri, kültür dinamikleri, toplumsal yapılar ve demokrasi anlayışları gibi bir çok nedenin ülkelerin sendikal örgütlenme anlayışlarında etkili olduğunu

<sup>210</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.101-102.

<sup>211</sup> ÖZSEVER, a.g.e, s.111.

göstermektedir<sup>212</sup>. Türk basın sektöründeki sendikal örgütlenmenin bir çok gelişmiş ülkeden farklı olarak karma yapıda şekillenmesi, üye sayısındaki kan kaybının nedenleri arasında görülmektedir. Aşağıda kısaca incelenen<sup>213</sup> bazı ülkelerdeki sendikal yapılara göz atıldığında, gazetecilerin genellikle fikir işçisi olarak ayrı sendikal yapılarda örgütlendiği söylenebilir:

**Almanya:** Kol işçileri ile fikir işçileri birbirinden kesin olarak ayrılmıştır. Kol işçilerini Almanya’da matbaa işçileri sendikası olan IG Druck, fikir işçilerini de IG Medien ve Deutcher Journalisten Verband temsil eder. DJV’nin üye oranı toplam gazetecilerin yüzde 60’dır. Almanya’da fikir işçilerine, kendi içinde stajyerler, redaktörler ve serbest gazeteciler için ayrı toplu iş sözleşmesi uygulanmaktadır.

**İngiltere:** Ulusal Gazeteciler Sendikası National Union of Journalist 30 bin üyeye sahiptir. The National Graphical Association: Matbaa işçileri sendikasının 130 bin üyesi vardır.

**ABD:** The Newspaper Guild TNG: Yazılı basın işçilerini bünyesinde toplar. The American Federation of Television and Radio Artist: Elektronik basın işçilerini bünyesinde toplar. Sendikalı gazeteci oranı % 17’dir.

**Fransa:** Ulusal Gazeteciler Sendikası (Syndicat National des Journalistes-SNJ): Fransa’daki en etkin ve en büyük gazeteciler sendikasıdır. Diğer gazeteci sendikaları arasında da birleştirici görevi üstlenir. Ayrıca, Hristiyan Gazeteciler Sendikası(CFTC), Genel Gazeteciler Sendikası (FO), Fransız Gazeteciler Sendikası(CFTD), Gazeteciler Ulusal Sendikası ve Gazeteciler Sendikası (CGC) da faaliyetlerini sürdürmektedir<sup>214</sup>.

Türkiye’de ise, örneğin bir grev halinde gazetelerin ajanslardan alınan haberlerle ve matbaa işçilerinin gazete basımını gerçekleştirmesi ile başarısız olacağı

---

<sup>212</sup>Aşkın KESER., “Küreselleşme Sürecinin Sendikal Hareket Üzerindeki Etkisi”, Uludağ Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C:17, S:3-4, 1999, s.21.

<sup>213</sup> Mim Kemal ÖKE, **Gazeteci**, (Gazeteci), ÇGD Yayınları, Ankara, 1994, s.219-220.

<sup>214</sup>YÜCEDOĞAN, a.g.m., s.190-193.

düşünölmüş, ayrıca gazeteciyi haberin gerçekleştiği yere götüren şoförden yazılan haberi basan matbaa çalışanına, gazetecilere servis yapan çaycıdan hesaplarını tutan muhasebeciye kadar herkes basın emekçisi kapsamında değerlendirilerek geniş bir kitleyi içeren örgütlenme modeli seçilmiştir.

Sayısal açıdan avantaj gibi görünen bu durumun sakıncaları ise şöyle sıralanabilir<sup>215</sup>:

1. Bu iki grup işçinin; yaptıkları işin işletmenin bütünselliği açısından birbirini tamamlamasına karşın; eğitim, sosyo-ekonomik yapı, işin niteliği ve sorumluluğu, ücret ve çalışma koşulları bakımından birbirinden tamamen ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir.
2. Toplu iş sözleşmelerinde her iki grubu da kapsayan tek bir sözleşme yapıldığından, fikir işçilerinin öncelikli sorunları, kol işçilerinin daha acil sorunları yanında ikinci planda kalmakta ve yapılması gereken çağdaş düzenlemeler bir türlü yapılamaktadır.
3. Statü gereği sendikanın çoğunluk üyesini kol işçileri oluştururken, genel başkanlık tüzük gereği fikir işçilerinden seçilmekte, ancak genel başkan çoğunlukla bir basın işletmesinde işveren vekili olarak çalıştığından profesyonel olamamaktadır.

#### **2.2.1.4.2. Basın Çalışanlarının Niteliği**

Durkheim'e göre birey, kendisine benzeyen öteki kişilerle birleşerek toplumsal varlığın bir parçası olur. Bu durumda ortaya çıkan bağlılık, benzerlikten dolayı ortaya çıkan bir sempati bağıdır ve dayanışmayı artırır. Durkheim bu dayanışmaya "mekanik dayanışma" adını vermektedir. Sendikaların oluşmasını sağlayan temel faktör de bu tür bir dayanışmaya dayanmaktadır<sup>216</sup>.

Bu tanımlardan yola çıkarak, gazetecilerin genel olarak mesleğinin yapısından kaynaklanan sendikalaşamama yönünü vurgulamak gerekir. Bu durum, mesleğin rekabetçi, bireyci ve güvensiz oluşuyla ilgilidir. Tamamen bireysel yetenek

<sup>215</sup> ÖKE, Gazeteci ,a.g.e., s.190-191.

<sup>216</sup> KESER, a.g.m., s.22.

ve ilişkilere bağlı haber yakalama ile meslektaşından habersiz üretim ve ondan önce duyurma edimini anlatan haber atlatma ifadeleri söz konusu rekabetçi ve güvensiz ortamı tanımlamaktadır. Öte yandan, asgari ücretle çalışan bir gazeteci ile aylık geliri 30 milyar lira olan bir gazetecinin aynı safta mücadele vermesi de mümkün olmamaktadır<sup>217</sup>. Sonuç olarak günümüzde, gazetecilik belli bir sınıf kimliğinden ziyade mesleki bir avantaj olarak algılanmakta ve genelde bir statü mesleği olarak görülmektedir<sup>218</sup>.

Öte yandan, homojen, farklılaşmamış bir kitle oluşturan, aralarında mesleki tabakalaşma olmayan, içinde buldukları kitle dışına çıkma olanağı bulunmayan işkollarında sendikalaşma ve grev eğilimi daha yüksek iken; toplumla bütünleşmiş, kendilerinden farklı işlerde çalışan insanlarla ilişki içinde olan, diğer işkollarına geçebilen ve işçi-işveren ilişkileri geçici değil sürekli olan işkollarında ise grev eğilimi daha düşük olmaktadır. Kerr ve Siegel'in 30 yıllık bir dönemi kapsayan grev istatistiklerinden çıkardıkları bu sonucun yanısıra, Edwards-Hyman'ın imalat sanayi-madencilik ve hizmet sektörünü içeren bir başka araştırmasında da hizmet sektörü en az grevin yapıldığı ve en az işgünü kaybının gerçekleştiği sektör olarak belirlenmiştir.<sup>219</sup> Hizmet sektöründe yer alan basın çalışanlarının da, özellikle matbaa işçilerinin işkolu değişiminden sonra benzer eğilimi gösterdikleri söylenebilir.

Bununla birlikte basın çalışanları, dünyada ve Türkiye'de 1990'lı yılların ortalarına kadar ortak çıkarlar çerçevesinde yüksek düzeyde örgütlü yapılarda da yer almışlardır. Sektördeki yapısal değişimin ardından, demokrasi kültürünün daha çok yerleştiği ülkelerde bu tutum ve ortak mücadele davranışı her şeye rağmen sürerken, basının devlet eliyle oluşturulup güçlendirildiği ülkemizde ise aynı refleksi gösterilememektedir. Örneğin İngiltere'de BBC çalışanları, yönetimin tasarruf sağlamak amacıyla 4 bine yakın kişiyi işten çıkartmak istemesine karşı 2005 yılında 24 saat süren uyarı grevi yapmışlardır<sup>220</sup>.

---

<sup>217</sup>İNAN, ÖZKAYA, a.g.m., s.31 ve 36.

<sup>218</sup>Atilla ÖZSEVER, "Medya Çalışanlarının Sınıf Algısı ve Gerçeği", TUSAM'a Sunulan Bildiri, Erişim: 21.10.2006, [www.sav.org.tr](http://www.sav.org.tr).

<sup>219</sup>Yüksel AKKAYA, "1990'lı Yıllarda Türkiye'de Grevler", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, C:54, S:2, 1999, s.11-12.

<sup>220</sup>Derya SAZAK, Ombudsman; "Son Baskı 2040'ta mı?", Milliyet, 30.05.2005.

Yine ülkedeki ticari radyo ve televizyon istasyonları ile günlük gazetelerin yüzde 50'sinin İsveç şirketlerine geçmesini sağlayacak medya birleşmelerine ve toplu iş sözleşmesi görüşmelerinde önerilen teklife karşı çıkmak amacıyla Ekim 2004'de 3 günlük genel greve giden Sloven gazeteciler, gazete-radyo ve televizyonlarda yayınladıkları ortak deklarasyonla kamuoyunu bilgilendirerek desteklerini almışlardır<sup>221</sup>. Fransa'da da giderek artan medya yoğunlaşmasına karşı tepkiler yükselmiş ve Kasım 2004'de Paris'te protesto gösterileri yapılmıştır<sup>222</sup>.

ÇSGB'nin 1990-1998 yılları arasındaki verilerine dayanarak hazırlanan 1990-1997 yılları arasındaki işkollarına göre grev dağılımı incelemesine bakıldığında ise, Türkiye'de gazetecilik işkolunda belirtilen dönemde tek bir grev bile yaşanmadığı görülmektedir<sup>223</sup>. FIJ/EFJ Türkiye Heyeti Raporu'na göre, 90'lı yıllarda kapanan gazeteler, işverenlerin sendika karşıtı tutumları ve genel ekonomik yapıdaki olumsuzluklar ve krizler, medya çalışanlarının güven ve moral değerlerini sarsarak çaresizlik ve umutsuzluk vakalarına yol açmış, bu durum mücadele ve sendikal bilinci olumsuz yönde etkilemiştir<sup>224</sup>.

#### **2.2.1.4.3. Medya Sahiplerinin Tutumu**

1980'li yıllarda neredeyse özel sektörünün tamamı, 1990'lı yıllarda ise üçte ikisi sendikalı olan basın sektörünün günümüzde ulaştığı düzeye gelmesinde yararlanılan yöntemler genel olarak şöyle sıralanabilir<sup>225</sup>:

- 1) Taşeronluk: İş Yasası'na bağlı olarak çalışan matbaa, teknik, paketleme, reklam, idare, muhasebe, şoför gibi birimlerindeki kadroların her birinin ayrı taşeron şirketlere aktarılması ile bu çalışanlar gazetecilik işkolu dışına çıkarılarak sendikal hareket zayıflatılmıştır.

---

<sup>221</sup> HRVATIN, a.g.ç., s.2.

<sup>222</sup> Arne KANİNG, "European Journalists Back Call for Europe-Wide Action Against Media Concentration", erişim: 04.08.2006, [www.ifj.org](http://www.ifj.org).

<sup>223</sup> AKKAYA, a.g.e., s.15.

<sup>224</sup> FIJ, EFJ Türkiye Heyeti Raporu, a.g.ç., s. 4.

<sup>225</sup> İNAN, ÖZKAYA, a.g.m., s.34-35; FIJ/EFJ Türkiye Heyeti Raporu, a.g.e., s.10.

- 2) Havuz sistemi uygulamasıyla yayımlanan gazetelerde, tirajı ne kadar yüksek olursa olsun her şeyden önce sendika üyesi olabilecek kadro bulunmamakta, yasal zorunluluk gereği gösterilen kadroların çoğu da telifle çalışmaktadır.
- 3) Telif hakkı adıyla yapılan ödemeler ücret sayılmadığı için bu durumda hem istihdamı daraltmakta, hem de örgütlenme potansiyelini zayıflatmaktadır.
- 4) Kaçak işçilik: Stajyerlik olarak da ifade edilen kadrosuz, sigortasız genç gazeteciler kaçak işçi olarak çalıştırıldıklarından sendika üyesi de olamamaktadır.
- 5) Tekelleşme: Dağıtım ve reklam paylaşımı konusunda medya büyükleri arasında yapılan kartel anlaşmaları dışında başka bir kartelde basın patronları arasında personel istihdamına yönelik olarak yapılan gizli anlaşmaya dayanmaktadır. Bir patron diğerinden, kendisinden ayrılan gazeteciye ambargo konulmasını isteyebilmektedir.

Sonuç olarak, Anayasa'da "Hiç kimse sendikaya üyelikten ayrılmaya zorlanamaz" denilse de, gerçekte sendika üyeliği işten çıkarma için gizli bir gerekçe olarak kullanılmakta, bir işyerindeki sendikalaşma girişimi çalışanların işten atılma tehdidi karşısında başarısızlıkla sonuçlanmaktadır<sup>226</sup>. Basın, simgesel olarak Babıâli'den İkitelli'ye taşınırken medyaya dönüşmüş ve gazetecilerin sendikasız, kurnalsız, yasalara aykırı çalıştırıldığı bir dönemi başlatmıştır<sup>227</sup>.

### 2.2.2. İşsiz Gazeteciler Bakımından

İşsizlik, geçmişte olduğu gibi günümüzde de gelişme seviyeleri farklı da olsa tüm toplumların en önemli ortak sorununu oluşturmaktadır. Bireyin çalışma isteği ve yeteneğine sahip olup da işsiz kalması, bir başka ifadeyle çalışma olanağı bulamaması, insan yaşamı üzerinde derin ekonomik, sosyal ve moral etkiler bırakan bir olaydır. Çünkü istihdam aynı zamanda insanın var olma koşullarından biridir<sup>228</sup>.

<sup>226</sup> İNAN, ÖZKAYA, a.g.m., s.32.

<sup>227</sup> CANPOLAT, a.g.ç., <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/73/haberler/m1.htm>.

<sup>228</sup> İhsan YÜKSEL, "İşsizliğin Psiko-Sosyal Sonuçlarının İncelenmesi", Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C:4, S:2, 2003, s.21 ve 22.

Gizli işsizlik ya da mevsimlik işsizlik gibi bir çok işsizlik türü olmasına karşın, 1990'lı yıllardan başlayarak dünyada ve Türkiye'de on binlerce gazetecinin işsiz kalmasına yol açan temel nedenin, medya sektöründeki yapısal değişim olduğu söylenebilir. Ekonomideki değişimlerin işsizliğe neden olması, basın sektöründe de yapısal işsizliği ortaya çıkarmaktadır. Genellikle teknolojideki gelişmelerin sonucu olan yapısal değişimden kaynaklı bu işsizliğe teknolojik işsizlik adı da verilmektedir. Bu tür işsizlik eğilimi, rekabetin şiddetine ve talep yapısındaki ani değişimlere bağlı olarak da ortaya çıkabilir<sup>229</sup>. Gayri iradi olarak işsiz kalan yapısal işsizler, yeni üretim yöntemlerini kullanamadıklarından ya da talep kaymalarından dolayı işsizdirler<sup>230</sup>.

Günümüzde gazetelerdeki fiziksel yazı işleri ortamının yerini internetle birlikte sanal yazı işleri almıştır. Sanal yazı işleri ile birlikte bilgisayar destekli muhabirlik ortaya çıkmış, haberlerini buldukları yerden dijital ortamda hazırlayıp geçebilme imkanı bu tür muhabirliğin temelini oluşturmuştur. Bu gelişmeler, gazetecilerin iş tanımlarına bilgisayar kullanmayı bilme ve bazı bilgisayar programlarına hakim olma becerisini eklemiştir. Gazeteci, artık internetin dosya transferi, ses ve görüntü akışı gibi detaylarını bilmelidir. Ayrıca, sanal yazı işlerinde geleneksel ofis sistemine göre daha kalifiye ve özellikle İngilizceye hakim elemanların istihdamı zorunlu hale gelmiştir. Bunun esas nedeni, internetteki kaynakların % 64.8'inin İngilizce olmasıdır<sup>231</sup>. Bu durum ise teknolojik ya da yapısal işsizliği arttırmakta, işsiz kalan gazetecilerin iş bulmasını da güçleştirmektedir.

İnternet geleneksel gazetecilikte bu değişimi yaratırken, internetle ortaya çıkan haber siteleri ve haber portalları ise yeterli düzeyde istihdam yaratmamaktadır. Geleneksel medya siteleri dışındaki haber sitelerinde muhabir ve köşe yazısı istihdam edilmemekte, genellikle haber ajanslarından veya geleneksel medyadan alınan haberler aynen web ortamına aktarılmaktadır. Geleneksel medyalar tarafından

---

<sup>229</sup> Kuvvet LORDOĞLU, **Çalışma Ekonomisine Giriş**, Alan Yayınları, İstanbul 1986, s.88.

<sup>230</sup> LORDOĞLU, a.g.e., s.89.

<sup>231</sup> Halil İbrahim GÜRCAN, Çiğdem BATU, "İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller",s.2 ve 4.,Erişim:07.06.2005, [www.inet-tr.org.tr](http://www.inet-tr.org.tr).

kurulan internet siteleri ise, kendi ortak haber havuzlarından faydalanmaktadır. Haber sitelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemekte, ayrıca hazır haberlerin kullanımı nedeniyle web editörlüğü de tam anlamıyla yapılmadığından<sup>232</sup> işsiz gazetecilere yeni olanaklar temin edilememektedir.

Basın işletmelerinin bilgisayar sistemine geçmesi, bilginin bilgisayara girişinden kalıp aşamasına kadar uzanan çok zaman alıcı ve pahalı işçilik gerektiren 7-8 üretim halkasını da ortadan kaldırmış, bu işlemler ekranlarda birkaç uzman tarafından gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Bu süreç kalite ve esnekliği arttırırken, dizgi, düzeltme, pikaj, kamera ve montaj işlemlerini ise yok etmiştir. Öte yandan, modern teknoloji yatırımlarına öncelik veren ve ileri teknoloji ile donatılan basın işletmelerinde, bu teknolojiyi kullanacak olan insana yatırım konusunda ise aynı duyarlılığın gösterilmemesi, basın ve basım sektöründe işsizliği arttırırken, bazı makinelerden elde edilen verim bu nedenle ancak % 30-40 düzeylerinde kalmaktadır<sup>233</sup>.

Medyadaki tekelleşme de, işsiz basın çalışanlarının istihdamı önündeki önemli bir engeldir. Medya yoğunlaşmaları sonucu uluslararasılaşan Türk Basın Sektöründe de medya birleşmeleri nedeniyle işsizlikler yaşanmaya başlamıştır. Örneğin, 2007 Şubat ayından itibaren Fox adıyla yayımına devam edecek olan TGRT'de de ilk olarak mevcut merkez kadronun işine son verilmiştir<sup>234</sup>. Yeni kadro oluşturma çalışmaları ise çoğunlukla Amerikalı çalışanların yaptığı iş görüşmeleri ile sürdürülmekte, yeni personel seçimlerinde Amerikan kriterleri gözetilmektedir<sup>235</sup>. Tensikatların, noter tasdikli sözleşmelerin fesih belgelerinin gazetecilerin evlerine gönderilerek yapılması ise, Türk basın sektörünü de yeni bir işten atma modeliyle tanıştırmıştır<sup>236</sup>.

---

<sup>232</sup>GÜRCAN, BATU, a.g.m., s.2.

<sup>233</sup>KARABAY, a.g.e., s.78.

<sup>234</sup>TGRT'den yapılan basın açıklamasında, yeni oluşum gereği yapılan tensikatlarda yasal gerekliliklere uyulduğu açıklanmıştır.Bkz., Referans Gazetesi, 29.12.2006, [www.referansgazetesi.com](http://www.referansgazetesi.com).

<sup>235</sup>Oray EĞİN, "Fox'a İş Görüşmesine Gidenler Bu Sorulara Hazırlıklı Olsun", Akşam Gazetesi, 19.12.2006 ve [medyatava.com](http://medyatava.com).

<sup>236</sup>Amerikan Usulü İşten Çıkarmada Son Nokta, Erişim:25.12.2006, [www.haber10.com](http://www.haber10.com). 2000 krizinde gazeteciler işyerine giriş kartlarının çalışmaması ile işten çıkartıldıklarını öğrenmişlerdi.



Basın çalışanlarının işsiz kalmasındaki önemli bir diğer neden ise, önce yazılı basın için kullanılan ancak artık tüm medya sektöründe görülen tabloidleşmedir. Öncelikle tabloid basın ve magazin haberciliği ile tabloidleşme arasındaki farka değinmek gerekir. Tabloid ya da bulvar basını başlı başına eğlencelik bir tür olarak hazırlanırken, magazin haberleri ise insan yaşamına ait içerikleri ile herhangi bir biçimde etik bir problem olarak görülmemektedir<sup>237</sup>. Teknolojik gelişmelere ve medyadaki acımasız rekabet ortamına bağlı olarak da ortaya çıktığı öne sürülen medyanın genelindeki tabloidleşme ise haberlerin ve programların tümünün içerik ve üsluplarının sulandırılması, sansasyonelleşmesi ve haberin toplanmasında etiğe aykırı yöntemlerin kullanılmasıdır.

Tabloidleşme sürecinde gazeteler sayfalarında haberlere ayrılan yerleri küçültmekte, görsel malzemeye daha çok yer verilmekte, yayın politikaları daha yumuşak ve magazin içerikli haberciliğe kaymaktadır. Dijital teknolojinin gelişimi ile görüntülerle oynama, görsel malzemenin yetersiz olması halinde canlandırmaya (dramatizasyon) başvurma, anlatımların kişiselleşmesi, ekonomik gelişmeler ve siyasal süreçlerle ilgili haberlerin azalması ve haberlerin klip şeklinde hızlı dinamik bir süreçle sunumu gibi özellikleriyle tabloidleşme,<sup>238</sup> gazetecilerin istihdamını da olumsuz yönde etkilemektedir.

Ciddi gazetecilik yapılan basın işletmelerinde araştırma, inceleme ve gözleme dayalı habercilik için daha geniş kadrolara ihtiyaç duyulmakta, ayrıca profesyonel gazeteci olarak tanımlanan bu kişilere daha yüksek ücretler ödenmesi gerekmektedir. Bulvar gazeteciliği içinse, düşük ücretle çalıştırılan daha az sayıda eleman yeterli olmaktadır. Ayrıca, haberin kapladığı alan azaldıkça muhabir sayısında da azaltmaya gidilmekte, çoğunlukla yabancı haber ajansları ya da arşivlerden elde edilen kadın unsuru ağırlıklı fotoğrafların altına uygun resim altı veya düzmece haber yazar birkaç masa başı elemanı, gazetenin genel yayın materyalinin büyük bölümünü oluşturmaktadır<sup>239</sup>.

---

<sup>237</sup> Bülent ÇAPLI, **Medya ve Etik**, İmge Kitabevi, Ankara, 2002, s.91.

<sup>238</sup> ÇAPLI, a.g.e., s.92-102.

<sup>239</sup> KARABAY, a.g.e., s.88-89.

Nihayet, işsiz gazetecilerin önemli sorunlarından bir diğeri de, yerel basının güçsüzlüğü nedeniyle istihdam alanlarının daralmasıdır. Finansal yönden güçlü olmaları ile reklam ve dağıtım kanallarındaki örgütlü yapı, ulusal basına yerel basından çok daha fazla satış olanağı sağlarken, bu durum, yerel gazete ve gazeteciliğin işlevini ise çok düşük düzeylere indirmektedir<sup>240</sup>.

### 2.2.3. İletişim Fakültesi Öğrencileri Bakımından

Türkiye’de iletişim eğitimine 1950 yılında İstanbul Üniversitesi içinde kurulan Gazetecilik Enstitüsü ile başlanmış, 1965 yılında Ankara Üniversitesi’nde ilk Basın Yayın Yüksek Okulu kurulmuş<sup>241</sup>, 3 Temmuz 1992’de Resmi Gazete’de yayımlanan Yasa ile Basın Yayın Yüksek Okulları İletişim Fakülteleri haline getirilmişlerdir. 1980’ler sonrası iletişim sektöründe daha sonra özel radyo ve televizyonlarında ortaya çıkmasıyla yaşanan patlamanın piyasanın teknik ve meslek insanı taleplerini hızla arttıracığı düşüncesi, iletişim fakültelerine geçişte etken olmuştur. Ancak, piyasanın taleplerini karşılayan mesleki bilgi ve becerileri üretmek ile<sup>242</sup> iletişim eğitiminin gerektirdiği eleştirel perspektif ve kuramsal bilgi, iyi bir iletişimcinin nasıl bir formasyonla mezun olması gerektiği sorularını gündeme getirmiştir<sup>243</sup>.

Nitekim, okullarından belirli teorik birikime ve mesleki etik anlayışa sahip olarak mezun olan öğrenciler, piyasaya girdiklerinde basının ticari bir kurum olduğu ve patronların asıl amaçlarından birinin para kazanmak olduğu gerçeğiyle karşılaşınca bocalamakta, etik değerleri ile çelişkiye düşebilmektedir. Öte yandan, iletişim sektörü ve akademisyenler arasındaki kopukluk, sektörden fakültelere kaynak aktarımını zayıflatmakta, öğrenciler sahip olmaları gereken beceriler için yeterli nitelik ve nicelikte kullanacak bilgisayar, fotoğraf makinesi ya da kamera

---

<sup>240</sup> Feyyaz BODUR, **Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı**, Eskişehir, 1997, s.46-47.

<sup>241</sup> Oya TOKGÖZ, “Türkiye’de İletişim Araştırması: Nereden Nereye”, *Kültür ve İletişim*, 3/2 Yaz, 2000, s.25.

<sup>242</sup> Meral ÖZBEK, “İletişim Eğitimi Üzerine”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi 1992 Yıllığı, 1992, s.297-299.

<sup>243</sup> ÖZBEK, a.g.m., s.321.

bulamamaktadır<sup>244</sup>. Günümüz medya sektörünün pratiği ve talepleri ile iletişim fakültelerindeki teorik eğitimin birbiri ile örtüşmemesi, yeni kuşak iletişimcilerin meslekte kalmalarını güçleştirmektedir. Bununla birlikte, yeni medya anlayışının kamuoyu üzerindeki etkisine bakıldığında, basın sektörünün sondan ikinci sırada yer alması<sup>245</sup>, iletişim sektörü ile fakülteler arasında ortak bir dil bulunmasını zorunlu kılmaktadır.

Medya sektörü gazetecilik-iletişim eğitiminin verilmesini istemekle birlikte iletişim eğitimi almayı makbul saymamakta ve iletişim mezunlarını işe almakta zorluk çıkarmaktadır. Tokgöz'e göre bunun nedeni, sektörün iletişim eğitimini kendi denetimi altında tutmak istemesidir. 1997 yılından itibaren açılan vakıf üniversitelerinin özellikle İstanbul'da iletişim fakülteleri de kurması veya üniversite dışı eğitim veren kursların açılması, yasal olanakların tanınması kadar sermaye ile yakından ilgilidir. Türkiye'deki iletişim eğitimi açısından sermaye-medya sektörü ve eğitim politikası arasındaki ilişkilerin netleşmemesi ve devletçe üretilen eğitim-istihdam politikalarının gerçekçi olmaması sorunların çözümünü güçleştirmektedir<sup>246</sup>.

Sonuç itibarıyla günümüzde her yıl 27 üniversiteye bağlı iletişim fakültelerine 3700-3800 öğrenci alınmakta, böylece medya sektörüne her yıl binlerce gazeteci aday katılmaktadır<sup>247</sup>. Basın Yayın Mezunları Derneği (BAYMED) tarafından 2004 yılında üç ulusal TV kanalı, bir ulusal haber ajansı, beş ulusal çapta yayın yapan gazetede, gazeteci sıfatıyla çalışan 1.894 kişi arasında yapılan araştırmada; bu kişilerden sadece 457'sinin iletişim fakültesi mezunu olduğu saptanmıştır.<sup>248</sup>

Söz konusu kuruluşların insan kaynakları müdürlüklerinden alınan bu verilere göre, sektörde istihdam edilen iletişim fakültesi mezunlarının oranı % 24 olmakta,

<sup>244</sup> Hakan YILMAZ, O.Emre GÜLÖREN, "Atilla Girgin ile İletişim Fakülteleri ve Gazetecilik Üzerine", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayın Organı İletim, S:60, Mayıs 1999, s.19.

<sup>245</sup> Gazi Haber, "İletişim Fakültesi Mezunları İstihdam Edilmiyor", Medyada İstihdam-Olanaklar-Sınırlılıklar Sempozyumu Özeti, Erişim: 16.07.2006, <http://www.ilet.gazi.edu.tr/haber7.htm>.

<sup>246</sup> Oya TOKGÖZ, "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi", Kültür ve İletişim, 6/1 Kış ,2003, s.19-20, 26, 31.

<sup>247</sup> Arif ESEN, "Medyada Eğitim ve İstihdam", 2.Gazeteciler Konferansı'na Sunulan Bildiri, Erişim: 17.03.2006, <http://www.ilmed.org.tr/konferanslar.htm>.

<sup>248</sup> ESEN, a.g.ç., s.2.

Türkiye çapında medyada gazeteci sıfatıyla 10 bin kişinin istihdam edildiği varsayıldığında, iletişim fakültesi mezunlarının sayısının 2.400 kişide kaldığı görülmektedir<sup>249</sup>.

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde, gazetelerde zorunlu stajını tamamlamış ve son sınıfta okuyan 147 öğrenciye “İletişim eğitiminin öğrencilere sağladığı iş bulma ve çalışma yaşamına olan işlevsel katkısını ortaya koymak” amacıyla anket uygulanarak yapılan 2000 yılındaki araştırmada ise; akraba, tanıdık vb. geleneksel işe yerleştirme biçimlerinin iletişim sektöründe de sürdüğü, bu durumun okulların verdiği eğitimi nispeten işlevsiz kıldığı belirlenmiştir<sup>250</sup>. Öte yandan, staj döneminde karşılaştıkları çalışma yaşamının beklentileri ile aldıkları eğitimi karşılaştıran öğrencilerin, teorik derslerin azaltılarak uygulamaya yönelik eğitimin artırılması talepleri, iletişim fakültelerinin müfredatlarını hazırlarken sektörün beklentilerini dikkate alması gereğini ortaya koymaktadır<sup>251</sup>.

Medyanın tekelci yapısı ve yerel basının gücünü yitirmesi de, iletişim fakülteleri öğrencileri ve yeni mezunlarının deneyim kazanması imkanını azaltmaktadır. Meslekteki önemli isimlerin, geçmişte küçük gazetelerde sınav vererek büyük gazetelerde başarılı olmalarına karşın, artık Anadolu'da yerel gazetecilik yaptıktan sonra büyük kentlere gelenlerin sayısı azalmıştır<sup>252</sup>. Öte yandan, medya sektörüne her kesimden ilginin artması, iletişim eğitimi alan öğrencilerin rekabet alanını genişletmektedir. Galatasaray Üniversitesi, Platin Dergisi ve Milliyet Gazetesi'nin ortak çalışmasıyla hazırlanan ve www.insankaynaklari.com sitesinde yayınlanan ankete 750 internet kullanıcısının katılımı ile 2004 yılında gerçekleştirilen “Medyada Kariyer” araştırması sonuçları da, farklı alanlarda eğitim gören gençlerin medya sektörüne ilgisini göstermektedir. Araştırmaya göre 750 katılımcının sadece % 6'sı medya sektöründe çalışmakta, ve sadece yüzde 4.91'i iletişim alanında eğitim almış ya da almaktadır. Buna karşın katılımcıların % 92'si medyada kariyer yapmak istemektedir. Araştırmanın, “Medyada Ücret ve terfi

---

<sup>249</sup> ESEN, a.g.ç., s.2.

<sup>250</sup> Nimet ÖNÜR, “Bilgiye Dayalı Toplumsal Yapılara Dönüşüm Sürecinde İletişim Fakülteleri”, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:14, 2001, s.30-31.

<sup>251</sup> ÖNÜR, a.g.m., s.37.

<sup>252</sup> Nezh Demirkent, **Medya Medya-3/Son Salı Yazıları**, Dünya Yayıncılık, İstanbul, 2002, s.47.

Olanakları” başlıklı bölümünde çıkan bu sonuçlara göre, katılımcıların %18’i dinamik bir çalışma ortamı olması, %16’sı yaşam tarzı ve ideallerine uygunluk, %14’ü topluma faydalı olma isteği ve %11.71’i ise prestijli bir kariyeri olması nedeniyle medya sektöründe çalışmak istemektedir.<sup>253</sup>

Katılımcıların %80’inin 30 yaşın altında olması, genç kesim için medyanın ilgi çeken bir çalışma alanı olduğunu göstermektedir. Medya sektörüne girmek için iletişim fakültesi mezunu olma kriterinin bulunmaması, mesleğin doğası gereği olarak da yorumlanabilmektedir. Ancak ankette karşılaşılan bir diğer çarpıcı sonuçta, katılımcıların %35 oranındaki önemli bir kesiminin medyadaki terfi olanaklarının kişisel bağlantılara bağlı olduğunu düşünmesidir. İşe giriş ve terfi olanakları bakımından, ahbap çavuş ilişkilerinin toplumun diğer kesimlerinde olduğu gibi medyada da halen ağırlığını koruduğu düşüncesi, sadece iletişim fakülteleri öğrencileri arasında değil farklı alanlarda eğitim alan gençler arasında da oldukça yaygındır.<sup>254</sup>

---

<sup>253</sup> Medyada Kariyer Araştırması, “Medyada Ücret ve Terfi Olanakları”, Erişim: 17.05.2006, [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com), 07.04.2004 ve 15.04.2004 tarihli Milliyet Gazetesi’nde yayımlanmıştır.

<sup>254</sup> Medyada Kariyer Araştırması, a.g.ç., [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BASIN SEKTÖRÜNDEKİ İSTİHDAM SORUNLARINA YÖNELİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Dünyada ve Türkiye’de dev ciroları, büyük sermaye yatırımları ve kıtalararası yapıları ile hem ekonomileri hem de toplumları etkileyen medya sektöründe istihdam edilen gazeteciler, birçok mesleğe göre farklı bir konuma sahiptirler. Bu nedenle basın çalışanlarının sorunlarına ilişkin çözüm önerileri de, sorunlara hangi cepheden bakıldığına göre değişebilmektedir.

Toplumdaki her grup, gerçekliğin kendisini en çok etkileyen kısmına odaklanır. Ancak, kamuya açık tartışmalarda her şey genel çıkarlar bağlamında ifade edilir. Belirli bir politikanın, genel çıkarı muhtemelen nasıl etkileyeceğini görmek için, tüm sistemin nasıl çalışacağını gösteren bir model gerekmektedir<sup>1</sup>. Bu bağlamda medya sahiplerine göre; çok büyük sermaye yatırımları yaptıkları bu alanda işletmenin çıkarlarına ve genel ekonominin seyrine göre hareket etmek kaçınılmaz iken, kamusal alandan bakıldığında ise; yeni dünya medyası, küresel kapitalizmin lehine olmak üzere muhakeme ve algılama yeteneğini zedelemekte, çarpıtılmış, yanıltıcı bilgilere kaynaklık etmekte ve tüketimi üretmektedir<sup>2</sup>.

Medya sektöründe yaşanan sorunların gerçekten toplumu etkileyip etkilemediği konusunda birbirine zıt iki temel görüş vardır. Bunlardan ilki, medyanın pasif bir iletici olduğu ve gerçekleri olduğu haliyle yansıtan bir ayna görevi üstlendiği şeklindedir. Diğer görüşe göre ise, medya iletişimde aktif bir katılımcıdır, hatta hakim toplumsal sınıfların düşüncelerini dile getirmede bir megafon görevi yapmaktadır<sup>3</sup>. İlk kez küresel köy tanımını yaparak dikkatleri çeken McLuhan’a göre ise medyanın aktif ya da pasif etkisini tartışmak gereksizdir. Çünkü, yalnızca günümüzdeki var oluşu ile zaten doğrudan medyanın (ve medya ortamının) kendisi

---

<sup>1</sup> STİGLİTZH, a.g.e., s.244.

<sup>2</sup> Faruk ARHAN, Özgür ORHANGAZI, Sibel ÖZBUDUN, Temel DEMİRER, Umur HOZATLI, **Medya Eleştirisi ya da Hermes’i Sorgulamak**, Öteki Yayınevi, Ankara, 1999, s.74.

<sup>3</sup> ARSLAN, Medyanın Gücü, a.g.e., s.2.

mesajdır. Kelimenin tekil ve çoğul kullanımı ile oynayarak medyanın hem haber, hem de ticari ürün niteliğine gönderme yapan McLuhan, kentleşmenin göçebe insan topluluklarını yeni bir forma sokması gibi, enformasyon toplumunda medyanın da tüm insanlığı tek bir bilinçlilik düzeyine getirdiğini savunmaktadır<sup>4</sup>.

Basının temel fonksiyonuna bakıldığında gazeteler için en önemli kişi, reklam veren, gazete bayii ya da hissedarlar değil, her zaman okuyucudur. Ancak garip bir şekilde, gazetelerin çoğu okuyucuyu görmezden gelmekte, daha büyük karlar dağıtmak amacıyla personel ve diğer harcamalardan kesilerek sayfaların % 70'inden çoğu reklamlara tahsis edilmektedir. Sonuç olarak, basından uzaklaşan okuyucular neredeyse her yerde medya haberleri ve gazetecilere güvenini kaybetmektedir<sup>5</sup>.

Gallup Poll'e göre, Amerikan halkının sadece % 21'i gazetecilerin dürüst ve etik olduğunu düşünmekte; basın güven sıralamasında reklamcılar, sigortacılar ve otomobil satıcılarından sonra en altta yer almaktadır. Fransa'da günlük La Croix gazetesi ve haftalık Telerama dergisinin 2001 yılında yaptırdığı yıllık kamuoyu araştırması göre ise, halkın sadece % 32'si gazetecilerin hükümetten ve sadece % 25'i iş dünyasından bağımsız olduğuna inanmaktadır<sup>6</sup>. İngiltere'de yapılan kamuoyu araştırmasında ise, basına<sup>7</sup> olan güven % 28'in altına düşmüştür. İngiltere'de basına olan güvensizliğin ilk dört nedeni; tarafsızlıktan uzaklaşmak, sansasyon merakı, gerçeklerden kopmak ve toplumun çıkarlarını unutmak olarak sıralanmaktadır<sup>8</sup>. Türkiye'de de Aralık 2003, Mart 2004 ve Eylül 2004'de yapılan "En Çok Güvenilen Kurumlar" konulu kamuoyu araştırması ortalamasında, % 82 ile ordu ilk sırayı alırken, jandarma, yargı, iş dünyası gibi kurum ve çevrelerin ardından basın % 42 ile en son sırada yer almaktadır<sup>9</sup>.

---

<sup>4</sup> Marshall MCLUHAN, **Understanding Media: The Extensions of Man**, Cambridge: The MIT Press, Massachusetts, 1994, s.61.

<sup>5</sup> Claude Jean BERTRAND, "Why Not Listen?", Erişim: 27.9.2005, [www.freemedai.at](http://www.freemedai.at).

<sup>6</sup> BERTRAND, a.g.m., [www.freemedai.at](http://www.freemedai.at).

<sup>7</sup> Bu oran, ana akım da denilen yüksek tirajlı tekeli medyayı ifade etmekte, fikir gazetelerinde güvenilirlik % 60'a çıkmaktadır. Ana-akım detayı için bkz: Noam CHOMSKY, "Ana-akım Medyayı Ana-akım Yapan Nedir", (Çeviren Taylan Doğan), Bilim ve Toplum, 1997, Erişim: 27.10.2006, [www. http://www.bgst.org/keab/chomsky20060923.asp](http://www.bgst.org/keab/chomsky20060923.asp).

<sup>8</sup> Hasan CEMAL, "Gazeteci, Soyтары", Milliyet, 03.05.2000.

<sup>9</sup> 13.09. 2006 tarihinde RTÜK Üst Kurul Üyesi Davut Dursun ile yapılan kişisel görüşme.

Kamuoyunun gerçek sorunlarının basında yer alma düzeyi, güvensizliğin nedeninin bir göstergesidir. Örneğin, IPS İletişim Vakfı tarafından yürütülen Medya Özgürlüğü ve Bağımsız Gazetecilik, İzleme ve Haber Ağı Projesi kapsamında, 12 ulusal gazetenin Mayıs 2004-Şubat 2005 tarihleri arasında izlenmesi sonucu çocuk, kadın, insan hakları ve ifade özgürlüğüne ilişkin verilen haberlerin tüm haberler içindeki payının % 5 olduğu belirlenmiştir<sup>10</sup>.

Gerçek, kalıcı bir demokratikleşmenin ve politik istikrarın temeli, ekonomik refahın arkasındaki birincil güç olan performansa ve verimliliğe verilen önemle sağlanabilir. Bir toplumun performans toplumu olabilmesi için öncelikle gerekli olan özellikler; toplumu oluşturan bireylerin işlerinde gerekli yetenek, bilgi ve becerilere sahip olmaları; yüksek performans gösterme isteği yani güdülenme ve yüksek performans göstermeye olanak veren ve destekleyen bir maddi-manevi ortamdır<sup>11</sup>. Ancak, ahlaki temellerini oluşturamamış bir performans toplumu eninde sonunda içinden yıkılır<sup>12</sup>. Oysa, günümüzde toplumsal yapı ve kurumlarda genel bir kirlilik ve yozlaşmanın varlığından söz edilmektedir. Çağdaş demokrasilerde dördüncü güç olarak anılan ve toplumsal yaşam üzerindeki etkileri akıl almaz bir hızla devam eden medyanın önemi ise, bilgi toplumu ve enformasyon çağına doğru hızla ilerleyen Türkiye’de her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle de, medyada yaşanan kirlilik ve yozlaşmalara karşı medya ahlakına ilişkin kuralların yeniden oluşturulması gerekmektedir<sup>13</sup>.

Dolayısıyla, basın işletmelerinin ticari yönü göz ardı edilmemekle birlikte, varlık nedeni kamuoyunun Anayasal bir hak olan haber alma hakkına dayanan medya sektöründe, basın çalışanlarının istihdam ve çalışma koşullarının düzelmesi için yapılması gerekenlerin, genel toplumsal gereklerden bağımsız olmadığı söylenebilir. Nitekim araştırmalarda da görüldüğü gibi, aksi bir bakış açısı sektörün

---

<sup>10</sup>Gazete Gazi, “Haber Alma Hakkına Kıskaç”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama Gazetesi, Y:4, S:80, 2006, s.5.

<sup>11</sup> M.Yaşar TINAR, “Performans Toplumu Oluyor muyuz?”, **Yanılsamalar**, N.Bükey Matbaacılık, İzmir, 1996, s.96.

<sup>12</sup> TINAR, a.g.e., s.98.

<sup>13</sup>Coşkun Can AKTAN, **Temiz Toplum ve Temiz Siyaset**, T Yayınları, İzmir, 1994, s.1.



hitap ettiği hedef kitlelerden (okuyucu-dinleyici-izleyici) uzaklaşmasına neden olmaktadır.

### **3.1. BASIN İŞLETMELERİ BAKIMINDAN**

#### **3.1.1. Tekelleşmenin Önlenmesi ve Denetimi**

Basın alışanlarının istihdam ve çalışma koşullarına yönelik sorunlarının çözümlenmesi, öncelikle medya sektöründe tekelleşmenin engellenmesi ya da sınırlanmasına bağlıdır. Basın yayın kuruluşlarına ilişkin bu alandaki yasal düzenlemeler ve denetim konusu, özünde teknik değil, siyasi kararlara dayanması nedeniyle bir sorun alanı oluşturmaktadır. Ancak, siyasi gücün bu konudaki yönelimleri, medya sektörünün özel niteliği nedeniyle, yalnızca bu alanı değil tüm toplumu ilgilendirmektedir<sup>14</sup>.

Basında tekelleşmeyi önlemeye yönelik önlemler, temel olarak yapısal önlemler ile tekel dışı oluşumların desteklenmesi olarak ikiye ayrılabilir.

-Yapısal nlemler, basın kuruluşlarına mülkiyet yapısı bakımından sınırlamalar getirilmesini gerektirir. Pay sınırlamaları, baskı sayısı bakımından getirilen sınırlamalar, çapraz tekelleşmenin, yani farklı alanlarda etkinlik yürüten kuruluşların aynı kişi ya da grubun denetimine girmesinin önlenmesi amacıyla yaptırımlar getirilmesi gibi sınırlamalar yapısal önlemler içinde yer alır.<sup>15</sup>

Tekelleşmenin, tek yönlü haber dolaşımı gibi olumsuz etkilerini engellemek için öncelikle basın kuruluşlarının saydamlığının sağlanması gerekir. Bunun için bireyin, kurumun sermaye yapısını öğrenme ve bilginin gerçekliğini değerlendirebilme olanağı veren koşul, basın alanında faaliyet gösteren ortaklıkların nama yazılı hisse senetleri ile kurulması zorunluluğunun getirilmesidir. Saydamlığın sağlanması için diğer bir önlem ise, payların belli bir bölümünü elinde bulunduranların açıklanması zorunluluğudur. Bu konudaki diğer bir önlem de hisse senetlerinin el değeriftirilmesi

---

<sup>14</sup>ÇELİK, a.g.e. s.114.

<sup>15</sup>ÇELİK, a.g.e.,s.114.

durumunda, bunun değişiklikten etkilenen basın kuruluşunun yayın organlarında açıklanması gerekliliğidir<sup>16</sup>.

Öte yandan medya kuruluşunun aynı sermaye kaynağının egemenliğinde olmasının engellenmesi ve “aldatıcı pay birleşmeleri” ile ‘dolaylı sermaye’ tanımlarının yapılarak aynı sermaye kuruluşunun basın kuruluşunda çoğunluk payına sahip olmasının engellenmesi de basında tekelleşmenin olumsuz etkilerini sınırlayacak önlemlerden biridir. Basın kuruluşunun gelirinin büyük kısmının aynı kaynağa dayanması durumunda da kamuoyuna sunulan bilginin bu kaynağın çıkarları yönünde biçimlendirilmesi tehlikesi vardır. Özellikle reklam verenlerin yayınlar üzerinde etki yapmasını engellemek için, basın kuruluşlarının yıllık reklam gelirinin ancak belirlenen bir oranının aynı topluluktan sağlanabileceği kuralı getirilmelidir<sup>17</sup>.

Bir kişi ya da kurumun sahip olabileceği basın kuruluşu sayısını sınırlamak da medya sektöründeki tekelleşmeye karşı başka bir önlemdir. Yazılı basın ile görsel-işitsel basının sahipliğinin aynı kişi ya da topluluklarda birleşmesi, sektörde tekel yaratan en önemli etkinliklerden biridir. Bu nedenle, bir basın kolunda faaliyet yürüten bir kişi ya da kurumun, diğer kollarda faaliyet gösteremeyeceği kuralının getirilmesi çapraz tekelleşme olgusunun önüne geçilmesi bakımından çok önemlidir<sup>18</sup>.

Yasalar bir gazete ya da televizyon kanalı sahibinin başka gazete ya da televizyon kanalındaki mülkiyetini sınırlamasına rağmen, bugünkü yapıda tekeliciliğe karşı konulmuş kurallara uyulmamaktadır. Yasalara aykırı mülkiyet yapısı ve iş ilişkileri, Türkiye’de özel teşebbüsün rekabet özgürlüğünü ve eşitliğini, gazete ve televizyon sahibi olmayan girişimciler adına bozmaktadır. Bir başka deyişle medyanın günümüzdeki yapısı, hukuk devleti ilkelerinin dışına taşmıştır. Bu nedenle, sorun hukuk devletinin egemenliği sorunudur ve sorunun çözümü, ancak hukuk devletinin medya alanında egemen kılınması ile gerçekleşebilir<sup>19</sup>.

---

<sup>16</sup> ÇELİK, a.g.e.,s.115.

<sup>17</sup> ÇELİK, a.g.e.,s.116.

<sup>18</sup> ÇELİK, a.g.e.,s.116.

<sup>19</sup> Emre KONGAR, **Yozlaşan Medya ve Yozlaşan Türkçe**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003, s.149-150.

Aslında bu nedenle, basın sektöründe tekelleşmenin önlenmesi için getirilecek ilk öneri, yasaların ve kuralların uygulanması olmalıdır. Basın Konseyi Başkanına göre de şikayetlerin asıl sorumlusu politikacılarıdır. Çünkü Türk basınındaki tehlike sınırlarını aşan tekelleşme engelsiz ve kuralsız rekabet ortamından beslenmektedir<sup>20</sup>.

Anayasa'nın 167. maddesinde, devletin; para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici önlemleri alacağı, piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önleyeceği belirtilmiştir. Ayrıca yine Anayasa'nın 26. maddesinde, düşünciyi açıklama ve yayma özgürlüğünün haber almak ve vermek özgürlüğünü de kapsadığı; 28. maddesinde de, basının özgür olduğu, devletin, basın ve haber alma özgürlüğünü sağlayacak önlemleri alacağı belirtilmiştir. Basın özgürlüğü, kamu güçleri karşısında olduğu kadar, özel güçlere karşı da korunmalıdır. Bu bağlamda, medya tekelinin oluşmasına karşı gerçek sınırlamalar koymak, medyanın çoğulculuğunu koruyucu önlemler almak devlete düşen bir ödevdir. Bağımsız ve tarafsız yayıncılığın sürdürülebilmesi için alınacak önlemler de bu ödev kapsamındadır<sup>21</sup>.

Bu yönüyle 3984 Sayılı RTÜK Yasası'nın 29. maddesi, 2002 yılında 4676 Sayılı Yasa ile değiştirilmeden önceki haliyle medyada tekelleşmenin önlenmesine yönelik yukarıda sayılan bazı önlemleri barındırmaktaydı. Ancak 29. madde ile getirilen ve bir özel televizyon ya da radyo kuruluşunda yüzde 10'dan fazla hissesi olanların kamu ihalelerine katılamayacağı ve menkul kıymet borsasında işlem yapamayacağı yasağı (Md.29/10), gerçek mülk sahibini gizleyen hisselerle aşılmaktaydı<sup>22</sup>. Daha önce de üç kez değiştirilme girişiminde bulunulan bu madde, sonuçta 21.5.2002'de Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi

---

<sup>20</sup>NEBİLER, a.g.e., s.26.

<sup>21</sup> Ahmet Nejdet SEZER, "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu İle Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair 4676 Sayılı Kanun'un Veto Gerekçesi", Cumhurbaşkanlığı Basın Merkezi Basın Açıklaması, 18.06.2001.

<sup>22</sup> Nazlı ILICAK, "Her Basın Patronu İlegal", 18.05.2001, Erişim: 09.12.2006, [http://www.bianet.org/haber\\_eski/haber2344.htm](http://www.bianet.org/haber_eski/haber2344.htm).

Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 4676 Sayılı Yasa'nın 13. maddesi ile değişmiştir.

Yeni düzenleme ile bir televizyon ya da radyo kuruluşunda sahip olunabilecek azami hisse oranı yüzde 20'den yüzde 50'ye yükseltilmiştir. Ayrıca bir gerçek ya da tüzel kişiye ya da sermaye grubuna bir radyo-televizyon kuruluşunun tümüne ya da birden çok radyo-televizyon kuruluşuna sahip olabilme olanağının yaratılmasının yanı sıra, kamu ihalelerine girebilme ve menkul kıymetler borsalarında işlem yapabilme hakkı da verilmektedir. Yasada, tekelleşmeye karşı televizyon ya da radyo kuruluşunun yıllık ortalama izlenme oranının % 20'yi geçmesi durumuna bağlı olarak bir sınırlama getirilmiştir. Ancak, bu oranın yüksek tutulması ve hiçbir televizyon ya da radyo kanalının bu izlenme oranına ulaşamayacağı gerçeği karşısında, bu sınırlamanın tekelleşme ve kartelleşmeyi önlemesi olanaklı da görülmektedir<sup>23</sup>. Cumhurbaşkanı Sezer'in ve iki TBMM üyesi ile 117 milletvekilinin ayrı ayrı iki davada yürütmeyi durdurma talebi ile 15.5.2002'de Anayasa Mahkemesi'ne başvurmasından bu yana geçen süreçte, yabancı sermayeye getirilen % 25 sınırlamasının dahi ihlal edildiği görülmektedir. Bu dönemde, yasal konumu tartışmalı şirket evlilikleri hız kazanmış, yasal düzenlenmesi tamamlanmayan 29.madde ile yabancı sermaye adına medya işletmeciliğinde tekelleşmenin önü açılmıştır<sup>24</sup>.

Oysa basın sektöründe yabancı sermayenin payına yönelik sınırlamalar da tekelleşmenin etkilerini engelleyici önlemler arasındadır. Diğer yandan, bir ülkenin kültürü, sanatı ve eğitimi ile doğrudan ilgili basın sektöründe, yabancı sermayenin hangi oranda bulunursa bulunsun "kültür kirlenmesi"ne yol açacağı düşüncesi, basın alanında yabancı sermayenin pay sahibi olmasına hiçbir şekilde izin verilmemesi önerisini de gündeme getirmektedir<sup>25</sup>. Gevgilili'ye göre, toplumlarda üretim ilişkileri ile teknoloji ve ekonomideki sıçramalar giderek kültürel ve sosyal yapıda da kendi karşılıklarını oluşturan yapısal dönüşümleri gerektirmektedir. Kalkınma yolunda topluma yeni değer yargıları kazandırma ve gerekli kültürel ortamı yaratma görevi

<sup>23</sup> SEZER, a.g.a.; RTÜK Yasası; 4676 sayılı Yasa.

<sup>24</sup> Fikret İLKİZ, "Yarım Yasayla Tekelleşme Önlenemez", Erişim:19.12.06, [www.medyaline.com](http://www.medyaline.com).

<sup>25</sup> ÇELİK, a.g.m., s. 116.

ise, önemli ölçüde kitle iletişim araçlarına düşmektedir<sup>26</sup>. Kısaca, basın sosyal yapının değişimine işlevsel olarak katılmaktadır<sup>27</sup>.

Anayasa Mahkemesi'nin 4756 sayılı Yasa'nın bazı madde ve bentlerinin yanı sıra 29.maddenin medyadaki sahiplik oranını % 20'den 50'ye çıkaran d ve e bentleri için, yürütmeyi durdurma kararı almasına karşın yasal düzenleme halen yapılmamıştır<sup>28</sup>. Eski yasada, medyada tekelleşmeye nispeten sınırlamalar getiren “devlet ihalelerine katılamama” gibi birçok bent ise yasalaşmıştır. Yaklaşık 5 yıldır belirsizlik ortamında bırakılan RTÜK Yasası, TGS'ye göre siyasi güç tarafından gazetecilik dışında ticari ve mali işlerle uğraşan medya patronlarına karşı koz olarak kullanılmaktadır. Medya sahiplerinin, kendilerine de ağır para cezaları, yayın durdurma cezaları ve birçok gazetecilik faaliyetini “terör amacıyla işlenebilecek suçlar” kategorisine sokan Terörle Mücadele Yasası'na karşı, daha önce Türk Ceza Yasası'ndaki basın ve ifade özgürlüğünü engelleyici düzenlemelerde olduğu gibi sessiz kalması<sup>29</sup>, ülkemizde medya-siyaset arasındaki ilişkilerin yeniden düzenlenmesi gereğini ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla, her şeyden önce RTÜK Yasası'nın ilgili maddelerinin Anayasa'ya aykırılık göstermeyen ve serbest piyasanın en büyük özelliği olan rekabet ortamını yaratacak şekilde düzenlenmesi, medya tekelleşmesine karşı atılacak en büyük adımdır. Basın işverenlerinin diğer sektörlerde iş yapmasının yasal olarak engellenmesi gerektiğini savunan RTÜK eski Başkanı Nuri Kayış, örneğin Japonya'da bu yöntemin başarıyla uygulandığını belirterek, “14 milyon tirajı ile dünyanın en büyük gazetesi olan Yomiuru Shinburn'un sadece iki yan kuruluşu vardır. Onlar da, bir senfoni orkestrası ile bir beyzbol takımındır” demektedir<sup>30</sup>.

-Tekelleşmeyi sınırlayıcı bir diğer önlem ise, tekel dışı oluşumların desteklenmesidir. Medya konusunda ortaya konmuş etkin teorilerden biri olan “siyasi

<sup>26</sup> Ali GEVGİLİLİ, “Dünyada ve Türkiye'de Çağdaş Basının Gelişimi ve Sorunları”, Basın Yayın Yıllığı, S:1 N:3,1988, s.129'dan aktaran VAROL, a.g.e., s.31.

<sup>27</sup> VAROL, a.g.e., s.31.

<sup>28</sup> Anayasa Mahkemesi Kararı 1:R.G:14.06.2002/24785, E.S.:2002/97, K.S:2002/9; Anayasa Mahkemesi Kararı 2:R.G.:24.9.2004, E.S.:2002/100, K.S.:2004/9.

<sup>29</sup> TGS Genel Merkez Basın Açıklaması, 10 Temmuz 2004, [www.tgs.org.tr/aciklamalar](http://www.tgs.org.tr/aciklamalar)

<sup>30</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.243.

ekonomi” teorisine göre, medyanın sahiplik ve kontrolü, medya ürünlerinin yapısını, içeriğini ve ideolojisini belirleyen en önemli faktörlerdendir<sup>31</sup>. Bu nedenle, medya sektöründeki ticari amaçlı faaliyetler ile kar amacı gütmeyen faaliyetlerin ayrılması ve desteklerle yardımların basın sektöründe üretim dışında ticari amaç gütmeyen kuruluşlara yönelmesi önem kazanmaktadır. Bir görüşe göre, basın sektöründe hem dördüncü güç olmak ve hem de ticari alanda faaliyet yürütmek mümkün olmadığından, bir yasal düzenleme ile aynı zamanda ticari faaliyetlerini yürütmek isteyenlerle yalnızca kamuoyu adına habercilik yapmak isteyen kurumların birbirinden ayrılması gerekmektedir<sup>32</sup>.

Alman ARD Televizyonu bu öneriye bir örnek olarak verilebilir. Almanya’nın 1.kanalı olarak kabul edilen ARD televizyonu, kablodan yayın yapmakta ve halk tarafından belli bir ücret ödeyerek izlenebilmektedir. Finansmanın bir bölümü bu şekilde sağlanırken; yayıncılığın piyasa sansüründen uzaklaşmasını sağlamak için reklam gelirlerine bulunan formül ise, reklam yayınlarının sadece saat 18.00- 22.00 arasında yapılabilmesidir. Yayınların kamu yararı bakımından denetimi içinse, aralarında din adamından öğretmene, ev hanımından avukata kadar her kesimden kişinin yer aldığı bir yayın kurulu görev yapmaktadır<sup>33</sup>.

Tek işi gazetecilik olan işverenlerin gazetelerinde de, yayın bağımsızlığı konusunda sorun yaşanmamaktadır. Almanya’daki Tageszeitung örneğinde olduğu gibi, gazetenin sahibi çalışanlardan oluşan bir kooperatif olduğunda ya da Fransa Le Monde örneğinde şirketin hisselerinin çoğu çalışanların, yani gazetecilerin elinde bulunduğu, medya kamuoyunu bilgilendirme işlevini mesleki ahlak kuralları çerçevesinde yerine getirebilmektedir<sup>34</sup>. Dolayısıyla, bu tür tekel dışı yapılanmaların devlet, kamuoyu ve sivil toplum kuruluşlarınca desteklenerek sayılarının çoğaltılmasının, basının gerçek işlevlerini yerine getirmesine katkı sağlayacağı söylenebilir.

---

<sup>31</sup>ARSLAN, Medya Sektörü, s.3

<sup>32</sup> 13.09.2006 tarihinde Prof. Dr. Hüseyin Hatemi ile yapılan kişisel görüşme.

<sup>33</sup> Duygu ÖZSÜPANDAĞ, Halime SÜREK, “Almanya’da Politika ve Medya Üzerine”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Ege Şubesi Bülteni çgdergi, S:7, 2000, s.2.

<sup>34</sup> DURAN, Global, s.95.

Türkiye’de gazete satışlarının artmamasının bir nedeni de ulusal basının kamuoyunu yansıtamamasıdır. “Türkiye’ye, İstanbul’a kar yağdığı zaman kış gelir” benzetmesiyle açıklanan Anadolu’dan kopukluk<sup>35</sup>, okuyucuları yazılı basından uzaklaştırmaktadır. Temelde tekelleşme olgusuna dayanan söz konusu haber seçimleri, basının milli olma vasfını kaybettirmiştir<sup>36</sup>. Bu durumun değiştirilmesinin en etkin yolu da yerel basının güçlendirilmesidir.

### 3.1.2. İdari ve Ekonomik Düzenlemeler

Öncelikle, medya ekonomisinin iletişim alanındaki merkezi konumu nedeniyle anahtar rolüne sahip olması gerekmektedir. Çünkü kitle iletişim sektöründe; televizyon, gazete ve dergilerin üretimi, dağıtımı ve tanıtımı dikkate alındığında anlaşılacağı gibi, rutin olarak büyük miktarda para dolaşımı söz konusu olmaktadır. Oysa, medya ekonomisi hala iletişim çalışmalarının çekirdeğini oluşturmamakta, medya ekonomisi ya da iletişimin politik iktisadı konusunda yeterli bilimsel çalışma ve çabalar bulunmamaktadır<sup>37</sup>. Sonuçta, medya sektörünün ekonomik gücünü tanımlamaya yarayacak istatistiksel veriler ortaya konamamaktadır. Medya sektöründe çalışan sayısı, yaş, cinsiyet, eğitim verileri kesin olarak belirlenememekte, sektörün işgücü gelişimi ortaya çıkamamaktadır<sup>38</sup>. Dolayısıyla, medya sektöründe ekonomik bir yapılanma için öncelikle bu alandaki bilimsel çalışmaların arttırılması ve düzenli veri girişi ile doğru bilgi akışının sağlanması gerekmektedir.

Yazılı basının gelir kaynaklarının ürünün satışı ile ilan ve reklamlar olduğu düşünülürse, sektörün ekonomik beklentilerindeki düzelme öncelikle bu iki alanın yeniden yapılandırılmasıyla gerçekleşebilir. Türkiye’de gazetelerin bayiler, bakkallar, marketler aracılığıyla satılması en çok tercih edilen yol ve geleneksel bir

---

<sup>35</sup> ERİNÇ, a.g.e., s. 169.

<sup>36</sup> ERİNÇ, a.g.e., s.285.

<sup>37</sup> Ertan OKTAY, “Medya Ekonomisi ya da İletişimin Politik İktisadı”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, S:1-2, 1994, s.2-3.

<sup>38</sup> BİLGİLİ, a.g.m., [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com).

yöntemdir<sup>39</sup>. Oysa, önceden belirtildiği üzere Avrupa ülkeleri ve ABD’de gazete satışları ağırlıklı olarak abone yöntemiyle yapılmaktadır. Bu bakımdan işletmecilik açısından Türkiye’deki gazetelerin en önemli sorunlarından birinin pazarlama olduğu söylenebilir. Gazetenin konumu ya da ulaşılabilirliği ise pazarlamanın temelini oluşturmaktadır. Gazete satışlarına olumlu etki sağladığı test edilmiş abonelik sisteminin<sup>40</sup> ülkemizde de yaygın olarak uygulanması tiraj artışına katkıda bulunacak bir yöntemdir. Kuşkusuz posta ücretlerinin yüksekliği veya kurye-kargo şirketleri seçiminde bu durumun gazete fiyatını yükseltmesi, yıllarca sürmüş olan yüksek enflasyon vb. abone sisteminin Türkiye’de işlemlerini engelleyen faktörler olmuştur. Ancak ülkenin genel ekonomik yapısındaki değişimlerde göz önünde tutularak, örneğin satışlarının % 90’nını abonelik yoluyla yapan Dünya ve Zaman gazetelerinin deneyimlerinden yararlanılabilir<sup>41</sup>.

Yurttaşların eşit bir şekilde radyo ve televizyon sinyallerini alma, gazete ve dergilerini okuma hakkı temel bir ilkedir. Bu ilke, reklam verenlerin de özellikle ilgisini çekmektedir. Bu nedenle, yazılı basında dağıtım-pazarlama ve görüntülü-sözlü basında verici olanaklarının düzenlenmesi, okuyucu-izleyici oranını arttıracığından devamında reklam gelirlerine de katkı sağlayarak ekonomik açılım getirecektir<sup>42</sup>. Diğer yandan, Türkiye’de resmi ilan dağıtımının yapıldığı Basın İlan Kurumu’nun uygulamalarına, gerek yaygın ve yerel basın, gerekse radyo ve televizyon kuruluşlarından gelen tepki ve eleştiriler, bu alanda da yeni düzenlemeler yapılması gerektiğini göstermektedir. Örneğin, İsveç basın sistemi ile temsil edilen “kurallara bağlanmış pazar ekonomisi” modelinin en temel özelliği, pazara girişteki engellerin azaltılmasıdır. Pazardaki büyükler hem büyük ölçek ekonomileri hem de reklam pastasından kendilerine düşen payın büyüklüğü nedeniyle ikili bir avantaja sahip olduklarından, İsviçre’de Basına Yardımlar Kurulu aracılığıyla düşük tirajlı

---

<sup>39</sup> Giray DUDA, Basında Ekonomik Yeniden Yapılanma, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayın Organı Çağdaş, S:14,Ekim 2003, s.24

<sup>40</sup>Erkan YÜKSEL, “Gazete İşletmeciliği Hangi Yönleriyle Süpermarkete Benzer?”,Erişim: 08.12.2006, [www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com).

<sup>41</sup> DUDA, a.g.ç., s.25.

<sup>42</sup> Tuncay ÖZKAN, “Yeni Bir Medya Anlayışı, Yeni Bir Medya”, Erişim: 14.03.2006, [www.tuncayozkan.com](http://www.tuncayozkan.com).



gazeteler devlet yardımı alırlar. Basına yardım sisteminin doğru işletilmesi ile İsviçre’de tekel eğilimleri tersine çevrilmiştir<sup>43</sup>.

Rekabet stratejileri alanında çalışan Michael Porter, global rekabette üstünlüğün sırrının öncelikle yerel pazarda kıyasıya rekabet ederek başarılı olmaktan geçtiğini belirtmekte ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde kurulu bulunan şirketlere iç pazarda büyük bir tekele sahip olarak yurtdışı pazarlarında etkin olma hayali kurmamalarını önermektedir<sup>44</sup>. Porter’a göre tekel eğiliminin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren şirketlerin tipik diğer iki stratejisi ise taklitçilik eğilimi ile yabancılarla işbirliğidir ve gelecekte bu stratejiler bir işe yaramamaktadır<sup>45</sup>. Türk basın sektörünün gelişim çizgisine, içerik ve biçim olarak birbirinin benzeri gazetelere, televizyon programlarına bakıldığında Porter’e katılmamak mümkün değildir. Türk basın sektörünün ulusal ve uluslar arası alanda kalıcı başarılar elde etmek için rekabet kurallarına uygun bir zeminin yaratılmasını bu yönüyle de tercih etmesi gerekmektedir. Basın sektöründe ekonomik yapının yeniden düzenlenmesine ilişkin bir diğer öneri ise maliyet muhasebesi uygulamasının doğru yapılmasının sağlanarak sektördeki denetlenebilirliğin artırılmasıdır.<sup>46</sup>

İdari yeniden yapılanma ise gazetecilerin işe girişleri, kurum içi yükselmeleri, sosyal hakları ve güvenceleri, meslek ahlak ilkelerinin yerine getirilmesi, kurum içi organizasyonlar gibi pek çok kapsamlı düzenlemeyi gerektirmektedir<sup>47</sup>. Toplam Kalite Yönetimi yaklaşımının Japonya’da kökleşip bir yönetim modeli olarak tüm dünyaya ihraç edilmesinde büyük payı olan Deming, kaliteye ulaşmak için çalışanların işleri ile ilgili kaygılarının yok edilmesini, çalıştıkları kurumlarda kendilerini güvende hissetmeleri için gerekli ortamın sağlanmasını şart koşmaktadır<sup>48</sup>.

---

<sup>43</sup> James CURRAN, “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, (Çeviren: Süleyman İrvan), Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İLEF-Yıllık 93, Ankara,1994, s.241.

<sup>44</sup> Michael PORTER, **Rekabet Dersleri**, Capital Yönetim Dizisi:3, Mepa, İstanbul, 1998, s.68.

<sup>45</sup> PORTER, a.g.e., s.9-10.

<sup>46</sup> ÖZKAN, a.g.ç., [www.tuncayozkan.com](http://www.tuncayozkan.com).

<sup>47</sup> DUDA, a.g.ç., s.25.

<sup>48</sup> İNAN, ÖZKAYA, a.g.m., s.30.

Örgütsel bağlılık, bireyin amaçları ve örgüt arasındaki uyumu temsil eder. Bu sayede birey, örgütün genel amaçları için çaba sarf eder ve kendini örgüt üyesi olarak tanımlayabilir. Eğer çalışanların harcadıkları çaba ve edindikleri fayda arasındaki denge beklenenden daha düşükse, çalışanlar çabalarını azaltma eğilimine girerler<sup>49</sup>. Dolayısıyla ürünü haber olan basın sektöründe bu ürünü temin eden çalışanlara ilişkin yapılacak doğru idari düzenlemeler kurumsal başarı açısından da gerekliliktir.

Meslek içi yönlendirmenin de Türkiye’de basın sektöründe henüz yerleşmediği söylenebilir. Kurumsallaşmış mesleki yönlendirme yöntem ve teknikleri bulunmamaktadır. İyi bir iş başarıldığında maaş artışı, ikramiye verme, söz veya yazı ile teşekkür etme ile gösterilen başarı sonucu terfi etme gibi ödüllendirme yöntemleri olmakla birlikte<sup>50</sup>, yapının kurumsallaşmaması istihdam sorununun nedenlerinden biridir. 2000’li yıllarda insan kaynakları yönetimi faaliyetlerinin basın sektöründe de artması olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Ancak örneğin başarılı bir muhabirin işten atılmaması, istifa etmemesi veya emekli olmaması halinde pozisyonunun çok uzun yıllar aynı kalması, yeni basın çalışanlarına da yer açılmaması sonucunu doğurmaktadır. Meslek içi yönlendirme ve terfilerin kurumsallaşması bu yönüyle de hem çalışan hem de yeni gazeteci adayları bakımından yol açıcı olacaktır.

Öte yandan, basın çalışanlarına yönelik ücret politikasına yalnızca bir maliyet unsuru olarak bakılması da sektörün gelişimi yönünden yapılan hatalardan biridir. Yenilikçi yönetimin ana araçlarından birisi ve en önemlisi “yaratıcılık”tır. Yoğun rekabet ortamında çalışmak zorunda olan işletmeler çalıştırdıkları bireylerin yaratıcılıklarına giderek daha fazla gereksinim duymaktadır<sup>51</sup>. Başarıları araştırmaya, yeni fikirler üretmeye, göz önünde olanın bile farklı yönünü bulmaya dayanan basın çalışanları içinse yaratıcılık mesleklerinin temel dinamiklerindedir. Yaratıcılığın geleneksel verimlilik ölçütlerine göre değerlendirilmesi olanaksızdır. Uygun ücreti

---

<sup>49</sup> Adnan CEYLAN, Nigar DEMİRCAN, “Çalışanların Örgüte Bağlılığı ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi C:31 S:1, 2002, s. 58.

<sup>50</sup> Oya TOKGÖZ, ‘Türkiye’de Kitle İletişim Araçlarında Çalışan Olarak Kadının Konumu: Kadın Yönetici Olgusu”, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 1996-1988 Yıllığı, 1998, s.273.

<sup>51</sup> BUDAK, a.g.e., s.23.

gereksinir. Ayrıca yenilik ve yaratıcılık önce hayaller kurmayla başlar. Oysa aşırı meşguliyet yaratıcılığa zaman ayıramamaya neden olur<sup>52</sup>. Basın sektöründe insan kaynakları politikalarının bu çerçevede görülerek düzenlenmesi, sonuçta toplam kalite esası ile kurumsal fayda sağlayacaktır.

### 3.2. BASIN ÇALIŞANLARI BAKIMINDAN

Haber, eğlence veya eğitsel içerik olsun basın sektöründe etik<sup>53</sup> anlayış, kamuya faydalı olmayı gerektirir. Bunun karşıtı ise kamuoyunu mutlu ama sessiz kılan içerik üretimidir. Haber servisini yapan ise gazeteciler, televizyoncular, kısaca bir bütün olarak medyadır. Ancak, ticari medyanın çok azı etik haberciliğe olanak sağlamaktadır. Basın çalışanlarının ise, eğitilmedikçe, yetki verilmedikçe, teşvik edilmedikçe ve düzenli maddi kaynak sağlanmadıkça meslek ilkelerini düzgün bir şekilde uygulamaları mümkün olmamaktadır<sup>54</sup>. Diğer yandan bir şirket, çalışanlarının etik anlayışa uygun davranmasına karar verebilir, meslek ilkelerine uymayı teşvik, hatta talep edebilir. Bu durum, medya şirketlerinin politikalarına bağlıdır. Ancak etik olmak, bazen maliyetli olabilir. ABD medyası bunu sağlayacak güce sahip olabilir. Oysa örneğin Meksika’da gazetecilerin çoğu, ikinci hatta bazen de üçüncü ek iş yapmadan yaşamlarını sürdürememekte, çoğunlukla da bir reklam ajansında çalışmaktadırlar<sup>55</sup>.

Dolayısıyla, kamu adına birçok görev atfedilen basın; gerek basın çalışanları gerekse kurumları açısından bu görevleri yerine getirmesi, her şeyden önce doğru yasal düzenlemeler yapılmasına ve bu yasalara uyulmasının sağlanmasına bağlıdır. Basın çalışanlarının istihdam sorunlarının temel sorunlarından biri Basın İş Yasası’nın uygulanmaması olmakla birlikte, burada, mevzuatta yapılması gerekli düzenleme önerilerine yer verilecektir.

---

<sup>52</sup> BUDAK.a.g.e., s.88 ve 93.

<sup>53</sup> Törebilim: Ahlak kavramının doğasını sorgulayan, iyi ve kötü ayrımını inceleyen felsefenin alt bilim dalı. Etik kelimesi, genel ahlakın mesleki alandaki ifadesi olarak da kullanılır. Bkz., <http://tr.wikipedia.org/wiki/Etik>, Erişim:07.11.2006.

<sup>54</sup> Clude Jean BERTRAND., “Media Ethics in Perspective”, **Mass Media**, Lavrence Erlbourn Associates Publisher, London, 2000, s.70.

<sup>55</sup> BERTRAND, a.g.e., s.70.

### 3.2.1. Gazetecilik Mesleğinin Tanımı

Günümüzde, işitsel-görsel ve elektronik basında yaşanan gelişmeler yeni yasal düzenlemeler yapılmasını gerektirmektedir. Öncelikle gazeteci tanımı yeniden yapılmalıdır. 5953 sayılı Yasa'nın 1.maddesinde yer alan gazeteci tanımı kapsamı dışında, 3984 sayılı Yasa'nın 38. maddesine göre radyo ve televizyonların haber birimlerinde çalışanlar da 5953 sayılı Yasa'nın gazeteci tanımı kapsamına alınmakta; ancak 657 sayılı Devlet Memurları Yasası'na göre görev yapmaktadır. Bu nedenle, Basın İş Yasası'nın gazeteci tanımını yapan ve kimlerin gazeteci olarak kabul edileceğine hükmeden 1. maddesinin, özel ve kamuya ait radyo ve televizyon kuruluşlarının haber birimlerinde çalışanları da kapsayacak şekilde genişletilmesi gerekmektedir. Ancak bundan önce, söz konusu 38.maddede yer alan "haber birimi" tanımının net olarak yapılması gerekmektedir. Ayrıca online medya, elektronik basın, internet haberciliği gibi deyimlerle ifade edilen alanda haber üreten gazetecilerin hak ve sorumlulukları için yasal düzenlemeler yapılması da, çağın gerektirdiği bir zorunluluktur.

Gazeteciliğin tanımında tartışılan bir diğer konu ise, önceden üzerinde durulduğu üzere Basın Kartları Yönetmeliği'ne göre sarı basın kartı alabilmek için kimlerin gazeteci sayılacağıdır. Yönetmeliğe göre, yayın organları sahipleri de gazeteci sayılarak basın kartı almaktadır. Kuşkusuz, Türk basın tarihinde gazete sahiplerinin kendisinin de gazeteci olduğu dönemlerde bu uygulama anlamlı ve gereklidir. Ancak, günümüzde doğrudan ticaretle uğraşan ve sermayelerinin bir kısmı ile de basın sektörüne giren basın işverenlerinin, gazetecilik mesleği ile ilişkileri olmadığı halde sarı basın kartı almaları, her şeyden önce basın kartı taşımanın ruhuna uymamaktadır.

Aynı şekilde 5680 sayılı Basın Yasası'nda da, belirtilen koşullara haiz olmak, gazete sahibi, sorumlu müdür ya da muhabirin gazeteci sayılması için yeterli olmaktadır. Bu nedenle, Basın İş Yasası'nın gazeteci saymadığı bir kişi Basın Yasası'na göre gazeteci sayılmakta; yine Basın Yasası'nın gazeteci olarak kabul etmediği bir kişide Basın Kartları Yönetmeliği'ne göre basın kartı alıp kendisini

gazeteci olarak görebilmektedir. Bir yasada iş ilişkisi temel alınırken, diğerinde iş ilişkisinin göz ardı edilmesi; fiili durumda gazetecilerin çoğu İş Yasası'na tabi olarak çalışırken bahsedilen yönetmeliğe göre bir kişinin ancak BYEGM'den sarı basın kartı alırsa gazeteci sayılması, kısaca gazetecilik sıfatının kazanılmasında yasaların çok karmaşık olarak düzenlenmesi, bahsedilen yasalar arasında tutarlılığın sağlanmasını gerektirmektedir<sup>56</sup>.

Basın İş Yasası 1. maddesinde, mesleği ifa edenlere “gazeteci” denmesi de, ayrıca gözden geçirilmesi gereken bir durumdur. Basın sektöründe yaşanan gelişmelerin ardından gazeteci teriminin yetersiz kalması ve medya çalışanı, haberci, basın çalışanı gibi birçok tanımlamanın gündeme gelmesi karmaşaya neden olmaktadır. Bu nedenle, hangi kitle iletişim aracında çalışırsa çalışsın gazetecilik mesleğini yapanlar için yeni bir yasal tanımlama üzerinde görüşülmelidir.

### **3.2.2. İş Güvencesi ve Kıdem Tazminatı**

Basın çalışanlarının istihdam sorunlarının çözümüne yönelik olarak iş güvencesi çok büyük önem arz etmektedir. 4857 sayılı İş Yasası'nın iş güvencesine yönelik maddelerinin Basın İş Yasası'na bağlı çalışanlara da uygulanması ile gazetecilerin kısmi bir iş güvencesine kavuştuğu söylenebilir. Ancak İş Yasası'nın iş güvencesini, “30 ve daha fazla işçi çalıştıran işyerleri” şartına bağlaması; zaten SSK kapsamındaki işçilerin % 75'inin güvence dışında kalmasını mümkün hale getirmektedir<sup>57</sup>. Basın sektöründe ise, aynı kadro ile birçok gazete çıkarılabildiğinden çoğu gazetede 30 kişi sınırına ulaşmak zaten mümkün olamamaktadır. Ayrıca, Basın İş Yasası kapsamında istihdam edilen gazeteci sayısının sınırlı düzeyde olması, iş güvencesi hakkından yararlanabilecek gazeteci sayısını da sınırlamaktadır.

Bu yönüyle kıdem tazminatı gazeteciler için maddi bir güvence olmanın ötesinde iş güvencesi olarak ele alınmalıdır. Daha önce değinildiği gibi, Basın İş Yasası'nda kıdem tazminatıyla ilgili madde “kıdem hakkı” terimiyle tanımlanmakta

---

<sup>56</sup> KARACA, a.g.e., s.49.

<sup>57</sup> Müjdat ŞAKAR, “İş Hukuku”, Erişim: 23.12.20006, [www.mu jdatsakar.mysitemnet](http://www.mu jdatsakar.mysitemnet).

ve bu eksik tanım uygulamada yanlışlıklara ve farklı yorumlara neden olmaktadır. Bu yüzden terimin kıdem tazminatı olarak yeniden düzenlenmesi gerekmektedir<sup>58</sup>. Konunun iş güvencesi açısından önemi, terimin kıdem tazminatı olarak düzeltilmesi halinde, meslekte beş yılını dolduran gazetecilerin istifa etmeleri halinde de kıdem tazminatı almaya hak kazanmalarınıdır. Bu durum; yalnızca gazeteciye kendini güvende hissederek meslek ilkelerine uygun haber yapma zemini yaratmakla kalmayacak, basın işverenin de daha sorumlu davranmasını sağlayacaktır. Bu düzenlemenin yapılması durumunda, beş yıllık süreye ilişkin tüm tazminatın son işveren tarafından ödenmesi şeklindeki adil olmayan hükmün de işçi-işveren arasında gizli belgeler imzalanmasını gerektirmeyecek netlikte düzenlenmesi gerekmektedir<sup>59</sup>.

Öte yandan, meslekte beş yılını dolduran gazeteciye istifa halinde de tazminat hakkı tanınmaması durumunda; İş Yasası'na bağlı tüm işçiler bir yıl çalışarak kıdem tazminatını hak ederken, gazetecilerin beş yıl beklemesi zorunluluğunun gerekçesi anlaşılammaktadır. Basın İş Yasası 6.maddesine göre, eğer yalnızca işverenin hizmet sözleşmesini feshi halinde gazeteci kıdem tazminatını alabileceyse, bu durumda gazetecilerin de kıdem tazminatına hak kazanma süresinin beş yıldan bir yıla indirilmesi gerekmektedir<sup>60</sup>.

Gazeteciler, sendikalı dönemde toplu iş sözleşmeleri ile istifa halinde de kıdem tazminatı hakkına zaten sahip olduklarından, Basın İş Yasası'nın kıdem tazminatına ilişkin kötü düzenlemesi uygulamada tartışma konusu olmamaktaydı. Yine bu nedenle, Yasanın "vijdan hükmü" ya da "mesleki tepki hakkı" olarak bilinen 11. maddesi ile istifa halinde de kıdem tazminatı alma hükmü de geçmişte kullanılmamaktaydı. Ancak günümüzde 11. maddenin işletilmesi iş güvencesi açısından yararlı olacaktır. Yasanın bu maddesinin, tartışmaya gerek bırakmayacak şekilde genişletilmesi, "medya sahiplerinin çalışanlar üzerinde baskı kurarak bilginin dilediği yönde sunumunu engellemek" bakımından da gerekmektedir<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> Müjdat ŞAKAR, **Basın İş Hukuku-Gazetecilerin Çalışma İlişkileri**, Beta Basım Yayım, İstanbul 2002, s.109.

<sup>59</sup> KILINÇ, a.g.e., s.71.

<sup>60</sup> ÖZSEVER, a.g.e., s.233.

<sup>61</sup> ÇELİK, a.g.e., s.118.

Son olarak, istihdamda daralma, işsizlik, gazetecilerin hak kayıplarına yol açması ve kamuoyuna tek tip bilginin sunumu gibi birçok yönüyle sakınca yaratan havuz sistemine karşı alınabilecek etkin bir önlemdedir; Basın İş Yasası'nın ek işlerde ücrete ilişkin maddesinin yeniden düzenlenmesidir. Gazetecilere tek yanlı imzalatılan bireysel iş sözleşmelerindeki işçi aleyhine olan hükümlerin geçersiz sayılacağı koşulu getirilen<sup>62</sup> bir madde, hem ek işlerde ücret için hem de Kanun'un ihlal edilen diğer maddeleri için koruyucu nitelik taşıyacağından iş güvencesi ve istihdam sorunlarının çözümüne katkı sağlayacaktır. Basın İş Yasası'nda ücretten ihbar tazminatına çalışma saatlerinden işçi sağlığı ve iş güvenliğine kadar birçok konuda çağdaş düzenlemeler yapılması gerekliliğine karşın, mesleğin tanımı ve kıdem tazminatına ilişkin iki temel alanda yapılacak acil düzenlemeler, gazetecilerin sendikal gücünü de arttıracığından diğer sorunların çözümüne esas teşkil edecektir.

### 3.3. SENDİKAL ÖRGÜTLENME BAKIMINDAN

Türkiye'de basın çalışanları, Türk-İş'e bağlı TGS tarafından temsil edilmektedir<sup>63</sup>. Aynı işletmedeki gazetecileri ve gazeteciliğe bağlı yardımcı işlerde çalışanları kapsayan 27 numaralı basın işkolu Temmuz 2006 verilerine göre, 14.500 basın çalışanından yalnızca 4 bini TGS üyesidir. Ancak birçok basın işletmesinde % 51 çoğunluğun henüz sağlanamaması nedeniyle sendika üyelerinden sadece Cumhuriyet, ANKA ve Anadolu Ajansı'ndaki 650 basın çalışanı için toplu iş sözleşmesi yapılabilmektedir<sup>64</sup>. Dolayısıyla günümüzde Türkiye'de gazetecilerin aktif sendikal örgütlülüğünden bahsetmek pek mümkün görünmemektedir.

TGS'nin, henüz uygulama alanı bulmasa da gazetecilerin önceki bölümde bahsedilen hak kayıplarının önüne geçebilmek ve örgütlenme düzeyini arttırmak için aşağıda yer verilen teşmil uygulaması ile gazete, radyo ve televizyonların haber birimlerinde asgari zorunlu kadro sayılarının yasal olarak belirlenmesi önerileri geçerliliğini korumaktadır. Bunun dışında, gazetecilerin yaşadığı istihdam sorunları

<sup>62</sup>TGS, Basın Özgürlüğü Bildirisi, 08 Ocak 2005, Erişim:18.03.2006, [www.tgs.org.tr/aciklamalar](http://www.tgs.org.tr/aciklamalar).

<sup>63</sup> 1997 yılında DİSK'e bağlı olarak kurulan Medya-Sen (Medya Radyo, Televizyon, Gazete İşçileri Sendikası) Temmuz 2006 tarihi itibarıyla 369 üyesi ve % 2.54'lük temsili ile sözleşme yapma yetkisine sahip olmadığından değerlendirmeye alınmamıştır. Bkz., [www.csgeb.gov.tr](http://www.csgeb.gov.tr).

<sup>64</sup> 16.10.2006 tarihinde TGS Genel Başkanı ile Ercan İpekçi ile yapılan kişisel görüşme.

dikkate alınarak iş kayıplarına yol açmamak için sendikanın başlattığı gönüllü üyelik kampanyası da bir yandan sendikalı üye sayısını arttırırken, diğer yandan % 51 çoğunluk sağlanana kadar isimlerin basın işletmelerine verilmemesi güvencesi ile sürdürülmektedir.

### 3.3.1. Teşmil Uygulamasının Etkinleştirilmesi

Bir işkolunda yürürlükte olan bir toplu iş sözleşmesinin, o işkolunda faaliyet gösteren ve söz konusu sözleşmeye taraf olmayan işverenleri ve işçileri de kapsayacak şekilde yetkili organın kararı ile uygulama alanının genişletilmesine teşmil denilmektedir. Türkiye’de 2822 sayılı Yasa’nın 11. maddesi ile düzenlenen teşmil, Bakanlar Kurulu kararıyla uygulanabilir<sup>65</sup>. Türk basın sektöründe de özellikle 1990’lı yıllarda sürdürülen sendikasızlaştırma politikaları sonucu gazetecilerin büyük kısmının korumasız kalması üzerine, TGS iki kez teşmil başvurusunda bulunmuştur.

Sendikanın 1995 yılında yaptığı başvuru kabul edilmiş, Bakanlar Kurulu’nun 21 Aralık 1995’te yürürlüğe konulan teşmil kararı ile Anadolu Ajansı’nda bağitlanan son toplu iş sözleşmesi hükümleriyle sağlanan haklardan Yeni Asır, Hürriyet, Sabah, Türkiye, Milliyet, Meydan, Akşam, Posta, Yeni Şafak, Yeni Yüzyıl, Bugün, Takvim, Zaman, Milli Gazete, Hürriyet Haber Ajansı ve Milliyet Haber Ajansı’nda çalışan gazetecilerin de aynen yararlanacakları öngörülmüştür. Ancak basın işverenlerinin, kendi basın organlarında kararın uygulanmaması için Danıştay’a dava açması sonucu, gazeteciler teşmilin uygulanması amacıyla başvuruda bulunamamış ve uygulama yapılamadan karar süresi dolmuştur<sup>66</sup>.

TGS’nin, Anadolu Ajansı ile 1 Ekim 2004 – 30 Eylül 2006 tarihleri arasında yürürlükte kalmak üzere imzalanmış olduğu toplu sözleşme hükümlerinin, toplam 27 basın kuruluşunda uygulanması istemiyle 21 Aralık 2004 tarihinde tekrarladığı teşmil isteği, Yüksek Hakem Kurulu’nun olumlu görüşü alındıktan sonra Bakanlar Kurulu’na gönderilmiştir. Talebin, bir yıl sonra 15 gazeteci meslek örgütü tarafından

---

<sup>65</sup>Adnan MAHİROĞULLARI, **1980 Sonrası Türk ve Fransız Sendikacılığı**, Kamu-İş Yayını, Ankara,2000, s.80-82.

<sup>66</sup> TGS, 1995-1998 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, Can Matbaacılık, İstanbul, 1998, s.37.



hükümete gönderilen mektupla tekrarlanmasına karşın<sup>67</sup> sonuçta, talep onaylanmadan teşmil edilmesi gereken Anadolu Ajansı toplu iş sözleşmesinin süresi dolmuştur. 1 Ekim 2006 tarihi itibarıyla kadük olan teşmil başvurusu için, medya sahipleri de 1995 yılından farklı olarak teşmil talebi kabul edilmeden önce Danıştay'a iptal davası açmıştır. Devletin kendi basın çalışanlarına sağladığı hakları özel sektörde çalışan gazeteciler için onaylamamasını çelişkili bir uygulama olarak değerlendiren TGS yöneticileri ise, sonucun medya-siyaset ilişkisine bir örnek teşkil ettiğini belirterek, teşmil talebinin yeni sözleşme dönemlerinde tekrarlanacağını vurgulamaktadır.<sup>68</sup>

Ancak, Türkiye'nin içinde bulunduğu dönemde çalışanların mağduriyetini giderici bir önlem olsa da, zorunlu değil ihtiyari bir örgütlenme olan sendikacılığın teşmil ile güçlü bir örgütlenme yapısına kavuşması beklenemez. Öte yandan, gazetecilerin sendikal çatı altında örgütlenebilmesi ise, öncelikle Basın İş Yasası kapsamında çalışmalarına bağlıdır. Bu durum, asgari zorunlu kadro talebini gündeme getirmektedir.

### **3.3.2. Kadro Kanunu Önerisi**

Gazetecilerin çalışma koşullarına ve istihdamına ilişkin sorunlarının çözümü için uygulanabilecek bir diğer öneri, gazetelerde asgari çalışma kadrolarının oluşturulmasıdır. 3984 sayılı Yasa'nın 38. maddesinde özel radyo ve televizyonlarda bulunması gereken asgari kadrolu gazeteci sayılarının RTÜK tarafından belirlenmesine hükmedilmiş, 16.5.1995 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan RTÜK 30 sayılı kararında da asgari kadrolar belirlenmiştir. Yine Basın Yasası da, resmi ilan ve reklamların yayımlanması için asgari kadro uygulamasını kabul etmiştir. Bu durum medya dünyasında asgari kadro uygulamasının ilkesel olarak kabul edildiğini

---

<sup>67</sup> TGS ve 15 Meslek Örgütünden Hükümete "Teşmil" Çağrısı, Erişim: 10.03.2006,

[www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar); TGS Genel Merkez Basın Açıklaması, "Basın ve İfade Özgürlüğünde

Geriyeye Gidişten Vazgeçilmeli", Erişim: 3.5.2006, , [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar)

<sup>68</sup> TGS Genel Merkez Basın Açıklaması, "Barış İçinde Bir Arada Yaşamın Yolu Sendikal Haklara Saygıdan Geçer", 10.01.2007., Erişim: 11.01.2007, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar)

göstermektedir. Bu nedenle, Basın İş Yasası'na da madde eklenmesi yoluyla gazetecilerin iş ilişkileri bakımından medya kuruluşlarına zorunlu asgari kadro uygulaması getirilebilir<sup>69</sup>. Tablo 11'de öneriye ilişkin oranlar yer almaktadır.

**TABLO 10: GAZETE, RADYO VE TELEVİZYON KURULUŞLARININ HABER BİRİMLERİNDE YASAL OLARAK OLUŞTURULMASI İSTENEN ASGARİ ZORUNLU KADRO SAYILARI:**

A) Ülke çapında yayın yapan gazetelerden;	
a) Günlük ortalama satışı 10.000'e kadar olanlar :	<b>10</b>
b) Günlük ortalama satışı 20.000'e kadar olanlar :	<b>15</b>
c) Günlük ortalama satışı 50.000'e kadar olanlar :	<b>30</b>
d) Günlük ortalama satışı 100.000'e kadar olanlar:	<b>75</b>
	<b>125</b>
e) Günlük ortalama satışı 250.000'e kadar olanlar :	<b>150</b>
f) Günlük ortalama satışı 500.000'e kadar olanlar :	<b>200</b>
g) Günlük ortalama satışı 500.000'den fazla olanlar :	<b>5</b>
	<b>10</b>
B) Bölge çapında yayın yapan gazetelerden;	
a) Günlük ortalama satışı 5.000'e kadar olanlar:	<b>12</b>
b) Günlük ortalama satışı 10.000'e kadar olanlar:	
c) Günlük ortalama satışı 10.000'den fazla olanlar:	<b>5</b>
	<b>15</b>
C) Ticari yayın yapan gazeteler:	<b>25</b>
	<b>75</b>
D) Yerel televizyonlar:	<b>10</b>
E) Bölgesel televizyonlar:	
F) Ulusal televizyonlar:	
G) Özel radyolar:	

Kaynak: [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).

Sendikanın kadro kanunu önerisi, bir milletvekili tarafından “5680 Sayılı Basın Kanunu’na İki Ek Madde Eklenmesine Dair Kanun Teklifi” adı altında 2000 yılında hazırlanmış, bir yıl Anayasa Komisyonu’nda bekledikten sonra, 2001 yılında yine milletvekilinin dilekçesi üzerine doğrudan TBMM’de görüşülmek üzere

<sup>69</sup> [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr)'den bkz., TGS Kadro Kanunu Önerisi.

gündeme alınmıştır<sup>70</sup>. Ancak, 630. sıradaki önergeye sıra gelmeden genel seçimlerin yapılması ile önerge kadük olmuştur. Gazetecilik mesleğinin içinde bulunduğu birçok sorunun kökten çözümü için iyi bir öneri olma özelliğini koruyan asgari zorunlu kadroların; gazetelerde tiraja göre, televizyon ve radyolarda ise ulusal, bölgesel, yerel yayın yapmasına göre belirlenmesi gerekmektedir. TGS kadro kanunu önerisinde zorunlu asgari kadrolara uymayan işverenlere karşı yaptırım; çalıştırılmayan her asgari zorunlu kadro için bir aylık asgari ücretten az olmamak üzere para cezası ve tekrarında ise iki katı ağır para cezası olarak belirlenmiştir<sup>71</sup>.

Basın çalışanlarının istihdam alanını daraltan havuz sistemini engelleyen, Basın İş Yasası'na göre kadrolu olarak çalışmalarını sağlayan ve sendikal alanda açılım getiren bu öneri, aslında zaten taslakta yer alan sayıların çok üzerinde basın çalışanı istihdam eden medya kuruluşlarına da mevcut yasalara uyma yükümlülüğü dışında bir külfet getirmemektedir. Bu yönüyle de uygulanabilir niteliktedir.

Diğer yandan, iş kollarında yapılan değişiklik sonucu radyo ve televizyonların haber merkezlerinde çalışan gazetecilerin 27 sayılı gazetecilik işkolunda yer alması gerekirken, Çalışma Genel Müdürlüğü'nün yaptığı tespitte radyo ve televizyonların 17 sayılı büro, güzel sanatlar, eğitim iş kolunda kabul edilmesi, görüntülü ve sözlü basında da kadro sorunlarının sürmesine yol açmaktadır. TGC verilerine göre, bu işkolunda çalışan yaklaşık 45 bin kişinin gazetecilik işkolunda görünmemesi, sektördeki istihdam ve işsizlik rakamlarına ulaşılmasını da engellemektedir. Dolayısıyla bu alandaki işkolu düzenlemesinin tamamlanması gerekmektedir<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> Şevket Bülent YAHNİCİ, “5680 Sayılı Basın Kanunu’na İki Ek Madde Eklenmesine Dair Kanun Teklifi ve İçtüzüğü’nün 37. Maddesine Göre Doğrudan Gündeme Alınmasına İlişkin Önerge (2/589)”, D:21, Yasama Yıl:3, TBMM Sıra Sayısı:630, 2001.

<sup>71</sup> YAHNİCİ, a.g.önerge.

<sup>72</sup> Nuriye AKMAN (Orhan Erinç ile Yapılan Ropörtaj), “Başörtüsü Yasasını Denetlemek Görevim”, Zaman Gazetesi, 11.04.2005.

### 3.3.3. Uluslararası Sendikal Birlik Önerisi

Türk basın sektöründe yaşananlar, gerek basın çalışanları gerekse sendikal gelişmeler açısından, demokrasinin tüm kurum ve kurallarıyla yerleşik olduğu gelişmiş batı ülkeleri dışında, gelişmekte olan neredeyse tüm ülkelerde tipiktir. Örneğin, Türkiye açısından çok tanınmış gelecek olan “Ukraynalı Gazetecilerin Genel Sorunları” şöyle sıralanmaktadır<sup>73</sup>:

- \*Haftada 40 saat limitini aşan uzun çalışma saatleri
- \*Gazetecilerin yasadışı ya da kısmen yasal olarak çalıştırılması
- \*Kanun kapsamındaki ve kapsam dışındaki gazeteciler için farklı ücretler ödenmesi
- \*Ücretlerin, patronların isteğine bağlı olarak keyfi şekilde düzenlenmesi, bunun sonucu olarak nitelikli gazetecilerin sektör dışına çıkması ya da piyasadan çekilmesi
- \*Yıllık izin haklarının kullandırılmaması
- \*Toplu sözleşmelerin yok edilmesi
- \*Medya alanına politikanın girmesi

120 ülkeden 160 gazeteci sendikasının bağlı bulunduğu ve 500 binin üzerindeki üyesi ile gazetecilerin küresel örgütü olan IFJ, basın sektöründe yer alan tipik gelişmeler sonucu, çeşitli proje ve eylem planları oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde gazetecilerin çalışma koşulları ve ücretlerine karşı kademe kademe gerçekleştirilen saldırılar ve piyasanın deregülizasyonuna karşı IFJ'nin Avrupa ayağını oluşturan çalışma grupları tarafından küresel düzeyde, “Herkes İçin Kamusal Yayın Hakkı” kampanyası başlatılmış ve 2001 -2005 yılları arasında sürdürülmüştür. Çalışmanın hedefi, devletler tarafından alenen haksız bir şekilde sübvansede edilen ve güçlenerek haksız rekabete yol açan medya gruplarının oluşturduğu ticari lobiye karşı kamu yayıncılığını savunan Avrupa Modeli'ni kurtuluş mücadelesi için adres olarak göstermektir. IFJ, 2005 yılından itibaren Latin Amerika, Afrika, Asya ve Avrupa'daki temsilci ülkeleri aracılığıyla bölgesel dayanışma ve etkinlikler içinde eylem planı hazırlamaktadır.

---

<sup>73</sup> IFJ, **Let's Organize- A Union Handbook for Journalist**, (Let's Organize), Druk Hoeliaart, Belgium, 2005, s.27.

IFJ tüm üye ülkeleri için geçerli sayılabilecek olan, gazetecilerin genel mücadele alanlarını ise dört başlık ile özetlemektedir. Bunlar, “internet kullanımının yaygınlaşması, yeni elektronik bilgi araçlarının sunumu ve elektronik basının büyümesi sonucu gazete satışlarındaki düşüş”, “esnek çalışma biçimlerini de içeren istihdam düzenlemelerinin yeni yönetim anlayışları yaratması”, “sektördeki kadrolu gazeteci sayısı azalırken serbest gazeteciliğin hayret verici boyutlarda artması” ve “reklam verenlerin editörlük faaliyetlerine müdahalesi ile haber niteliğinin zayıflaması” olarak belirlenmektedir<sup>74</sup>.

Bunun için önerilen ve uygulamaya konulan ilk çözüm ise sendikalar arası birliktir. Çünkü gazeteciler, ofis elemanı ya da teknisyen olan çalışma arkadaşlarından yalıtılmıştır. Muhabirlerle yazarlar ve editörler de birbirinden ayrılmıştır. Gazeteci sendikaları, diğer medya çalışanları ile gazeteciler arasındaki kültürel bölünmeye karşı tüm sendikaların katılacağı komiteler oluşturmalıdır. Sendika komiteleri ise; diğer sendikalarla bilgi alışverişini sağlamalı ve genel sendika stratejileri oluşturulmalı; sendika yöneticileri değerlendirmelerini genel sendika stratejilerine göre yapmalı ve sendikaların yaptıkları sözleşmeler komiteler aracılığıyla dolaşıma girerek sektörde yapılan sözleşmelerin geliştirilmesi sağlanmalıdır<sup>75</sup>.

Örneğin bu kapsamda, Sırbistan’da gazeteci sendikalarının girişimi ile tüm ülkede gazeteciler, basın kuruluşlarındaki teknisyen ve ofis çalışanlarıyla birlikte çalışma koşullarının giderek bozulmasına karşı 5 dakikalık “Kükreyen Sessizlik” eylemi yapmışlardır. Eylemin katılım başarısı ve kamuoyunda ses getirmesi, IFJ aracılığıyla diğer gelişmekte olan ülkelerin sendikalarına da duyurulmuş ve aynı eylem aynı şekilde Hırvatistan’da gerçekleştirilmiştir. Ayrıca IFJ genel eylem planı çerçevesi ise; yasadışı sözleşmelerin (genel yasalara aykırı bireysel iş sözleşmeleri) yapıldığı ülkelerde baskı oluşturmak; uluslararası alanda baskı oluşturmak; genel protestolar; bilirkişi görevi üstlenme ve diplomatik etkinlikler olarak çizilmiştir<sup>76</sup>. Bu

---

<sup>74</sup> IFJ, Let’s Organize, a.g.e., s.8.

<sup>75</sup> IFJ, Let’s Organize, a.g.e., s.63.

<sup>76</sup> IFJ, Let’s Organize, a.g.e., s.59.

yönüyle IFJ Türkiye Heyeti raporları da kamuoyuna basın sektörünün gelişimini aktarmakta, uluslar arası alanda baskı desteği sağlamaktadır.

AB Komisyonu'nun Türkiye hakkında yayımladığı 2002 Yılı İlerleme Raporu'nda ise, "Örgütlü bir basın sendikasının yokluğu, basının bağımsızlığını zayıflatmaktadır." ifadesine yer verilirken, 2004 Yılı İlerleme Raporu'nda da Türkiye'de sendikal örgütlenme, toplu pazarlık ve grev yapma hakkını içeren konularda son derece önemli kısıtlamaların devam ettiği vurgulanmıştır. Aynı raporda, her düzeyde soysal diyalogun güçlendirilmesi ve sosyal partnerlik kültürünün geliştirilmesi gereği belirtilmiştir<sup>77</sup>. Kuşkusuz uluslararası alanda Türkiye'deki sendikal faaliyetin gelişimi için destekleyici çabalar yol kat edilmesine katkıda bulunacaktır. Ancak, her şeyden önce gazetecilerin ve kuruluşlarının kendi sorunlarına sahip çıkması gerekmektedir.

### 3.4. YEREL BASIN BAKIMINDAN

Basın; ulusal ve yerel basın olmak üzere ikiye ayrılırken, ülkemizde yerel basın henüz bir sektör kimliğine kavuşamamıştır. Ulusal ve yerel basın gerek gazete gerekse gazeteci açısından temelde aynı işlevlere sahip olmakla birlikte, teknolojinin kullanımı, tiraj ya da hitap edilen hedef kitle gibi alanlarda farklılıklara sahiptir<sup>78</sup>. Kamu kurumları ve yerel yönetimler ile yöre halkı arasında bir köprü niteliği taşıyan yerel basın, ulusal iradenin siyasal katılımını yaygınlaştırarak demokrasinin yerleşmesinde çok önemli bir rol üstlenmektedir<sup>79</sup>.

Yerel gazete ve televizyonlar, ulusal medyanın tek boyutlu gündemine karşı çoğulculuğun koruyucusu olarak görülmektedir. Yerel yönetimlerin denetlenmesi, sivil toplum örgütlerinin seslerini duyurarak güçlenmesi, kültürel mirasın ve farklılıkların korunmasında da yerel medyanın rolü büyüktür. Öte yandan, hükümetlerden teşvik ve kredi almadıklarından medya-siyaset bağımlılığı da yerel

<sup>77</sup> TGS Basın Bülteni, 20.12.2004, [www.tgs.org.tr/aciklamalar](http://www.tgs.org.tr/aciklamalar).

<sup>78</sup> Suat GEZGİN, "Yerel Basın ve Değerlendirme Ölçütleri", (Yerel), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:8.,1998, s.9-10.

<sup>79</sup> GEZGİN, Yerel, a.g.e., s.11-12.

basında daha az karşılaşılan bir sorundur<sup>80</sup>. Her yıl toplumsal ve ekonomik faktörler yüzünden değişmekle birlikte, ülkemizde yerel gazetelerin genel görünümü şu şekilde özetlenebilir:

İl ve ilçelerde 800 civarında yerel gazete yayımlanmaktadır. Bunlardan yalnızca 4'ünün tirajı on binin üzerinde olup 588'inin tirajı binin altındadır. Sadece 330'u gündüktür. Yerel gazetelerin 338'inin yüzölçümü 0.50 metrekareden küçük, 424'ünün ise 0.50-1 metrekare arasındır. 146 yerel gazete birer kişi tarafından, 227 gazete ise ikişer kişi tarafından hazırlanmakta, dizilmekte ve basılmaktadır. 342'si aile şirketi biçiminde yönetilen yerel gazetelerin 542'si tipo yöntemiyle, 274'ü ofset tekniği ile basılmaktadır. Yerel gazetelerde 3.000-3.500 kişinin çalıştığı varsayılmaktadır<sup>81</sup>.

Bu sonuçlar Türkiye'de, "her türlü koşulda gazetecilik yapmak isteyen idealistler" ile "resmi ilan gelirlerinden yararlanmak isteyen matbaacılar" şeklinde iki tip yerel gazete bulunduğunu ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla, devletin gerçek yerel gazeteleri destekleyerek çoğulcu demokrasiye ve basın çalışanlarının istihdamına olanak sağlayacak önlemleri alması gerekmektedir<sup>82</sup>.

Diğer yandan, Anadolu basının günlük satış toplamı 400- 500 bin civarındadır. Bu sayının dörtte birini ise Bursa, Eskişehir, Kocaeli, Sakarya, Konya, Adana ve Trabzon'da yayınlanan 13 ofset gazete oluşturmaktadır<sup>83</sup>. Oysa örneğin Fransa'da okuyucuların 18 milyonu bölgesel yayınları takip etmekte, ABD'de yerel basın sadece Colombia eyaletinde 850 bin adet satmaktadır. Yerel gazetelerin California'da 6.5 milyon, Teksas'ta 3.5 milyon adet baskısı vardır<sup>84</sup>.

Aynı zamanda birer ticari işletme olan basın kuruluşlarında bulunması zorunlu olan; sermaye, teknoloji, nitelikli işgücü, ürün (haber) ve pazarlama şeklinde

---

<sup>80</sup> Sinan BURHAN, "Yerel Televizyonlar ve Demokrasi", Erişim: 5.3.2006, [www.jurnal.net/arastirma](http://www.jurnal.net/arastirma).

<sup>81</sup> Atilla GİRĞİN, **Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik**, (Türk), Inkilap Kitabevi, İstanbul, 2001, s.205.

<sup>82</sup> GİRĞİN, Türk, a.g.e., s.205.

<sup>83</sup> Feyyaz BODUR, **Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı**, Eskişehir, 1997, s.46.

<sup>84</sup> BODUR, a.g.e., s.41.

sıralanan beş temel unsurun çoğu yerel basında yer almamaktadır. Yerel gazetelerle ulusal gazeteler arasında hemen hiçbir konuda işbirliği ya da dayanışma gerçekleşmemiştir<sup>85</sup>. Gerek kamuoyu, gerek medya sektörü gerekse basın çalışanları açısından sorunlu alanlara karşı en önemli çözümlerden birini oluşturan yerel basının güçlenmesi için yapılan ilk öneri birleşmektir<sup>86</sup>. Yerel basının güçlendirilmesi için yıllardır sektördeki meslek örgütlerinin gündeme getirdiği “yerel basının KOBİ kapsamına alınması” önerisi ise, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın bu konuda bir yasa tasarısı hazırlaması nedeniyle içinde bulunulan günlerde umut verici bir gelişme olarak görülmektedir<sup>87</sup>. Birinci Anadolu Basın Yayın Kurultayı’nda yerel basının güçlendirilmesi için getirilen önerilerden bazıları ise şöyledir<sup>88</sup>:

1. Türkiye Basın-Yayın Meslek Odası kurulmalıdır.
2. İsteyen herkesin, Valilik Makamı’na “mevkute beyannamesi” vererek gazete yayımlamasını önlemek için yasal düzenlemeler getirilmelidir.
3. Resmi ilan dağıtımında, sermaye yatırımında bulunmuş, tesis kurup gerçek kadrolar oluşturmuş yatırımcılarla kapkaççılar bir tutulmamalıdır. Bunun için örneğin, resmi ilan alacak gazetelerin her gün en az 500 gazete sattıklarını bayi faturası ile belgelemelidir. Yerel gazetelerin 0.90 metrekare yüzölçümünden daha küçük boyutlu olanlarına resmi ilan verilmemelidir.
4. Gazetenin, yayın yerinde basılma zorunluluğu kaldırılmalıdır.
5. Yerel basına ucuz kağıt sağlanmalı, bu kağıdın başka amaçlarla kullanımını önlemek için fligram baskı ya da Anadolu basını için farklı renkte kağıt üretimi gibi önlemler alınmalıdır.
6. Kamu kuruluşlarının ilan ve reklamlarının belirli bir oranı yerel basına aktarılmalıdır. Ayrıca, genel ve ara seçimlerde, siyasi parti seçim ilanlarının en az beş yıldır yayım yapan mahalli gazetelere de verilmesi, icra memurluklarının yerel gazetelere ilan vermesi, belediye meclisi toplantıları

---

<sup>85</sup> GİRĞİN, Türk, a.g.e., s.168 ve 183.

<sup>86</sup> Erkan YÜKSEL, “Yerel Medyanın Kurtuluşu”, Erişim: 05.03.2006, [www.bia.org](http://www.bia.org).

<sup>87</sup> Türkiye Gazeteciler Federasyonu 23. Başkanlar Konseyi Toplantısı, 15-17 Aralık 2006 Niğde, Erişim:28.12.2006, [www.cgcd.org](http://www.cgcd.org).

<sup>88</sup> GİRĞİN, Türk, a.g.e., s.198-203.



ilanlarının mahalli gazetelerde yayımlanması zorunluluğu getirilmesi gibi önlemler alınmalıdır.

7. Anadolu basını için posta ücretleri ayrıca belirlenmelidir.
8. Yerel basın için bir dağıtım sistemi kurulmalı ve işler hale getirilmelidir.
9. Ankara’da bir Anadolu Haber Merkezi” oluşturulmalı, buradan isteyen gazetelere haber ve fotoğraf hizmeti verilmelidir.
10. Anadolu basın mensupları için periyodik eğitim seminerleri düzenlenmeli, ulusal basın kuruluşlarında staj imkanı sağlanmalıdır.

Yazılı basında olduğu gibi yerel radyo ve televizyonlarında mücadele ettikleri idari, teknik, hukuki ve mali sorunlar, bu kurumlarda nitelikli elemana aşırı derecede ihtiyaç duyulmasına karşın basın çalışanı istihdamını engellemektedir. RTÜK<sup>89</sup> rakamlarına göre 229 televizyon ve 1053 radyo, bu alandaki istihdam ihtiyacını gözler önüne sermektedir. Ancak, yerel radyo ve televizyonların Türkiye’deki reklam pastasının sadece yüzde 10’unu alabilmeleri, kamu ilan ve reklamlarından faydalanamamaları, RTÜK’ün konuyu yasal olarak düzenleyiş şekli nedeniyle, yerel televizyonların yalnızca il merkezlerinde yayın yapıp ilçelere ulaşamamaları, reklam olarak ekonomik gücün artırılması yönündeki engelleri beraberinde getirmekte, bu durum zaten yetişmiş eleman sıkıntısı çeken sektörde bir basın çalışanın bir çok işi yapması sonucunu doğurmaktadır<sup>90</sup>.

Yerel medya yasal açıdan Basın Kanunu ile Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’a tabi olup, ayrıca düzenleyici çeşitli kanun hükmünde kararnameler bulunmaktadır. Ancak bu durum, güçlü bir yerel medya yaratmak için var olan ihtiyaçları karşılamaya yetmemektedir. Bu nedenle, yerel medyayı doğrudan düzenleyen yasa veya yasaların yapılması alanda gelişmelere neden olacaktır<sup>91</sup>. Kamuoyunun yerel basının desteklenmesi konusunda bilinçlendirilmesi, yerel olarak sanayinin geliştiği illerde reklam verenlerin yerel medyaya yönlendirilmesi, yerel

---

<sup>89</sup> Yerel medyaya ilişkin resmi verilere BİK, BYEGM ve RTÜK web sitelerinden ulaşılabilir.

<sup>90</sup> Oya TOKGÖZ, “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi”, (Yerel), Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi: İletişim/Bahar, Eylül 2001, s.29.

<sup>91</sup> TOKGÖZ, Yerel, a.g.e., s.9.

medyada belirli oranda iletişim fakültesi mezunlarının çalıştırılması<sup>92</sup> zorunluluğu getirilmesi gibi önlemlerin uygulanması, hem sektörde tekelleşmenin etkilerini kısıtlaması, hem de basın sektöründe istihdam sorununun çözümüne katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

### 3.5. İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ BAKIMINDAN

Türkiye'deki iletişim fakülteleri ve bu fakültelerden mezun olan öğrenci sayısının, medya sektöründeki işgücü talebine oranla çok yüksek olması, hem öğrenciler hem de sektörün mevcut çalışanları açısından istihdam sorunu yaratmaktadır. Bu nedenle öncelikle arz-talep dengesini sağlayacak önlemler alınması gerekmektedir.

Nitekim, daha önceki birkaç toplantıda olduğu gibi, son olarak 6-8 Nisan 2006 tarihlerinde 25 fakülte dekanının katılımı ile gerçekleştirilen 14.İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı'nda iletişim fakültelerinin sayısının dondurulması ve tüm bölümlerin kontenjanlarının azaltılarak belirlenmesi kararı alınmıştır<sup>93</sup>. Bu konuda dekanların YÖK ile yaptığı görüşmelerde, YÖK'ün konuya olumlu yaklaştığı belirtilmektedir<sup>94</sup>. Diğer yandan, iletişim fakültesi öğrencileri bakımından istihdam sorununun bir diğer boyutunu oluşturan ve gerek yeni teknolojiler gerekse medya yakınsamaları nedeniyle uygulamalı eğitim ihtiyacının artması ve sorununun çözümüne yönelik adımlar, bu çözümü engeller niteliktedir.

Sektöre nitelikli eleman yetiştirebilmek amacıyla iletişim fakültelerinin talebi üzerine, 3984 Sayılı Yasa'nın 24.maddesinde yapılan 15.05.2002 tarihli değişiklikle RTÜK tarafından iletişim fakültesi bulunan üniversitelere ücretsiz olarak kanal ve frekans tahsisi yapılmasına hükmedilmiştir. Ancak, büyük kentlerde boş frekans olmadığı gerekçesiyle RTÜK tarafından kanal ve frekans tahsis işlemi yapılmaması

---

<sup>92</sup> 4.Ulusal İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı, "İletişim Zirvesi Ege'de Yapıldı", Kalem-net, Erişim: 03.08.2006, <http://bornova.ege.edu.tr>.

<sup>93</sup> İletişim Fakülteleri Ortak Platformu, "14.İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı", Erişim: 11.08.2006, [www.iletisimfakulteleri.gen.tr](http://www.iletisimfakulteleri.gen.tr).

<sup>94</sup> 13.09.2006 tarihinde Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı A. Bülent Göksel ile yapılan kişisel görüşme.

ve bu konuda yasa gereği çıkarılması zorunlu yönetmeliğin çıkarılmaması belirsizliğe neden olmuştur. İletişim fakültesi dekanları, öğrencilerin mesleklerinde daha başarılı ve donanımlı olmalarını sağlayacak, istihdam edilme olanaklarını arttıracak bu uygulamanın bir an önce başlatılmasını haklı olarak istemektedir<sup>95</sup>.

Gerçekten de, bahsedilen 24. maddede, “Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’na ait radyo ve televizyonlar ile Meteoroloji Genel Müdürlüğü bünyesinde bulunan Polis Radyosu’na ulusal, bölgesel ve yerel, radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekans ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilir” hükmü getirilerek bunların kamusal yayınlar olduğu tescillenmiştir. Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerde de, kamu hizmeti yayıncılığı basın sektöründe yaşanan tekelleşme ve yoğunlaşmayı dengeleyici bir unsur olduğu kabul edilmektedir. Avrupa Birliği Kuruluş Anlaşması’na eklenen ve 1 Mayıs 1999 tarihinde yürürlüğe giren “Kamu Yayıncılığı Hakkında Amsterdam Protokolü”nde de her toplumun demokratik, sosyal, kültürel ihtiyaçlarına cevap verecek bir kamusal yayının kuruluşunun varlığına ve medyada çoğulculuğun sağlanmasına vurgu yapılmaktadır<sup>96</sup>.

Ancak, iletişim fakültelerine uygulamalı eğitim-öğretim faaliyetleri için tahsis edilen ve kar amacı olmayan ücretsiz frekansların, zaten mevcut fakültelerden mezun olan öğrencilerin istihdamı mümkün olmazken, pek çok üniversitenin yeni iletişim fakülteleri açmak için başvuruda bulunmasına neden olmuştur. TRT frekanslarının tüm iletişim ortamının % 25’ini kapsadığı ülkemizde, diğer kamu ve kuruluşlarının da benzer haklı gerekçelerle talepte bulunması halinde, bu alanda güçlü bir özel sektörün oluşumu mümkün olmayacaktır<sup>97</sup>. Bu nedenle, iletişim fakülteleri sayısının mümkün olduğunca kısa sürede dondurulması, yalnızca sektördeki arz-talep dengesinin sağlanması yönüyle değil, frekans tahsisinden faydalanmak için yapılan yeni iletişim fakülteleri başvurularının da önünü keseceğinden, öğrencilerin uygulamalı eğitim yoluyla hayata hazırlanma sürecine hız kazandıracaktır. RTÜK’ün

<sup>95</sup> İletişim Fakülteleri Ortak Platformu, a.g.ç., [www.iletisimfakulteleri.gen.tr](http://www.iletisimfakulteleri.gen.tr).

<sup>96</sup> Zakir AVŞAR, “Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu”, Erişim: 14.11.2006, s.11-12, <http://155.223.1.158/edergi/yenid/s1/8.pdf>

<sup>97</sup> AVŞAR, a.g.m., s.11.

bu alanda ivedilikle televizyon yayınları için frekans tahsislerine ilişkin düzenlemeleri yapması hem kamusal alan, hem özel sektör hem de yayınların kalitesi açısından gerekliliktir.

Diğer yandan medya sektöründe iletişim fakültesi mezunlarının yeterince istihdam edilmemesi de çözümlenmesi gereken başka bir sorun alanını oluşturmaktadır. Örneğin ABD’de, gazetecilik mesleğini seçen her sekiz kişiden yedisi gazetecilik okullarından mezundur. Yapılan araştırmalar, ABD’de gazetecilerin yüzde 82’sinin üniversite diplomasına sahip olduğunu ve yüzde 6’lık kısmının da doktora eğitimi aldığını göstermektedir<sup>98</sup>. Ülkemizde de basın çalışanlarının yüzde 86’sı üniversite mezunu olmakla birlikte<sup>99</sup>, farklı eğitim alanlarından sektöre giriş ağırlıktadır. İletişim fakültesi öğrencileri ve mezunlarının istihdamı için şu önerilerde bulunulabilir<sup>100</sup>:

1) İletişim fakülteleri mezunlarına yeni iş imkanları yaratılabilmesi için, yerel medyada belirli bir oranda iletişim fakültesi mezununun istihdamı zorunluluk haline getirilmelidir.

2) 10 adet Anadolu İletişim ve Basın Yayın Meslek Lisesi’nde 2000 civarında öğrenci okumakta, bu okullara doğrudan öğretmen yetiştiren yükseköğretim programları bulunmamakta ve yan dallardan hizmet içi eğitimlerle öğretmen sağlanabilmektedir. Bu bölümlerin öğretmen ihtiyacını karşılamak için iletişim fakültesi mezunlarına, öğretmen olarak atanabilmek için zorunlu olan pedagoji dersleri verilerek söz konusu okullara öğretmen olarak atamaları yapılabilir.

3) İnternet üzerinden gazete, radyo ve televizyon yayınlarının yapıldığı günümüzde, iletişim öğrencilerinin bu gelişmelerden habersiz eğitim yapmaları, gelecekteki istihdamları açısından endişe verici bir durumdur. Bu nedenle iletişim fakültelerinin

---

<sup>98</sup> Celalettin AKTAŞ, “Amerika Birleşik Devletleri’nde Gazetecilik”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:6, 1999, s.97.

<sup>99</sup> N. DEMİREZEN, “ÇGD Üyelerine İlişkin Durum Saptaması”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Ege Şubesi Bülteni çgdergi, S:7, 2000, s.7.

<sup>100</sup> Asaf VAROL, “İletişim Fakülteleri ve Sorunları”, Selçuk İletişim, C:1, S:4, 2001, s.6-8.

müfredatları yenilenerek internet üzerinden radyo ve televizyon teknolojilerini işleyen bir ders müfredata eklenmelidir. Ayrıca bilgisayarda animasyon teknikleri, bilgisayarla ses türetilmesi, masa üstü yayıncılık konularında ek dersler müfredata alınmalıdır.

4) Yeni teknolojilerin keşfi ile iletişim alanı çok farklı boyutlara taşınmıştır. Bu nedenle günümüze kadar iletişimin sosyal boyutu düşünülerek sözel puanla yapılan öğrenci seçimi, artık teknik boyut da düşünülerek eşit ağırlıklı puan türü ile iletişim fakültelerine öğrenci alımı yoluna gidilmelidir.

### 3.6. MEDYA OKURYAZARLIĞI VE YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ

Basın çalışanlarının hak ve sorumluluklarını da kapsayan basın özgürlüğü mücadelesi, geçmişte siyasal iktidarların baskı ve yönlendirme girişimlerine karşı yapılırken, günümüzde kamuoyunun haber alma özgürlüğü kapsamında hem siyasal yönetimler hem de holdingleşen medya sisteminin taraflılığına karşı yapılmaya başlanmıştır<sup>101</sup>. Bilginin gelişmesinden önce kullanılan kaba ve doğrudan propaganda yöntemlerinin yerine günümüzde gücün daha rafine, ince ve dolaylı biçimlerde kullanımı söz konusudur. Bu anlamda, ekonominin gerekliliklerini karşılıyorsa, “rızanın üretilmesi” öğretisi olarak tanımlanan sofistike güce başvurmak haklı gösterilir. Çünkü demokratik sistemde gerekli yanlısamlar zorla dayatılamaz. Tersine halkın zihnine daha ince araçlarla kazanılmalıdır. Bunu yapacak en etkin güç ise, medyadır. Kısaca, önemli olan gündemi belirleme gücüne sahip olmaktır<sup>102</sup>. Medyanın gündemiyle halkın gündeminin ne kadar örtüştüğü ve çatıştığı ise, tartışma konusudur<sup>103</sup>.

Kitle iletişim araştırmalarından elde edilen kanıtlar da, medya içeriği ile medyanın etkisinin eşitliği varsayımlarını çürütmektedir. İçerik ile amaç ve etkiler arasında birebir ilişki bulunmamakta, medya insanları bariz ve gizli yollarla

<sup>101</sup> Mehmet AKBAŞ, İnternet İletişimi ve Demokrasi Üzerindeki Etkileri, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2002, s.59-60.

<sup>102</sup> Noam CHOMSKY, **Medya Gerçeği**, Tüzm zamanlar Yayıncılık, İstanbul, 1993, s.76-80.

<sup>103</sup> Kemal ASLAN, **Haberin Yol Haritası**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2002, s.136.

etkilemektedir<sup>104</sup>. Dolayısıyla, medya ticarileşip işlevinden uzaklaştıkça, ekonomik gereklere göre eğilip bükülmüş haberlerin sunumunun etkileri de kısa vadede ölçülememektedir. Daha demokratik bir toplum için bilgilendirilmiş vatandaşlar yaratma görevi, toplumsal işlevleri gittikçe yetersizleşen medya sistemleri tarafından gerçekleştirilmekte, bu sistem içinde özellikle gazetecilerin üstlendiği sorumluluk ve ideolojik işlev, toplumsal alanda ihmal edilemez bir belirleyicilik taşımaktadır. Serbest piyasanın ise, bu misyonun gerçekleşmesini engellediği söylenebilir<sup>105</sup>. Tüm bu görüşler, kamusal yayıncılığı ya da yurttaş gazeteciliği kavramlarını gündeme getirmiştir.

Tartışmalar, Doğu Bloku'nun dağılmasından sonra “pazar ekonomisi” ve “pazar medyası” kavramları ile “kamu hizmeti yayıncılığı” kavramı üzerinde odaklanmaktadır. Liberal düşünceye göre; kamu hizmeti yayıncılığını savunanlar, ticari işletmelere karşı bazı önyargılara sahip olabilmektedirler. Kamu hizmeti yayıncılığının ise, ticari ve politik çıkarlardan uzak durma temeline dayandığı öngörülmektedir. Dünyanın birçok ülkesinde batılı devletlerin egemenliğindeki küresel medyaya alternatif sistem arayışı hızlanmakta, örneğin Brezilya’da başlatılan medyayı demokratikleştirme konusundaki yasa önerisinde radyo ve TV faaliyetlerine ruhsat verecek sivillerden ve hükümet temsilcilerinden oluşan “Ulusal İletişim Konseyi” kurulması tasarlanmaktadır<sup>106</sup>. Tablo 12’de kamu yayıncılığı için çalışan çeşitli örgütlenmelerin internet adresleri yer almaktadır.

---

<sup>104</sup> E. GOLLİN, “Media Power: On Closer Inspection, It’s Not That Threatening”, **Impact of Mass Media**, Edited by, Ray Eldon Hiebert ve Carol Reuss, Longman, NewYork/London, 2001, s.43.

<sup>105</sup> AKÇALI, a.g.e., s.79 ve 82.

<sup>106</sup> AKBAŞ, a.g.e., s.59-60.

**TABLO 11: KAMU YAYINCILIĞI İÇİN ÇALIŞAN BAZI  
ORGANİZASYONLAR:**

1. Campaign for Pres and Broadcasting Freedom-UK: <http://www.cpbf.org>
2. Campaign for Pres and Broadcasting Freedom –Canada:  
<http://www.presscampaign.org>
3. The Center for Public Integrity-US: <http://wwwpublicintegrity.org>
4. Etats Generauxs Pour le Plurisme-Fransa: <http://www.etats-generauxs-medias.org>
5. Free Pres Media Reform-US: <http://www.freepress.net>
6. FAIR (Fairness and Accuracy in Reporting)-US: <http://www.fair.org>
7. HearUsNow.org-US: <http://www.hearusnow.org>
8. Media Watch Global-International: <http://www.mwglobal.org>
9. Media Access Project-US: <http://www.mediaaccess.org>
10. MediaChannel-US: <http://www.mediachannel.org>

Kaynak: IFJ, Control, a.g.e., s.24-25.

IFJ ya da Media Watch Global gibi farklı alanlarda uluslar arası kuruluşların yanı sıra başta ABD olmak üzere Fransa, İngiltere, Kanada gibi çeşitli ülkelerde de kamu hizmeti yayıncılığı için çalışma ve talepler giderek yoğunlaşmaktadır. İngiltere’de demokratik ve özgür basın için mücadele veren bağımsız baskı grubu CPBF, 2005 yılında kamu yayıncılığı için Medya Manifestosu’nu yayınlamıştır.<sup>107</sup> ABD’de The Center for Public Integrity ise, medya gruplarının milyonlarca dolar harcayarak uydu, kablo, radyo ve televizyon sinyallerinin kullanımı için Federal İletişim Komisyonu’nun politik kararlarını nasıl etkilediğini “Networks of Influence” raporu ile kamuoyuna duyurmaya çalışmaktadır. İnternetin medyada çoğulculuğu sağlayacağı söylemi ve umutlarına karşın Google, Yahoo ya da Microsoft gibi siber dünya devleri ile medya sektörünün bu alanda da yoğunlaştığını gözlemleyen IFJ

<sup>107</sup> IFJ, “Concentration Fighters/Watchdog”, **Who is in Control?- A Primer for The Roundtable Discussion on Global Medya; Threats to Free Expression**, IFJ, Geneva, 2006, s.11.

gibi uluslararası gazetecilik örgütleri ise, Avrupa Direktifi ve Kültürel Haklar için UNESCO sözleşmesinin yaygınlaştırılmasına çalışmaktadır<sup>108</sup>.

Yine ABD’de bağımsız basın için medya reformu adı altında faaliyet gösteren ve aralarında akademisyenlerden gazetecilere çeşitli kesimlerin yer aldığı bir diğer organizasyon ise, medyada tekelleşmeye karşı kamu yayıncılığı anlayışının yaygınlaşması amacıyla 2003 yılından bu yana düzenlenen ve 12-14 Ocak 2007’de sonuncusu yapılan Medya Reformu için Ulusal Konferans düzenlemektedir. Medya yoğunlaşmasına karşı mücadelenin kamuoyunda daha büyük etki uyandırması için katılımı halka açık konferanslara Amy Goodman, Jane Fonda, Gene Davis gibi sanatçılar da katılarak destek vermektedir<sup>109</sup>. Ülkemizde de giderek daha sık telaffuz edilen ve “Haber toplamada özellikle yurttaşa başvuran, habere onların gözüyle bakan, habere konu olan olayın ya da sorunun halk lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam eden, yurttaşı haberin yapım ve yazım sürecine dahil eden gazetecilik uygulaması<sup>110</sup>” olarak tanımlanan yurttaş gazeteciliği taleplerine halkın desteğini arttırmak için bu tür etkinliklerin çoğaltılması yararlı olacaktır.

Bilgi toplumunun ihtiyacı olarak ortaya çıkan medya okuryazarlığı da, günümüzde tüm medya kullanıcılarının sahip olması gereken bir yetenektir. Cep telefonlarının, televizyon kumandalarının, bilgisayar ve web servislerinin özellikle daha yaşlı nüfus için karmaşık olan kullanımı, bu terimin medya ürün ve ekipmanlarının kullanımını da kapsamasına karşın, medya okuryazarlığı terimi aslında ilk olarak, özellikle ABD medyasındaki kritik değişimler nedeniyle 1980’li yılların sonunda Kanada’da ortaya atılmıştır<sup>111</sup>.

Hollywood sineması, CNN yayınları, çizgi filmler gibi ürünlerle Amerikan kültürünün ülkelerinde yaygınlaşmaya başlaması ile gelecekte Amerikan kültür emperyalizmi ile karşılaşacaklarını düşünen Kanadalılar, okullarda medya okur

---

<sup>108</sup> IFJ,Control, a.g.e., s.4-5.

<sup>109</sup> Free Pres, “The National Conference for Media Reform”, Erişim: 07.01.2007, <http://www.freepress.net>.

<sup>110</sup> Necla MORA, “Katılımcı Demokrasi Açısından Yurttaş Gazeteciliği”, Erişim: 04.01.2007, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7302>.

<sup>111</sup> Shin MİZUKOSHİ, “The Future of Periodical from Perspective of Media Studies”, s.1,Erişim: 23.05.2006, <http://www.accu.or.jp/appreb/report/abd/abd2931.html>.



yazarlığına ilişkin eğitim verilmesi gerektiğini gündeme getirmiş, internetin gelişimi, dev medya gruplarının ortaya çıkışı, gazetelerde haber içerik ve anlayışlarının değişimi ile daha sonra tüm dünyada medya okuryazarlığı eğitimi talep edilmeye başlanmıştır. Medya teknolojilerinin gelişimi ile birlikte teknoloji merkezli yeni haber anlayışının doğuşu, ardından sosyal medya çalışmalarını da gündeme getirmiştir<sup>112</sup>.

Colombia Üniversitesi'nin gazetecilikte mükemmellik projesi kapsamında 1977 yılından bu yana sürdürdüğü haber içeriği taramaları sonuçları da medya kullanıcılarını pasif tüketici konumundan çıkması için uyarılmaktadır. Üniversitenin 25 yıl boyunca süren araştırma sonuçlarına göre, 1977 yılında ilk sırayı alan hükümet, ordu, iç işleri ile yerel ve uluslar arası olayları kapsayan geleneksel ciddi haberciliğin payı 1997 yılında % 67'den % 41'e düşmüş, onun yerine yaşam ve magazin haberlerinin payı yükselmiştir. 2002 yılına gelindiğinde ise, yaşam haberleri ile eğlence ve kutlama haberlerinin payı % 63'e çıkmıştır. Bu eğilim diğer medya organlarında sürekli artarken, yazılı basında ise daha az hissedilmektedir<sup>113</sup>. Türkiye'de de benzer bir durum yaşanmakta olup, MTM Medya Takip Merkezi'nin ölçümlerine göre en çok izlenen beş TV kanalının ana haber bültenlerinde yaşam ve magazin haberlerinin oranı % 78'e kadar çıkmakta, yaşam haberlerinin ise % 39'unu cinayet, hırsızlık, kavga ve kaza haberleri oluşturmaktadır<sup>114</sup>.

Medyadaki tekelleşme ve yoğunlaşmayı engellemenin, ancak sektörün denetiminin kamusal alana geçmesi ile mümkün olacağı düşüncesine göre, bu durumun çözümü tiraj ve rating sürecinde gerçekleşecektir. Siyasi ve ekonomik süreç ile paralel olan bu geçiş, adil liberalizmi de sağlayacaktır. Reklam yüksek tiraj ve izlenme oranına sahip basın kuruluşlarına verildiği ve tiraj ile izlenme oranlarını ise halkın ilgisi belirlediği için, kamuoyunun bilinçli tercihi medya sahiplerini ister istemez halkın sözcüsü yapacaktır<sup>115</sup>.

---

<sup>112</sup> MIZUKOSHİ, a.g.m., s.2

<sup>113</sup> Amy MITCHELL, "Formal Comments on Media Ownership", 16.01.2003 Medya Sahipliği Forumu, Erişim: 28.11.2006, [www.journalism.org](http://www.journalism.org).

<sup>114</sup> MTM Medya Takip Merkezi, "Ana Haber Bültenleri Gözlem Altında", 9-25 Ekim 2006, Erişim: 12.02.2007, [www.medyatikip.com](http://www.medyatikip.com) ; [www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com).

<sup>115</sup> Gürsel ÖNGÖREN, *Medya ile Mücadele Rehberi*, Çınar Yayınları, İstanbul, 1998, s.16-17.

Medyanın kamuya hizmet ilkesini benimsemesi, sadece tiraj ve izlenme oranlarını yükseltmek için değil, basın özgürlüğüne müdahale eden siyasal iktidarlara karşı mücadelede içinde bir gerekliliktir. 20.yüzyıla kadar geleneksel olarak basın özgürlüğünün düşmanı siyasal iktidarlar iken, kitle iletişiminin ticari araçlarının ortaya çıkması ve medyanın ticarileşmesi, ekonomik gücü de basın özgürlüğünün karşısına düşman olarak çıkarmıştır. Dolayısıyla günümüzde basın özgürlüğünü sürdürebilmek için iki cephede mücadele etmek gerekmektedir. Verilen hizmetten memnun olmamaları halinde kullanıcıların iktidarlardan yardım isteyeceğini bilen medya profesyonelleri içinse en mantıklı yol okuyucu ve izleyicilerin desteğini almak, bunun içinde kamuya hizmet ilkesini benimsemek olacaktır<sup>116</sup>.

Diğer yandan, bahsedilen tüm olumsuzluklarına karşın medyanın, bilgi toplumunun gelişmesinde bir aktör olarak temel bir rolü vardır. İfade özgürlüğünde ve bilginin çoğullaşmasında önemli katkılar sağlar. Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi'nde (WSIS) hükümetlere, işçi ve işveren organizasyonlarına yararlı bir rehber niteliğinde alınan tavsiye kararları da medya ve kültür endüstrilerinin bilgi toplumu sürecindeki önemini göstermektedir<sup>117</sup>.

İlk basamağı 50 ülkenin başbakan düzeyinde temsil edildiği, aralarında uluslar arası kuruluşlar, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinin yer aldığı toplam 175 ülkeden 11 bin katılımcı ile 10-12 Aralık 2003'de Cenevre'de ve ikinci basamağı 16-18 Kasım 2005'de 174 ülkeden 19 bin katılımcı ile Tunus'ta gerçekleştirilen Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi sonuç bildirisinde medyaya ilişkin tavsiye kararları şöyledir<sup>118</sup>:

1. Medyanın teşvik edilmesi; hem basılı yayın hem yayıncılık olarak yeni medya bilgi toplumunda önemli bir rol oynamaya devam etmeye teşvik edilmelidir.

---

<sup>116</sup> Claude-Jean BERTRAND, "Medyayı Düzeltmenin On Beş Yolu", (Çeviren: Erdal Peker), Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, S:4, 1997, s.252.

<sup>117</sup> ILO, Sectoral, a.g.e., s.8.

<sup>118</sup> WSIS, World Summit on The Information Society Genova 2003, Document WSIS-03, Erişim:08.15.2006, <http://www.itu.int/wsis/documents/index1.html>.

2. Medyanın çoğulculuğunu ve bağımsızlığını garanti altına alan yerel kanun ve yönetmeliklerin gelişimi teşvik edilmelidir.
3. Medyadaki yasadışı ya da zararlı içeriklerle mücadele için ifade özgürlüğü ile tutarlı, uygun önlemler alınmalıdır.
4. Gelişmiş ülkelerdeki medya çalışanlarının; gelişmekte olan ülkedekilerle özellikle de mesleki gelişim ve eğitim amaçlı ortaklıklar ve bilgi ağlarının kurulması teşvik edilmelidir.
5. Medyayı etkileyen uluslar arası dengesizliklerin azaltılması; altyapı teknik imkan ve kaynaklar bakımından insan niteliklerinin bilgi ve haberleşme teknolojilerinin araçlarından tam anlamıyla yararlanacak şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.
6. Geleneksel medyanın, özellikle az gelişmiş bölgelerde, bilgi paylaşımına köprü oluşturması ve kültürel içeriğin sunulmasına imkan sağlaması desteklenmelidir.
7. Gençler geleceğin işgücü, yaratıcı liderleri, bilgi ve haberleşme teknolojilerinin ilk kullanıcılarıdır. Bu nedenle iletişim öğrencileri ve gençler geliştirici, katkı sağlayıcı, katılımcı, girişimci ve karar verici olarak yetkilendirilmelidir.

Özetle, günümüzde medya sektörünün tüm dünyada bileşik kaplar gibi çok geniş bir etki alanı olması nedeniyle, basın çalışanlarının istihdamına ilişkin sorunlarda ancak çok yönlü çözüm modelleri ile giderilebilir niteliktedir. Çünkü sonuçta, kitle iletişim süreci büyük ölçüde üç temel koşula bağlıdır. Bunlar; gönderici (basın çalışanı), alıcı (okuyucu, izleyici, dinleyici) ve iletinin göndericiden alıcıya ulaşmasını sağlayan araç olarak medyadır. Haberini, haber-yorumunu ya da yazısını okuduğumuz gazetecinin kendisi ve toplumu nasıl algıladığı, çalıştığı kurumla nasıl bir ilişki içinde olduğu, onu koşullayan ve sınırlayan dış etkenlerin neler olduğu doğaldır ki sürecin tümünü etkileyecektir<sup>119</sup>.

---

<sup>119</sup> Sadık GÜNEŞ, **Medya ve Kültür-Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı**, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s.174.

## SONUÇ

Bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerine bakıldığında “bilgi” ve “iletişim”in, 21. yüzyılın en parlak kelimeleri arasında yer aldığı söylenebilir. Sadece mesleki bilgi birikimi yönüyle değil; teknolojinin kullanımı, takım çalışması, sorun çözüme, yaratıcılık gibi bilgi işçilerinin sahip olması gereken nitelikleri de iş tanımında barındıran gazetecilik, çağımızın en popüler meslekleri arasında yer almaktadır. Bilgi işçisi tanımı yapılmadan çok önce de, haber üretiminin özelliği nedeniyle beden işçilerinden ayrılan ve farklı bir yasa ile “fikir işçisi” olarak kabul edilen gazeteciler, bilginin kamuoyuna ulaştırılmasını sağlayan kitle iletişim sektöründe temel bir role sahiptir.

Ancak ülkemizde gazetecilerin, 21.yüzyılın iletişim sektörüne ve bilgi işçilerine vaat ettiği olanaklara sahip olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Aksine son 25 yılda yaşanan gelişmeler, basın çalışanlarını sahip oldukları haklarının çok gerisine itmiş, yasalarda mevcut olan haklarını bile kullanılamaz hale getirmiştir. Kuşkusuz, yeni iletişim teknolojileri ve medyadaki tekelleşmeler sonucu sektördeki bazı istihdam alanları birçok ülkede de ortadan kalkmakta, internetin yaygınlaşması, gazetelerin okuyucu sayılarındaki azalmalar, medyanın ticari niteliğinin artması gibi faktörler, çeşitli ülkelerde basın çalışanlarının benzer sıkıntılar yaşamasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, basının dördüncü güç olarak özetlenen temel fonksiyonu; çoğulcu parlamenter sistemi uygulayan, demokrasinin tüm kurum ve kurallarıyla işletildiği ülkelerde yerine getirilebilmektedir. Bu bakımdan, Avrupa Birliği’ne girmeyi hedefleyen ülkemizde, Türk basın sektörünün AB üyesi birçok ülkeye göre çok daha derin sorunlar yaşadığı ve basın çalışanlarının da Avrupalı meslektaşlarından daha ağır istihdam ve iş güvencesi sorunlarıyla karşı karşıya olduğu söylenebilir.

Türk basını, hem kurumsal açıdan, hem basın çalışanlarının iş ilişkileri ve istihdamı bakımından hem de kamuoyunun haber alma hakkı bakımından çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Hemen tüm sektörlerde, üretilen bir mal veya hizmet ile ilgili olarak karşılaşılabilecek sorunlar, son aşamada sadece ürünü satın alan tüketiciyi

ya da hizmeti alan kişi, grup veya sektörü etkilerken; söz konusu haber üretimi olduğunda kişi ve kurumlarıyla tüm toplumun olumlu ya da olumsuz etkilenmesi söz konusudur. Günümüzde medya sektöründe yaşanan kıtalararası tekelleşme, “conglomerate” veya holdingler holdingi olarak ifade edilen dev medya tekellerini yaratmış, dünya medya sektörüne hakim ticari medya tekeli sayısı dokuza kadar düşmüştür. Bu gelişmeler birçok ülkede ve Türkiye’de basın sektörü, basın çalışanı ve kamuoyu açısından üç temel soruna neden olmaktadır.

Öncelikle, dünya medya devleri, küresel açıdan bakıldığında yerel medyaların gelişimine zarar vermekte, ulusal düzeyde yasaların da koruyucu olmaması halinde ülke pazarlarında hakim duruma geçmekte ve sermaye yapısı güçlü olmayan yerel medyaların yok olmasına neden olmaktadır. Sermaye yapısı güçlü basın kuruluşları ise genellikle yabancı sermaye ortaklığı ile büyüyerek rekabetin inanılmaz boyutlara ulaştığı medya sektöründe gücünü artırma eğilimindedir. Medyadaki ulusal ve ulusötesi ticari tekelleşmelerin yarattığı bu durum, gerek toplumların geleceği gerekse basın çalışanları açısından endişe verici sonuçlara sebep olmaktadır. Küresel oyuncular da denilen birkaç medya devinin beklentilerine uygun olarak haberin sunumunda tercih edilen ideolojik bakış açısı; gazeteler, dergiler, radyo ve televizyonlar, hatta yeni teknolojilerin iletişim sektöründe kullanımı sayesinde cep telefonları, bilgisayar oyunları gibi birçok kitle iletişim aracı ve ürünü aracılığıyla küresel düzeyde yüz milyonlarca kişiyi etkilemektedir. Dünya genelinde algılamaların tek tipleşmesi tehlikesini yaratan bu durum, gelişmiş ülkelerin çoğunda ulusal basının yanı sıra yerel basının da güçlü olması ve kamuoyu tarafından tercih edilerek büyük tirajlara ulaşılması sayesinde nispeten önlenabilmektedir. Ayrıca demokrasinin kurum ve kurallarının işletilmesi de çoksesseliliğe olanak sağlamakta, toplumlar kültürlerini korumak konusunda farklı kitle iletişim araçlarından faydalanabilmektedir.

Oysa bu olanaklara sahip olamayan ülkelerde basın işletmelerinin sayısındaki azalmanın, hem kurumsal olarak basın sektörünü, hem de basın çalışanlarının istihdamını ve toplumların geleceğini daha çok etkilediği söylenebilir. Türkiye açısından bakıldığında; ülkemizde yerel basının gelişmemiş olması zaten geçmişten

bu yana gazetecileri ve okuyucuları ulusal (yaygın) basına daha bağımlı hale getirirken, sektördeki tekelleşme eğilimlerinin bu bağımlılığı daha da arttırdığı görülmektedir. Aynı kuruluşa bağlı yayınların çeşitliliği sürekli artsa da, farklı mülkiyet yapısına sahip basın işletmeleri özellikle ekonomik nedenlerle azalmakta, bu gelişmeler gazetecilerin istihdam olanaklarını azaltırken kamuoyunun farklı bakış açıları ile haber alma hakkını daraltmakta ve azınlıkların kendini ifade etme olanağını zayıflatmaktadır. Basındaki çok sesliliğin zayıflaması ise basın özgürlüğünü de kapsayacak şekilde demokrasiyi zedelemekte, basına yönelik siyasi müdahaleler artmakta, sonuçta toplumun gözü kulağı olması gereken basın en temel fonksiyonunu yerine getirememektedir.

Bu yüzden basın çalışanlarının istihdamı ve çalışma koşullarındaki sorunların sadece sektör içinde alınacak önlemlerle giderilmesi mümkün olmadığı gibi, sonuçları da sadece basın çalışanlarını değil tüm toplumu ilgilendirmektedir. Kitle iletişiminin, alıcı, verici ve iletiyi aktaran araç olmak üzere üç yönü bulunduğu düşünüldüğünde, iletiyi yani haberi hazırlayan kişi gazetecidir. Dolayısıyla gazetecilerin haber üretimini gerçekleştirirken içinde buldukları koşullar, alıcı olarak okuyucu, dinleyici ve izleyicileri de etkilemektedir. Basın çalışanları ve okuyucular arasındaki bağ ise kitle iletişim araçları tarafından kurulduğundan, bu araçların sahipliği ya da mülkiyet yapısı da kitle iletişimin tümünü etkilemektedir. Sonuçta, basın çalışanlarının istihdam sorunlarının çözümü, öncelikle gazetecilerle ilgili mevcut yasaların uygulanması ve gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, sektördeki tekelleşmeye karşı yasal önlemlerin alınması, sivil toplum kuruluşlarının çözümlere yönelik aktif katılımı ve kamuoyunun spekülasyon olmayan, gerçeklere dayalı haber alma hakkına sahip çıkması gibi çeşitli boyutları içermektedir. Ancak her şeyden önce, toplumsal yaşamın çeşitli alanlarındaki sorunları gündeme getirirken kendi sorunlarına sahip çıkma konusunda daha pasif davranan basın çalışanlarının bu sorumluluğu üstlenmesi gerekmektedir.

Türkiye’de basın çalışanlarının başta istihdam sorunları olmak üzere çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunların giderilmesi için alınması gereken yasal önlemler şöyle sıralanabilir:

1. Basın çalışanlarının iş ilişkileri Basın İş Yasası ile düzenlendiği halde fiili olarak bu yasa kapsamında kadrolu olan gazeteci sayısı sürekli olarak azalmakta, gazeteciler ya İş Yasası kapsamında taşeron olarak çalıştırılmakta ya da yıllarca hiçbir kadroya alınmadan kaşe usulü haber yapmaktadır. Gazetecilerin “gazeteci” olarak kadrolu olmaması ise sahip olmaları gereken birçok sosyal haktan faydalanamamalarının yanı sıra emeklilik sürelerini etkilemekte, basın kartı almalarını, sendika ya da TGC gibi mesleki kuruluşlara üye olmalarını ve iş güvencesi hakkından faydalanmalarını engellemektedir. Bu nedenle 5953 sayılı Basın İş Yasası'nın uygulanması sağlanmalıdır.

2. Gazetecilerin yasal konumu, çalıştıkları basın işletmesinin hukuksal yapısına göre de değişmektedir. Bu nedenle, 5953 Sayılı Basın İş Yasası'nda gazetecinin tarifini yapan 1. maddesi yeniden ele alınarak genişletilmeli, radyo ve televizyonların haber merkezlerinde çalışan gazeteciler ile günümüzde gelişen online gazetecilik kapsamında web sitelerinde görev yapan gazeteciler de bu kapsama alınmalıdır.

3. Ülkemizde kime gazeteci denileceği konusunda yaşanan mevzuat karmaşasını gidermek için yapılması gereken bir diğer düzenleme ise Basın İş Yasası, Basın Yasası ve Basın Kartları Yönetmeliği'nin uyumlu hale getirilmesidir.

4. Basın sektöründe yaşanan tekelleşmeler ve yeni teknolojilerin sağladığı olanaklar sonucu oluşturulan havuz sistemi ile bir gazetecinin ürünü, gazetecinin çalıştığı medya grubuna ait tüm gazete ve dergilerde, radyo ve televizyon kanalında, gazetelerin web sitelerinde kullanılmaktadır. Bu durum çalışan gazetecilerin hak kayıplarına yol açarken, sektördeki istihdam olanaklarını daraltmakta ve işsizliği arttırmaktadır. Bu nedenle, gazete ve televizyon gibi her kitle iletişim aracı için tespit edilecek ölçütlere göre çalıştırılması gereken asgari gazeteci sayısı belirlenmeli ve belirlenecek asgari kadro oranları 5953 sayılı Yasa kapsamına alınmalıdır.

5. Türkiye'de serbest gazeteciler Borçlar Yasası hükümleri çerçevesinde neşir mukavelesi ile çalışmakta, ayrıca uygulamada tam zamanlı çalışan birçok gazeteci de

bu yolla Basın İş Yasası veya İş Yasası kapsamı dışında bırakılmaktadır. Çoğu AB üyesi olan gelişmiş ülkelerde ise serbest gazetecilik için ayrı yasal düzenlemeler mevcut olup serbest gazeteciler sendikaya üye olabilmekte ve çalışma ilişkileri ile sosyal hakları toplu iş sözleşmeleri ile düzenlenmektedir. Ülkemizde ise Borçlar Yasası kapsamında çalışan gazeteciler, sendikaya üye olamamakta ve tamamen korunmasız kalmaktadırlar. Bu nedenle serbest gazetecilere ilişkin yasal düzenleme yapılması, sadece serbest gazetecilerin değil, tam zamanlı olarak çalıştıkları halde bu kapsamda gösterilen gazetecilerin de sendika üyeliğinin yolunu açacağından, sektörde kaçak işçi çalıştırma eğiliminin en önemli nedenlerinden birini ortadan kaldıracaktır.

Öte yandan basın çalışanlarının istihdamı önemli ölçüde basın sektöründeki tekelleşmenin önlenmesine bağlıdır. Toplumdaki her bireyin Anayasa ile korunan haber alma hakkı ve yine Anayasa ile güvenceye alınan basın özgürlüğü de, sektördeki tekelleşme eğilimlerinin önlenememesi halinde işlevsel olamamaktadır. RTÜK Yasası'nda medya sektöründe tekelleşmenin önünü açan maddelerin yeniden gözden geçirilerek acilen düzenlenmesi gerekmektedir. Basında tekelleşmeyi önlemenin bir diğer yolu ise yerel basının güçlendirilmesidir. Basın sektörüne yatırımın büyük sermayeler gerektirmesi, dağıtım kanalları ve reklam gelirlerinin paylaşımında yaşanan sorunlar, yerel televizyonların bölgesel yayın yapamaması gibi hukuki engeller, ülkemizde yerel basının güçlenmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, yerel basının kamudan alınacak ilan ve reklamlardaki payından, başlangıç yatırımları için KOBİ kapsamında ele alınarak desteklenmesine kadar birçok yasal düzenleme aracılığıyla güçlendirilmeleri gerekmektedir. Yerel basın işletmelerinin sayısının artması, basın çalışanlarının istihdam olanaklarını genişleteceği gibi, iletişim fakülteleri öğrencilerinin de staj yapma imkanlarını artırarak mesleki tecrübe edinmelerini sağlayacaktır.

Gazetecilerin istihdamında sorun yaratan faktörlerden bir diğeri de iletişim fakültelerinin sayısal çokluğudur. Medya sektörünün yarattığı istihdam hacmi ile uyumlu olmayan fakülte sayısı ve öğrenci kontenjanları, sektördeki işsizlik oranını arttırmaktadır. Aynı zamanda, talebin arzın çok üzerinde olması yeni mezunların işe



başlama koşullarını olumsuz etkilemekte, çalışan gazetecilerin de işsiz kalma korkusu ile haklarını aramalarını engellemektedir. Bu bakımdan, iletişim fakültesi dekanlarının da ortak kararları ile fakülte sayısı ve kontenjanların sınırlanması yönündeki taleplerinin, YÖK tarafından dikkate alınması gerekmektedir. Gazetecilerin istihdamını etkileyen bir başka faktör de iletişim fakültelerindeki eğitim ile basın sektörünün talepleri arasında yaşanan uyumsuzluklar olmaktadır. Çalışma yaşamının ihtiyaçları, teorik derslerin yanı sıra daha çok uygulamayı gerektirmekte, ayrıca gazeteci adaylarının yabancı dil bilgisi ya da yeni teknolojileri kullanmadaki eksikleri, basın işletmelerinin başka alanlarda eğitim gören gençleri işe almayı tercih etmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle, basın işletmeleri ile iletişim fakülteleri arasında ortak faaliyetler yürütülmesi; iletişim fakültelerinin uygulamalı derslerde kullanmak üzere ihtiyaç duyduğu teçhizatların sağlanmasında sektörden destek alınması, müfredatların belirlenmesinde piyasanın ihtiyaçlarının da daha doğru tahlil edilmesi gibi olanaklar sağlayacaktır.

Medya sektöründe yaşanan tekelleşmeler ile basın sektörünün ticarileşmesi, uzun yıllardır başta bu süreci başlatan A.B.D. olmak üzere gelişmiş ülkelerde de gözlenmekte, gerek basın çalışanları gerekse kamuoyu ve demokrasi açısından bu gelişmelerin yarattığı sonuçlar incelenmekte ve çeşitli çözüm önerileri getirilmektedir. Ancak çözümü hükümetlerden beklemek bazen basın özgürlüğü üzerinde siyasi müdahalelere neden olurken, bazen de ekonomik çıkarlar çerçevesinde basın-siyaset ilişkileri çeşitli yasal düzenlemelerin medya devleri lehine yapılmasına neden olmuş, bu tür düzenlemeler özellikle A.B.D., Fransa ve İtalya'da geniş kesimlerin tepkilerine yol açmıştır. Basının ticari çıkarlarından önce toplumsal sorumluluğunu düşünerek hareket etmesi için sorumluluğu medya sahiplerine bırakmak da, son 20 yıldır yaşanan gelişmeler dikkate alındığında kalıcı bir çözüm yolu olarak görünmemektedir. Oysa sadece uluslar düzeyinde değil küresel düzeyde de ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeler, hatta yeryüzünün ekolojik dengesinin korunması, savaşların çıkmaması, yerel ve ulusal kültürlerin korunması basın özgürlüğü ile doğrudan ilgilidir.

Yasama, yürütme ve yargıdan sonra çoğulcu demokrasilerin işletilmesinde ve korunmasında dördüncü güç olarak toplumsal yaşam açısından büyük önem taşıyan basın ve basın özgürlüğünün yerini, 1980'li yıllardan itibaren giderek ticarileşen medya ve medya tekellerinin almaya başlaması, sivil toplum kuruluşları ve çeşitli akademik çevrelerde iki yeni kavramın ortaya atılmasına neden olmuştur. Bunlardan ilki, medyadaki yoğunlaşmaların giderek kültür emperyalizmine de neden olacağı ve gerçekler yerine beklentilere göre biçimlendirilmiş haberlerin birey ve toplumları yanlış yönlendireceği kaygısı ile gündeme gelen medya okuryazarlığıdır. İlk kez Kanada'da gündeme getirilen ve uygulamaya konulan medya okuryazarlığı, çocukların ilkokuldan itibaren basının sunduğu içeriği olduğu gibi kabul etmek yerine sorgulamayı ve seçici olabilmelerini öğretmek üzere bir eğitim programını öngörmektedir. Bilinçli okuyucu ve izleyicilerin yetişmesi ise, basında kaliteli içerik ve doğru haberlerin yer alması için en önemli baskı aracını sağlamaktadır. Çünkü medya sektöründeki gazete ya da radyo-televizyon programları gibi ürünlerin ticari alandaki reklam gelirleri, tiraja ve izlenirlik oranına bağlı olmakta, tiraj ve izlenirliği ise okuyucu ve izleyici tercihleri belirlemektedir. Bu nedenle medya okuryazarlığı gerek çocuklar gerekse yetişkinler bakımından önemli bir kavram olarak giderek artan bir ilgi toplamakta ve çözüm yolu sunmaktadır.

Diğer yandan basın sektörünün ticari yönü, basın özgürlüğü ve basının toplumsal görevleri ile çatışan uygulamalara konu olmakta, giderek dünyanın birçok ülkesinde gazete editörleri bağımsızlıklarını yitirdiklerinden ve reklam verenlerin taleplerine bağlı olduklarından yakınmaktadır. Medya sahiplerinin aynı zamanda başka birçok alanda faaliyet göstermesi de piyasa gerekleri ile basın özgürlüğü arasında çelişkilere neden olabilmekte, ekonomik çıkarlar kamuoyunun gerçekleri öğrenme hakkının önüne geçebilmektedir. Medya sektöründe tehlikeli boyutlara varan bu gelişmeler de yine öncelikle A.B.D.'de başlatılan kamu yayıncılığı ya da yurttaş gazeteciliği taleplerini gündeme getirmiştir. Free Pres (bağımsız basın) adı altında örgütlenen sivil toplum oluşumları; akademisyenler aracılığıyla medyayı sorgulamakta, sadece medya eleştirilerine dayanan yayınlar hazırlanmakta, okuyucu jürileri oluşturulmakta, medya reformu talebiyle kongreler düzenlenmekte ve basının kamu yayıncılığı yapması talebi yaygınlaştırılmaktadır.

Ticarileşen medya yerine odak noktasına okuyucuyu alarak toplumsal sorumluluğunu yerine getiren bir basın anlayışını savunan kamu yayıncılığı taleplerinin hayata geçmesi ise kuşkusuz zaman gerektirmektedir. Brezilya'da halktan katılımlarla ulusal iletişim konseyi oluşturulması, Güney Kore'de içerik değerlendirme komisyonu gibi oluşumlar da medyanın kamusal görevini yerine getirmesi amacıyla geliştirilmiş yöntemlerdir. Kamuoyunun talepleri süreç içinde medya organlarını da etkilemekte, basın ombudsmanlığı, yanlış haberler için düzeltmelerin yayımlanması, basın işletmelerinin kendi içlerinde özeleştiriyi yaparak kurumsal meslek ahlak kuralları oluşturmaları ve kamuoyuna deklare etmeleri gibi olumlu gelişmeler de yaşanmaktadır. Dolayısıyla, medya okuryazarlığı eğitimi ve yurttaş gazeteciliği taleplerinin ülkemizde de yaygınlaşması, sorunların çözümünde önemli gelişmeler sağlayabilecektir.

Kısa, orta ve uzun vadede gerçekleştirilebilecek çeşitli çözüm yollarının ötesinde, basın çalışanlarının istihdam sorunlarının giderilmesindeki en önemli ve etkili yol ise, kuşkusuz basın çalışanlarının kendi sorunlarına sahip çıkarak birlikte güç oluşturmalarıdır. Türk basın sektörünün gelişimi tarihsel olarak hem kurumsal hem de sendikal örgütlenme boyutuyla yukarıdan aşağıya doğru bir gelişim seyri izlemiştir. Cumhuriyetin kuruluşunun ardından, başka finans kurumu bulunmadığı için devlete ait bankalardan alınan kredilerle gazete çıkarabilme zorunluluğu, gazete sahiplerini daha baştan devlete bağımlı hale getirirken, yine sendikalar yasasının kabulünden sonra da gazeteciler sendikası aynı zamanda gazetelerin başyazarları olan basın işverenleri tarafından kurulmuştur. O dönemde basın işverenlerinin de zaten gazeteci olması nedeniyle bu durum sorun yaratmasa bile, Türkiye'deki basın özgürlüğü anlayışı demokrasi anlayışının aşağıdan yukarıda doğru sahiplenildiği ve geliştiği ülkelerden farklı olarak daha devletçi bir yapı sergilemektedir. Yine basın çalışanlarının profesyonel gazeteci olduklarını gösteren basın kartları da batı ülkelerinde sendikalar tarafından verilirken, ülkemizde devlet tarafından verilmekte, haber için diğer ülkelere giden gazeteciler bu nedenle devlet görevlisi sanılabilmektedir.

Basın alışanlarının geçmiş alışkanlıklarını bırakarak kendi sorunlarına sahip çıkma refleksini göstermeleri ve basın örgütlerinin de 21. yüzyılın ihtiyaçlarına uygun olarak yeniden yapılanmaları; gazetecilerin istihdam sorunlarının zm ve çalışma koşullarının düzelmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması bakımından en önemli baskı gücünü oluşturacaktır. Demokrasilerin “olmazsa olmaz”ı olan basın zgrlgne sahip çıkmak ise, kuşkusuz sadece gazetecilerin değil tüm toplumun sorumluluğundadır.

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

AKTAN, Coşkun Can; **Temiz Toplum ve Temiz Siyaset**, T Yayınları, İzmir,1994.

ALAV, Orhan; **Kitle İletişim ve Yerel Medya**, Fakülte Kitabevi, Isparta, 2001.

ALDEMİR, Ceyhun, ATAOL, Alpay, BUDAK, Gönül; **İnsan Kaynakları Yönetimi**, İzmir, 2001.

ALEMDAR, Zeynep; **Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.

ALTSCHULL, J. Herbert; **Agents of Power: The Media and Public Policy**, Publisher Longman, NewYork, 1995.

ANDREWS, Allan R; **Just What Is A Journalist?**, Pacific Stars and Stripes, Tokyo, Japan, February 1997.

ARHAN, Faruk, ORHANGAZİ, Özgür, ÖZBUDUN, Sibel, DEMİRER, Temel, HOZATLI, Umur; **Medya Eleştirisi ya da Hermes'i Sorgulamak**, Öteki Yayınevi, Ankara, Mart 1999.

ASLAN, Kemal; **Haberin Yol Haritası**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2002.

ATABEK, Nejdet ve DAĞTAŞ, Erdal; **Kamuoyu ve İletişim**, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1995.

ATILGAN, Semra; **Gazetecilerin Korunması-Türk Basınında İstihdam Sorunları ve Çözüm Yolları**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:36, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul,1991.

AVCI, Adnan; **En Son Değişikliklerle İş Mevzuatı Açıklamalı-Uygulamalı Temel İş Kanunları**, Alfa Basın Dağıtım, İstanbul, 1998.

- BODUR, Feyyaz; **Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı**, Eskişehir, 1997.
- BOHERE, G; **Gazetecilik Mesleği**, (Çeviren: Nurhan Süral), ILO Yayını, Ankara,1986.
- BUDAK, Gönül; **Yenilikçi Yönetim Yaratıcı Birey**, Sistem Yayınları, İstanbul, 1996.
- CENTEL, Tankut; **İş Hukuku Cilt 1, Bireysel İş Hukuku**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1992.
- CENTEL, Tankut; **İş Hukuku**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1994.
- CHOMSKY, Noam; **Medya Gerçeği**, Tüzmamanlaryayıncılık, İstanbul,1993.
- James CURRAN, Richard E.Collins, Nicholas Garnham; **Media Cultur& Society: A Critical Reader**, Sage Publications Inc.,London, 1987.
- CÜCELOĞLU, Doğan; **Yeniden İnsan İnsana**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000.
- ÇAPLI, Bülent; **Medya ve Etik**, İmge Kitabevi, Ankara, 2002.
- DEMİRKENT, NeziH., **Medya Medya**, Dünya Yayıncılık, İstanbul,1995.
- DEMİRKENT, NeziH; **Medya Medya-3/Son Salı Yazıları**, Dünya Yayıncılık, İstanbul, 2002.
- DOĞAN,Aydın; **Buyurun, İstedığınızı Sorun.**, Doğan Kitaplık A.Ş., İstanbul, 2002.
- DOĞAN, Muammer; **İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, Anadolu Matbaacılık, İzmir,1998.
- DOYLE, Gillian; **Media Ownership: Concentration, Convergence and Public Policy**, Sage Publications, London Thousand Oaks, London, 2002.
- DÖNMEZER, Sulhi; **Basın ve Hukuku**, Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1976.

DUNNETT, Peter J.S; **The World Newspaper Industry**, Croom Helm Publishing, London, 1988.

DURAN, Ragıp; **Apoletli Medya**, Belge Yayınları, İstanbul, 2000.

DURAN, Ragıp; **Global Medya Eleştirileri, Burası Dünya Polis Radyosu!**, (Global), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2001.

ELLWOOD, Wayne; **Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu**, Metis Yayınları, İstanbul, 2002.

ERDUT, Tijen; **İnsan Kaynakları Yönetimi ve Endüstri İlişkilerinde Değişim**, TÜHİS Yayınları, İzmir, 2002.

ERDUT, Zeki; **Küreselleşme Bağlamında Uluslararası Sosyal Politika ve Türkiye**, Dokuz Eylül Yayınları, 1.Baskı, İzmir, 2002.

EVLİYAGİL, Şevket; **Basın ve Basım İşletmeciliği**, Bilim Yayınları Serisi No:4, Ankara, 1977.

GEÇGİL, Bayram Ali; **Medya Piyasalarında Hukuki Düzenlemeler ve Rekabet Hukuku Uygulamaları**, Rekabet Kurulu Yayını, Ankara 2005.

GEZGİN, Suat; **Medya ve Eğitimde Birikimlerim**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2002.

GİRGİN, Atilla; **Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik**, (Türk), İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2001.

GÜLMEZ, Mesut; **Memurlar ve Sendikal Haklar**, İmge Kitabevi, Ankara,1990.

GÜNEŞ, Sadık; **Medya ve Kültür-Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı**, Vadi Yayınları, Ankara, 2001.

GÜNEŞSOY, Sencer; **Gazeteciliğin Temel İlkeleri ve Tekniği**, Altuğ Ofset, Ankara, 1979.

- GÜVEN, H. Sami; **Sosyal Politikann Temelleri**, Ezgi Kitabevi Yayını, Bursa, 2001.
- İŞIKLI, Alpaslan; **Sendikacılık ve Siyaset**, İmge Yayınevi, Ankara,1990.
- İNÜĞUR, M. Nuri; **Basın ve Yayın Tarihi**, Der Yayınları, İstanbul 2002.
- İSPİRLİ, Muhammet; **Medya Gerçeği ve Haberciler**, Akçağ Yayınları, Ankara, 2000.
- KING,D.A; **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, (Çeviren:H.Yolsal, G. Seçkin), Bilim ve Sanat Yayını, Ankara, 1998.
- KONGAR, Emre; **Yozlaşan Medya ve Yozlaşan Türkçe**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003.
- KORAY, Meryem; **Sosyal Politika**, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 2000.
- LORDOĞLU, Kuvvet; **Çalışma Ekonomisine Giriş**, Alan Yayınları, İstanbul 1986.
- MAHİROĞULLARI, Adnan; **1980 Sonrası Türk ve Fransız Sendikacılığı**, Kamu-İş Yayını, Ankara, 2000.
- MCLUHAN, Marshall; **Understanding Media: The Extensions of Man**, Cambridge: The MIT Press, Massachusetts,1994.
- MORLEY, David., ROBİNS, Kevin; **Kimlik Mekanları**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995.
- NEBİLER, Halil; **Medyanın Ekonomi Politiği- Türk Basınında Tekelleşme ve Basın Ahlakının Çöküşü**, Sarmal Yayınevi, İstanbul,1995.
- NIES, Gerd., PEDERSİNİ, Roberto; **Freelance Journalist in the European Media Industry**, Printed by IFJ, Brussels, 2003.
- NORANHE, Shonan F.R.; **Careers in Communication**, VGM Professional Series, Washington Publishing Co., Belmont, 1999.



NORD, David Paul; **Communities of Journalism: A History of American Newspapers and Their Readers**, University of Illinois Pres., 2001.

ÖKE, Mim Kemal; **Gazeteci**, (Gazeteci), ÇGD Yayınları, Ankara 1994.

ÖKE, Mim Kemal; **Küresel Toplum ve Türkiye**, Kondrad Adanuar Vakfı Yayını, Ankara, 2001.

ÖNGÖREN, Gürsel; **Medya ile Mücadele Rehberi**, Çınar Yayınları, İstanbul,1998.

ÖZDOĞAN, Cemalettin; **Özeleştir: Basının Prestij Sorunu**, İzmir,1993.

ÖZGEN, Mahmut İhsan; **İnsanlık ve Sosyal Boyutuyla Basın Meslek Ahlakı ve Yasalar**, Filiz Kitabevi, İstanbul,1994.

ÖZKAN, Işık; **Basım ve Basın İşletmeciliği**, Bilgehan İşletmecilik Yayını, İzmir, 1989.

ÖZSEVER, Atilla; **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, İmge Kitabevi, İstanbul, 2004.

PORTER, Michael; **Rekabet Dersleri**, Capital Yönetim Dizisi:3, Mepa Medya Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul,1998.

SAĞNAK, Mehmet; **Medya-Politik**, Eti Kitapları Yayınevi, İstanbul,1996.

SCHİLLER, Dan; **Digital Capitalism-Networking the Global Market System**, The MIT Press, London, 2000.

SHOEMAKER P.J., REESE, S.D.; **Meating The Massage: Theories of Influences on Mass Media Content**, Longman:USA, NewYork,1996.

STIGLITZH, Joseph E.; **Küreselleşme Büyük Hayal Kırıklığı**, Plan B Yayıncılık, İstanbul, 2002.

SOYER, Serap; **Endüstri Sosyolojisine Giriş**, Saray Medikal Yayıncılık, İzmir, 1996.

ŞAKAR, Müjdat; **Basın İş Hukuku, Gazetecilerin Çalışma İlişkileri**, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2002.

TINAR, Mustafa Yaşar; **Yanılsamalar**, Nejdet Bükey Matbaacılık İzmir, 1996.

TİMİSİ, Nilüfer; **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Yayınevi, Ankara, 2003.

TOFFLER, Alvin; **Şok-Gelecek Korkusu**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1996.

TOKGÖZ, Oya; **Temel Gazetecilik**, (Temel), İmge Yayınevi, Ankara, 2003.

TUNCAY, A.Can; **Hukuki Yönden Basında İşçi-İşveren İlişkileri**, Evrim Yayınları, İstanbul, 1989.

TUNCAY, A.Can; **Toplu İş Hukuku**, (Toplu), Alfa Yayınları, İstanbul, 1999.

TUTAR, Hilmi; **21.Yüzyılda Türk Basını-Tiraj, Promosyon ve Değişim Gerçeği**, Ankara, 1993.

UYSAL, Asiye; **Türk Basınında Muhabir**, TGC Yayını, İstanbul 1997.

VAROL, Ali Murat; **Yerel Basın ve Kamuoyu**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları, Eskişehir, 1999.

YÜKSEL, Nihat; **Küreselleşme ve Toplu Pazarlıktaki Değişim**, TİSK Yay., Ankara, 1997.

YÜREGİR, Orhan Remzi; **Gazete ve Gazeteci**, Mars Matbaası, Ankara, 1969.

## **MAKALELER**

AKKAYA, Yüksel; “1990’lı Yıllarda Türkiye’de Grevler”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, C:54, S:2, Nisan-Haziran 1999.

AKSOY, Metin; “Holdinglelerin Banka Medyası”, Ekonomi Muhabirleri Derneği Yayın Organı Ekonom, S:25, 2004.

AKTAN, Coşkun Can; “Türkiye”de Güç Odakları ve Yozlaşan Demokrasi”, Düşünen Siyaset Dergisi, S:1, Şubat 1999.

AKTAŞ, Celalettin; “Amerika Birleşik Devletleri’nde Gazetecilik”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:6, 1999.

ARMAĞAN, Ahsen ve ÖNÜR, Nimet; “İzmir Basın İşletmelerinin Örgütsel Yapılarında Esnekleşme Sorunları”, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:1, 2001.

ATABEK, Nejdete; “Kamuoyu, Medya ve Demokrasi”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Kurgu Dergisi, S:19, 2002.

ATABEK, Ümit; “Global Medya-Bir Durum Saptaması”, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayın Organı Çağdaş, Ekim 2003.

AVŞAR, Zakir; “Medyada Klasik Kodlar Bir İllizyon mu?”, Selçuk İletişim Dergisi, C:2, S:3, Temmuz 2002.

BELSEY, Andrew; “Journalism and Ethics-Can They Co-exist?”, **Media Ethics**, Edited by Matthew Kieran, London,1998.

BERTRAND, Claude-Jean; “Medyayı Düzeltmenin On Beş Yolu”, (Çeviren: Erdal Peker), Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, S:4, 1997.

BERTRAND, Clude Jean; “Media Ethics in Perspective”, **Mass Media**, LEA Publisher, London, 2000.

CEYLAN, Adnan ve DEMİRCAN, Nigar; “Çalışanların Örgüte Bağlılığı ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, C:31 S:1, Nisan 2002.

CURRAN, James; “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, (Çeviren: Süleyman İrvan), Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İLEF-Yıllık 93, 1994.

ÇAKIR, Hamza; “Medya ve Etik”, **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, (Editör: IŞIK, Metin) Eğitim Kitabevi Yayını, Konya, 2004.

ÇELİK, Burak; “Basında Tekelleşmenin Denetimi Sorunu: Dünyadan Örnekler ve Türkiye Uygulaması”, Mülkiye, C:26, S:233, Mart-Nisan 2002.

DEMİR, Metehan; “TV Haberciliği ve Haber Tekniği”, **X. Yerel Medya Eğitim Semineri**, BYEGM Yayını, 2004.

DOĞAN, Zülfiyar; “Türkiye’de Ekonomi Gazeteciliği”, **X.Yerel Medya Eğitim Semineri**, BYEGM Yayını, 2004.

ERİNÇ, Orhan; “Medyadaki Sorunlar”,**VII. Yerel Medya Eğitim Semineri**, BYEGM Yayını, 2001.

FISCHER, H.; “State of Health and Stres Factors In Occupation: The Mass Media Profession”, **Social Science Medicine**, C:12, S:21, 1985.

GERSİL, Gülşen Sarı; “Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmelerin Çalışma İlişkilerine Etkileri”, Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E. Dergisi, C:6 S:1, 2004.

GEZGİN, Suat; “Yerel Basın ve Değerlendirme Ölçütleri”, (Yerel), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:7, 1998.

GİRGİN, Atilla; “Haber”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:10, 2000.

GOLLİN, E.; “Media Power: On Closer Inspection, It’s Not That Threatening”, **Impact of Mass Media**, Edited by, Ray Eldon Hiebert ve Carol Reuss, Second Edition, Longman-NewYork/London, 2001.

IŞIK, Metin; “Globalleşme-Yerelleşme ve Medya”, Selçuk İletişim-Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, S:1, 2001.

IŞIK, Metin; “Küreselleşme ve Medya Sistemleri Üzerine”, **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, (Editör: IŞIK, Metin), Eğitim Kitabevi, Konya, 2004.

İNAN, Saadettin, ÖZKAYA, N.Cumhur; “Neden Sendika”, İletişim-Etik 99, 1999.

KESER, Aşkın; “Küreselleşme Sürecinin Sendikal Hareket Üzerindeki Etkisi”, Uludağ Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi, C:17, S:3-4 Yaz, Ağustos 1999.

LAUFFER, H. Jürgen; “Medyanın Globalleşmesi ve Kültürel Sonuçları”, **Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik**, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara, 2001.

NORDENSTRENG, Kaarle; “Değişim Sürecindeki Profesyonellik:Gazetecilik Etiği”, (Çeviren: Süleyman İrvan), Gazi Üniversitesi İletişim Fak. Dergisi, Sayı:4, 1997.

OKTAY, Ertan; “Medya Ekonomisi ya da İletişimin Politik İktisadı”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim, S:1-2, 1994.

ÖNÜR, Nimet; “Bilgiye Dayalı Toplumsal Yapılara Dönüşüm Sürecinde İletişim Fakülteleri”, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:1, 2001.

ÖZBEK, Meral; “İletişim Eğitimi Üzerine”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi 1992 Yıllığı, 1992.

ÖZEK, Çetin; “Basın Hukukumuzda Göre Fikir İşçileri ile İşverenler Arasındaki Hukuki Münasebet”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, S:28, 1962.

ÖZER, Ömer; “Medya Alanında Tekelleşme: Ankara’daki Muhabirlerin Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri”, **Medya Okuryazarlığı**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul, 2006.

SALMAN, Emine Banu; “Türk Basınında ÇUŞ Dönemi”, Ekonomi Muhabirleri Derneği Yayın Organı Ekonom, S:18, Temmuz 2001.

TOKGÖZ, Oya; “Medyada Birikim, Tekelleşme ve Sorunlar”, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 1991-1992 Yıllığı, 1992.

TOKGÖZ, Oya; “Türkiye’de İletişim Araştırması: Nereden Nereye”, Kültür ve İletişim, 3/2 Yaz, 2000.

TOKGÖZ, Oya; ‘Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi”, Kültür ve İletişim, 6/1 Kış, 2003.

TOKGÖZ, Oya; ‘Türkiye’de Kitle İletişim Araçlarında Çalışan Olarak Kadının Konumu: Kadın Yönetici Olgusu”, Ankara Üniversitesi BYYO 1996-1988 Yıllığı, 1998.

TOKGÖZ, Oya; “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi”, (Yerel), Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi İletişim/Bahar,S:9, 2001.

ÜNLÜ,S., ATABEK, N.,TAŞÇI, D.; “Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Mezunlarının Fakülteedeki Eğitim Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, Güz/4, 1999.

VAROL, Asaf; “İletişim Fakülteleri ve Sorunlar”, Selçuk İletişim, C:1, S:4, 2001.

WARNKEN, Jürgen; “Information of Society 2000: The German Experience of Multimedia Convergence”, **Multimedia Convergence: Breaking the Silence**, Labour Education 1998/1-2, ILO, Geneva, 1998.

YAŞİN, Cem; “Medyada Yeni Trendler”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:21, 2005.

YOLOĞLU, Nurhayat; “Almanya’da Basın”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:5, 1997.

YÜCEDOĞAN, Güleda; “Fransa’da Basın Sendikacılığı Olgusu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:11, 2001.

YÜKSEL, İhsan; “İşsizliğin Psiko-Sosyal Sonuçlarının İncelenmesi”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C:4, S:2, 2003.

YÜKSEL, Mehmet; “Fikri Mülkiyete İlişkin Felsefi Tartışmalar”, Kültür ve İletişim, S.4, C.1, 2001.

ZENGİNGÖNÜL, Oğul; “Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?”, Siyasa, ESİAD Yayını, Y:1,S:1, Bahar, 2005.

### **DİĞER KAYNAKLAR**

AKBAŞ, Mehmet; “İnternet İletişimi ve Demokrasi Üzerindeki Etkileri” , (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2002.

AYHAN, Bünyamin; “Küreselleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2001.

Babıali’de Deprem, Cumhuriyet Gazetesi, 07.03.1991.

CEMAL, Hasan; “Gazeteci, Soyтары”, Milliyet, 03.05.2000.

ÇONGAR, Yasemin; “ABD’den Medya Manzaraları-1”, Milliyet Gazetesi, 06.08.1998.

ÇONGAR, Yasemin; “Medya Manzaraları-2”, Milliyet Gazetesi, 21.09.1998.

ÇONGAR, Yasemin; “ABD’de Medyaya Esneklik Getirildi”, Milliyet Gazetesi, 03.06.2003.

ÇÖLAŞAN, Emin; “Şu Bizim Basın Kartı”, Hürriyet Gazetesi, 01 .09.1999.

DALBUDAK, Selecen; Türkiye’de Basın İşletmeciliğinin Doğuşu ve Gelişimi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul,1996.

Doğan TV Satışına Ulusal Güvenlik Engeli, Sabah Gazetesi, 08.12. 2006.

DEMİREZEN, Necmi; ÇGD Üyelerine İlişkin Durum Saptaması, Çağdaş Gazeteciler Derneği Ege Şubesi Bülteni çgdergi, S:7, 2000.

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı-Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu- (ÖİK 538), DPT Yayını, Ankara 2000.

DUDA, Giray; Basında Ekonomik Yeniden Yapılanma, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayın Organı Çağdaş, S:14, 2003.

EĞİN, Oray; “Fox'a İş Görüşmesine Gidenler Bu Sorulara Hazırlıklı Olsun”, Akşam Gazetesi, 19.12.2006.

EKONOM, Araştırma: “Kriz ve Medya”, Ekonomi Muhabirleri Derneği Yayın Organı Ekonom, S:18, Temmuz 2001.

Gazete Gazi, “Haber Alma Hakkına Kıskaç”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama Gazetesi, Y:4, S:80, 2006.

GIGA, Sabir I., HOEL, Helge, COOPER, Cary L.; Violence and Stress at Work in the Performing Arts and in Journalism, Sectoral Activities Programme Working Paper 201, ILO, Geneva, 2003.

HANÇERLİOĞLU, Orhan; Ekonomi Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1986.

IFJ; Concentration Fighters/Watchdog; Who is in Control?- A Primer for The Roundtable Discussion on Global Medya; Threats to Free Expression, “Control”, Published IFJ, Geneva, 2006.



IFJ; Let's Organize- A Union Handbook for Journalist, (Let's Organize), Druk Hoeliaart, Belgium, 2005.

IFJ; Media Power in Europe: The Big Picture of Ownership, Druk Hoelaart, Belgium, (Media Power), Published IFJ, 2005.

IFJ; World Survey: Social and Economic Status of Freelance Journalists, Final Report, Published IFJ, Geneva,1999.

ISCO-81 International Standart Classification of Occupations, ILO, Geneva, 1981.

ISCO-88 International Standart Classification of Occupations, ILO, Geneva, 1990.

IŞIK, Metin; Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu; Bir Örnek Olay Olarak 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri Sonrasında ANAP-RP Koalisyon Görüşmelerine Basının Yaklaşımı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1998.

IŞIK, Metin; Normatif Medya Kuramları Çerçevesinde İletişim Alanının Düzenlenmesi: Türkiye'deki İletişim Düzeni Üzerine Teorik Bir Çalışma 1980-2001, (Normatif), (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2002.

KARABAY, Nahide Gökalp; Türkiye'deki Basın İşletmelerinde İstihdam Sorunları,(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir,1993.

KARACA, Nuray Gökçek; Türkiye'de Basın Çalışanlarının İş İlişkileri ve Sorunları, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2000.

KILINÇ, Kazım; Türk Basımında İstihdam ve Ücret Politikası, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1994.

ÖKE, M. Kemal; “Türkiye’de Basın Çalışanları Üzerine Bir İnceleme”, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 1992.

ÖZSÜPANDAĞ, Duygu., SÜREK, Halime; Almanya’da Politika ve Medya Üzerine, Çağdaş Gazeteciler Derneği Ege Şubesi Bülteni e-dergi, S:7, 2000.

PÜSKÜLLÜOĞLU, Ali; Çağdaş Türkçe Sözlük, Milliyet Yayınları A.Ş., İstanbul, 1985.

SAZAK, Derya; “Son baskı 2040’ta mı?”, Milliyet, 30.5.2005.

SEZER, Ahmet Nejd; “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu İle Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair 4676 Sayılı Kanun’un Veto Gerekçesi”, Cumhurbaşkanlığı Basın Merkezi Basın Açıklaması, 18 Haziran 2001.

ŞAHİN, Haluk; “Murdoch Türkiye’de Ne Yapar?”, Radikal Gazetesi, 26.07.2006.

TALU, Umur; “Medyada Sevr”, Sabah Gazetesi, 27.1.2005.

Teknoloji, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayını, Kazım Ofset, Ankara, 2004.

TGS Ankara Şubesi Yönetim Kurulu 18. Olağan Genel Kurul Çalışma Raporu, TGS Yayını, 2004.

TGS 1995-1998 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, Can Matbaacılık, İstanbul, 1998.

The Future of Work and Quality in The Information Society: The Media, Culture, Graphical Sector, (Sectoral), TMMCGS/2004, ILO, Genova, 2004.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, TGC Yayını, İstanbul, 1998.

YILMAZ, Hakan., GÜLÖREN, O. Emre; Atilla Girgin ile İletişim Fakülteleri ve Gazetecilik Üzerine, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayın Organı: İletim, Mayıs 1999.

YAHNİCİ, Şevket Bülent; “5680 Sayılı Basın Kanunu’na İki Ek Madde Eklenmesine Dair Kanun Teklifi ve İçtüzüğü’nün 37. Maddesine Göre Doğrudan Gündeme Alınmasına İlişkin Önerge (2/589)”, D:21, Yasama Yılı:3, TBMM Sıra Sayısı:630, 2001.

## İNTERNET KAYNAKLARI

ABD'de Gazete Okuyanların Sayısında Düşüş, (Erişim: 11.05.2005, [www.sansursuz.com](http://www.sansursuz.com).)

ADAKLI, Gülseren; “Türk Basınından Türk Medyasına: Hakim Medya Gruplarının Kısa Tarihi”, (Erişim: 27.12.2005, <http://www.bianet.org/27919.htm>.)

AKMAN, Nuriye; “Başörtüsü Yasasını Denetlemek Görevim”, Zaman Gazetesi, 11.04.2005, (Erişim:20.09.2006, [www.zaman.com.tr](http://www.zaman.com.tr))

AKSOY, Metin; “Aynaya Bakabilmek”, (Erişim: 3.5.2005, [www.sansürsüz.com](http://www.sansürsüz.com))

AVŞAR, Zakir; “Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu”, (Erişim: 14.11.2006, <http://155.223.1.158/edergi/yenid/s1/8.pdf>.)

AKTAN, Coşkun Can, DİLEYİCİ, Dilek; “Genel Olarak Alt Yapı Hizmetleri”, (Erişim:05.02.2007, <http://www.canaktan.org/ekonomi/altyapi->.)

AKTÜRK, Songül; “İşgücünün Küreselleşmesi”, “İş-Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C:3, S:2, 2001, Erişim:19.11.2005, <http://www.isguc.org/songul1.htm>.

ARSLAN, Ali; “Medyanın Gücünün Sosyolojik Temelleri”, (Medyanın Gücü), “İş Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Kocaeli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, C:6 S:2, 2004, Erişim: 13.07.2006, [www.isgucdergi.org](http://www.isgucdergi.org).

ARSLAN, Ali; “Türkiye’de Medya Sektörünün ve Medya Çalışanlarının Sorunları”, (Medya Sektörü), “İş Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Kocaeli Üniversitesi,

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, C:6, S:1, 2003, Erişim: 30.05.2006,[www.isgucdergi.org](http://www.isgucdergi.org).

Amerikan Usulü İşten Çıkarmada Son Nokta, (Erişim:25.12.2006, [www.haber10.com](http://www.haber10.com).)

Akşam Gazetesi Yazı Dizisi, “Çalışanın Güvencesi Kıdem Tazminatı-Gazetecinin Tazminatı”, (Erişim 3.9.2006,[www.aksam.com.tr](http://www.aksam.com.tr).)

BASTION, Jerome; “Avrupalı gazeteci olmak” , (Erişim:23 Mart 2004, [www.gelisimplatformu.org](http://www.gelisimplatformu.org).)

BENGİ, Hilmi; “İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu”, (Erişim: 24.05.2006, [www.inet-tr.org.tr](http://www.inet-tr.org.tr).)

BERTRAND, Claude Jean. (2001); “Why Not Listen?”, (Erişim: 27.09.2005, [www.freemedai.at](http://www.freemedai.at).)

BİLGİLİ, Can (2004); “Gelişen Bilgi Toplumu ve Uluslararasılaşan Medya Sektöründe İnsan Kaynağının Önemi”, (Erişim: 17.3.2006, [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com).)

BİRGİT, Orhan (2005); “MED 472: Issues In Journalism: A Professional Perspective-Ders Notları-1”, (Erişim: 17.04.2006, <http://gerilim.com/index.php?q=node/161>.)

BURHAN, Sinan; “Yerel Televizyonlar ve Demokrasi”, (Erişim: 5.3.2006, [www.jurnal.net](http://www.jurnal.net))

CANPOLAT, Nesrin (2002); “Belki Ben de Yıldız Olurum”, (Erişim:14.09. 2006, <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/73/haberler/m1.htm>)

CHOMSKY, Noam; “Ana-akım Medyayı Ana-akım Yapan Nedir”, (Çeviren Taylan Doğan) , Bilim ve Toplum, 1997, (Erişim: 27.10.2006, www. <http://www.bgst.org/keab/chomsky20060923.asp>.)

CURRAN, James; “Global Media Concentration: Shifting the Argument”, (Erişim:21.10.2005, [www.http://www.opendemocracy.net/media-globalmediaownership/article\\_37.jsp](http://www.opendemocracy.net/media-globalmediaownership/article_37.jsp).)

ÇAKIR, Özlem; “*Yeni Çalışma Biçimleri ve İşe İlişkin Tutumlar*”, “İş,Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi C:3, S:1, 2001, Kocaeli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Yayını, (Erişim:24.09.2005, <http://www.isguc.org/ocakir1.htm>.)

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, “*2821 Sayılı Sendikalar Kanunu Gereğince; İşkollarındaki İşçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayılarına İlişkin İstatistikler*”, (Erişim:18.11.2006, [www.csgeb.gov.tr](http://www.csgeb.gov.tr).)

ESEN, Arif (2005); “*Medyada Eğitim ve İstihdam*”, 2.Gazeteciler Konferansı’na Sunulan Bildiri, (Erişim: 17.03.2006, <http://www.ilmed.org.tr/konferanslar.htm>.)

ERİNÇ, Orhan; “*Gazetecilerin Ekonomik ve Sosyal Hakları*”, III. Yerel Medya Eğitim Semineri, Bursa, 26-27 Kasım 1998, (Erişim:21.10.2006 <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/bursa-iii/BurKonusma12.htm>.)

Ekonomist Online, <http://www.ekonomist.com>.

Free Pres; “*Who Owns The Media*”, (Erişim:19.10.2006, [www.stopbigmedia.com](http://www.stopbigmedia.com))

Free Pres; “*The National Conference for Media Reform*”, (Erişim: 07.01.2007, <http://www.freepress.net>.)

Gazi Haber; “*İletişim Fakültesi Mezunları İstihdam Edilmiyor*”, (Erişim: 16.07.2006, <http://www.ilet.gazi.edu.tr/haber7.htm>.)

Gedik Yatırım Menkul Değerler (17.10.2005 tarihli Şirket Raporu); “*Doğan Holding-Önemli Yatırım Noktaları*”, (Erişim: 17.08.2006, [www.gedik.com](http://www.gedik.com).)

GEDİZ, Burcu, YALÇINKAYA, M.H.; “*Türkiye’de İstihdam-İşsizlik ve Çözüm Önerileri:Esneklik Yaklaşımı*”, (Erişim: 14.7.2006, [www.ceterisparibus.net/makale](http://www.ceterisparibus.net/makale).)

GÜRCAN, Halil İbrahim, BATU, Çiğdem; “*İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller*”, (Erişim:7.6.2005, [www.inet-tr.org.tr](http://www.inet-tr.org.tr).)

GÜLOĞLU, Tuncay; “Yeni Teknolojilerin Çalışma İlişkilerine Etkileri”, (Erişim:16.08.2006, [www.bilgiyonetimi.org](http://www.bilgiyonetimi.org).)

HRVATIN, Sandra B; “Media Concentration, How Big a Threat to Pluralism and Independence?”, European Parliament, 3 March 2005, (Erişim: 16.02.2006, [www.ifj.org/docs/intervention-hvatin.doc](http://www.ifj.org/docs/intervention-hvatin.doc).)

ILICAK, Nazlı (2001); “Her Basın Patronu İlegal”, (Erişim: 09.12.2006, [http://www.bianet.org/haber\\_eski/haber2344.htm](http://www.bianet.org/haber_eski/haber2344.htm).)

İLKİZ, Fikret; “212 Sayılı Basın İş Yasası’nu Değiştiren 4857 Sayılı İş Yasası”, (Erişim: 09.07.2005, [www.ivhp.org.tr](http://www.ivhp.org.tr).)

İLKİZ, Fikret.(2005); ”Yarım Yasayla Tekelleşme Önlenemez”, (Erişim:19.12.06, [medyaline.com](http://medyaline.com).)

İletişim Fakülteleri Ortak Platformu, “14.İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı”, (Erişim:11.08.2006, [www.iletisimfakulteleri.gen.tr](http://www.iletisimfakulteleri.gen.tr).)

4.Ulusal İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı, “İletişim Zirvesi Ege’de Yapıldı”, Kalemnet, (Erişim: 03.08.2006, <http://bornova.ege.edu.tr>.)

İnternet Kurulu, ”Gençlerin İnternet Kullanımı Çalıştay Raporu (10.06.2002)”, (Erişim:26.03.2006, <http://www2.internethaftasi.org.tr/calistay/calistay.doc>.)

KANİNG, Arne; “European Journalists Back Call for Europe-Wide Action Against Media Concentration”, (Erişim:4.8.2006, [www.ifj.org](http://www.ifj.org).)

Medyada Kariyer Araştırması, “Medyada Ücret ve Terfi Olanakları”, 07.04.2004 ve 15.04.2004 tarihli Milliyet Gazetesi, (Erişim:17.05.2006, [www.insankaynaklari.com](http://www.insankaynaklari.com).)

Merkantalizm, [www.ekodialog.com/Konular/merkantilizm.html](http://www.ekodialog.com/Konular/merkantilizm.html).(Erişim:08.02.2007.)

MITCHELL, Amy; “Formal Comments on Media Ownership”, 16.01.2003 Medya Sahipliği Forumu, (Erişim:28.11.2006, [www.journalism.org](http://www.journalism.org).)

MİZUKOSHĪ, Shin; “*The Future of Periodical from Perspective of Media Studies*”, (Erişim: 23.05.2006, <http://www.accu.or.jp/appreb/report/abd/abd2931.html>.)

MORA, Necla; “*Katılımcı Demokrasi Açısından Yurttaş Gazeteciliği*”, (Erişim: 04.01.2007, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7302>.)

MTM Medya Takip Merkezi, “*Ana Haber Bültenleri Gözlem Altında*”, 09-25 Ekim 2006, (Erişim: 12.02.2007, [www.medyatakip.com](http://www.medyatakip.com) ;[www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com).)

Online Anket, “*İnternet En Çok Hangi Medyayı Olumsuz Etkiliyor?*”, (Erişim: 10.12.2006, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/pollBooth.php>.)

ÖZKAN, Tuncay; “*Yeni Bir Medya Anlayışı, Yeni Bir Medya*”, (Erişim: 14.3.2006, [www.tuncayozkan.com](http://www.tuncayozkan.com).)

ÖZSEVER, Atilla; “*Medya Çalışanlarının Sınıf Algısı ve Gerçeği*”, TUSAM’a Sunulan Bildiri, (Erişim: 21.10. 2006, [www.sav.org.tr](http://www.sav.org.tr).)

Pew Internet&American Life Project (2005); “*Search Engine Users*”, (Erişim 23.9.2005, [www.digitalequity.edreform.net](http://www.digitalequity.edreform.net).)

Referans Gazetesi, 29.12.2006, [www.referansgazetesi.com](http://www.referansgazetesi.com).

SEVİMLİ, Ahmet; “*Basın İş Kanunu’nda Kıdem Tazminatı*”,(Erişim: 11.04.2006, [http://www.isguc.org/?avc=arc\\_view.php&ex=90&pg=m](http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php&ex=90&pg=m).)

solMeclis Medya Çalışma Grubu (2004); “*Medya İzleme Raporu*”, (Erişim: 7.5.2005, [http://www.solmeclis.net/sm\\_izrap\\_medya\\_02.htm](http://www.solmeclis.net/sm_izrap_medya_02.htm).)

SÖNMEZ, Mustafa; “*Türkiye Medyasının Ekonomik Açmazları*”, (Erişim: 05.03.2005, [www.bagimsizsosyalbilimciler.org](http://www.bagimsizsosyalbilimciler.org).)

SUBAŞI, Mehmet; “*Basın Sektörü Temel Taşlarından Sallanıyor*”, (Erişim:15.04. 2006, [www.markastrateji.com](http://www.markastrateji.com).)

- ŞAKAR, Müjdat; “*İş Hukuku*”, (Erişim: 23.12.20006, [www.mujsakar.mysitemnet](http://www.mujsakar.mysitemnet).)
- ŞUĞLE, Mehmet Ali; “*Basın İş Kanununa Göre Gazeteci Kavramı*”, (Erişim:27.03.2006, [http://www.istanbulbarosu.org.tr/komisyonlar/230202\\_chk\\_tblig.htm](http://www.istanbulbarosu.org.tr/komisyonlar/230202_chk_tblig.htm).)
- The EFJ Freelance Right Expert Group (2005); “*International Freelance*), (Erişim:4.5.2006, [www.ifj.org/default.asp?Issue=FREEELANCE&Language=EN](http://www.ifj.org/default.asp?Issue=FREEELANCE&Language=EN).)
- TGS, “*TGS ve 15 Meslek Örgütünden Hükümete "Teşmil" Çağrısı*”, (Erişim:10.03.2006, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).)
- TGS Genel Merkez Basın Açıklaması, “*Basın ve İfade Özgürlüğünde Geriye Gidişten Vazgeçilmeli*”, (Erişim: 03.05.2006, , [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).)
- TGS, “*TGS Tarihçesi*”, (Erişim: 27.05.2006, <http://www.tgs.org.tr>.)
- TGS Basın Bülteni, 20.12.2004, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).
- TGS Basın Açıklaması (10.01.2007), “*Barış İçinde Bir Arada Yaşamının Yolu Sendikal Haklara Saygıdan Geçer*”, (Erişim:11.01.2007, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).)
- TGS Basın Özgürlüğü Bildirisi,08.01.2005, (Erişim:18.03.2006, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).)
- TGS Genel Merkez Basın Açıklaması, 10.07.2004, (Erişim:28.11.2006, [www.tgs.org.tr/açiklamalar](http://www.tgs.org.tr/açiklamalar).)
- TGS, “*Kadro Kanunu Önerisi*”, (Erişim: 03.05.2006, [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).)
- TGS, “*TGS Tarihçesi*”, (Erişim: 25.9.2006, [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).)
- TGS, “*TGS'ye Kimler Üye Olabilir*”,(Erişim: 14.7.2006, [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).)
- TGS, “*Kıdem Tazminatı Hakkı*”, (Erişim:11.8.2006, [www.tgs.org.tr](http://www.tgs.org.tr).)
- Türkiye Gazeteciler Federasyonu, “*23. Başkanlar Konseyi Toplantısı*”, (Erişim: 28.12.2006, [www.cgcd.org](http://www.cgcd.org).)



TOKOL, Aysen; “ *Sendikaların Üye Sayısında Azalma Nedenleri ve Sendikaların İzledikleri Yeni Politikalar*”, (Erişim: 19.08.2005, <http://www.isguc.org/atokol3.htm>.)

TÜİK, Ocak-Mart 2006 Dönemi Hanehalkı İşgücü Anketi, (Erişim: 30.9.2006, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr).)

UKAV, Süleyman; “*Yerel Basının Sorunları*”, XI.Yerel Medya Eğitim Semineri, T.C.Başbakanlık BYEGM, (Erişim: 27.10.2005, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr).)

Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu açıklaması, (Erişim: 11.07.2006, [www.internetmedyasiderneği.com](http://www.internetmedyasiderneği.com).)

US Internet Council (USIC), “*State Of The Internet 2000*”, (Erişim:11.9.2005, [www.itta.com](http://www.itta.com))

ÜSTÜN, Hasan; “*ÇGD'nin Antalya Zaferi*”, (Erişim: 27.11.2005, [www.bianet.org](http://www.bianet.org).)

Wikipedia Sözlük, Etik, (Erişim:07.11.2006, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Etik>.)

WSIS, “*World Summit on The Information Society Genova 2003*”, Document WSIS-03, (Erişim:08.15.2006, <http://www.itu.int/wsis/documents/index1.html>.)

YILDIRIM, Rahmi; “*Medyada Emek Sermaye Çelişkisi*”, (Erişim: 29.06.2005, [www.sendika.org.tr](http://www.sendika.org.tr).)

YÜKSEL, Erkan; “*Yerel Medyanın Kurtuluşu*”, (Erişim: 05.03.2006, [www.bia.org](http://www.bia.org).)

YÜKSEL, Erkan (2006); “*Gazete İşletmeciliği Hangi Yönleriyle Süpermarkete Benzer?*”, (Erişim: 08.12.2006, [www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com).)

ZENCİRKIRAN, Mehmet; “*Küreselleşme: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*”, “İş Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C:3, S:1, 2001, (Erişim:06.08.2006, <http://www.isguc.org/memet2.htm>.)